

Nesten Helg fra live talkshow til blogg

Line Aguirre Eldholm

Veiledere

Elise Seip Tønnessen

Ingrid Kristine Hasund

Masteroppgaven er gjennomført som ledd i utdanningen ved Universitetet i Agder og er godkjent som del av denne utdanningen. Denne godkjenningen innebærer ikke at universitetet inntår for de metoder som er anvendt og de konklusjoner som er trukket.

Universitetet i Agder, 2014

Fakultet for humaniora og pedagogikk

Institutt for nordisk og mediefag

SAMMENDRAG

Med den teknologiske utviklingen vi gjennomgår i dag er det stadig nye muligheter for å spre informasjon og budskap. Denne oppgaven tar for seg hva som er hensiktsmessig og relevant for Abup å ta med seg i overføringen fra sitt live talkshow Nesten Helg, og over til deres blogg. Liveshowet er filmet i sin helhet og i ettertid redigert til videoklipp som nå skal integreres i bloggen. Oppgaven tar for seg hvordan dette på en hensiktsmessig måte bør gjøres for å møte målsettingen med Nesten Helg. Oppgaven avsluttes med konkrete råd og anbefalinger for videre utvikling.

Ved hjelp av følgeforskning er det blitt gjort forsøk på å gi noen svar på nettopp det overnevnte temaet. Det er gjennom kvalitative gruppe- og fokusgruppeintervjuer avdekket at målene med Nesten Helg er å åpne opp for samtale rundt psykisk helse og spre kunnskap om ulike aktuelle tema. Målet med å legge videoklipp på nett er å nå en større gruppe mennesker samt gjøre showet tilgjengelig til enhver tid, uavhengig av tid og sted. Det er videre gjennom intervju gjort rede for synspunkter på videoklippene, bloggen og overføringen fra live talkshow til blogg. Analyse av intervjuer og påfølgende drøfting viser at Nesten Helg er godt likt både som live talkshow og som videoklipp på blogg. Å fortsette med publisering av videoklipp i to forskjellige lengder, aktivt bruke kommentarfelt, lage en oversiktlig navigeringsmeny samt fortsette med muligheten for å dele innlegg på blogg er noen av rådene som gis med bakgrunn i oppgavens utforming.

FORORD

Da har dagen kommet. Dagen hvor det er tid for å levere oppgaven som representerer slutten for min tid som masterstudent ved Universitetet i Agder.

Det er til tider krevende å fullføre en slik oppgave. Likevel har hele prosessen fra begynnelse til slutt vært utrolig lærerik, og arbeidet har gitt meg mye glede og gode stunder.

Det er flere personer som har bidratt med støtte og gode råd underveis. En spesiell takk må jeg imidlertid få rette til mine to veiledere gjennom denne tiden: Elise Seip Tønnessen og Ingrid Kristine Hasund. Takk for gode råd og ideer til utførelsen av oppgaven.

En stor takk vil jeg og gi til alle informanter som frivillig stilte opp. Det kan høres ut som en klisjé, men sannheten er at uten dere hadde det blitt svært vanskelig å gjennomføre denne oppgaven.

Sist, men ikke minst, retter jeg en stor takk til Abup. Det var der tanken om å lage denne oppgaven først startet. Takk for at jeg fikk muligheten til å skrive om Nesten Helg. Jeg håper denne oppgaven kan gi dere noen råd til veien videre.

Line A. Eldholm

Kristiansand, 11.juni 2014

INNHALDSFORTEGNELSE

SAMMENDRAG	i
FORORD.....	iii
1.0 INNLEDNING	1
1.1 Bakgrunn for oppgaven	1
1.2 Oppgavens relevans.....	2
1.3 Nesten Helg	2
1.4 Problemstilling	3
1.5 Oppgavens videre oppbygging	4
2.0 TEORI	6
2.1 Blogg	6
2.1.1 Blogg som sosialt medium	7
2.1.2 Bloggens sjangre og uttrykksformer	8
2.1.3 Blogg som effektiv kommunikasjon.	8
2.1.4 Å lykkes med blogg.....	10
2.2 Kommentering.....	10
2.3 Utfordringer med blogg.....	11
2.4 Videodokumentar	11
2.4.1 Videoklipp på blogg	13
2.5 Oppsummering	14
3.0 METODE	16
3.1 Følgeforskning.....	16
3.1.1 Min posisjon som forsker	17
3.2 Kvalitativt forskningsintervju.....	18
3.2.1 Tre informantgrupper	19
3.2.2 Valg av informanter.....	20
3.2.3 Gruppeintervju.....	21
3.2.4 Fokusgrupper.....	21
3.2.5 Fordeler og ulemper med intervju	22
3.2.6 Konfidensialitet og etiske hensyn.....	23
3.2.7 Opptak	24

3.2.8	Transkripsjon.....	25
3.2.9	Viktige hensyn å ta under intervju.....	25
3.3	Metodiske refleksjoner	26
3.3.1	Reliabilitet og validitet	26
3.4	Kategorier for analysen	27
4.0	MITT FORSKNINGSMATERIALE	30
4.1	Live talkshowet	30
4.2	Abup sin blogg	31
4.3	Videoklippene	33
4.4	Sammenlikning av live talkshowet og videodokumentarene	35
5.0	ANALYSE AV INTERVJUENE.....	36
5.1	Nesten Helg	36
5.2	Bloggen	38
5.2.1	Bruk av kommentarfelt.....	39
5.3	Videoklippene	43
5.4	Sammenlikning av live talkshowet og videoklippene	46
5.5	Øvrige tema fra intervjuene.....	47
5.5.1	Interessante gjester	47
5.5.2	Nesten Helg som kunnskapsformidler.....	48
5.5.3	Reklamering for liveshow og blogg	50
5.6	Oppsummering	52
6.0	DRØFTING AV MATERIALET OG SVAR PÅ PROBLEMSTILLING	54
6.1	Hva er målene med Nesten Helg, og hvordan kan de oppfylles ved å legge videoklipp av live talkshow på blogg?.....	54
6.2	Hvordan oppleves de redigerte videoklippene av live talkshowet Nesten Helg med temaet Tourettes og tics av de som har sett showet live, og av de som bare har sett videoklippene?	55
6.3	Hvordan kan videoklippene integreres i bloggen for å best mulig styrke Abups kommunikasjonsmuligheter?.....	57
6.4	Oppsummering	59
7.0	RÅD OG FORSLAG TIL VEIEN VIDERE.....	61
	KILDER	64

OVERSIKT OVER VEDLEGG.....	I
Vedlegg 1: Informasjonsskriv til ekspertgruppen	II
Vedlegg 2: Informasjonsskriv til informanter som har sett liveshowet.....	IV
Vedlegg 3: Informasjonsskriv til informanter som ikke har sett liveshowet.....	VI
Vedlegg 4: Henvendelse fra Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste	VIII
Vedlegg 5: Intervjuguide for ekspertgruppen.....	X
Vedlegg 6: Temaliste og intervjuguide for fokusgruppene	XII

1.0 INNLEDNING

1.1 Bakgrunn for oppgaven

Denne masteroppgaven skrives våren 2014 som en avslutning av mastergraden *Samfunnskommunikasjon* ved Universitet i Agder (UiA). Det har vært et spennende løp å følge med lærerike og utfordrende temaer og fag.

Bakgrunnen for at nettopp denne oppgaven ble til er en forespørsel fra Avdeling for barn og unges psykiske helse (Abup). De lurte på om det var noen ved UiA som kunne tenke seg å skrive en oppgave om hvordan Abup kan spre sitt gode arbeid til en større gruppe mennesker med sitt «sykehustalkshow» Nesten Helg. De ønsker å bli en mer aktiv formidler og har allerede en blogg hvor det hyppig blir publisert innlegg av relevant karakter. Nå ønsker de å publisere videoklipp av live talkshowet Nesten Helg på denne bloggen. Spørsmålet er hvordan dette kan gjøres på en best mulig måte, og hva som er hensiktsmessig og relevant å ta med seg fra et liveshow over på et medium som blogg.

Da jeg skulle bestemme meg for hva jeg skulle skrive om i min masteroppgave, fanget øyeblikkelig denne forespørselen fra Abup min interesse. Ikke bare er jeg interessert i kommunikasjon, men også i mennesker og helsearbeid. Sistnevnte faller noe utenfor det jeg selv har studert de siste årene, og nettopp derfor så jeg dette som en spennende mulighet til å kombinere to temaer jeg liker. Slik ble det til at jeg tok oppdraget med å forme en oppgave for Abup og Nesten Helg ved bruk av følgeforskning. Det er riktignok viktig å her presisere at denne oppgaven kun tar for seg et kommunikasjonsfaglige perspektiv og ikke det helsefaglige, selv om sistnevnte er hva Abup hovedsakelig arbeider med.

Med det overnevnte som utgangspunkt blir formålet med denne studien å finne ut hva man kan ta med seg fra liveshowet Nesten helg over til Abup sin blogg, og å videre bidra til utviklingen av Nesten Helg på blogg. I hovedsak vil oppgaven bygge rundt liveshowet om hvordan det er å leve med Tourettes og tics syndrom, vist 08.01.2014 på KICK Malt & Mat i Kristiansand.

1.2 Oppgavens relevans

Det bakenforliggende i denne oppgaven er hvordan offentlig organisasjon kan ta sitt samfunnsansvar på alvor, og spre sitt arbeid til en større mottakergruppe. Det spesifikk er å ta for seg hvordan Abup kan spre sitt arbeid med Nesten Helg til flere, og hvordan de i den prosessen kan ta i bruk blogg på en hensiktsmessig måte. Dette kan i mer eller mindre grad overføres til andre bedrifter eller institusjoner der ute som står i samme posisjon som Abup. Internett kan være en svært effektivt formidler av kommunikasjon og informasjon, og derfor mener jeg denne oppgaven er så aktuell. Det dukker stadig opp nye muligheter for informasjonsspredning og samtidig er det desto viktigere å ta overveide avgjørelser for hvordan man velger å bruke internettet.

1.3 Nesten Helg

Nesten Helg beskrives av arrangøren som «*landets eneste sykehustalkshow*». Det er Abup ved Sørlandet sykehus HF som står bak og arrangerer dette. Nesten Helg har vært arrangert ved ulike lokasjoner siden oppstart i 2005, men blir per dags dato arrangert på KICK Malt og Mat i Kristiansand. Showet er åpent og gratis for alle (Abup 2013a).

Nesten Helg blir omtalt som et *live talkshow*. Talkshow sjangeren er noe vi best kjenner igjen fra TV-verden. Et talkshow er da spilt inn i et TV-studio hvor man har en eller flere programledere som styrer showets retning. I tillegg er det inviterte gjester som utgjør en viktig del av innholdet som kjennetegnes ved å være en blanding av både nyheter og underholdning. Nesten Helg har flere av disse kjennetegnene, men blir ikke vist på TV i form av et opptak. Det blir arrangert på en scene direkte foran et publikum, og det er dermed rimelig å omtale det som et *live talkshow* (Mortensen 2002, s. 203).

I følge Abup er Nesten Helg «*et talkshow i grenseland mellom kunst og fag, psykiatri og somatikk, samtale og visuelle uttrykksformer*» (Abup, 2013b). I tillegg blir det omtalt som «*på grensen til folkeopplysning*» (Abup 2013a). Temaer rundt psykisk helse kan være vanskelig å snakke om, men ved hjelp av en god blanding av underholdning, informasjon og kunstneriske opplevelser ønsker Abup med Nesten Helg å fjerne noen av tabuene rundt disse ulike temaene. De vil åpne opp for samtaler rundt psykisk helse samt formidle kunnskap.

Oppsummert kan vi derfor si at målsettingen med Nesten Helg er å drive formidling om psykisk helse.

Gjennom intervju med blant andre Abups avdelingsleder Karl Erik Karlsen (03.02.2014) ble det opplyst om at showet har hatt stor utvikling siden det første gang ble arrangert. Det har alltid vært åpent for alle, men i starten var det fremførelse på Abup for kolleger som et internt sykehustalkshow som var hovedmålet. Siden har det ekspandert både med hensyn til lokalet og til gruppen mennesker som møter opp. Nå er tanken at sykehusarenaen strekkes ut til folket og byen, i tråd med showets nevnte målsetting.

Navnet *Nesten Helg* ble gitt med bakgrunn i at talkshowet ble fremført om ettermiddagen på fredager, når det nesten var på tiden å ta helg. Nå arrangeres Nesten Helg seks ganger i året; januar, februar, mars, september, oktober og november, på onsdags ettermiddager (Karlsen 2014).

I dag har Abup sin egen hjemmeside¹ med en tilhørende blogg². På bloggen er det mulig for alle som ønsker å bidra med innlegg. Hvert liveshow har ulikt tema som for eksempel *mobbing* eller *krise*. Disse temaene gjenspeiler seg i månedens tema på bloggen for å skape en helhet (Karlsen 2014). I denne oppgaven vil liveshowet som ble arrangert 08.01.2014 med temaet *Tourettes og tics syndrom* danne bakgrunnen for analyse materialet sammen med intervjuer, Abups blogg og to redigerte videoklipp, et kort og et langt.

1.4 Problemstilling

Som nevnt innledningsvis er Abup interessert i å vite noe om hvordan de på en god og hensiktsmessig måte kan overføre elementer fra liveshowet Nesten Helg til bloggen. De ønsker at en større mengde mennesker, ikke bare de som er tilstede på de aktuelle showene, skal få se det gode arbeidet de gjør. Liveshowene er filmet i sin helhet og det er redigerte og forkortede videoklipp som publiseres på Abup sin blogg, tilgjengelig for alle.

Det er relevant for min bakgrunn å se på den kommunikasjonsrelaterte delen av å legge ut videoklipp på nett. Hvordan oppleves den redigerte versjonen av showet på nett i forhold til å se det live? Hva bør Nesten Helg ta med seg i denne overføringen fra liveshow til blogg? Jeg ønsket å se nærmere på disse spørsmålene og dermed kunne gi Abup en videre anbefaling av

¹ <http://abup.no/>

² <http://abup.no/blogg/>

hva det er hensiktsmessig å gjøre i fremtiden. Formet med bakgrunn i dette består problemstillingen min av følgende tre spørsmål:

Hva er målene med Nesten Helg, og hvordan kan de oppfylles ved å legge videoklipp på blogg?

Hvordan oppleves de redigerte videoklippene av live talkshowet Nesten Helg med temaet Tourettes og tics av de som har sett showet live, og av de som bare har sett videoklippene?

Hvordan kan videoklippene integreres i bloggen for å best mulig styrke Abups kommunikasjonsmuligheter?

Som vist over er jeg interessert i å finne ut hvordan målene med Nesten Helg kan nås ved å legge klipp av liveshowet på blogg. For å besvare dette gjør jeg gjennom oppgaven rede for hva som er Abups målsettinger med Nesten Helg. Jeg vil også undersøke hvordan videoklippene blir oppfattet av dem som har sett showet live, og av dem som kun har sett videoklippene. Det er interessant å vite noe om meningen til begge disse gruppene da det kan gi en indikasjon på hva som bør tas med i overføringen fra liveshow til blogg. Tilslutt vil jeg forsøke å gjøre rede for hvordan klippene på en best mulig måte kan integreres på bloggen for at Abup skal kunne nå showets mål for kommunikasjon.

For å kunne besvare problemstillingen er det brukt kvalitative gruppe- og fokusgruppeintervjuer hvor resultatene av disse senere er blitt analysert og drøftet i sammen med oppgavens teoretiske ramme. Informantene representerer både de som har sett showet live, de som bare har sett de redigerte videoklippene, samt arrangøren bak showet.

1.5 Oppgavens videre oppbygging

Oppgaven er delt inn i åtte kapitler. Jeg har til nå i kapittel 1 presentert tema for oppgaven, relevant bakgrunnsstoff og problemstillingen som skal besvares. Videre i kapittel 2 vil jeg legge frem relevant teori og begrepsavklaringer som jeg bruker i analysen. Kapittel 3 vil omhandle mine metodiske valg, mine valg av informanter og intervjuprosessen som fulgte. Jeg vil også presentere valg for analyse av datamaterialet, her inkludert inndelingen for

kategoriene brukt i analysen. I Kapittel 4 presenterer jeg kort presentere tekstmaterialet; live talkshowet, bloggen og videoklippene. I Kapittel 5 tar jeg for meg analysen av intervjuene med informantene. Analysens første del omhandler representantene for Abup og Nesten Helg sine synspunkter på Nesten Helg og målsettingene med showet, mens den andre delen er de øvrige informantenes synspunkter og meninger om hovedsakelig bloggen og videoklippene. I kapittel 6 vil jeg drøfte svarene jeg har kommet frem til i analysen ved å bruke spørsmålene i problemstillingen som inndeling. Avslutningsvis gjøres det i kapittel 7 rede for mine råd og forslag til Abup og Nesten Helg for veien videre, før jeg avrundet med å antyde hva som kan være aktuelt som videre forskning.

2.0 TEORI

For å kunne besvare denne oppgaven er det viktig å først danne en teoretisk ramme. Oppgavens problemstilling gjør det viktig å blant annet gi klarhet i hvordan blogg og videoklipp kan brukes som effektivt kommunikasjon.

2.1 Blogg

Som nevnt vil jeg med denne oppgaven forsøke å svare på hva som kan være hensiktsmessig å ta med seg i overføringen fra liveshowet Nesten Helg til Abup sin blogg. For å kunne gå videre i oppgaven finner jeg det viktig å først greie ut om hva som menes med ordet *blogg*. Hva er det, og hvordan kan det brukes?

Blogg er et fenomen man startet å se rundt 1997. I følge nettsamfunnsforsker Jill Walker Rettberg (2008) er dette første gang man brukte begrepet blogg om en internettside. Det er et medium som kan brukes på ulike måter og til ulike formål.

Blogging er, ifølge Rettberg (2008), en del av kommunikasjonshistorien hvor man går fra massemedier preget av enveis kommunikasjon til medier hvor vi alle kan delta. De som leser en bloggen kan nemlig også være med å skape innholdet ved å blant annet legge igjen kommentarer (Rettberg 2008, s. 1).

Ordet blogg stammer fra ordene *web* og *log* (Rettberg 2008, s.17). Blogg kan bli definert på ulike måter, men jeg har her valgt å bruke Rettberg sin definisjon. Hun sier at «*a weblog is a frequently updated Web site consisting of dated entries arranged in reverse chronological order so the most recent post appears first*» (Rettberg 2008, s. 19). Denne definisjonen sier mye om hva en blogg faktisk er, men utfordringen er at den er nokså bred. Dermed inkluderer den også andre typer internettsider man ikke regner som blogg, som for eksempel nettaviser.

En viktig egenskap ved en blogg er at den er hva Rettberg (2008, s. 4) kaller *kumulativ*. Det vil si at en blogg stadig utvikles, vokser og er i endring. På bakgrunn av dette vil de fleste publiseringer på en blogg måtte leses med litt bakgrunnskunnskap om konteksten den inngår i. Det er her rimelig å først avklare at all kommunikasjon og handling alltid foregår i en kontekst. For å forstå en handlings betydning, må man med andre ord alltid kjenne til konteksten (Brandth 1998, s. 159).

En blogg blir likevel ikke bare lest med bakgrunn i hva som er skrevet der. Man må se både tekst, layout og linker i sammen (Rettberg 2008, s.4).

Blogg er blitt svært populært. En viktig grunn til dette er ifølge Retteberg (2008) mulighetene for å enkelt starte opp på egen hånd, uten særlig erfaring. Det finnes i dag flere ulike plattformer man kan blogge fra gratis, og som tilbyr ferdig klare design. Eksempler er www.blogg.no eller www.wordpress.com.

Bloggmediet viser seg å ha en relativt ung gruppe brukere og lesere. Tall fra Medienorge (2014a) viser at vi her til lands i 2013 var 85 % i alder 9-79 år som daglig brukte internett. Tallene viser og at det på en gjennomsnittlig dag var 23% av de mellom 16-24 år som leste blogg. Av dem mellom 25-44 år var det 12 % og av de mellom 45- 79 år var det bare 4 % som leste blogg en gjennomsnittlig dag (Medienorge 2014b).

Det er imidlertid ikke bare å opprette en blogg og regne med at den blir en suksess. Det er viktig å tenke over hvilken målgruppe man ønsker å nå, og virkelig finne ut hva det er som engasjerer denne gruppen mennesker. Tilslutt er det ikke minst viktig å ha med folk på laget som har relevant kunnskap, erfaring og kompetanse innen sosiale medier og web. Skal man opprette og drifte en blogg, må man for eksempel ha en tilstede som behersker og har erfaring med dette (Gillund 2011, s. 80).

2.1.1 Blogg som sosialt medium

Blogg går under kategorien *sosiale medier*, et begrep som er blitt nokså daglig i vår hverdag. Helt enkelt beskriver den svenske kommunikasjonsstrategen Lene Carlsson (2010, s. 10) sosiale medier som møteplasser på nett. Det bygger på nettverk mellom mennesker hvor man deler innhold som for eksempel bilder og tekst, tar del i andres konversjoner eller innhold, eller knytter og beholder kontakt med andre (Carlsson 2010, s. 11). Abup kan med andre ord bruke sosiale medier, som blogg, til å spre kunnskap og dele informasjon de mener det er viktig at andre får ta del i.

Carlsson (2010) påpeker at om man benytter seg av sosiale medier i organisasjonen eller foretaket bør man passe på at dette ikke blir helt separert ut i fra den øvrige kommunikasjonen. Som kommunikasjonsjef for Kongsvinger kommune, Lars Gillund (2011, s. 79), påpeker er ikke sosiale medier et mål i seg selv, men et virkemiddel. For Abup blir det et virkemiddel for å spre kunnskap og vise arbeidet de gjør.

2.1.2 Bloggens sjangre og uttrykksformer

Noen velger se på blogg som en sjanger, andre som et medium. Jeg har her, i likhet med Rettberg (2008) og Lüders, Prøitz, & Rasmussen (2010), valgt å se blogg som et medium man kan dele inn i ulike sjangere.

Ofte når man hører snakk om blogg trekker man umiddelbare assosiasjoner til den personlige dagboksjangeren hvor innleggene preges av fortellinger om dagligliv, personlige tanker og erfaringer. Retteberg (2008, s. 57) mener vi kan se blogg som en sosial sjanger. Publiserer man innlegg på en blogg har man en viss forventning til at det er andre mennesker som leser innlegget.

Blogger kan også ha en blanding av ulike sjangere, slik som jeg vil argumentere for at bloggen til Abup har. Ved å ta en titt på bloggen deres ser man at det er en blanding av subjektive, personlige innlegg, mens andre innlegg har et mer journalistisk preg. Dette er innlegg som gjerne referer og linker videre til artikler skrevet i for eksempel aviser eller magasin.

Lüders et al. (2010, s. 955) understreker viktigheten av at en sjanger er gjenkjennelig for leserne og møter de forventningene leseren har for at videre kommunikasjon skal være mulig. Både forfatter og leserne av en blogg har ulike forventninger som stammer fra vår kjennskap til andre liknende tekster, og bygges opp over tid fordi man ser på andre tekster og lærer av dem.

Jay D. Bolter og Richard Grusin er de to store inne begrepet *remediering*. De legger vekt på at nye medier ikke er eksterne virkemidler vi tar i bruk og som er forstyrrende på oss, men de utvikles og dukker opp innad i kulturen. De mener det ikke er nye medier vi tar i bruk, men vi «frisker» opp dem vi alt har for at det skal tilpasses vårt dagligliv. Vi gjør det gamle innholdet tilgjengelig på en ny måte. Dette synet presenteres også av Lüders et al. (2010, s. 949). De mener nye medier som blogg dukker opp og tar i bruk allerede eksisterende sjangere bare i nye versjoner, slik som dagbok-sjangeren.

2.1.3 Blogg som effektiv kommunikasjon.

Etter inntoget av internett, andre plattformer og teknikker som stadig dukker opp, ble også våre metoder for å kommunisere med hverandre endret. Internettet tilbyr interaktivitet og gir muligheten for å respondere umiddelbart. Dette er hva Bolter & Grusin (2010) kaller for

immediacy. Oversatt til norsk kan dette være *umiddelbarhet*. Vi har et ønske om denne umiddelbarheten blant annet i forhold til å kunne gi tilbakemeldinger på det vi ser på nettet.

Teknologiske muligheter bidrar også til at vi kan se videoklipp på bloggen til Abup når vi selv ønsker, uavhengig av tid og sted som det liveshowet er. Dette bygger på teorien til Manuel Castells som er kjent for sine tanker rundt *Timeless Time* og *Space of Flows* (Castells 2004, s. 36). Tankene hans går ut på at ved utviklingen av teknologien så viskes også skillene mellom tid og sted ut. Tid og sted redefineres. Dette igjen påvirker hvordan bedrifter, organisasjoner eller andre foretak som Abup henvender seg til sitt publikum. Tidligere var det mest vanlig at privatpersoner hadde blogg. Bedrifter og andre foretak har ifølge Carlsson (2010) vært forholdsvis trege med å hive seg på denne trenden grunnet man ikke helt har sett nytten av det. Ifølge Carlsson (2010, s. 45) vil en kombinasjon av tradisjonell og ny kommunikasjon ofte være både smart og effektivt. Anvendelse av ny kommunikasjon som en blogg kan føre til bedre kontakt med brukere eller andre øvrige målgrupper. Det fører til en mer direkte kontakt med omverdenen, og kan også bidra til at man blir mer synlig i ulike søkemotorer på nett (Carlsson 2010).

Blogg og andre sosiale medier kan brukes til både markedsføring, rekruttering, undersøkelser og som informasjons- og kunnskapskanal (Statistisk sentralbyrå 2013). For Abup sin del er det sistnevnte som er målet. De er interessert i å bruke bloggen som et nyttig verktøy for å spre sitt budskap og kunnskap (Karlsen 2014). En blogg vil med andre ord kunne bidra til mange nye muligheter. Ved å opprette en egen publiseringskanal får man også kontroll over hva som publiserer, og når det publiseres (Carlsson 2010, s 53).

I følge Terje Karlsen, studieleder for ingeniørfag ved Høgskolen i Østfold (HiØ), kjennetegnes effektiv kommunikasjon ved at den er tilpasset situasjonen og mottaker. Det er også viktig å på forhånd tenke over hvem som er målgruppe, samt velge den riktige kommunikasjonskanalen (Karlsen 2005, s. 14). Carlsson (2010, s. 37) derimot tar et skritt videre og sier at ved å ta i bruk for eksempel blogg handler det ikke lenger i like stor grad om å tilpasse seg riktig målgruppe. Det handler i større grad om å faktisk bli valgt. Bloggen får ikke lesere om innholdet er uinteressant. I følge Carlsson (2010) går det nå ut på å gjøre budskapet så interessant at mennesker på eget initiativ sprer informasjonen og budskapet om det. For å lykkes må man spre det rette budskapet til rett tidspunkt til riktige personer.

2.1.4 Å lykkes med blogg

Å starte en blogg trenger ikke koste penger, men det koster tid og engasjement. I følge Carlsson (2010) er det mye som, naturlig nok, tyder på at et positivt resultat kommer av høyt engasjement. For å måle suksessen og hvor god effekten er ved bruk av blogg kan man se på antall sidevisninger eller hvor mange ganger et innlegg er blitt lest eller delt videre. I forhold til videoklippene kan det være interessant å studere oversikten over hvor mange ganger klippet er blitt spilt av.

Carlsson (2010) nevner også noen tips for hvordan man kan få flere besøkende. Det er smart å *søkeoptimalisere* innholdet. Det vil si at man bruker relevante kategorier og ord i teksten slik at det blir mer synlig og søkbart på nettet. Hun mener videre at man bør gjøre det enkelt for besøkende å dele innholdet videre. Dette kan for eksempel gjøres ved å implementere en Twitter *dele*-knapp, eller en *like*-knapp knyttet til Facebook.

Et annet tips hun beskriver er å oppmuntre til interaksjon på bloggen. Det handler om å oppfordre til å legge igjen kommentarer. Dette betyr at man også må være flink å respondere på disse. Det siste tipset hun beskriver som er relevant for denne studien er at man må arbeide aktivt for å spre ordet om det man vil vise frem. Som Abups blogg og videoklippene. Det handler om å benytte de mulighetene man har gjennom for eksempel Facebook, kontakter eller andre (Carlsson 2010, s.104).

2.2 Kommentering

Et av kjennetegnene til bloggen er at man gjør det mulig for leserne å legge igjen kommentarer. Leserene kan ikke direkte redigere teksten som er publisert, men får anledning til å legge igjen meninger og tanker rundt eksisterende tekst. Man må da forstå teksten i sammenheng med kommentarene som senere kommer. Dette bidrar til hva Hoem og Schwebs (2010, s. 50) kaller *kollektiv meningsskaping*. Eier av bloggen har med andre ord kontroll over opprinnelig tekst som blir publisert, men leserne kan *rekontekstualisere* den med kommentarer. Det vil si at «*informasjonselementer blir hentet ut av sin opprinnelige sammenheng og blir satt inn i en ny*» (Hoem & Schwebs 2010, s. 43). Tekster får sin mening i en kontekst og rekontekstualisering fører da til et endret betydningsinnhold. Man kan si at brukerne er med å endrer meningsinnholdet ved hjelp av sin respons.

Man skiller mellom åpen og lukket kommentering. Åpen kommentering er de tilfellene hvor brukernes respons publiseres. Lukket kommentering vil være omvendt, de tilfeller hvor responsen fra brukerne ikke publiseres (Hoem og Schwebs 2010, s. 84). Problemet med åpen kommentering kan oppstå i situasjoner hvor dem som kommenterer får være anonyme. Det er flere eksempler på debatter som har utartet seg i kommentarfelt på ulike nettsider eller blogger som har utviklet seg til å være personangrep, eller tatt andre usaklige vendinger. Alternativet da er å lage kommentarfelt hvor brukerne er nødt til å registrere seg med navn før man kan legge igjen kommentar. Dette har vist seg og redusere sjikanering og usakligheter (Hoem og Schwebs 2010, s. 88).

2.3 utfordringer med blogg

Med de nye medienes utvikling oppstår det også nye situasjoner og utfordringer man må være nøye med å ta hensyn til. Aktuelt for en blogg er blant annet tema om nettmobbing. Man kan aldri vite hvem som sitter og skal kommentere, eller hva slags agenda de har. Man må regne med å ikke bare å positive eller konstruktive tilbakemeldinger, men også de av den negative sorten (Krokan 2011, s. 20). Tilbakemeldinger på sosiale medier kan ofte fremstå som mer krasse og direkte (Brandtzæg 2011, s. 54).

Et annet tema dreier seg om at det er veldig vanskelig, nærmest umulig, å sørge for at det digitale innholdet ikke blir kopiert og spredd på en ukontrollert måte. Samtidig er det også viktig å tenke nøye over hva som blir publisert. Det er stadig eksempler på personer som publisere bilder eller annet digitalt innhold, og som i ettertid angres. Er noe først lagt ut på nettet, er det utrolig vanskelig å få det slettet igjen (Krokan 2011, s. 21).

2.4 Videodokumentar

Da mitt forskningsmateriale blant annet består av to videoklipp på nett, finner jeg det relevant å beskrive hva som her menes med videoklipp, og hva det er.

Fenomenet video på blogg er relativt nytt, så det vil her bli lånt noe teori fra filmens historie. Videoklippene fra liveshowet som er gjeldene i denne oppgaven vil jeg velge å sette innen *dokumentar* sjangeren. I følge Arne Engelstad, professor ved Høgskolen i Vestfold, og Elise

Seip Tønnessen, professor ved UiA (2011, s. 140), er dokumentar «*en påstand om virkeligheten*». En dokumentar er i mer eller mindre grad redigert og ikke bare råmateriale av virkeligheten, selv om vi forventer at den skal vise faktiske hendelser fra det virkelige liv. For å oppklare begrepsbruken i denne oppgaven vil jeg her påpeke at jeg tidligere, og videre i oppgaven, vil anvende begrepet *videoklipp* istedenfor *videodokumentar*. Dette for å skape en bedre flyt i teksten.

Videoklipp kan generelt beskrives som en *sammensatt*-, eller *multimodal tekst* (Liestøl, Fagerjord og Hannemyr (2009, s.13). En slik tekst er en kombinasjon av ulike teksttyper eller modaler. Her må man forstå begrepet *tekst* som noe mer enn bare skriftlig tekst. En tekst er nemlig også andre representasjonsformer som for eksempel lyd, bilde og levende bilder som video eller animasjon (Liestøl, Fagerjord og Hannemyr (2009, s.13). En modal er en annen betegnelse på slike representasjonsformer (Engelstad & Tønnesen 2011, s. 13).

Medieviter Martin Engebretsen (2007) trekker frem at man ved utvikling av medieteknologier også utvikler muligheter (og begrensninger) når det kommer til hvilke modaliteter man kan bruke. Endringer for hva man kan utrykke hvor er viktig å tenke over. De fleste av oss er nok godt kjent med ulike modaliteter som bilde, lyd og film, men settes de inn i for eksempel en blogg på nett, kan de med en gang kombineres på nye og ulike måter.

Formålet med sammensatte-, multimodale tekster mener Liestøl et al. (2009, s. 24) er «*å skape effektive og meningsrike uttrykk*». Lennard Høibjerg skriver i *Reception af levende billeder* (1994, 16-17) at vår oppfattelse av en tekst er ulik fra person til person. Vår kulturelle og akademiske bakgrunn, samt psykologiske og historiske kontekster kan prege oss og vår oppfattelse av det vi ser eller hører (Høibjerg 1994, s. 17).

Michael A.K Halliday er en viktig person innen teorien om multimodale tekster. Elevene til Halliday bygget videre på hans forslag og ideer og har vært opptatt av hvordan de ulike modalitetene som lyd, bilde og bevegelse kommuniserer med hverandre. De er opptatt av hva vi kaller modalitetenes *affordans* (Engelstad & Tønnessen 2011, s. 214). For å forklare begrepet *affordans* bruker jeg her Engebretsen (2007) sin beskrivelse. *Affordanser* kan nemlig forklares ved å være en sjanger, tekst eller et annet kontekstuellet betinget objekt sine rammebetingelse. Med andre ord, ulike sjanger, medium og tekster har ulike muligheter og begrensninger (Engebretsen 2007, s. 15). Ved internettet sitt inntog kom det også endringer i *affordansene* til alle de sjangre som ble overført fra andre mediekkanaler til nettmediet. Mulighetene åpnet seg plutselig, og da først og fremst med tanke på hvordan man nå kan

fremstille noe på nett. Eksempelvis ved bruk av interaktivitet ved hjelp av bilder, lyd og *hypertekstualitet*. Hypertekstualitet betyr at man på nett kan koble sammen tekstsegmenter, også kalt noder. For eksempel leser man en bok i en bestemt rekkefølge, mens man på nett får muligheten til å «hoppe» ulike veier gjennom teksten. Ett konkret eksempel på dette er fra kommentarfeltet til blogger. Der får man i mange tilfeller muligheten til å trykke seg videre inn på de andre deltakerne sin profilside, eller å følge en link til en annen nettside med mer informasjon (Hoem & Schwebs 2010, s. 25).

Det blir av Engelstad og Tønnessen (2011) presisert at multimodalteorien er en generell semiotisk teori som ikke er spesielt beregnet for film, eller her videoklipp. Likevel er den brukbar til å si noe om hvordan de ulike modalitetene kommer til uttrykk. Eksempel som her blir dratt frem, og som er relevant for denne studiene, er hvordan bilder i videoklippene har affordans til å vise oss det vi kan kjenne igjen som virkeligheten, mens musikken brukes i overgangen fra ulike scener, og til å skape en stemning (Engelstad & Tønnessen 2011, s.215).

I den strukturalistiske forteller-teorien beskrives hva man kaller for fortellerhandling. Det sier noe om hvordan fortellingen, eller her videoklippene, henvender seg til mottaker (Engelstad & Tønnessen 2011). Engelstad og Tønnessen (2011) presenterer den norske filmviteren Lars Thomas Braaten sine teoretiske retninger som sier noe mer om dette temaet. Her skrives det blant annet om det fotografiske bilde i film som, alt nevnt, gir mottaker en direkte forestilling av det som skjer i virkeligheten. Det hevdes dermed at filmen kan sammenliknes med teater, som også viser handlingen direkte. Braaten deler videre fortellerhandling inn i *eksplisitt* og *implisitt* strukturingsfaktor. Det førstnevnte begrepet sier noe om hvordan forteller i en film, eller klipp, kommer til uttrykk for eksempel gjennom en forteller-stemme. Implisitt strukturering vil si når redigering, valg av lyd, bildevinkler og liknende påvirker fortellerinstansen (Engelstad & Tønnessen 2011, s. 212). Sistnevnte er gjeldene for videoklippene i dette studiet.

2.4.1 Videoklipp på blogg

Steve Garfield regnes som en av internetts første videobloggere. Han skriver i boken *Get seen: online video secrets to building your business* (2010) hovedsakelig om å markedsføre noe på blogg. Selv om dette ikke direkte er hva Abup er ute etter ved å legge Nesten Helg på bloggen, velge jeg å overføre noe av teorien hans til min oppgave da jeg finner det relevant.

For dem som er opptatt av å fortelle en historie eller formidle et budskap er det bra å legge ut video på blogg (Garfield 2010, s. XVI). Garfield (2010) legger vekt på at man får en bedre kontakt med leseren av bloggen og mener videoer med bra innhold er suksessfullt da det er stor sannsynlighet for at det blir delt videre og kommentert på.

Fordelene med å legge ut video på blogg er ifølge Garfield (2010, s. XV) flere. Det gir muligheten til å fortelle en mye rikere historie enn ved å bare bruke skriftlig tekst og bilder. Seeren mener han også blir mer følelsesmessig engasjert fordi video appellerer til flere av våre sanser. Dette kan ses i sammenheng med hva som er forklart over om videoklipps muligheter for å kombinere ulike modaliteter.

En av de største fordelene med å dele videoklipp på nett er antallet mennesker som kan se det. Det er ubegrenset i forhold til antall mennesker som kan se for eksempel liveshowet til Abup. Dette er samme tanker som allerede er presentert i lys av Castells (2004). En annen stor fordel er at man kan få kontakt med de som står bak bloggen på en helt ny måte ved å for eksempel legge igjen kommentarer (Garfield 2010, s. XIX).

Garfield (2010) introduserer noen faktorer som bør være med i video på nett for at det skal bli suksessfullt:

- Man bør publisere videoene på en regelmessig basis.
- Videoene bør være lette å dele med andre mennesker. Det er smart å gi mulighet for å dele på Twitter eller andre sosiale medier som Facebook,
- Man bør lage video om noe man er genuint interessert i.

2.5 Oppsummering

Oppgaven er begrenset til å omhandle hvordan videoklippene fra liveshowet Nesten Helg oppfattes av ulike personer, og hvordan det er mest hensiktsmessig, ut i fra målet med Nesten Helg å implementere disse klippene på Abups blogg. Den teoretiske rammen er konsentrert rundt blogg. Hva er blogg og hvordan brukes det? Jeg har benyttet teori av Rettberg (2008) for å kunne legge et grunnlag for besvarelse av problemstillingens tre deler. Hoem og Schwebs (2010) teori om kommentering vil bli benyttet for videre drøfting om kommentarfelt trengs eller ei. Også teori om videodokumentar er gjort rede for, og vil bli benyttet videre i drøftingskapittelet.

3.0 METODE

Valg av metode er en svært viktig avgjørelse når en oppgave som dette skal besvares. Videre vil jeg presentere hvilket valg av metode jeg har tatt for å besvare spørsmålene i min problemstilling.

3.1 Følgeforskning

Den typen forskning jeg har benyttet i denne oppgaven kan kalles *følgeforskning* og er en form for evalueringsforskning. Begrepet evaluering er definert på utallige ulike måter, men jeg velger her, i likhet med førsteamanuensis ved UiA Anne Halvorsen og forskningsleder ved Nordlandsforskning Einar L. Madsen (2013, s. 16), å bruke Finansdepartementet (2005, s. 8) sin definisjon:

En systematisk datainnsamling, analyse og vurdering av en planlagt, pågående eller avsluttet aktivitet, en virksomhet, et virkemiddel eller en sektor. Evalueringer kan gjennomføres før et tiltak iverksettes (ex ante), underveis i gjennomføringen, eller etter at tiltaket er avsluttet (ex post). Evalueringen kan utføres av interne eller eksterne fagmiljøer.

Evalueringsbegrepet her er nokså bredt, men jeg synes likevel det er forklarende. Man gjennomfører en evaluering for å oppdrive kunnskap, og for å få en oversikt (Finansdepartementet 2005). At jeg driver en evaluering av Nesten Helg vil her si at jeg, som en ekstern aktør, gjør en vurdering av hva Nesten Helg bør ta med i overføringen fra liveshowet til blogg.

Evaluering kan kategoriseres på ulike måter. Halvorsen & Madsen (2013, s.17) beskriver skille mellom det man kaller *summative* og *formative* evalueringer. Summative evalueringer går ut på å evaluere noe i etterkant, og gi de interne aktørene tilbakemelding. Jeg har i denne oppgaven foretatt en formativ evaluering. Dette går ut på å følge et tiltak, som her i denne oppgaven Nesten Helg, og gi tilbakemeldinger med tanke på forbedringer til de involverte aktørene underveis. I en slik formativ evaluering er ikke tiltaket fullt utviklet, og dette er det viktig å ta høyde for.

Følgeforskning blir her benyttet fordi Abup ønsker å utvikle Nesten Helg. De vil nå en større gruppe mennesker ved å legge ut videoopptak av showet på bloggen sin og ønsker å utvikle en best mulig praksis av dette (Sverdrup 2013, s.137). Jeg i forskerrollen får en sentral rolle i en slik type utførelse, og det blir min oppgave å vurdere hvordan man skal gjøre ting for at utførelsen blir best mulig. Dialog med involverte fra Abup og Nesten Helg ble tidlig en viktig faktor i denne prosessen. Dette for at jeg skulle kunne skaffe meg innsikt og forståelse for prosessen, og da senere kunne komme med forslag til eventuelle endringer og forbedringer for å kunne oppnå best mulig praksis innenfor Abup og Nesten Helg sine rammer (Sverdrup 2013, s. 138).

3.1.1 Min posisjon som forsker

I følge Sverdrup (2013) er det viktig at jeg vurderer min posisjon som forsker i en slik prosess. Det er en fordel at jeg hadde en rolle som ekstern person i forhold til Abup og Nesten Helg. På denne måten unngikk jeg risikoen ved å på forhånd ha en bestemt oppfatning av Nesten Helg sin fremtid og utvikling, som involverte aktører som regel vil ha.

Sverdrup (2013, s.138) bruker også begrepene *nærhet* og *distanse*. Dette bygger på det jeg sa om min posisjon som forsker, og at jeg i min rolle må tilnærme meg en viss nærhet til målgrupper og brukerne til Nesten Helg og bloggen for å finne ut av deres synspunkter. Dette har jeg løst ved å utføre intervjuer med personer som har en eller annen form for tilknytting til Abup og Nesten Helg. Ved å utføre disse intervjuene tilegnet jeg meg en viss forståelse og innsikt.

Det er også viktig å poengtere at jeg i min rolle ikke har noen rett til, ei heller noe ønske om å ta beslutninger om hva som skal gjøres av endringer. Min rolle blir som veileder, og jeg kan komme med råd til videre utvikling av materialet gitt med bakgrunn av resultat i min forskning i sammen med allerede eksisterende teori.

Utfordringer med følgeforskning kan være flere, litt avhengig av situasjon og omfang av forskningen. Forskeren skal, som alt nevnt, ikke være en del av det som studeres, men helst en ekstern person. Dette kan være utfordrende å balansere. Hvor lojal man er mot dem man forsker for, i mitt tilfelle Abup, kan også i noen tilfeller by på utfordringer. Ofte er man som forsker avhengig av å få hjelp av personer internt. Selv om man da kan risikere å komme tett på en person, og kanskje til og med danne et vennskapsforhold, så er det viktig å være oppmerksom på at dette ikke må påvirke forskningsprosessens konklusjon (Baklien &

Skatvedt 2013. Grunnet den relativt korte tidsrammen min oppgave strakk seg over opplever jeg ikke selv at dette ble en utfordring for meg. Selv om det var kontakt med personer internt i Abup underveis var jeg bevisst på at dette ikke preget mine funn og konklusjoner. Det som derimot er relevant å ta høyde for er posisjonen til mine to veiledere for denne oppgaven. Ene veilederen har fra tidligere kontakt med Nesten Helg. Veilederen har underveis i prosessen delt egne tanker og erfaringer rundt showet og dette kan jeg ikke utelukke at har vært med å prege mine tanker og arbeid. Den andre veilederen har ikke tidligere tilknytning til Nesten Helg og har på denne måten bidratt med synspunkter som en ekstern person.

3.2 Kvalitativt forskningsintervju

Jeg ønsker med denne oppgaven å blant annet få vite litt mer om hvordan oppfattelsen av Nesten Helgs videoklipp om Tourettes og tics oppleves. Jeg vil også vite hvordan klippene oppfattes på nett i forhold til å se showet live. Hva er bra, og hva kunne eventuelt vært bedre eller endret? For å finne ut noe om dette har jeg valgt å benytte meg av kvalitativt intervju som metode. Dette er en metode som ifølge Riis (2005, s. 99) er bra å benytte nettopp når man som forsker et ute etter andres meninger om den sosiale verden man inngår i.

Man kan utføre et intervju på ulike måter. Jeg valgte å gjøre det Kvale (1996, s. 124) beskriver som *semistrukturert* intervju. Det betyr at man ikke slavisk følger en intervjuguide med spørsmål, men at man på forhånd har planlagt tema og noen spørsmål man ønsker svar på. Dette gjør at man legger til rette for at det kan dukke opp andre spørsmål underveis.

Det var viktig at jeg som forsker ikke påvirket hva informantene svarte. Ledende spørsmål eller å diskutere svarene til informanten skal man ikke gjøre. Det er viktig å få tak i informantenes meninger og synspunkt uten å påvirke dem, og dette var jeg bevisst på gjennom hele intervjuprosessen (Riis 2005, s. 99). Da jeg har liten intervjuerfaring fra tidligere kan jeg likevel ikke utelukke at jeg i løpet av intervjuene kan ha påvirket informantene ubevisst.

Det er en fordel om informantene er interessert i det gitte temaet til intervjuet på forhånd (Riis 2005, s. 101). Dette var grunnen til at jeg i hovedsak ønsket informanter med en form for tilknytning til Abup og /eller Nesten Helg. Det er rimelig å anta at disse personen ville ha en klarere mening rundt klippet på bloggen og liveshowet enn andre som aldri hadde hørt om Abup eller Nesten Helg, og som heller ikke har noen forhold til Tourettes og tics syndrom.

Det er svært viktig at informantene føler seg trygge på intervjusituasjonen, og ikke minst på den som skal intervju dem, i dette tilfelle meg. Den norske psykologen og viktige personligheten inne kvalitativ forskning, Steinar Kvale, forteller om hvordan de aller først minuttene av et intervju er helt avgjørende (Kvale 2007, s. 55). Alle intervjuene jeg avholdt ble innledet av litt små-prat. Jeg introduserte meg selv og fortalte hvorfor jeg skrev denne oppgaven. Tonen mellom meg og informantene og informantene seg imellom var lett og ledig, og dette tror jeg var med å bidra til at intervjuene gikk bra. Alle informantene snakket fritt, og virket ikke nervøse eller tilbakeholdne.

3.2.1 Tre informantgrupper

For å være sikker på at jeg fikk den informasjonen jeg trengte til videre analyse av problemstillingen valgte jeg å samle tre ulike grupper av informanter;

Første gruppen er hva jeg videre i oppgaven har valgt å kalle *ekspertgruppen*. Denne gruppen bestod av tre personer med direkte tilknytning til Abup og Nesten Helg, og deriblant også personen som har ansvaret for å filme og redigere klippene som legges ut på Abup bloggen. Det var avdelingsleder for Abup Karl Erik Karlsen, kommunikasjonsrådgiver ved Abup Gro Anita K. Poulsen, og ansvarlig for å foto og regi av videoklippene, Frode Vestad. Denne gruppen var jeg raskt ute med å intervju. Målet med intervjuet var å få vite litt mer om Nesten Helg og deres mål og visjon når det kom til bloggen og det å legge ut klipp av liveshowet på nett.

Andre gruppen har jeg videre valgt å kalle for *fokusgruppe A*. Den bestod av tre informanter som hadde sett Nesten Helg liveshowet om Tourettes og tics samt videoklippene av showet. De måtte også se Abups blogg før intervjuene. Målet med intervju av denne gruppen var å få synspunkter fra noen som hadde sett showet og dermed kunne sammenlikne liveshowet med hva de fikk se i videoklippene på nettet. Intervjuet ble delt opp i tre tema. Det første vi snakket om var Nesten Helg sitt liveshow, og da spesielt om Tourettes og tics showet som jeg her har valgt å konsentrere med om. Deretter ble informantene spurt litt generelt om blogg før vi tilslutt snakket om sammenlikningen av liveshowet og klippene de hadde fått sett på nettet

Tredje gruppen har jeg videre valgt å kalle *fokusgruppe B*. Det var tre informanter som bare hadde sett videoklippene av liveshowet på nettet. De måtte i likhet med fokusgruppe A se Abup sin blogg før intervjuet. Denne gruppen ville jeg intervju for å forsøke å finne ut

hvordan klippene ble oppfattet uten at man først hadde sett showet live. Dette for å få noen synspunkter mer direkte om videoklippene.

Intervjuene av fokusgruppe A og B ble foretatt i april. Selve live talkshowet ble fremført i januar. Dette kan naturligvis være med å påvirke svarene til informantene. De har fått tid til å tenke over, og snakke om showet med venner og bekjente. Samtidig kan også et lengere tidsrom mellom showet og intervjuene ha bidratt til at informantene har glemt viktig detaljer fra showet. Hadde jeg stilt dem spørsmål om hva de syntes om showet rett etter det var ferdig kan det hende svarene hadde vært litt annerledes. Likevel tror jeg det er en fordel at det gikk tid fra showet ble vist til intervjuene ble avholdt. Informantene har da fått tid til å reflektere over hva de har sett, og kan muligens komme med mer veloverveide beskrivelser av sine meninger rundt Nesten Helg.

3.2.2 Valg av informanter

For å samle informanter til mine fokusgruppeintervju brukte jeg en kontaktperson tilknyttet Abup (Wibeck 2000, s. 68). Det ble formidlet til kontaktpersonen hvilke «kvaliteter» jeg ønsket informantene skulle ha. Altså, hvor viktig var det for meg med alder, kjønn, og erfaring med nett fra før? Det ble bestemt at det var ønskelig med begge kjønn i alderen fra 16 år og opp. Såkalte «unge voksne» og oppover. Dette ville da inkludere aldersgruppen som var, eller hadde vært enten tilknyttet Abup selv, eller som var familie og pårørende til noen som hadde vært det. Det var og ønskelig med personer som var bosatt i, eller i nærheten av, Kristiansand. Dette fordi det er hvor Nesten Helg arrangeres, samt det ble antatt at det ville gjøre møter for intervju lettere om personene var fra området. Det ble så sendt ut en forespørsel til aktuelle personer via kontaktpersonen.

De som responderte og var interessert i å delta fikk jeg etter hvert kontakt med for videre avtale. Informantene som tilslutt kunne stille til intervju var i mellom 17 år og opp til slutten av 20 årene, av begge kjønn. Ved å ha flere litt eldre informanter kan det tenkes responsen under intervjuene kunne blitt noe annerledes da det er rimelig å anta at informanter i ulike aldersgrupper kan ha ulike tilnærminger til for eksempel blogg som medium. Dette kunne ledet til andre synspunkter og diskusjoner. Likevel synes jeg utfallet av de gjennomførte intervjuene er anvendelig og representative for denne studien.

Det er ifølge Steinar Kvale (1996) viktig å på forhånd la informantene som skal delta i intervjuet få vite litt om tema, og årsaker til at intervjuet blir holdt. Det er også anbefalt og ha

en skriftlig avtale som begge parter er enige og innforstått med (Kvale 1996, s.153). Før gjennomføring av mine intervju ble det derfor utformet informasjonsskriv til informantene. Her sto det både om formålet med intervjuet, hva det skulle brukes til, og hvilke rettigheter informanten hadde (Vedlegg 2 og 3). Da jeg møtte informantene til selve intervjuet hadde jeg tatt med en kopi til alle som de måtte signere før vi startet.

3.2.3 Gruppeintervju

Intervjuet av ekspertgruppen er et såkalt *gruppeintervju*. Gruppeintervju er en mye anvendt forskningsmetode innen flere fagfelt som markeds- og evalueringsforskning, psykiatri og samfunnsforskning. Det er en form for intervju med flere personer samtidig, hvor forskeren på forhånd har bestemt tema og underveis fungerer som ordstyrer. Denne typen metode er hensiktsmessig å benytte når man ønsker kunnskap eller forklaring om et tema ifølge Berit Brandth (1998). Man kan si at «*sosial mening blir til i samhandling med andre*» (Brandth 1998, s. 155). Jeg ønsket mer informasjon og kunnskap om Nesten Helg, og denne formen for intervju med tre viktige personer tilknyttet Abup og Nesten Helg ble dermed gjennomført.

3.2.4 Fokusgrupper

Andre og tredje gruppen av informanter ble intervjuet i det som defineres som *fokusgrupper*. Å benytte seg av fokusgrupper vil si at man samler en gruppe mennesker som i løpet av et begrenset tidsrom skal diskutere et gitt emne med hverandre. Det hele blir styrt av en samtaleleder. Under intervjuene knyttet til denne studien er det jeg som har vært samtaleleder. Da var oppgaven min å starte diskusjonen og samtidig bryte inn i diskusjonen om det var behov (Wibeck, 2000).

Det kan være vanskelig å se skillet mellom gruppe- og fokusgruppeintervju. I følge Brandth (1998, s. 147) er fokusgruppeintervju preget av et enda mer konkret tema enn hva et gruppeintervju er. Et annet skille som brukes er at det i et fokusgruppeintervju legges mer til rette for å produsere data ved at informantene snakker med hverandre, mens det i et gruppeintervju legges større vekt på samtalen mellom forskeren og hver enkelt deltaker. Et tredje skille er gruppesammensetningen. I fokusgruppene jeg har brukt er det samlet inn personer kontaktet med bakgrunn i deres kunnskap om et tema, mens det i gruppeintervjuet er samlet informanter som har kunnskap om ulike temaer.

Fokusgrupper er en av metodene som blir anbefalt å bruke under følgeforskning (Sverdrup 2013, s. 141). I denne oppgaven har jeg valgt å benytte meg av metoden for å undersøke meningene og tanker rundt klippet fra livenesshowet, i forhold til å se det på bloggen og hvordan klippet oppfattes av en gruppe mennesker som ikke har sett livenesshowet fra før.

Fokusgrupper som metode er noe som har vokst sterkere frem de siste årene. Victoria Wibeck (2000) har erfaring innen kommunikasjon og har blant annet har undervist innen fokusgrupper som metode. Ifølge henne ble fokusgrupper tidligere oftest benyttet innen markedsundersøkelser, mens man i dag bruker det innen flere ulike felt. Det kan brukes som en del av flere undersøkelsesmetoder eller alene for å studere personers meninger og tanker rundt et bestemt tema (Wibeck 2000, s.10).

Antall deltakere i en fokusgruppe kan variere alt etter hva man vil studere. Bloor, Frankland, Thomas & Robson (2001) sier man til vanlig anbefaler at gruppen består av seks-åtte personer. I denne studien er gruppene mindre, bestående av tre deltakere. Bloor et al., (2001, s.26) mener dette er greit spesielt i tilfeller hvor intervjuet dreier seg om sensitive tema. En mindre gruppe kan da føre til at det blir lettere for deltakerne og snakke fritt om sine meninger. Jeg mener denne oppgaven tar for seg et show som omhandler et sensitivt tema, og selv om intervjuene ikke handlet direkte om dette, var det flere av deltakeren som underveis snakket om sitt forhold til Abup. Det er rimelig å anta at det for dem var lettere å snakke om dette i en liten gruppe.

Grunnet manglende oppmøte på det tidspunktet intervjuet av fokusgruppe B skulle holdes, valgte jeg å gjennomføre intervjuet med de fremmøtte, og avholde et telefonintervju med vedkommende som ikke møtte opp. Dette fordi jeg syntes det var lite med informasjon fra bare to informanter. Hensikten med et fokusgruppeintervju er jo som nevnt at deltakerne skal snakke seg i mellom, og gjerne diskutere tema. Denne hensikten falt bort for informanten jeg valgte å intervju over telefon, men jeg syntes likevel informasjonen var relevant å ta med videre i analysen. Telefonintervjuet ble mer en samtale for å bekrefte eller avkrefte de andre informantenes allerede avgitte synspunkter.

3.2.5 Fordeler og ulemper med intervju

Som med alt annet har også gruppe- og fokusgrupper som metode fordeler og ulemper. Den største fordelen ved å intervju i grupper, enten det er gruppe- eller fokusgrupper, regnes for å være det samspillet som oppstår mellom deltakeren underveis i intervjuet. De kan «spille på»

hverandre og produsere ideer, tanker eller hjelpe hverandre med å huske ting. Det kan også oppstå diskusjon rundt et tema, noe som kan bidra til interessante opplysninger (Brandth 1998, s. 155-156). Dette var tilfellet i det ene fokusgruppeintervjuet jeg gjennomførte. To av informantene hadde ulike meninger om det ene spørsmålet jeg stilte og det førte til en nyttig samtale hvor jeg fikk noen svært gjennomtenkte refleksjoner som siden kunne brukes i min analyse.

En annen fordel ved å intervju flere om gangen om et gitt tema er at samtalen kan utvikle seg til å dreie seg om aspekter eller egenskaper innen gitt tema forskeren ikke har tenkt på selv (Wibeck 2000, s. 127). I denne studien var temaet om Nesten Helg og reklame, som jeg vil greie mer ut om i analysekapittelet, ett av disse aspektene som dukket opp.

En ulempe er at man ikke med sikkerhet kan vite om informantene sier det de virkelig mener. Kanskje svarer de det resten av gruppen vil høre og ikke tør å si sine egne meninger.

Relasjonen i gruppen kan her være av stor betydning. En god gruppedynamikk hvor ingen tar rollen som leder er det beste for å være sikker på at alle tør å snakke fritt. Dette kan i seg selv selvsagt være en vanskelig oppgave å sette sammen spesielt om man ikke har kjennskap til de aktuelle informantene på forhånd (Brandth 1998, s.157). Det kan også hende samtalen tar en viss vending underveis som gjør at man kommer inn på temaer som ikke alle informantene kan si like mye om, eller at samtalen ikke kommer inn på temaer som informantene vurderer som viktige.

3.2.6 Konfidensialitet og etiske hensyn

Når man skal utføre kvalitative intervju er det en rekke hensyn å ta. Ett av disse har med informantenes anonymitet å gjøre. Ekspertgruppen samtykket til at jeg kunne bruke deres navn i oppgaven. Deres posisjon i forhold til Nesten Helg gjorde at dette var naturlig. Når det gjaldt fokusgruppene var dette litt annerledes. Noen temaer er mer følsomme en andre, og selv om jeg under fokusgruppeintervjuene aldri snakket eller spurte ut om informantenes private helse, var likevel temaet for showet Tourettes og tics. Dermed hendte det at informantene snakket på eget initiativ om deres tilknytting til showet eller Abup. Dette gjorde dem til en sårbar gruppe, og det har dermed hele tiden vært spesielt viktig for meg å forsikre informantene om at de skulle forbli anonyme. Dette ble alle informantene opplyst om i informasjonsskrivet de måtte underskrive på. Det var også tydelig beskrevet at de når som

helst kunne trekke seg fra deltakelsen uten videre begrunnelse. Ekspertgruppen fikk også tilsendt informasjonsskriv som de måtte undertegne før vi startet intervjuet (Vedlegg 1).

Før denne studien kunne starte meldte jeg det inn til Norsk samfunnsvitenskapelig forskningstjeneste (NSD) som er personvernombudet for forskning. De godkjente oppgaven min med forbehold om at informantene skulle holdes anonyme, og at alle transkripsjoner og annen relevant data ble oppbevart på datamaskin med passord underveis. Alle opplysninger som kunne spores til informantene, samt lydopptak, måtte også slettes etter ferdigstilling av oppgaven (Vedlegg 4).

3.2.7 Opptak

For å dokumentere intervjuene ble det brukt en diktafon samt egne notater som ble gjort skriftlig underveis. En av fordelene, og god grunn til å ta opp intervjuet ved bruk av diktafon, er ifølge Kvale (1996, s. 160) at man da lettere kan konsentrere seg om å fokusere på selve dynamikken i intervjuet underveis. Både hva som blir sagt, pauser eller andre ting blir tatt opp slik at man kan gå igjennom å analysere det i ettertid. Faktum at å notere underveis vil trekke oppmerksomheten bort fra informantene og ned i skriveblokken gjorde at jeg holdt meg til å notere i stikkordsform og heller overlate til diktafonen å ta opp alle detaljer (Riis 2005, s. 118). Man kan også velge å filme intervjuet, men da jeg var mest interessert i hva som ble sagt i intervjuene og ikke oppførselen til informantene, var ikke dette noe jeg benyttet meg av (Kvale 1996, s 161).

Det er imidlertid hensyn å ta, og situasjoner man må tenke over når man skal ta opp intervju ved hjelp av diktafon. Kvale (1996, s. 162) nevner situasjoner som at man kan glemme å skru på diktafonen, at det er noe teknisk galt med den, eller at man sitter igjen med et lydopptak med altfor mye støy i bakgrunnen, som igjen fører til at man ikke klarer høre hva som blir sagt. Med tanke på dette utførte jeg mine intervjuer på nøye planlagte lokasjoner hvor jeg vurderte risikoen for å bli forstyrret som liten. Jeg var også svært nøye med å passe på at diktafonen ble slått på før intervjuene startet, og den ble plassert slik at alle informantene kunne høres på opptaket.

3.2.8 Transkripsjon

Når man er ferdig med å utføre intervjuene er det tid for å transkribere dem. Det vil si at man oversetter intervjuet fra verbalt språk til det skriftlige (Kvale 1996, s. 165). I følge Wibeck (2000, s. 81) er dette den beste måten å analysere på. Det som ifølge Kvale (1996, s. 165) er viktig å tenke over er at en transkripsjon ikke er en identisk kopi av det originale opptaket. Det kan ses på som en tolkning av originalen. Han sammenlikner det med et kart som gir oversikt over et landskap. Kartet er heller ikke en direkte kopi av landskapet, men inneholder noen elementer som er fremhevet. Andre elementer er nedtonet eller utelatt (Kvale 1996, s. 165). Med andre ord er det ikke alltid nødvendig eller hensiktsmessig å transkribere opptaket helt ordrett. Noen ganger er det heller ikke mulig, for eksempel om det forekommer støy.

Grunnet jeg med disse intervjuene var mest interessert i hva informantene sa, og ikke hvordan de sa det, har jeg i mine transkripsjoner valgt å utelate uttrykk som for eksempel «ah», «eehh» og «øh», samt utelatt pauser med mindre jeg har funnet det nødvendig for forståelse av sammenhengen i hva som ble sagt (Wibeck 2000, s. 81). Jeg har også gjort det valget å skrive noen deler av intervjuet mer nøyaktig enn andre deler, noe som er i tråd med hva Riis (2005, s. 199) mener er greit å gjøre. Deler av intervjuene, for eksempel helt mot slutten hvor vi sporer av til tema som ikke er interessante for min oppgave, har jeg valgt å ikke transkribere like nøyaktig.

For å sikre at mine informanter forblir helt anonyme i oppgaven har jeg valgt å transkribere alt på bokmål, samt å utelate navn eller andre forhold som for eksempel kjønn som kan spores tilbake til informantene.

3.2.9 Viktige hensyn å ta under intervju

Det er viktig å tenke over hvor intervjuene finner sted. Er det for eksempel hjemme hos informanten kan vedkommende føle seg trygg og avslappet noe som igjen kan resultere i et vellykket intervju hvor forskeren får utfyllende svar på alle spørsmål. (Riis 2005, s.116). Legger man intervjuet til arbeidsplassen til informantene kan dette være med å prege forløpet. Både tankegang og språkbruk kan bli påvirket (Riis 2005, s.116). I mitt tilfelle forgikk det første intervjuet med ekspertgruppen på selve Abup. Selv om dette var deres arbeidssted opplevdes det positivt med tanke på at dette var et sted de kjente seg hjemme samt at det var et naturlig møtested da intervjuet fant sted i deres arbeidstid.

Intervjuene av begge fokusgruppene foregikk på et rolig møterom på UiA. Dette vurderte jeg som en nøytral og naturlig møteplass som jeg regnet med de fleste visste hvor var fra før. I tillegg holdt jeg intervjuene på ettermiddagen noe som gjorde at det var relativt rolig på UiA og at vi dermed unngikk forstyrrelser.

Det andre man må tenke over når man skal utføre intervju er å respektere andres tid (Riis 2005, s. 116). Jeg var nøye med å skrive tidsperspektiv på forhånd til informantene i informasjonsskrivet som de måtte signere slik at alle var innforstått med hvor lenge de måtte beregne å være tilstede.

3.3 Metodiske refleksjoner

3.3.1 Reliabilitet og validitet

Reliabilitet og *validitet* er begreper som sier noe om påliteligheten og gyldighet i en forskning.

Med reliabilitet menes at ulike forskere skal kunne komme frem til samme resultat om de studerer det samme materialet, uavhengig av hverandre. Frode Nyeng, dosent ved Trondheim Økonomiske Høgskole (HiST), sier reliabilitet handler om dataene er til å stole på (Nyeng 2012, s. 105). Det betyr at om jeg hadde gjennomført studien en gang til så skulle resultatene blitt de samme. Med andre ord betyr det at gjentakende måling skal gi samme resultat (Wibeck 2000, s. 119).

Det er lett å komme frem til et resultat man selv «leter» etter, og nettopp derfor er det svært viktig at det finnes nok datamateriale til analysen. Det er her viktig og tenke på at hadde man utført intervjuene en gang til så er det en mulighet for at man hadde fått andre svar. Jeg har under hele denne studien vært bevisst på å ikke finne svarene jeg selv ønsker og jeg mener reliabiliteten opprettholdes ved at jeg har tilstrekkelig med datamateriale til min analyse.

Validitet handler om å studere det man virkelig sier man skal studere. Noen velger å heller bruke begrepet *troverdighet* (Wibeck 2000, s.120). Når man utfører gruppe- eller fokusgruppeintervjuer er det viktig å tenke over at det ikke er sikkert alle deltakerne sier akkurat det de tenker og mener. Det kan forekomme at de blir påvirket av de andre deltakerne og for eksempel ikke tørr å si sin mening av frykt for å si noe som ikke er sosialt akseptert. Dette kan påvirke validiteten. Det blir opp til meg som forsker og bedømme hvor troverdig

det som er blitt sagt er (Wibeck 2000, s. 120-121). En annen faktor som kan svekke validiteten er plassen hvor intervjuene gjennomføres. Det er viktig å finne et sted hvor alle deltakerne kjenner seg rolig og avslappet, uten mulighet for forstyrrelser (Wibeck 2000, s. 121).

Som allerede nevnt mener jeg selv at jeg klarte finne lokasjoner for alle tre intervjuene som var nøytrale, og la opp til at informantene kunne føle seg avslappet. Inntrykket var at alle sa det de mente og det var ikke spesielt en person som opptrådte som en «leder». Jeg har dermed ikke noe grunnlag for å tro at de ikke var troverdige, eller at de ikke turte si hva de egentlig mente. Dette er min subjektive mening, og det kan jo hende at situasjonen opplevdes annerledes for informantene.

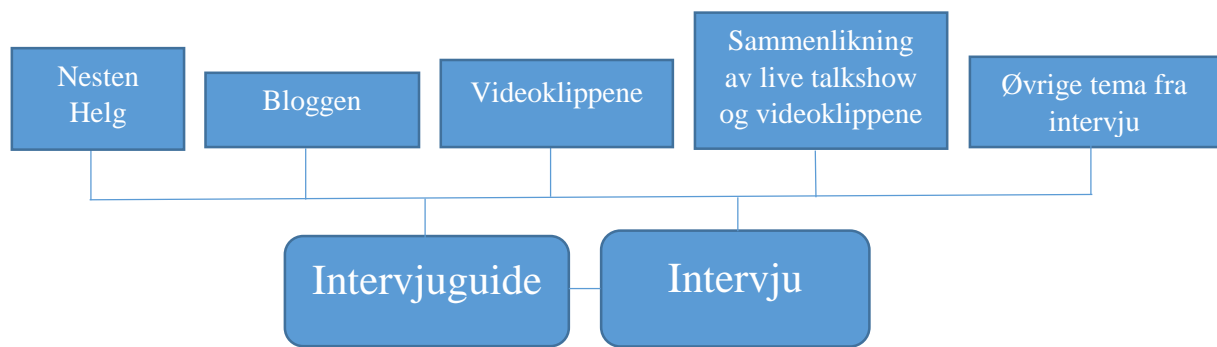
I følge førsteamanuensis i sosiologi ved UiA, Anne Ryen (2012), er begrepene reliabilitet og validitet kontroversielle begreper innen kvalitativ forskning. Kritikken går ut på at «*om det ikke egentlig finnes noen virkelig sannhet «der ute» som man kan enes om, så er det heller ikke mulig å oppnå direkte kunnskap om den*» (Ryen 2012, s 76). Ryen (2012) referer videre til Yvonna S. Lincoln og Egon G. Guba som har skrevet om nettopp disse begrepene. De mener at man ikke har én sannhet, men at man i hver situasjon og kontekst har en mulighet til å være enestående. Man kan imidlertid oppnå troverdighet ved å gjøre ulike tester. Da det å teste dette kan innebære en del utfordringer mener de at begrepet *overførbarhet* heller kan brukes om validitet. Det betyr at jeg, ved å beskrive min studie så detaljert som mulig, kan la leserne av denne oppgaven selv avgjøre om de resultatene jeg kommer frem til er pålitelig og kan overføres til andre situasjoner (Ryen 2012, s. 180).

3.4 Kategorier for analysen

Når data samles inn må det behandles slik at det på en hensiktsmessig måte kan analyseres. Det handler om å «*koda materialet, dela upp det i enheter och söka efter trender och mönster*» (Wesslén 1996 i Wibeck 2000, s.88). Wibeck (2000, s. 87) poengterer at det ikke er en fasit for hvordan man best mulig gjør dette, men at hver enkelt forsker kan prøve ut å forbedre metoder på egen hånd. Det viktigst er at man er konsekvent i inndelingen, og ikke bare velger tema som forskeren selv finner interessante. En vanlig fremgangsmåte er å foreta en innholdsanalyse hvor man ser på datamaterialet og kommer frem til noe temaer og kategorier av hva som er sagt. Det er vanlig å bruke kategorier av temaer som springe ut fra

intervjuguiden, men også av temaer som blir tatt opp ofte under intervjuene. Dette er metodene og fremgangsmåten brukt i denne oppgaven. Jeg startet med å se igjennom transkripsjonene mine flere ganger. På den måten kunne jeg danne meg et klart bilde av hva jeg burde ta med meg videre som kategorier i analysen. Jeg så samtidig på intervjuguidene og tok med kategoriene jeg hadde brukt der (Vedlegg 5 og 6). Det har vært viktig å inkludere kategorier som kan bidra til å besvare problemstillingen. Dette resulterte i følgende fire kategorier som jeg bruker som inndeling i min analyse:

- **Nesten Helg.** I denne kategorien er det ekspertgruppens ytringer som blir fremhevet. Kategorien rommer deres uttalelser om bakgrunnen for Nesten Helg, samt målsettingen for showet og bloggen.
- **Bloggen.** I denne kategoriene vil jeg ta for meg hva informantene sa om bloggen. Både hva som ble oppfattet som positivt, og hva de eventuelt ønsket av endring. Det vil her være relevant i forhold til problemstillingen å skille mellom det informantene som har sett liveshowet sier, og hva de som ikke har sett det sier. Altså skille mellom fokusgruppe A og B. Innen denne kategorien vil også temaet *kommentering* gjøre seg gjeldene. Her vil jeg redegjør for hva informantene mente om mulighetene for å legge igjen kommentar på blogg.
- **Videoklippene.** I denne kategorien vil jeg ta for meg hva informantene sa om begge videoklippene. Både hva som ble oppfattet som positivt, og hva de eventuelt ønsket av endring og forbedring. Det vil også her skilles mellom hva fokusgruppe A og B mener.
- **Sammenlikning av live talkshowet og videoklippene.** Denne kategorien inkluderer hva fokusgruppe A mener om overgangen fra liveshow til blogg. Blant annet om videoklippene klarer å holde på deres oppmerksomhet.
- **Øvrige tema fra intervju.** Denne kategoriene har jeg valgt å ta med da det dukket opp synspunkter på andre temaer enn allerede nevnt over underveis i intervjuene. Denne kategorien inneholder blant annet litt om informantenes syn på Nesten Helg som kunnskapsformidler og undervisningsmateriale.



Figur 1. Oversikt over kategoriene som brukes i analysen.

Jeg vil nå videre i neste kapittel gi en presentasjon av mitt tekstbaserte forskningsmateriale for å gi leserne av denne oppgaven en klarere forståelse av oppgavens utgangspunkt og videre analyse og drøfting.

4.0 MITT FORSKNINGSMATERIALE

Mitt forskningsmateriale er valgt ut med bakgrunn i min problemstilling. Liveshowet fra 08.01.2014 med Tourettes og tics syndrom som tema er utgangspunktet for mitt forskningsmateriale, samt en viktig sammenlikningsfaktor i denne oppgaven. Dermed vil jeg ta med noen synspunkter på liveshowet i analysen. Videre er de to videoklippene av dette showet samt Abup sin blogg mitt tekstmateriale for å besvare min oppgave. Jeg har valg å begrense utvalget til januar måned, når temaet var Tourettes og tics syndrom. Begrensingen er gjort med bakgrunn i denne oppgavens avgrensede tidsrom for ferdigstilling. Dermed var det hensiktsmessig å ta for seg showet som ble arrangert helt i starten av året. Empiri som stammer fra intervjuene utgjør det siste av forskningsmateriale mitt som brukes for å besvare oppgaven. Intervjuene blir presentert i kapittel 5.

4.1 Live talkshowet

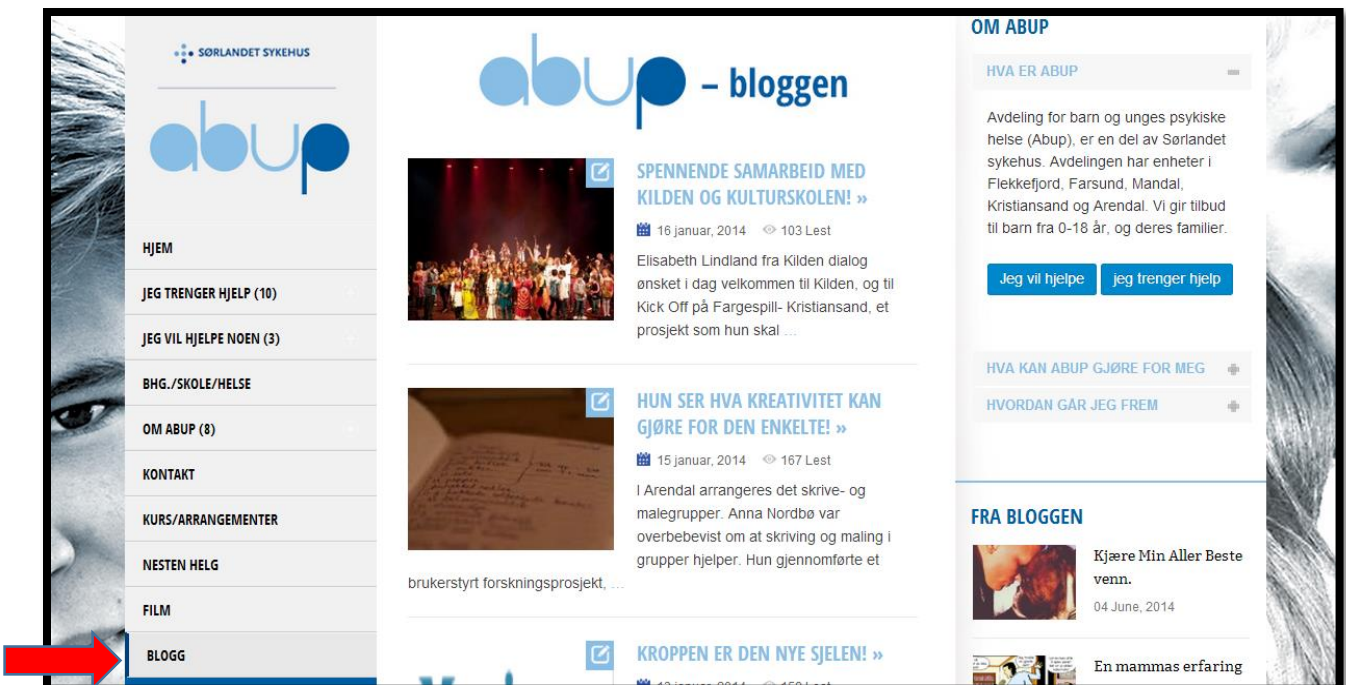
Liveshowet Nesten Helg er, som alt nevnt, arrangert på KICK Malt & Mat i Kristiansand seks ganger i året. Liveshowet som her er valgt ut som del av forskningsmateriale har tittelen *To rette og en vrang. Om å våge å være utenfor «normalen»*. Temaet var som kjent Tourettes og tics syndrom. Showet ble fremført 08.01.2014, og hadde en varighet på omtrent 105 minutter (Abup 2014a).

Liveshowene har ulikt tema og innhold fra gang til gang. Som forklart i innledningen av oppgaven kjennetegnes et talkshow av at det inneholder både nyheter og underholdning. Dette gjelder og for Nesten Helg hvor det er en blanding av faglig og kunstneriske innslag. Showet som i denne oppgaven er gjeldene er intet unntak. Det var blant annet musikalske innslag fra gruppen *To rette og en vrang* hvor to av deltakerne delte sine erfaringer med å ha Tourettes og tics. Videre var det lansering av barneboken *Ole Tikktakk* som også har Tourettes og tics som tema. Tilslutt var det samlet en rekke gjester på scenen for å snakke om behandling av Tourettes og tics (Abup 2014a).

4.2 Abup sin blogg

Jeg har som alt nevnt valgt å begrense forskningsmateriale til januar måned da Tourettes og tics showet ble arrangert. I januar måned er det totalt 15 publiserte innlegg på bloggen til Abup, hvor jeg har vurdert syv av innleggende til å ha direkte relevans til månedens tema- Tourettes og tics syndrom (Abup 2014b). Månedens tema er likt på bloggen og for liveshowet de månedene Nesten Helg arrangeres. Vurderingen ble tatt ved at jeg gikk igjennom alle innleggende publisert på bloggen i januar måned og telte dem som omhandlet Tourettes og tics.

Hjemmesiden til Abup slik den ser ut i dag ble til etter en fornyelse sommeren 2013 (Karlsen 2014). Det er i tilknytting til denne hjemmesiden man finner bloggen til Abup. Førstesiden har en oversikt over hva Abup er og blant annet en kategori midt på siden som heter «fra bloggen». Her finner man en oversikt over hva som sist ble publisert på bloggen samt hva som er månedens tema. Til venstre på siden finner man en meny med flere kategorier. Denne menyen er fast og følger brukeren uavhengig av hvilken kategori man klikker seg videre inn på. En av kategorien er nettopp «blogg» hvor man trykker for å bli ført inn på bloggen til Abup (Figur 2).



Figur 2. Print Screen av Abups fremside. Hentet fra <http://abup.no/> 12.05.14. Her ser man utdrag fra øverste del av abup.no sin fremside. Til venstre i bilde ser man tydelig navigeringsmenyen med blant annet kategorien «blogg» markert med rød pil.



Figur 3. Print Screen av bloggen. Hentet fra <http://abup.no/blogg/page/8/> 08.04.2014. Her ser man utdrag fra siden når man har klikket seg videre på kategorien «blogg»

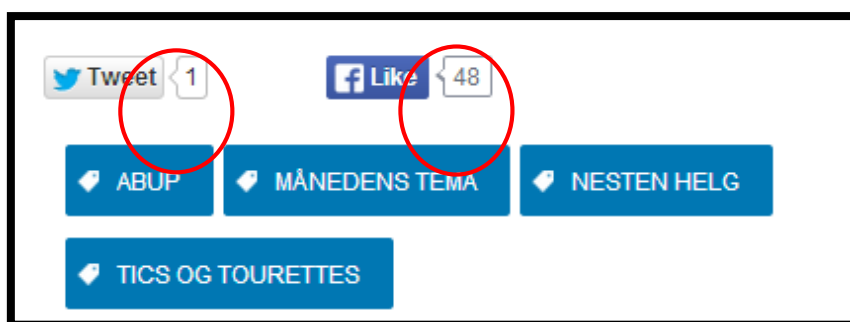
Retteberg (2008, s.15) omtaler én kategori av blogg som «tema drivende blogger». Dette vil si at bloggen fokuserer på et tema som for eksempel politikk eller psykisk helse, og deler informasjon om temaet med sine lesere. Jeg vil argumentere for at Abups blogg går under denne kategorien. Ett kjennetegn ved en slik blogg er at det ofte er flere personer som i sammen bidrar med innlegg (Retteberg 2008, s. 15). Dette gjelder også for bloggen til Abup. Alle som ønsker kan her bidra med tekster som publiseres. Innleggene er ofte preget av månedens tema, og tar for seg personlige opplevelser og erfaringer innen dette temaet. Man velger selv om man vil være anonym eller ei.

Jeg nevnte i kapittel 2.1.2 at blogger kan ha en blanding av ulike sjanger. Dette mener jeg, som allerede nevnt, Abup sin blogg har. Bloggen er preget av en profesjonell kontekst, men inneholder samtidig innlegg som har en subjektiv tone og personlige erfaringer som kan minne om dagbok-sjangeren.

På bloggen er det ikke i dag muligheter for å legge igjen kommentar under de publiserte innleggene. Derimot kan alle se hvor mange som har lest hvert enkelt innlegg (Figur 4) samt man kan trykke *like* på Facebook-knappen på alle innlegg eller dele innlegget på mikroblogg-tjenesten Twitter (Figur 5).



Figur 4. Hentet fra <http://abup.no/sa-lysere-pa-sonnens-tics-etter-a-ha-vaert-pa-nesten-helg/> 07.05.2014. Bilde viser hvor mange som har lest det aktuelle innlegget



Figur 5. Hentet fra <http://abup.no/sa-lysere-pa-sonnens-tics-etter-a-ha-vaert-pa-nesten-helg/> 07.05.2014. Bildet viser hvor mange som har trykket at de «liker» innlegget på Facebook, og har delt det på Twitter.

Alle informantene i fokusgruppe A og B ble før intervjuene oppfordret til å se på bloggen.

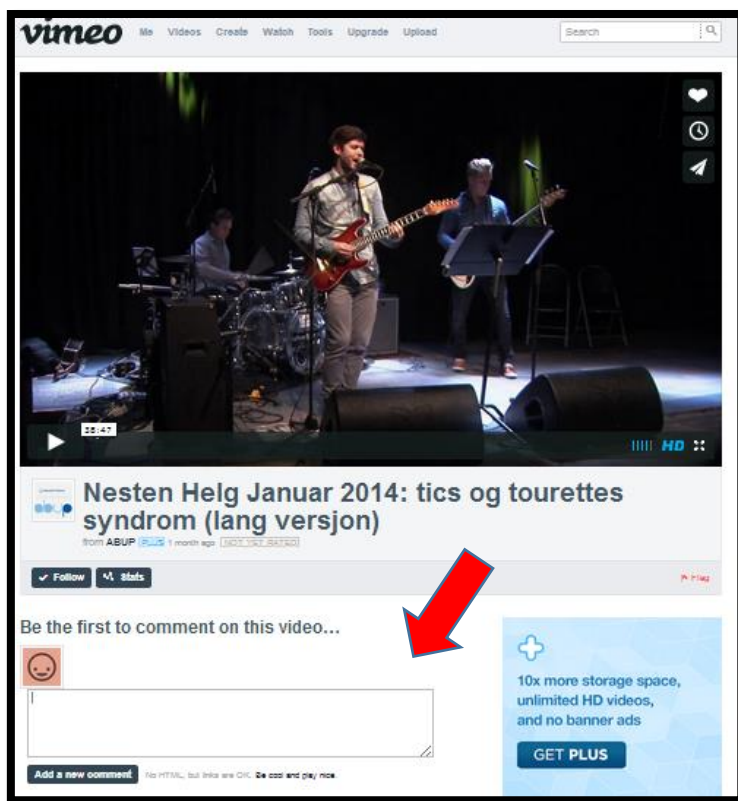
4.3 Videoklippene

Livshowet om Tourettes og tics syndrom ble som alt nevnt filmet i sin helhet. Det ble i ettertid redigert to klipp fra dette showet som Abup ønsket publisere på sin blogg. Det ene klippet varer i 05:43 minutter (Nesten Helg Januar 2014: tics og tourettes syndrom (kort versjon), 2014) og det andre klippet varer i 38:47 minutter (Nesten Helg Januar 2014: tics og tourettes syndrom (lang versjon), 2014). De har med andre ord fått redigert to klipp fra samme show; en kort versjon og en som er lenger og viser mer. Begge disse klippene måtte ses av informantene i fokusgruppene før de stilte til intervju.

Det er nyttig for videre forståelse av analysen å opplyse om at videoklippene på tidspunktet intervjuene fant sted ennå ikke var publisert direkte på bloggen. De var tilgjengelig på

<https://vimeo.com/abup>, som er en *Vimeo*-side Abup disponerer. *Vimeo* er en videodelingstjeneste på internett hvor hvem som helst kan opprette en bruker og laste opp egne filmer (*Vimeo* 2014). Det er nå i ettertid publisert opptak av liveshowet på selve bloggen. Per dags dato er bare den lengste versjonen lagt ut der, men jeg har likevel valgt å bruke begge klippene som ledd i min analyse. Dette med begrunnelse i at begge klippene ble tatt utgangspunkt i under intervjuene og fremdeles er tilgjengelige på *Vimeo*-siden til Abup. Det lengste klippet, som også er publisert direkte på bloggen, er lastet opp via *Vimeo*. Det har identisk innhold enten man ser det direkte gjennom bloggen eller om man velger se det via *Vimeo*-siden slik informantene måtte.

Ser man videoklippene direkte på *Vimeo*-siden vil det være et kommentarfelt tilgjengelig rett under klippet (Figur 6). Her kan man velge å være anonym. Det er også mulig å se grafikk på hvor mange som har sett klippene. Ser man klippe via bloggen vil ikke disse funksjonen være tilgjengelige før man velger å trykke seg videre på klippet til *Vimeo*-siden.



Figur 6. Hentet fra <https://vimeo.com/90308643> 07.05.2014. Bildet viser utsnitt fra videoklippet om Tourettes og tics på *Vimeo*-siden til Abup. Den røde pilen markerer kommentarfeltet.

Jeg tror ikke det har hatt særlig stor innvirkning på informantenes oppfattelsen av klippene at de måtte se det via *Vimeo*. Innholdet er det samme. Hadde de imidlertid vært publisert på

bloggen før intervjuene er det rimelig å anta at informantene hadde fått et noe annerledes helhetsinntrykk av klippene, bloggen og temaet. Dette kunne selvsagt gitt en noe annen forståelse av kontekst, og mulig noe annet svar på mine spørsmål under intervjuene.

4.4 Sammenlikning av live talkshowet og videodokumentarene

Det er flere åpenbare forskjeller mellom liveshowet og videoklippene. Lengden er det ene. Liveshowet varer i ca. 105 minutter. Det lange klippet er som nevnt 38,47 minutter, mens det korte klippet varer i 5,43 minutter. Naturlig nok har det lange klippet lenger sekvenser fra innslagene i liveshowet enn det korte klippet. Det jeg vil trekke frem her er hvordan liveshowet og klippene kan kommuniserer med publikum. Kommunikasjonen under liveshowet vil hevde hovedsakelig går fra scenen til publikum. Publikum kommuniserer derimot ved å gi sin umiddelbare respons ved å le eller respondere på andre måter underveis i showet. Skal man kommentere showet, eller gi konkret tilbakemelding, skjer dette etter at showet er ferdig. Ser man videoklippene på nettet derimot, får man muligheten til å kommentere når som helst underveis i klippet, eller man kan vente til man har sett det ferdig.

Når det gjelder liveshowet må publikum møter opp til et bestemt sted til en bestemt tid. Man er avhengig av å være der på et gitt tidspunkt for å få med seg det som skjer. Bloggen derimot kan man lese når som helt, og hvor som helst (avhengig av internettdækning). Dette gjør at den demografiske betydningen viskes ut. Man får da muligheten til å se klippene når man selv ønsker, uavhengig av tid og sted. Dette kan ses i lys av Castells (2004) tanker fra kapittel 2.1.3.

5.0 ANALYSE AV INTERVJUENE

Målet med å gjennomføre en analyse er blant annet å komme frem til noe man ikke tidligere hadde kjennskap til. Jeg vil i denne analysedelen ta for meg hva som ble sagt i intervjuene som grunnlag for å kunne besvare oppgavens problemstilling.

For å holde informantene anonyme har jeg valgt å omtale dem i oppgaven med tall. Man har informant 1, 2 og 3 i fokusgruppe A som har sett liveshowet. Informant 4, 5 og 6 tilhører fokusgruppe B som ikke har sett liveshowet, bare videoklippene og blogg. Ekspertgruppen omtales ved etternavn da de har godkjent bruk av navn på forhånd.

5.1 Nesten Helg

Som nevnt i kapittel 3.4 ønsker jeg å innlede analysekapittelet med å ta for meg det ekspertgruppen sier om målsettingen med Nesten Helg, og hva de mener er hensikten med å integrere videoklipp av Nesten Helg på bloggen.

Nesten Helg ble ifølge Karlsen startet litt for moro skyld. Karlsen sier «[...] *det skulle være mere internt sykehustalkshow, med tema som hadde interesse for våre nære samarbeidspartnere på sykehuset*». Selv om det var åpent for alle som ønsket var ikke det konkrete målet fra starten å nå ut til flest mulig. De rigget opp hva ekspertgruppen kaller en «*amatørmessig scene*» inne på Abup, og der ble forestillingene holdt de første årene. Tanken om blogg sier de ikke vært tilstedte fra starten, men de begynte likevel å filme showene. Karlsen sier: «*Tenkte at dette var så gøy at vi måtte filme det. Mest for å ha det. Vi hadde jo ikke noen tanker om blogg da. Det var liksom for tidlig det*».

Ekspertgruppen forteller under intervjuet om utviklingen av showet. Det var som alt nevnt fra begynnelsen i utgangspunktet åpent for alle, og de startet med å annonsere for showet ved blant annet å henge opp plakater forskjellige steder i byen. Ønske ble etter hvert at de med showet kunne nå en større gruppe mennesker, og ikke bare de som jobbet på sykehuset. I dag er målet å spre kunnskap og bidra til åpenhet rundt vanskelige temaer knyttet til psykisk helse til flest mulig mennesker.

Målgruppen til showet er det vanskelig å si noe helt konkret om. Karlsen forteller man kan si det hovedsakelig er to grupper mennesker som kommer på liveshowene; den første er fagfolk

som lærere og sykehusansatte, den andre gruppen er mennesker som har en spesiell interesse for akkurat det gjeldende temaet.

Når det gjelder temaene for Nesten Helg showene var dette noe som i starten ble bestemt av en egen komite. I følge ekspertgruppa har denne gruppen etterhvert som tiden har gått blitt faset litt ut, og nå er det Karlsen og Poulsen som hovedsakelig bestemmer tema. Vestad sier: *«men komiteen har gjort et skikkelig jobb, sånn redaksjonelt. Med hvilke temaer som skal inn, og hvilke personer, ikke minst, som er de rette talsfolkene».*

Når det gjelder bloggen til Abup forteller ekspertgruppen at den tok form oktober 2012. Det var fra starten, ifølge Poulsen, *«en ren blogg»*. Sommeren 2013 ble den endret utseendemessig til hva vi kjenner den som i dag og det var samtidig at Poulsen, ifølge Karlsen, *«kom på den geniale ideen å lage månedens tema. Månedens tema for bloggen, for hjemmesiden, og dermed også for Nesten Helg, eller vice versa. At Nesten Helg setter det på dagsorden»*. Månedens tema ble altså etablert og satt ut i livet fra høsten 2013.

Videre kan gruppen fortelle at de ved å opprette en blogg gjør innholdet tilgjengelig til enhver tid. Det blir og fundert rundt tanken om at bloggen er rettet mer mot ungdom, selv om målgruppen ikke er fastsatt og Karlsen kommenterer at filosofien deres er å dele det de har, med dem som ønsker. Kommentarfelt på bloggen er det ikke noen konkrete tanker om på det gitte tidspunktet intervjuet finner sted, men gruppen kan fortelle at det som kanskje forventes skal komme som en kommentar, i stedet kommer i form av et publisert innlegg. På denne måte er det mulig å si at bloggen på mange måter kan ses på som et lite debattforum i seg selv.

Ifølge ekspertgruppen er en del av kjernen i Nesten Helg det kunstneriske aspektet ved showet. Istedenfor bare å bruke tale, så blir det av gruppa reflektert over at de ved å ta i bruk kunstneriske elementer gjerne får kommunisert med publikum på en helt annen måte enn ved bare å snakke.

Det være seg musikk eller performance eller teater så er det andre former for inntrykk som formidles. Og det å få en helhet, en slags syntese av inntrykk og uttrykk til å tematisere en tilstand, eller et problem eller en utfordring i livet, det tenkte vi ville ha stor verdi (Karlsen).

Gruppen formidler deres tanker om bruk av kunsten, og hvordan de i høyeste grad tar dette på alvor i forestillingene.

Som vist formidlet ekspertgruppen gjennom intervjuet hvordan Nesten Helg startet opp, og hvordan målene med showet har utviklet seg. Det har hatt en utvikling, skiftet lokale, og også opprettet en egen tilhørende blogg. Målet med å overføre showet til blogg er å nå ut til flere og spre kunnskap.

5.2 Bloggen

Fokusgruppe A

Informantene hadde sett Abup bloggen før, og gav uttrykk for at mediet blogg var noe de var godt kjent med. Bloggen til Abup var også noe de likte godt som et faglig alternativ til mange andre blogger man kan lese. Informant 1 sier:

Altså sånn, når du tenker de jentene som blogger nå. Det første jeg tenker når jeg hører blogg nå er jo de jentene som blogger nå som er kjent for det. Men det å gå inn på Abup [les Abup.no] å se en sånn blogg, det er jo mer interessant. Får jo mere erfaringer av å lese det, det er jo mye mer interessant.

Informantene mente at blogger de kjente til fra før, som tidligere i kapittel 2 ble kategorisert inne dagboksjangeren, ikke var på langt nær så interessante som Abups blogg. Informant 1 mente blant annet at: «*Det er ikke veldig interessant å lese de som skriver hva de har gjort om dagen og hva de har spist liksom.*»

Informantene gir uttrykk for at de selv er ute etter å lese om temaer med litt dybde.

Spørsmålet om hva som gjorde et tema på bloggen interessant ble av informant 2 besvart slik: «*Kanskje de temaene som er litt mer ideelle for oss, på en måte*»

Et eksempel på tema disse informantene mente var interessant var *mobbing*. Begrunnelsen var at dette temaet er noe som alle kan berøres av. Det finnes overalt og er et tema som de fleste

har en form for relasjon til. Informant 1 sier at «Man kan på en måte treffe seg selv litt, og tenke at «oi, det har jo jeg vært i gjennom» på en måte».

Fokusgruppe B

Også i denne gruppen kunne alle informantene fortelle at de kjente til mediet blogg fra før. Bloggen til Abup derimot var for de fleste informantene i denne gruppen ukjent fra tidligere. Før de stilte til intervju ba jeg dem om å se litt på bloggen for å gjøre seg opp en mening om den. Likevel var det vanskelig å få til en diskusjon rundt bloggen. Inntrykket underveis var at enkelte informantene kjente for lite til bloggen til å kunne uttale seg noe om den. Det endte med at vi underveis i intervjuet fant frem til bloggen på min datamaskin for å vise alle informantene den. Når jeg spurte dem hvilke temaer på bloggen informantene fant mest interessante og hvorfor svarte informant 6:

Jeg føler at det er, det er noe du kjenner på. Eller om du kjenner for eksempel en mor eller en far eller en bror eller noen i familien eller noe nær deg. Så føler jeg at du er veldig opptatt av det temaet. Sånn mobbing og sånn, det hører du alltid om. Så det er jo også spennende å se på. Men hvis det er noen andre tema sånn som selvskading eller depresjon eller noe sånn, så føler jeg, jeg hadde ikke lest om det om jeg ikke kjente noen nær meg som hadde det liksom.

Også informantene i denne gruppen mente det gikk på relasjoner. Kjente man til noen som kunne relateres til et tema ble det straks aktuelt og mer interessant.

Som vist over var alle informantene kjent med blogg fra tidligere, og det som gjorde at de fant et tema på bloggen interessant var deres personlig relasjon til et temaet.

5.2.1 Bruk av kommentarfelt

Som nevnt i kapittel 2.2 er kommentarfelt noe av det som kjennetegner en blogg.

Kommentarfelt ble dermed et naturlig og viktig tema å snakke om under intervjuene.

Som beskrevet i kapittel 4.2 har Abup per i dag ikke noen kommentarfelt under innleggene som publiseres på bloggen. Derfor fant jeg det interessant å snakke med informantene om dette var noe de mente burde tas i bruk igjen.

Fokusgruppe A

På spørsmål om informantene generelt pleide benytte seg av kommentarfelt på nett var svaret raskt nei. Videre spurte jeg om hvorfor de ikke kommenterte, og informant 1 svarte følgende:

[...] jeg gidder ikke å enten slenge dritt eller kommentarer til noe som egentlig ikke har noe i det hele tatt med meg å gjøre. At det blir, tenkt på personen som sitter og får det liksom. At sånn drittsslenging på nett er, jeg er ikke helt der liksom.

Informanten sitt førsteinntrykket av kommentarer på blogg er at det ofte er noe negativt. Jeg spurte også informantene om de kunne tenke seg å legge igjen en positiv kommentar, og informant 2 svarte da at vedkommende hadde lagt igjen en positiv kommentar én gang, men at dette var veldig avhengig av hvilken blogg det dreide seg om. Informant 2 sa: «*Hvis det er faglig blogg så kan jeg godt finne på å spørre om et spørsmål viss jeg lurer på noe*».

Svart var «*ja*» fra informantene da jeg spurte om de kunne tenke seg å legge igjen en kommentar under videoklippene til Nesten Helg.

Fokusgruppe B

Informantene ble spurt om de mente innleggene på bloggen til Abup bør inneholde kommentarfelt. Svarene til informant 4 og 5 var da som følger:

Informant 4: Jeg synes ikke. Jeg er litt skeptisk til det. På grunn av at det er så utrolig massiv netthets, og jeg hater netthets. Altså, og spesielt når det gjelder så sårbare grupper i tillegg så syns jeg, ja, jeg er litt skeptisk til det.

Informant 5: Personlig så unngår jeg konstant sånne kommentarer nettopp på det grunnlaget. For hvis man følger en chat om noe som kan handle om hvilket som helst «nerdete emne» så hvis man leser nedover på slutten så begynner det å skli ut. Som jeg har lest i hvert fall.

Også denne gruppen ble spurt om de eventuelt kunne tenke seg å legge igjen en positiv kommentar på blogg. Dette mente alle de kunne gjort. Faktum at noen også legger igjen fine kommentarer fikk diskusjonen mellom informantene til å veie fordeler og ulemper med et kommentarfelt. Informant 4 sier:

Det tenkte jeg faktisk på. At det er sikkert mange som også vil gi positive kommentarer, og det er jo på en måte, altså, jeg vet ikke. Jeg tror det er det empatiske behovet for å si at «jeg ser deg, du er ikke alene» og altså ja.

Kommentaren kan oppfattes som at informanten ikke helt har bestemt seg for om kommentarfelt er bra eller ei. Da jeg dreide samtalen inn på tema om positive kommentarer virket det som informantene straks ble mer positiv til det å ha kommentarfelt.

Informant 6 spekulerer videre i fordeler med å ha kommentarfelt. Det vil gi mulighetene for leserne å komme med tilbakemeldinger, men samtidig mener informanten at man må passe godt på de som velger å dele personlige innlegg på bloggen: «*De må jo prøve å ta vare på de som faktisk legger inn et seriøst innlegg der. Som de som åpner seg opp og de legger inn*».

Informant 4 tar etter hvert opp igjen tråden om det vedkommende tidligere sa om kommentering. Vedkommende uttrykte først skepsis i forhold til kommentarfelt, men så sier informanten:

Jeg tenkte på, i forhold til det jeg sa i stad. At jeg var veldig skeptisk. På en annen side så er det, hvis man på en måte skal gå vekk fra sånne kommentarfelt, så vinner jo på en måte mobberne. Eller, at man viker vekk fra mobberne fordi man er redd. Og det blir jo heller ikke riktig igjen hvis du forstår meg riktig. Det er jo de som skal på en måte, ikke vinne.

Etter å ha fundert på dette med kommentarfelt kommer det her frem at ved å kutte ut kommentarfelt så mener informanten det kan signalisere en slags seier til personer som legger igjen negative kommentarer.

Informantene så på kommentarfelt som en nyttig metode for å gi feedback til dem som publiserer innlegg på bloggen eller er med i liveshowet og videoklippene. Informantene mente

i den forbindelse at det var viktig å vise forståelse og empati fra kommentator sin side. Ved å kommentere deler man erfaringer og kan være en støtte for hverandre. Informant 4 sier det dreier seg om være medmenneskelig: «den medmenneskelige biten, altså vise at du er medmenneskelig. Ikke bare for å vise det, men for at du oppriktig bryr deg om hvordan personen har det».

Informant 5 legger til:

Jeg ser jo for meg at det kan være godt både for dem som har Tourettes og helsepersonellet, og på en måte se, altså å få sett det. At folk svarer og sier at dette var nyttig informasjon. [...] at det er god feedback. At man på en måte ikke bare har kastet ballen ut i luften, men det er noen som har tatt imot på en måte. Det er liksom at det er gull verdt. At du er verdt noe.

Informantene er enige om at for dem som har publisert et personlig innlegg på bloggen, eller deltar i videoklippet eller liveshowet, så kan det være veldig positivt at noen får muligheten til å legge igjen en positiv kommentar. Dette kan være bekræftende at noen faktisk har tatt til seg det som er sagt, eller blir beundret over den åpenheten som mange velger å vise.

Et annet aspekt blir dratt frem av informant 5. Informantene mener at det ikke bare er positivt med kommentarer for dem som mottar dem, men det kan også være en nyttig funksjon for å sette mennesker som har behov for det i kontakt med andre i samme situasjon. Det betyr at bloggen ikke bare blir informativt til samfunnet, men at det også er nyttig for dem som trenger det. Informant 5:

Det hadde vært en fin måte å komme i kontakt med nye personer. Det kan jo hende at det er en ung person som ikke riktig vet hva de føler kanskje, også er det noen som de ser og som setter et stempel på det. Og at de nå vet hvem de skal oppsøke. Altså det er noe der. At det kan være en måte å spre, altså sånn aktivt, til de som faktisk trenger det. Ikke bare sånn informativt til samfunnet, men også til de som trenger det.

Informanten sier videre at sitatet over er rettet mot blogg som arena, og at inntrykket er at blogg er en slags ungdomsarena og veldig lett tilgjengelig.

Som vist her er informantene i begge fokusgruppene både skeptisk, men samtidig positive til kommentarfelt på bloggen. Det viktigste for dem er at det ikke blir fare for at det skal forekomme negative kommentarer. Kommentarfelt mener de og er en god funksjon for å gi tilbakemeldinger til dem som publiserer innlegg eller er med på showene. De mente også det kunne bli en fin måte å oppnå kontakt med Abup for de som trenger det.

5.3 Videoklippene

I samtalene om videoklippene ble det snakket om både det lange og korte klippet, samt litt om sammenlikningen av disse to.

Fokusgruppe A

Informantene ble, som tidligere nevnt, bedt om å se begge klippene før de stilte til intervju. Siden informantene i denne gruppen hadde sett liveshowet var det interessant å spørre dem om klippene klarte å holde på deres oppmerksomhet. Her var informantene litt delt i oppfattelsen av hva de syntes om klippene. Informant 1 begynner med å si at «*For oss som har sett de før så ble det kanskje litt sånn, «skal vi se det engang til» på en måte.*

Informanten forklarer her at tanken på å se klippene ikke virket så veldig interessant. Det ble på forhånd antatt at dette var ren reprise av det de allerede hadde sett på liveshowet. I midlertid ble det av informanten antydnet at klippene var bra, og det hadde passet bra å se for venner og bekjente som ikke var på liveshowet.

Videre dreide samtalen seg inn på sammenlikning av det korte og det lange klippet. Informant 2 virket mer begeistret, også for det lange klippet, og sa «*Jeg synes det var veldig gøy jeg. Så når jeg så det lange så var det «Å ja, var det det de sa?»*. Informanten mente at også det lange klippet var bra å se om igjen som en slags reprise. Informanten opplevde ved å se på klippene at det var viktige poeng og ting som ble sagt under liveshowet som vedkommende hadde gått glipp av. Dette var momenter som informanten enten ikke hadde hørt eller hadde vært oppmerksom på da fokuset til tider ble tatt vekk fra scenen. Informanten sier at «*hvis jeg ikke har fulgt helt med der og da, da har jeg liksom fått det opp igjen.*

De mener at det lange klippet gir mer informasjon og går mer i dybden av liveshowet. Selv om informanten roser det lange klippet, sier også vedkommende at det korte klippet kanskje er best for dem som har sett showet live, men at begge er like bra og noe de ville anbefalt videre til andre å se.

Det var flere elementer i klippene de likte godt. Musikk er en av modalitetene som er brukt i liveshowet, men som også er lagt på i forbindelse med redigeringen av videoklippene. Musikk ble i kapittel 2.4 beskrevet av Engelstad & Tønnessen (2011) som noe som kan skape stemning. Informantene mente at musikken her gjorde opplevelsen av klippene veldig positiv. Informant 1 sier «*det var veldig bra sånn når de satt inn musikken til når de spilte det skuespillet til når han satt på trikken der*». Informanten henviser her til en sekvens i klippene hvor man får se deltakerne i showet gjøre en liten sketsj som handler om hvordan andre oppfatter Tourettes og tics.

Fokusgruppe B

Denne gruppen hadde jo ikke på forhånd sett liveshowet så når samtalen dreide seg inn på om klippene klarte å holde på deres oppmerksomhet var alle informantene enige om at begge klippene, det korte og det lange, var bra og fanget deres oppmerksomhet. Informant 4 sa «*det lille vekket interesse og jeg på en måte ville se mer. Så det var egentlig veldig gøy å se det lange da*». Informanten viser her med kommentaren at det korte klippet var en slags «teaser», og at det lange klippet var spesielt bra. De andre informantene var enig i dette. Informant 6 sier:

Jeg også tenkte med en gang jeg så det lille, at ja, det er en lang her også. Jeg må jo se hele den igjen. Så det var jo veldig gøy å se. Det er jo musikk, latter, humor og seriøst i samme slengen.

Blanding av humor og det seriøse mener informantene var noe av det som bidro til å gjøre klippene og showet bra. De mente de fikk et bra inntrykk av hvordan liveshowet hadde vært og informant 5 mente det kunne ses på som «*Et slags Skavlan for helsepersonell*».

Informant 5 sier videre at klippene er bra, men det kunne gjerne vært enda mer informasjon og lenger klipp. «*Altså, det var jo på en måte biter som var mer underholdende enn*

informative på en måte. Også var det biter som var informative. Det var en fin miks, men det kunne også vært enda mer informasjon synes jeg».

Informanten fant det interessant å høre på informasjon om temaet, og mener at det ikke hadde gjort noe om klippene var enda lenger, med mer informasjon.

Informantene i fokusgruppe 1 uttalte at musikken bidro til å skape stemning. Det mente også informantene i fokusgruppe 2, selv om de var litt uenige til tider. Informant 5 uttalte at:

[...] de kunne gått tatt vekk musikken litt mer. Jeg likte når de kryssklipte informativ budskap med musikk på en måte. Å sitte å se på folks som står på scenen i et annet rom og spiller musikk det ble litt kjedelig rett og slett. Det syns jeg.

Informanten mente det kunne bli litt langtrukket med rene musikkinnslag i klippene og at sekvensene når det ble fortalt om personlige opplevelser fra deltakere var mer interessant. Informant 4 derimot hadde litt annet syn på det. Informanten mente det man fikk se i klippene stemte godt overens med konseptet til Nesten Helg. «*Selve kunst og mennesket i seg selv*». Informanten mente musikken vekket følelser som det var bra å komme i kontakt med.

Også denne gruppen ble spurt om de kunne tenke seg å anbefale klippene og bloggen videre til bekjente, og det var alle enige om at de kunne gjort. Både ved å fortelle om det, men og ved å benytte seg av *dele-knappene* tilgjengelig under innlegg på bloggen og på videoklippene.

Informantene kunne vi her se likte videoklippene svært godt. Informantene fra fokusgruppe A så klippene litt som reprise, men de mente dette kunne være positivt om man for eksempel hadde gått klipp av deler av liveshowet. Musikk var en del av innslaget de mente bidro til å sette stemning. Fokusgruppe B lite både det korte og det lange klippet, hvor det korte vekket interesse. I denne gruppen ble musikken i innslagene satt pris på av noen, mens andre mente klippene godt kunne inneholdt enda mer informasjon.

5.4 Sammenlikning av live talkshowet og videoklippene

I forhold til oppgavens tematikk var det interessant å finne ut hvordan man oppfatter videoklippene på nett sammenlignet med å se showet live. Informantene i fokusgruppe A ble derfor spurt ut om dette.

Informant 1: De har klart det veldig bra synes jeg. De har fått det veldig godt til å vise hvordan vi hadde det, og hvordan opplevelsene våre var der.

Informant 2: Men selvfølgelig, det er jo alltid mye gøyere å se det foran deg. Det er det jo. Å se liksom alt. Men så er det jo for eksempel den humor tingen da, du begynner jo å le når du ser klippene også. Når de sier noe morsomt på en måte, de har jo fått det veldig bra til sånn at man føler man egentlig er der.

Informantene var enige om at klippene er en god representasjon av liveshowet. De mener klippene klarer å få frem noe av den gode stemningen de opplevde live samtidig som de gir uttrykk for at det selvsagt var noe eget ved å være tilstede under liveshowet. Som allerede nevnt i kapittel 5.3 oppfattet informantene det korte videoklippen som en introduksjon for det lange. I det lange klippet mente de at man fikk mer informasjon og at det var mer innlevelse.

Da samtalen dreide seg mot hva informantene mente var positivt ved å ha videoklippene ute på bloggen var det spesielt det faktum at det er mulig å se de flere ganger, når man vil og hvor man vil som ble trukket frem. «Vi kan se så mange ganger vi vil. Vi kan stoppe det, vi kan pause det, og liksom litt som vi vil da» (Informant 1).

Informantene mente at ved å ha denne muligheten, kan videoklippene brukes til ulike formål, som for eksempel undervisning.

Her ser vi at informantene mener overgangen fra liveshow til videoklipp er gjennomført på en positiv måte som speiler den stemningen som var under showet. De er og spesielt begeistret for muligheten til å se klippene når man selv ønsker.

5.5 Øvrige tema fra intervjuene

5.5.1 Interessante gjester

Fokusgruppe A

Siden denne gruppen med informantene hadde sett liveshowet spurte jeg om de kunne fortelle meg hva de syntes var spesielt positivt med showet. Informant 1 sier dette: *«Det er veldig gøy at de henter inn personer som har opplevd det. Fordi da får vi vite hvordan de har det. Ikke bare folk som kan fortelle om det. Det er det som gjør hele greia mer interessant syns jeg da».*

Her forteller informanten om at det er svært positivt at Nesten Helg har gjester som deltar i showet som selv har en personlig tilknytting til temaet showet tar opp. Dette er en viktig faktor for at de synes showet er interessant. Videre begrunner informant 1 og 2 at det er veldig positivt at det er mennesker som tør å stå frem med *«sine problemer»*. Informant 2 sier: *«[...] det er veldig interessante ting som de forteller om, og veldig gøy tema. Så setter de seg veldig i det. Det er ikke bare om det overfladiske de forteller, men de forteller hele, og det er veldig interessant».*

Informanten sier med dette at det er bra med de som kan fortelle om egne opplevelser. At de forteller hele sannheten om hvordan det er å leve med en lidelse som Tourettes og tics. Man får ved å se på showet ikke bare fakta og «overfladisk informasjon», men man får hele historien til dem som deltar.

Fokusgruppe B

Også denne gruppen likte hvordan Nesten Helg inviterte personer med en tilknytting og erfaring til temaet det gjaldt. Informant 6 sier at *«det kan jo også hjelpe de, for eksempel noen som ser det, og har tics eller blir mobba, som sakter ut eller ikke får den hjelpa de trenger».*

Informantene mener det er bra å se andre som har vært i samme situasjon som kanskje en selv. De mener det er en trygghet å se at andre har klart å komme seg forbi problemene og videre i livet. De mente dette var med på å ufarliggjøre litt det temaet som ble tatt opp.

Informant 6 sier også i forbindelse med dette temaet at: *«Jeg syns de personene som, når de to som hadde tics, eller de tre som var i filmen står og snakker så følger jeg mye mer med».*

Informanten mente med andre ord det var lettere å følge med når man får informasjonen fra

en person som selv har erfaring med temaet. Grunnen mente informanten var at de hadde hatt erfaringen helt siden de var små, og gått igjennom en lang vei som gjør det mer interessant å høre på. Det var ikke like spennende å se på når de profesjonelle presenterte sine synspunkter i videoklippene mente vedkommende. Informant 5 derimot var ikke helt enig i dette.

Informanten var enig i at det var mest spennende å høre fra de med personlig erfaring, men å høre på de profesjonelle var heller ikke dumt. Dette gjorde at det var faglig dybde også for eventuelt helsepersonell som skulle se showet.

Som vist her mente alle informantene det var svært positivt at det deltar personer som selv har erfaring med aktuelt tema. Dette får liveshowet og klippene til å virke mer interessante, og bidrar til en økt oppmerksomhet fra seer og tilskuer.

5.5.2 Nesten Helg som kunnskapsformidler

Et av temaene under intervjuene var hva informantene syntes de fikk ut av å se på showet, enten det var liveshowet eller via videoklippene. En viktig tilbakemelding som da kom frem var Nesten Helg sitt læringsaspekt. Flere ganger under intervjuet ble det nevnt av informantene at de selv følte man lærer mye av å se showet, samt at dette er noe som burde vært vist i undervisningssituasjoner som for eksempel på skoler eller hos helsesøster.

Fokusgruppe A

Informant 1 kom med et interessant eksempel. Informanten fortalte om en person på sin arbeidsplass som hadde Tourettes. Informanten sier:

[...] i hvert fall Tourettes og tics, det er jo, hvis ikke du har vært borte i det før, eller, så blir du jo ganske skremt egentlig av det. Og, jeg jobber med en som har Tourettes da, og før jeg visste at hun hadde Tourettes så ble jeg litt «hjelp» liksom.

Sitatet over er et godt eksempel på noe av det man kan ta med seg fra showet. Her forteller informantene at det var skremmende med Tourettes da det var ukjent. Etter å ha sett showet, og dermed tilegnet seg erfaring om emnet var ikke lenger dette så skremmende.

Informantene nevnte flere ganger at de mente bekjente av dem kunne ha sett klippene for å tilegne seg kunnskap om temaet.

Fokusgruppe B

Også i denne gruppen ble det delt erfaringer ved showet som var satt inn i en kunnskapskontekst. Informant 5 kunne fortelle om en gutt med Tourettes og tics, men at informanten tidligere ikke riktig hadde forstått hans situasjon. Etter å ha sett klippene mente informanten at forståelsen og kunnskapen var betydelig høyere. Informanten snakket om opplevelsen av å se klippene å sa:

For som han sa på det klippet så forbinder kanskje folk det ofte med banning og skriking og sånn. Og det må jeg jo si at det gjorde jo jeg. Så man på en måte lærer jo noe. Ja, det er jo alltid positivt.

De andre informantene var enig i synspunktet om at klippene gav relevant kunnskap om et tema man gjerne til vanlig ikke kan nok om, og som er lett å forhåndsdømme. Informant 6 sa blant annet:

Hvis du ser på film og sånn, hvis det er noen med Tourettes i en film så er det jo det de bruker. Det er jo banning. Det er jo sånne drastiske bevegelser sånn at du skader andre og det er jo, det viser jo på en måte at det er farlig i film. Så det er mange som kan tenke at det er sånn også. Derfor synes jeg det er veldig bra at de viser at det er ikke sånn. Det er ikke så farlig.

De mener Nesten Helg er med å ufarliggjøre flere temaer innen psykisk helse. Informant 4 sier:

Det som er ukjent for oss, det frykter vi jo. Det er mye enklere å sette en merkelapp på det enn å konfronterer det, og lære å forstå. Så jeg syns, jeg syns det var kjempebra! Og jeg tror det kommer til å bidra til at folk blir mindre redde.

I denne gruppen ble det også luftet tanker om å bruke Nesten Helg videoklippene i undervisningssituasjoner. Informant 5 mente helsesøstre og andre relevante områder i skolen kunne benyttet seg av klippene som en lav terskel for å tilegne seg kunnskap, spesielt rettet mot de unge. Informanten spekulerte i at det kanskje var lettere for unge mennesker å oppsøke hjelp eller informasjon hos nettopp en helsesøster eller liknede, enn det var å kontakte Abup direkte.

Også informant 6 foreslo liknende bruksområde for klippene. Informanten fortalte om opplevelsen av lærere sin kunnskap innen temaer som Nesten Helg tar opp: «*Det er sånn, jeg føler ikke lærerne er så i kontakt med elevene da*». Inntrykket til informanten var at lærere ikke alltid vet hvordan de skal håndtere alle situasjoner og at det kunne vært nyttig for alle å se klippene for å tilegne seg kunnskap og forståelse.

Begge fokusgruppene hadde en klar formening om at Nesten Helg bidro til at de økte sin kunnskap om det aktuelle temaet. Spesielt mente de videoklippene burde bli tatt i bruk for å spre kunnskap og informasjon i skolesystemet.

5.5.3 Reklamer for liveshow og blogg

Det var ikke mye informantene mente burde vært annerledes eller bedre med showet eller klippene på nett. Det som likevel kom opp i intervjuene var dette med reklame for liveshowet og bloggen.

Fokusgruppe A

Informant 2 sier: «*[...] jeg er virkelig imponert over showet, bare jeg syns kanskje det er litt dårlig informert om. At det skulle vært mer opplysninger om det så flere kunne komme*».

Informant 1 følger opp med: «*Det står bare en bitte liten annonse i avisen*».

Her hentyder informantene at det er reklame for showet vedkommende savner. For å forsikre meg om at svaret til informantene var oppfattet riktig spurte jeg igjen om de rett å slett ønsket mer reklame for showet. Informant 1 svarte da:

Ja for eksempel på showet da, at de kan si at de legger det ut på bloggen senere i tid. Eller sånn at de informerer oss om det på selve arrangementet. At de gjør oss mer obs på at de har en blogg og. Jeg vet det er flere som hadde gått inn på det etter et show liksom viss de hadde fortalt om det. Ikke det at de hadde trengt å si så mye, men bare liksom at de hadde sett det.

Dette sitatet viser at informanten også savner reklame for bloggen. Informant 2 sier litt senere i intervjuet da vi kommer inn på samme tema at:

[...] de må spre det. Facebook, alle er på Facebook! Få det ut der. Få det ut i avisen. Det er veldig liten annonse i avisen. Det er ikke veldig mange som ser det. Få det liksom større, og det er jo gratis! [...].

Informantene var svært enig i at det var for lite markedsføring av showet og bloggen, og at de kunne ønsket det var mer som ble gjort for å informere folk om at liveshowet og bloggen eksiterer. Kommentaren om annonsen i avisen og på Facebook er en subjektiv men interessant opplysning fra informanten, og sier litt om det inntrykket informanten har av showets markedsføring. De mener man må finne en måte å spre ordet om liveshowet og bloggen.

Fokusgruppe B

Også denne gruppen mente Nesten Helg trengte mer reklame. De kommenterte at personer med en spesiell interesse for faget og temaene fikk det lettere med seg, og var flinkere til å spre ordet om det. Informant 6 sier blant annet at Nesten Helg ikke hadde vært kjent for vedkommende om ikke vedkommende hadde hatt en tilknytting til Abup. Informanten fortsetter med å fortelle om venner og bekjente sin reaksjon når Nesten Helg nevnes: «*Hvis jeg sier det til andre så er det «ja, er ikke det et show?».* Ikke sant. De vet ikke hvor det er, de vet ikke når det er. De bare husker det når jeg sier det så kommer de på at det er et show».

Informant 4 går videre med å fortelle om opplevelsen av å forsøke å finne ut på bloggen når liveshowet skal arrangeres:

Jeg prøvde å se når neste show var liksom. Jeg har prøvd å få det med meg så lenge, men så har jeg glemt det, også har det vært ditt og datt, men da finner jeg jo ikke noe

plass hvor det står når neste show er. Og det er litt sånn irriterende egentlig. Det står bare om alle de andre showene som har vært der.

Informanten mener med dette utsagnet at informasjonen om når liveshowet holdes må bli mer synlig.

Begge fokusgruppene mente det var for lite blest rundt Nesten Helg. De satt med inntrykk av at det ikke var så mange som visste om liveshowet og bloggen med mindre man kjente noen som visste om Nesten Helg fra før, eller om man var fagpersonell som jobbet innen helse og psykiatri.

5.6 Oppsummering

Det ble først vist til ekspertgruppens tanker og målsettinger med Nesten Helg generelt, og Nesten Helg på blogg. De kunne fortelle at målet med å legge ut Nesten Helg på blogg er å nå en større gruppe mennesker samt å spre kunnskap og åpenhet rundt aktuelle temaer.

Videre ble det vist til fokusgruppe A og B sine synspunkter på liveshowet, bloggen, videoklippene, samt sammenlikning av disse. Spesielt fokusgruppe A var begeistret for bloggen til Abup i forhold til blogger de tidligere hadde vært kjent med. Begge fokusgruppene mente det som avgjorde om et tema på bloggen var interessant eller ikke var den enkeltes forhold til det gitte tema. Kjenner man noen, eller er berørt selv av et tema, vil dette fremstå mer interessant.

Kommentarfelt på blogg var alle informantene skeptisk til først. De fryktet det var stor mulighet for at noen skulle legge inn negative kommentarer. De var derimot åpne for tanken om å dele positive kommentarer. Informantene i fokusgruppe B mente også at kommentarfelt kunne fungere som en nyttig metode for tilbakemeldinger til dem som publiserer innlegg, eller til dem som er en del av liveshowet fremstilt i videoklippene.

Videoklippene syntes informantene fra fokusgruppe A kunne fremstå litt som reprise i starten, men de syntes klippene var bra presentert og at de fikk frem stemningen slik den hadde vært under liveshowet. Det var også positivt å se videoklippene en gang til om man hadde gått glipp av noe under liveshowet. Informantene i fokusgruppe B mente begge klippene var

interessante. Det korte klippet fungerte som en «teaser» og fikk dem til å ville se det lange. Spesielt positivt var det at videoklippene på nett gjør det mulig å se showet så mange ganger man ønsker, hvor og når man vil.

Videre mente alle informantene i fokusgruppe A og B at det var svært positivt når personer med erfaring fra temaet deltar i showet. De mente også at showet var veldig lærerikt, og at klippene kunne brukes som kunnskapsmiddel hos helsesøster eller generelt i skolen.

Informantene var også enige i at det var for lite reklame for showene, og Nesten Helg burde blir mer synlig for eksempel på Facebook.

6.0 DRØFTING AV MATERIALET OG SVAR PÅ PROBLEMSTILLING

Videre drøfting danner grunnlaget for de råd og forslag som senere gis til Abup og Nesten Helg for deres videre utvikling. Det er oppgavens teoretiske ramme i sammen med analysedelen som her utgjør materialet til den drøftende delen. Jeg har valgt å dele kapittelet inn i de tre spørsmålene som sammen utgjør oppgavens problemstilling. Dette for å skape en oversiktlig fremstilling av funn og svar på oppgaven.

6.1 Hva er målene med Nesten Helg, og hvordan kan de oppfylles ved å legge videoklipp av live talkshow på blogg?

I teorikapittelet om videoklipp ble det beskrevet at Garfield (2010) mener det er positivt å bruke video på blogg om man har noen man er interessert i og ønsker å dele. Målene med Nesten Helg har vi sett er å hovedsakelig bidra til mer åpenhet og å nettopp dele kunnskap og bidra til åpenhet rundt tabulagte temaer. Blogg vil jeg dermed si er et bra medium for Abup og benytte seg av. Vi har og sett at Abup, ved å legge videoklipp på bloggen, håper å nå ut til en større gruppe mennesker enn hva liveshowet gjør alene.

Alle informantene i fokusgruppene fortalte hvordan de tilegnet seg kunnskap om Tourettes og tics ved å se liveshowet og klippene. Flere av informantene kunne fortelle eksempler fra deres tidligere inntrykk av Tourettes og tics som viste seg å være feil eller forhåndsdommende, og hvordan de etter å ha sett showet fikk en bredere forståelse for temaet. Dette viser at målsettingen om kunnskapsformidling og åpenhet rundt vanskelige temaer på mange måter oppfylles. Informantene mente de lærte noe av å se på, og at temaet i stor grad ble ufarliggjort.

Ved å legge videoklippene på nett er det og vist at gir muligheten for å nå ut til flere mennesker enn ved å bare arrangere et liveshow. Med bakgrunn i Castells (2004) teori kan man si at tid og sted ikke lenger er noe man er avhengig av med dagens teknologi. Også Garfield (2010) la vekt på dette i den teoretiske rammen. Bloggen kan leses når man ønsker og folk kan dermed se videoklippene når de vil, hvor de vil. De trenger ikke lenger være avhengig av å reise til Kristiansand på de gitte tidspunktene liveshowet arrangeres. Dette igjen fører til en stor sannsynlighet for å nå flere mennesker. Nettopp det å være uavhengig av tid og sted ble i analysen vist at var en av faktorene informantene fant svært positivt ved bloggen og videoklippene.

Karlsen (2005) la i den teoretiske rammen vekt på at man må velge riktig kommunikasjonskanal for å tilpasse seg målgruppen. Ut i fra intervjuet med ekspertgruppen og informasjonen som springer ut fra teoretiske delen av oppgaven er det rimelig å anta at liveshowet og bloggen når litt ulik målgruppe. I følge ekspertgruppen er det vanskelig å angi nøyaktig hva slags målgruppe som kommer på liveshowene, men de antar forsiktig at det hovedsakelig er en kjerne av fagfolk og en gruppe som tilhører de som er berørt av det aktuelle temaet, som kommer på liveshowene. Unge vokse er ofte fremdeles studenter og ikke ennå det jeg her mener med fagfolk. Dermed vil jeg anta de fleste av fagfolkene som kommer er vokse. I følge tallene fra kapittel 2.1 viser tall at det er størst prosentandel av de mellom 16 og 24 år som besøker blogger her i Norge. Derfor vil jeg anta at de som leser bloggen inkluderer flere unge. Dette stemmer også med det som komme frem av opplysninger i analysen av ekspertgruppen. Ved å legge videoklippene på blogg kan man dermed regne med å nå en større gruppe mennesker, og en litt annen aldersgruppe en ved bare arrangere live talkshowet.

6.2 Hvordan oppleves de redigerte videoklippene av live talkshowet Nesten Helg med temaet Tourettes og tics av de som har sett showet live, og av de som bare har sett videoklippene?

Analysen av intervjuene viser at videoklippene oppleves noe ulikt av de som har sett liveshowet og av de som ikke har sett det. Informantene som hadde sett showet live mente det var mest gjentakelse, men at klippene passet godt til personer som ikke hadde sett showet tidligere. Informantene som ikke var tilstede under liveshowet var derimot mer begeistret for begge klippene.

Selv om informantene fra fokusgruppe A mente klippene ble en gjentakelse, var det tydelig at de syntes at klippene var bra. Ut i fra analysen viser seg at det er svært positivt å kunne se videoklippene om man for eksempel har gått klipp av enkelte sekvenser av liveshowet. Garfields (2010) utsagn om at man på blogg mediet kan se videoklipp så mange ganger man ønsker var og det informantene trakk frem som spesielt positivt ved å legge liveshowet på nett. Det er tydelig at fordelene med å selv kunne bestemme når man ønsker å se showene var viktig.

Informantene mente og at klippene lyktes med å speile liveshowet og stemningen som var der. I Teoridelen ble det beskrevet at videoklippene alltid vil være en redigert utgave av virkeligheten. Informantenes oppfattelse derimot passer godt med hva Braaten sier om at det fotografiske bilde i videoklippene gir seerne en forestilling av det som skjedde i realiteten. Det viser at bloggen og videoklippenes affordans er med å gjenskape den virkeligheten liveshowet fant sted i.

Spesielt ble det og fremhevet i analysen det positive ved at flere av deltakerne i showet selv hadde erfaring med månedens tema. Dette, samt at klippene kan fungere som en oppfriskning om det skulle være behov, virket som om utgjorde en stor del av hva informantene syntes var bra med klippene.

Det ble tydelig i analysen at informantene som ikke hadde sett liveshowet var begeistret for videoklippene. De mente klippene var bra satt i sammen og at de fikk mye informasjon om temaet. Det korte klippet mente de triggert nysgjerrigheten til å se det lange klippet. Begge klippene klarte å holde på deres oppmerksomhet og ingen av informantene mente det lange eller korte klippet var unødvendig. Ut i fra denne informasjonen mener jeg det er rimelig å si at det korte og det lange klippet fungerer bra i sammen. Muligheten for å velge hva man selv ønsker å se gir grunn til å anta vil bidra til å få flere seere.

Det er tydelig at informantene som aldri hadde sett det aktuelle liveshowet følte de fikk mye ut av å se videoklippene. Som beskrevet i kapittel 6.1 var kunnskapsfokuset sammen med underholdningsbiten en viktig faktor for informantenes begrunnelse for at de likte det de så. Et par av informantene mente det kunne vært enda mer informasjon, og ikke så mye musikk i løpet av klippene, men dette virket som det gikk mer ut på individuell preferanse. Det ble for eksempel trukket frem av andre informanter at musikken var det som satte stemningen. Dette passer bra med hva som blir sagt i den teoretiske rammen om hvordan videoklippenes sammensetning av ulike modaliteter som musikk og levende bilder kan utgjøre en presentasjonsform som fanger seerne.

Også denne gruppen av informanter uttrykte stor begeistring for Nesten Helgs bruk av gjester med personlig erfaring til temaet. Det gjorde inntrykk å høre erfaringer fra dem som selv hadde opplevd Tourettes og tics. Både dette og tilhørigheten man har til et tema mente informantene var med på å gjøre tema på bloggen og klippene interessant. Ifølge Carlsson (2009) kunne vi se at det gjelder å gjøre et budskap så interessant som mulig slik at bloggen blir besøkt, og klippene sett. Dem som ser bloggen vil da med stor sannsynlighet, på eget

initiativ, dele budskapet videre. Dermed er det viktig at innholdet i videoklippene vekker interesse, noe analysen viser på mange måter at er oppnådd.

6.3 Hvordan kan videoklippene integreres i bloggen for å best mulig styrke Abups kommunikasjonsmuligheter?

Videoklippene bør for det første integreres i bloggen på en mest mulig oversiktlig måte. Ved å se på bloggen til Abup ser man at det i dag ikke er mulig å systematisk søke etter temaer på bloggen. Man kan heller ikke på en effektiv måte finne frem til måneden man ønsker å lese. Vil man for eksempel finne innleggene som ble publisert på bloggen i januar, må man benytte meg av «navigeringspilene» nederst på siden. Her kan man trykke på tall, som representerer sider, men det er ikke mulig se hva som befinner seg på den aktuelle siden før man har trykket seg videre. Dette kan være tidkrevende, og føre til at nye brukere ikke ser det som tidligere er publisert.

Da bloggen er lagt opp til å skifte tema hver måned vil det være en fordel for leserne som besøker bloggen å ha tilgang på en lettere navigeringsmeny. Gjerne med mulighet for å navigere etter aktuelle måneder, men og at det lages en meny hvor de ulike temaene for hver måned blir fremhevet. Som nevnt i den teoretiske rammen er blogg det Rettberg (2008) kaller kumulativ. Det betyr at bloggen hele tiden er i endring og de nyeste innleggene kommer øverst. Å legge inn en enkel meny vil dermed kunne bidra til å gi leserne en oversikt over flere måneder, ikke bare ser det som er publisert nylig. Dette vil også gjøre det lettere for dem som ønsker å finne frem til et bestemt videoklipp med et bestemt tema.

Både Carlsson (2010) og Garfield (2010) la vekt på å benytte seg av muligheten et medium som blogg gir. Over, i kapittel 6.2, trakk jeg frem viktigheten av å gjøre blogg og klipp så interessant at brukere og seere vil dele videre på eget initiativ. «Like» knappen for Facebook, og mulighetene til å dele innleggene og videoklipp på Twitter er med på å styrke Abups kommunikasjonsmulighet gjennom bloggen. Sosiale medier brukes av alle generasjoner, og dermed mener jeg dette er et godt delingsverktøy for bloggen.

Kommentarfelt har vært et viktig tema i denne oppgaven. Det ble i den teoretiske rammen beskrevet at Rettberg (2008) mener blogg er et medium hvor alle kan delta. Hun mener de som leser blogg kan være med å forme å skape innholdet ved å legge igjen kommentarer.

Tidligere i oppgaven har jeg forklart at det i dag ikke er noen mulighet for å legge igjen kommentar under de nyeste publiserte innleggene på Abups blogg. Derimot er det mulig å kommentere under videoklippene om man «trykker seg inn» på Abups Vimeo-side. Analysen viser at informantene i fokusgruppe A og B var skeptiske til kommentering på blogg da de mente det var stor fare for negativitet i kommentarfeltet. Det var ingen av de som personlig pleide å legge igjen kommentarer, men de mente det kunne være muligheter for at de ville legge igjen positive kommentarer på Abups blogg. Det ble også nevnt at å legge igjen kommentarer på bloggen kunne være en fin måte å gi feedback, og skape en kontakt mellom Abup og folket. Nettopp derfor er det rimelig å anta at kommentarfelt på bloggen vil kunne bidra til å styrke kommunikasjonsmulighetene til Abup. Det vil kunne bidra til å skape toveiskommunikasjon mellom brukerne av bloggen og Abup.

Det er her relevant å reflektere over hvilken påvirkning videoklippene og øvrige innlegg på bloggen har på ulike mennesker. Bruk av blogg har vi sett åpner for muligheten til å lese innlegg eller se videoklippene når og hvor man selv ønsker. Ser man showet live vil det alltid være flere rundt en som ser det samtidig, og muligheten for å snakke direkte med deltakere og arrangør av Nesten Helg gjør seg gjeldene. Nesten Helgs temaer gjør at man kan nå en relativt sårbar målgruppe, og skulle de se videoklippene alene, og ha behov for å snakke med noen underveis eller i etterkant, ser jeg stor positiv effekt av å ha et kommentarfelt. Der kan det bli mulig for alle å dele felles tanker eller utfordringer som man gjerne ellers ikke vil snakke med andre om. Hoem og Schwebs (2010) synspunkter på kommentering viste at det kan bli et problemet med kommentering når man får muligheten til å være anonym. Dette fører til at terskelen for å legge igjen en negativ kommentar er mye lavere enn om man må publisere med navn. Sjansen for negative kommentarer er dermed større, og det kan være en løsning å legge opp til at alle må registrere seg med fullt navn for å få muligheten til å kommentere. Jeg er enig i at man bør ha en løsning hvor man må registreres med fullt navn for å kommentere. Derimot mener jeg ikke nødvendigvis navnet trenger å offentligjøres for alle. Kommentarene mener jeg først bør godkjennes av redaksjonen under navn, men så mener jeg det kan være positivt å legge kommentarene ut på bloggen med et alias brukerne selv velger under registrering. Det er rimelig å anta at dette kan bidra til å gjøre det lettere for dem som ønsker å dele sine tanker og erfaringer da de ikke trenger avsløre hvem de er.

Med bakgrunn i informantenes opplysninger og øvrig teori virker det som kommentarfelt kan vært en positiv funksjon å implementere på bloggen så lenge det sørges for å blir brukt på riktig måte. Som Gillund (2011) påpekte, er det viktig å ha med seg personer som har erfaring

med sosiale medier og som vet hvordan man skal drifte en blogg. Har man ikke denne type kompetanse vil det være vanskelig å vite hvordan man skal ta vare på de besøkende på en god måte. Med riktig kompetanse vil man kunne håndtere eventuelle negative kommentarer som måtte komme, og man kan og svare på spørsmål og henvendelser som måtte dukke opp.

Det er i sammenheng med kommentarfelt som tema også verdt å reflektere over innleggene som publiseres på bloggen. Som tidligere nevnt var det i januar 7 av 15 innlegg som omhandlet månedens tema. Dette kan man se på som en form for kommentar til månedens tema, eller til Abup generelt. Dette stemmer også overens med informasjonen i analysen av ekspertgruppen. De mente mange av innleggene som publiseres kan ses på som kommentarer av et tema. De som ønsker kan velge å få publisert innlegg om egne erfaringer, eller de kan skrive innlegg hvor de kommenterer meninger rundt månedens tema. Både innlegg for publisering og kommentarene til innlegg og videoklipp mener jeg, ut i fra den teoretiske rammen, må gå via redaksjonen for godkjenning. Dette for å unngå negativitet og upassende kommentarer.

Alle informantene i fokusgruppene mente Nesten Helg og bloggen trengte å bli mer synlig. Ekspertgruppen fortalte at de henger opp plakater og sender ut informasjon om showet i ulike kanaler som avis og e-post. Dette er tydeligvis ikke synlig nok, spesielt for den målgruppen informantene tilhørte. Deres erfaring tilsier at man ikke vet om Nesten Helg med mindre man kjenner noen som vet om det, eller man møter på det gjennom arbeid eller skole. Det kan virke som at Nesten Helg til nå er blitt reklamert for i kanaler som ikke de unge følger med på. To av informantene nevnte hvordan Nesten Helg i større grad burde synliggjøres på Facebook. Carlsson (2010) mener at man må benytte de muligheten man har til å spre ordet om sitt budskap, og bruk av Facebook var et av hennes forslag. En informant foreslo også at det mot slutten av liveshowene burde blitt opplyst til publikum om at det finnes en blogg hvor man kan se videoklipp i etterkant. Det bør bli en mer tydelig gjensidig henvisning mellom de ulike tilgjengelige kanalene for å bidra til kjennskap av Abups blogg og liveshow.

6.4 Oppsummering

For å nå målene med Nesten Helg ble det vist til at blogg som medium er et bra virkemiddel. Bloggen bidrar til muligheten for å nå ut til flere mennesker. Det ble også vist at informantene mente de tilegnet seg kunnskap ved å se liveshowet og videoklippene, og at det bidro til en

ufarliggjøring av gjeldene tema. Det ble videre antatt at bloggen når en annen aldersgruppe en talkshowet.

Videoklippene kunne vi se ble oppfattet noe ulikt av informantene, men at alle syntes de var bra. Informantene mente og at klippene klarte gjenskape stemningen som var på liveshowet. Videre ble musikkens betydning i klippene diskutert, før temaet om informantenes begeistring for gjester med personlig erfaring innen det gitte temaet. Informantene mener disse personene bidrar til å gjøre bloggen og klippene interessante.

Videre ble det vist at videoklippene bør integreres i bloggen på en oversiktlig måte og at det kan være en fordel og lage en oversiktlig navigeringsmeny. Kommentarfelt som tema ble videre tatt opp, hvor det ble vist at kommentarfelt på bloggen kan være positivt så lenge det blir brukt på riktig måte. Innleggene på bloggen så vi og at kan ses på som en form for kommentar.

Tilslutt ble det vist til at Nesten Helg må bli mer synlig for alle målgrupper, og da spesielt gjerne bli mer aktive på Facebook.

7.0 RÅD OG FORSLAG TIL VEIEN VIDERE

Til nå har jeg tatt for meg hva ekspertgruppen og øvrige informanter har å si om Nesten Helg, bloggen og videoklippene. Med bakgrunn i funn som springer ut fra analysen og drøftingen, vil jeg som en avslutning på denne oppgaven nå gi noen råd og forslag til Abup for veien videre med Nesten Helg og videoklippene på blogg, før jeg runder av med noen tanker om videre forskning.

Spørsmålene i problemstillingen er allerede besvart i kapittel 6. Drøftingen dannet utgangspunkt for flere råd og forslag til Abup og deres arbeid med Nesten Helg på blogg. Det første jeg vil trekke frem er tanken om at bloggen sannsynligvis vil ha en yngre brukergruppe enn de som til vanlig er på liveshowet. Både teoretisk ramme, analyse og drøfting viser dette. Dermed er det først og fremst rimelig å råde Abup til å fortsette å legge videoklipp av Nesten Helg på bloggen. Sannsynligheten for å nå flere mennesker er stor, og dette står i tråd med deres målsetting.

Videre vil jeg råde til å opprette en enda mer oversiktlig navigeringsmeny på bloggen. I dag er det ikke mulig å velge hvilken måned eller tema man vil lese mer om, men å utbedre dette mener jeg kan bidra til at både nye og gamle lesere lettere kan finne alt som er publisert. I stedet for å lete i blant allerede publiserte innlegg, er det rimelig å anta at det vil øke brukeropplevelse om hver enkelt lett kan lete opp det temaet de vil lese mer om i en enkel meny.

Videoklippene, er som vist i denne oppgaven, laget i både en lang og en kort versjon. Informantenes begeistring for dem begge danner bakgrunnen for mitt råd om å fortsette å lage to versjoner av andre liveshow i fremtiden. Ingen av informantene mente det korte eller lange klippet burde fjernes, og det er vist at klippene har hver sine fordeler. Det korte kan ses av dem som har vært på liveshowet, eller brukes som en interessevekker, mens det lange fungerer til mer utfyllende informasjon for alle som ønsker det. Det er derimot bare det lange klippet som i dag er direkte linket til bloggen, mens det korte bare er tilgjengelig på Vimeo-siden. Med bakgrunn i informasjonen som er gitt av informantene er mitt råd at det bør bli vurdert å legge begge klippene på bloggen slik at hver enkelt selv kan velge hvilket klipp som passer best for dem å se.

Det som også bør huskes på, ifølge Garfields (2010) tips, er å være nøye på å legge ut videoklippene jevnlig. Etter hvert show bør det etter en rimelig tid komme et videoklipp på bloggen. Dette vil føre til at leserne av bloggen får riktige forventninger, og at de mest

sannsynlig forsetter å klikke seg inn på bloggen. Forslaget er å finne en rutine i arbeidet med liveshowet og bloggen. Informantene mente det var for lite reklame og informasjon om både liveshowet og bloggen, og inntrykket deres var at det hovedsakelig var fagfolk eller andre med en allerede eksisterende tilknytning til Abup som visste om showet. Et forslag vil være at Facebook blir brukt i større grad som et aktivt hjelpemiddel for å spre ordet om Nesten Helg. Dette ble både foreslått i den teoretiske rammen, samt av informantene, så det er rimelig å tenke seg at man på denne måte når en bredere målgruppe og øker informasjonsstrømmen rundt Nesten Helg.

Videre er det i oppgaven vist at det er smart å gi brukerne av bloggen en mulighet til å på eget initiativ dele innlegg eller videoklipp. Både innlegg og klipp kan i dag deles videre, og dette vil jeg også råde til og fortsette med. Er det noen som ser klippene og liker dem, kan de spre det videre til venner og bekjente. Dermed kan budskapet umiddelbart bli delt med en større gruppe mennesker og målsettingen om spre kunnskap og bidra til åpenhet om ulike tema kan i høyere grad bli oppnådd.

Det ble i analysen vist at informantene ikke pleide å legge igjen kommentarer på nett, men enkelte mente det kunne være fint å ha kommentarfelt som en slags positiv mulighet for å gi tilbakemelding til Nesten Helg, og deltakerne av showet. Følelsen av å kunne vise dem som publiserer noe på bloggen at man mottar budskapet var blant annet det informantene vurderte som argument for å ha kommentarfelt. Kommentarfeltet vil og fungere som en kommunikasjonsplattform fra leser til Abup. Dermed er anbefalingen til Abup og gjenoppta bruke av kommentarfelt på bloggen, og ikke bare ha det som en mulighet under videoklippene på Vimeo-siden.

Alternativene er, som vi kunne se i den teoretiske rammen, og enten ha åpent eller lukket kommentarfelt. Jeg vil råde til å ha et åpent kommentarfelt, men med forbehold om at alle må oppgi fult navn for å kommentere, og at det er en person i redaksjonen som må godkjenne kommentaren før de publiseres. Kommentarene kan gjerne etter å ha blitt godkjent publiseres anonymt eller under et alias. Som drøftet over mener jeg dette kan bidra til en lavere terskel for å dele tanker om sårbare tema på bloggen, og det kan bidra til å fremme en positiv toveiskommunikasjon mellom Abup og publikum.

Helt til slutt vil jeg dvele ved noen tanker om videre muligheter for forskning. Ved å arbeide med denne oppgaven har det underveis gjort seg gjeldende flere problemstillinger som jeg

mener kunne vært interessante å svare på om tidsperioden for å skrive denne oppgaven hadde vær lenge, eller for andre som skal i gang med sin masteroppgaveskriving.

Nesten Helg har gjennom denne oppgaven vist seg å være et show som er godt likt, og har stor respekt av både de som har sett det og av de som jobber med det. Likevel har dette vært en oppgave hvor jeg kun, grunnet tidsbegrensninger, har konsentrert meg om ett show, nemlig som vi har sett det som omhandlet Tourettes og tics. Jeg mener det hadde vært interessant og ta for seg en sammenlikning av flere av Nesten Helg sine show og blant annet funnet ut hvilke elementer i showene som er mest vellykket. Gjerne tatt en undersøkelse av hvilke innslag i showene det skulle vært gjort mer av, og hva som kunne vært annerledes. Dette mener jeg vil kunne bidra til å øke Abups kunnskap om hva publikum setter mest pris på, og videre bidra en enda bedre publikumsopplevelse og utvikling av Nesten Helg.

KILDER

Abup. (2013a). *Om Nesten Helg*. Hentet 09.05.2014 fra <http://abup.no/nesten-helg/om-nesten-helg/>

Abup. (2013b). *Nesten Helg*. Hentet 10.02.2014 fra <http://abup.no/nesten-helg/>

Abup. (2014a). *Velkommen til årets første Nesten Helg!*. Hentet 09.05.2014 fra <http://abup.no/velkommen-til-arets-forste-nesten-helg/>

Abup. (2014b). *Abup-bloggen*. Hentet 09.05.2014 fra <http://abup.no/blogg/page/8/>

Baklien, B. & Skatvedt, A. (2013). Forventing og forvirring- følgeforskningens rotete roller. I A. Halvorsen, E.L. Madsen & N. Jentoft (Red.), *Evaluering: tradisjoner, praksis, mangfold* (s.148-163). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS

Bloor, M., Frankland, J., Thomas, M. & Robson, K. (2001). *Focus Groups in Social Research*. London: SAGE publications

Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press

Brandth, B. (1998). Gruppeintervju: perspektiv, relasjoner og kontekst. I H. Holter & R. Kalleberg (Red.), *Kvalitative metoder i samfunnsforskning*. (s. 145-165). Oslo: Universitetsforlaget AS

Brandtzæg, P. B., Gillund, L., Krokan, A., Kvalnes, Ø., Meling, A. K., & Wessel-Ass, J. (2011). *Sosiale medier i all offentlighet*. Oslo: Kommuneforlaget AS

Brandtzæg, P. B. (2011). Suksess i sosiale medier. I P. B Brandtzæg, L. Gillund, A. Krokan, Ø. Kvalnes, A. K. Meling & J. Wessel-Ass (Red.), *Sosiale medier i all offentlighet* (s.37-60). Oslo: Kommuneforlaget AS

Carlsson, L. (2010). *Marknadsföring och kommunikation i sociala medier: givande dialoger, starkare varumärke, ökad försäljning :-)*. Mölndal: Billes Tryckeri AB

Castells, M. (2004). Informatioalism, Networks, and the Network Society: A Theoretical Blueprint. I Castells, M. (Red.), *The Network society: a cross-cultural perspective* (s. 3-45). Cheltenham: Edward Elgar

Engebreetsen, M. (2007). *Digitale diskurser. Nettavisen som kommunikativ flerbruksarena*. Kristiansand: Høyskoleforlaget

Engelstad, A. & Tønnessen, E.S. (2011). *Film: en innføring*. Oslo: Cappelen Damm AS

Finansdepartementet. (2005). *Veileder til gjennomføring av evalueringer*. Oslo:

Finansdepartementet. Hentet 13.05.14 fra

http://www.regjeringen.no/upload/FIN/Vedlegg/okstyring/Veileder_til_gjennomf%C3%B8ring_av_evalueringer.pdf

Garfield, S. (2010). *Get seen: online video secrets to building your business*. USA: Wiley

Gillund, L. (2010). Sosiale medier: Har man råd til å la være? I P. B Brandtzæg, L. Gillund, A. Krokan, Ø. Kvalnes, A. K. Meling & J. Wessel-Ass (Red.), *Sosiale medier i all offentlighet* (s. 61-87). Oslo: Kommuneforlaget AS

Halvorsen, A. & Madsen, E.L. (2013). Styring og læring gjennom evaluering. I A. Halvorsen, E.L. Madsen & N. Jentoft (Red.), *Evaluering: tradisjoner, praksis, mangfold* (s.15-27). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS

Hoem, H., & Schwebs, T. (2010). *Tekst2null: Nettsamtalenes spillerom*. Oslo: Universitetsforlaget AS

Høibjerg, L. (1994). *Reception af levende billeder*. København: Akademisk Forlag

Karlsen, T. (2005). Kommunikasjon: målstyrt samarbeid og informasjon. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS

Krokan, A. (2011). Sosiale medieres inntog i samfunnet. I P. B Brandtzæg, L. Gillund, A. Krokan, Ø. Kvalnes, A. K. Meling & J. Wessel-Ass (Red.), *Sosiale medier i all offentlighet* (s.15-36). Oslo: Kommuneforlaget AS

Kvale, S. (1996). *InterViews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. California: SAGE Publications

Kvale, S. (2007). *Doing Interviews*. London: SAGE Publications

Liestøl, G., Fagerjord, A., & Hannemyr, G. (2009). *Sammensatte tekster: arbeid med digital kompetanse i skolen*. Oslo: Cappelen Damm AS

Lüders, M., Prøitz, L., & Rasmussen, T. (2010). Emerging personal media genres. *New media & society* 12(6.), 947-963

Medienorge. (2014a). *Internett-bruk en gjennomsnittsdag-resultat*. Hentet 20.05.2014 fra <http://medienorge.uib.no/statistikk/medium/ikt/315>

Medienorge. (2014b). *Internett- bruk etter type bruk 1-resultat*. Hentet 20.05.2014 fra <http://medienorge.uib.no/statistikk/medium/ikt/329>

Mortensen, J. (2002). *Talkshowet som talende TV. Bind 1: Teoretisk indkredsning*. Århus: Two Riders forlag.

Nesten Helg Januar 2014: tics og tourettes syndrom (kort versjon). (2014). [Videoklipp]. Hentet 12.05.2014 fra <https://vimeo.com/90212652>

Nesten Helg Januar 2014: tics og tourettes syndrom (lang versjon). Vimeo. (2014). [Videoklipp]. Hentet 12.05.2014 fra <https://vimeo.com/90308643>

Nyeng, F. (2012). *Nøkkeltbegreper i forskningsmetode og vitenskapsteori*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS

Rettberg, J.W. (2008). *Blogging: digital media and society series*. Cambridge: Polity Press

Riis, O. (2005). *Samfundvidenskab i praksis. Introduktion til anvendt metode*. København: Hans Reitzels Forlag

Ryen, A. (2012). *Det kvalitative intervjuet. Fra vitenskapsteori til feltarbeid*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørge AS

Sverdrup, S. (2013). Følgeforskning som en nyere tendens i norsk evaluering: Hva er det, og hvordan kan det gjennomføres? I A. Halvorsen, E.L. Madsen & N. Jentoft (Red.), *Evaluering: tradisjoner, praksis, mangfold* (s.134-147). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS

Statistisk sentralbyrå. (2013). *Bruk av IKT i næringslivet, 2013*. Hentet 10.02.2014 fra <https://www.ssb.no/iktbruken>

Vimeo. (2014c). *About Vimeo*. Hentet 12.05.14 fra <https://vimeo.com/about>

Wesslén, A. (1996). «Fokusgrupper- en bra metod i hälsoforskning». I *Vår Föda*, (3), [21]-22.

Wibeck, V. (2000). *Fokusgrupper: om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Malmö: Studentlitteratur

OVERSIKT OVER VEDLEGG

Vedlegg 1: Informasjonsskriv til ekspertgruppen

Vedlegg 2: Informasjonsskriv til informanter som har sett liveshowet

Vedlegg 3: Informasjonsskriv til informanter som ikke har sett liveshowet

Vedlegg 4: Henvendelse fra Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste

Vedlegg 5: Intervjuguide for ekspertgruppen

Vedlegg 6: Temaliste og intervjuguide for fokusgruppene

Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet

«Nesten Helg- fra live talkshow til blogg»

Bakgrunn og formål

Prosjektet er en mastergradsoppgave som utføres ved Universitet i Agder.

Oppgaven tar for seg landets eneste sykehustalkshow Nesten Helg som arrangeres av Abup en gang pr. mnd.

Formålet med denne studien er å finne ut hva man kan ta med seg fra live talkshowet til Nesten helg og over til bloggen deres, og å videre bidra til utviklingen av Nesten Helg på blogg. I hovedsak vil oppgaven fokusere på live talkshowet om «hvordan det er å leve med Tourettes og tics», vist 08.01.2014 på Kick Malt og Mat i Kristiansand.

Problemstillingen som skal analyseres er:

Hvordan oppleves et redigert opptak av et live talkshow på blogg av de som har sett showet live og de som kun har sett det på blogg?

- *En analyse av Nesten helg sitt live talkshow fra 08.01.2014 om Tourettes og tics*

Du er forespurt om å delta i prosjektet med bakgrunn i din kunnskap og tilknytning til Abup og Nesten Helg. Dine opplysninger vil bidra til å danne bakgrunn for videre utvikling av oppgaven.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Å delta i studien vil innebære å bidra med opplysninger i et intervju, samt å svare på eventuelle spørsmål som måtte dukke opp i forbindelse med temaet etter intervjuet. Spørsmålene i intervjuet vil omhandle Nesten Helg og hvordan man ser for seg utviklingen fra talkshow til blogg

Intervjuet vil bli registrert i form av notater og lydopptak.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Opplysningene behandles konfidensielt. Intervjuet vil bli tatt opp med en lydopptaker og det er mine to veiledere Elise Seip Tønnessen og Ingrid Kristine Hasund, i tillegg til meg selv, som vil ha tilgang på informasjonen som kommer frem i intervjuet. Data som ikke brukes vil bli slettet når prosjektet er ferdigstilt.

Du vil kunne gjenkjennes i publikasjonen i form av fullt navn.

Prosjektet skal etter planen avsluttes 02.06.2014. Oppgaven vil bli offentliggjort og oppbevart ved Universitet i Agder. Hvem som helst vil da få tilgang til besvarelsen. Det er mulig å

klausulere oppgaven slik at den ikke blir offentliggjort, hvis det er særlige grunner som taler for det. Dette kan det gjøres egen avtale om før innlevering.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn. Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli anonymisert.

Dersom du har spørsmål om studien, ta kontakt med:

Elise Seip Tønnessen (veileder): elise.s.tonnessen@uia.no

Ingrid Kristine Hasund (veileder): kristine.hasund@uia.no

Line A. Eldholm (student): line_eldholm@hotmail.com . Tlf: 99407848.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

Med vennlig hilsen

Line A. Eldholm

Samtykke til deltakelse i studien

Jeg har mottatt informasjon om studien, og er villig til å delta

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet

«Nesten Helg- fra live talkshow til blogg»

Bakgrunn og formål

Prosjektet er en mastergradsoppgave som utføres ved Universitet i Agder.

Oppgaven tar for seg landets eneste sykehustalkshow Nesten Helg som arrangeres av Abup en gang pr. mnd.

Formålet med denne studien er å finne ut hva man kan ta med seg fra live talkshowet til Nesten helg og over til bloggen deres, og å videre bidra til utviklingen av Nesten Helg på blogg. I hovedsak vil oppgaven fokusere på live talkshowet om «hvordan det er å leve med Tourettes og tics», vist 08.01.2014 på Kick Malt og Mat i Kristiansand.

Problemstillingen som skal analyseres er:

Hvordan oppleves et redigert opptak av et live talkshow på blogg av de som har sett showet live og de som kun har sett det på blogg?

- *En analyse av Nesten helg sitt live talkshow fra 08.01.2014 om Tourettes og tics*

Du er forespurt om å delta i prosjektet fordi du har sett live talkshowet om Tourettes og tics. Dine opplysninger vil bidra til å belys hvordan bloggen leses av målgruppen som på forhånd har sett talkshowet.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Å delta i studien vil innebære å få tilgang til bloggen i en begrenset tidsrom hvor opptak av showet legges ut samt å delta i et fokusgruppeintervju med varighet på ca. en time. Spørsmålene i intervjuet vil omhandle Nesten Helg og bloggen, og hvordan du opplever Nesten Helg talkshowet om Tourettes og tics på blogg i forhold til å se det live.

Intervjuet vil bli registrert i form av notater og lydopptak. Intervjuet blir transkribert, lydopptakene blir slettet etter bruk, og ingen navnelister blir oppbevart. Det vil dermed ikke være mulig å identifisere deg i offentliggjøringen av studien.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Opplysningene behandles konfidensielt. Mine to veiledere Elise Seip Tønnessen og Ingrid Kristine Hasund vil, i tillegg til meg selv, vil ha tilgang på transkripsjonene. All informasjon om deg vil bli anonymisert.

Prosjektet skal etter planen avsluttes 04.06.2014. Oppgaven vil bli offentliggjort og oppbevart ved Universitet i Agder. Hvem som helst vil da få tilgang til besvarelsen.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn. Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg slettes.

Dersom du har spørsmål om studien, ta kontakt med:

Elise Seip Tønnessen (veileder): elise.s.tonnessen@uia.no

Ingrid Kristine Hasund (veileder): kristine.hasund@uia.no

Line A. Eldholm (student): line_eldholm@hotmail.com . Tlf: 99407848.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

Med vennlig hilsen

Line A. Eldholm

Samtykke til deltakelse i studien

Jeg har mottatt informasjon om studien, og er villig til å delta

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet

«Nesten Helg- fra live talkshow til blogg»

Bakgrunn og formål

Prosjektet er en mastergradsoppgave som utføres ved Universitet i Agder.

Oppgaven tar for seg landets eneste sykehustalkshow Nesten Helg som arrangeres av Abup en gang pr. mnd.

Formålet med denne studien er å finne ut hva man kan ta med seg fra live talkshowet til Nesten helg og over til bloggen deres, og å videre bidra til utviklingen av Nesten Helg på blogg. I hovedsak vil oppgaven fokusere på live talkshowet om «hvordan det er å leve med Tourettes og tics», vist 08.01.2014 på Kick Malt og Mat i Kristiansand.

Problemstillingen som skal analyseres er:

Hvordan oppleves et redigert opptak av et live talkshow på blogg av de som har sett showet live og de som kun har sett det på blogg?

- *En analyse av Nesten helg sitt live talkshow fra 08.01.2014 om Tourettes og tics*

Du er forespurt om å delta i prosjektet for å representere vanlige internettbrukere som kan lese bloggen uten å ha kjennskap til talkshowet. Dine opplysninger vil bidra til å belyse hvordan bloggen leses av en ny målgruppe.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Å delta i studien vil innebære å få tilgang til bloggen i en begrenset tidsrom hvor opptak av showet legges ut samt å delta i et fokusgruppeintervju med varighet på ca. en time. Spørsmålene i intervjuet vil omhandle stoff fra showet på bloggen.

Intervjuet vil bli registrert i form av notater og lydopptak. Intervjuet blir transkribert, lydopptakene blir slettet etter bruk, og ingen navnelister blir oppbevart. Det vil dermed ikke være mulig å identifisere deg i offentliggjøringen av studien.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Opplysningene behandles konfidensielt. Mine to veiledere Elise Seip Tønnessen og Ingrid Kristine Hasund, i tillegg til meg selv, vil ha tilgang på transkripsjonene. All informasjon om deg vil bli anonymisert.

Prosjektet skal etter planen avsluttes 04.06.2014. Oppgaven vil bli offentliggjort og oppbevart ved Universitet i Agder. Hvem som helst vil da få tilgang til besvarelsen.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn. Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli slettet.

Dersom du har spørsmål om studien, ta kontakt med:

Elise Seip Tønnessen (veileder): elise.s.tonnessen@uia.no

Ingrid Kristine Hasund (veileder): kristine.hasund@uia.no

Line A. Eldholm (student): line_eldholm@hotmail.com . Tlf: 99407848.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

Med vennlig hilsen

Line A. Eldholm

Samtykke til deltakelse i studien

Jeg har mottatt informasjon om studien, og er villig til å delta

(Signert av prosjektdeltaker, dato)



Harald Hårfagres gate 29
N-5007 Bergen
Norway
Tel: +47-55 58 21 17
Fax: +47-55 58 96 50
nsd@nsd.uib.no
www.nsd.uib.no
Org.nr. 985 321 884

Elise Seip Tønnessen
Institutt for nordisk og mediefag Universitetet i Agder
Serviceboks 422
4604 KRISTIANSAND S

Vår dato: 24.02.2014

Vår ref: 37707 / 3 / LT

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 17.02.2014. Meldingen gjelder prosjektet:

37707	<i>Nesten Helg- Fra talkshow til blogg</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>Universitetet i Agder, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Elise Seip Tønnessen</i>
<i>Student</i>	<i>Line Eldholm</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 30.06.2014, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Katrine Utaaker Segadal

Lis Tenold

Kontaktperson: Lis Tenold tlf: 55 58 33 77

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Line Eldholm line_eldholm@hotmail.com

Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.

VIII

Avdelingskontorer / District Offices:

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uio.no

TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kyrre.svarva@svt.ntnu.no

TROMSØ: NSD, SVF, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. nsdmaa@sv.uit.no



Personvernombudet for forskning

Prosjektvurdering - Kommentar

Prosjektnr: 37707

Ifølge prosjektmeldingen skal det innhentes skriftlig samtykke basert på skriftlig informasjon om prosjektet og behandling av personopplysninger. Personvernombudet finner informasjonsskrivet tilfredsstillende utformet i henhold til personopplysningslovens vilkår.

Innsamlede opplysninger registreres på privat pc. Personvernombudet legger til grunn at veileder og student setter seg inn i og etterfølger Universitetet i Agder sine interne rutiner for datasikkerhet, spesielt med tanke på bruk av privat pc til oppbevaring av personidentifiserende data.

Prosjektet skal avsluttes 30.06.2014 og innsamlede opplysninger skal da anonymiseres og lydopptak slettes. Anonymisering innebærer at direkte personidentifiserende opplysninger som navn/koblingsnøkkel slettes, og at indirekte personidentifiserende opplysninger (sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. yrke, alder, kjønn) fjernes eller grovkategoriseres slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes i materialet. Når det gjelder intervju med ekspertgruppen vil de kunne gjenkjennes i publikasjonen i form av fullt navn. De får informasjon om dette og samtykket til deltakelse omfatter også publisering med fullt navn. Personvernombudet anbefaler imidlertid at ekspertgruppen får anledning til å lese gjennom det som direkte kan relateres til dem.

Intervjuguide

Introduksjon:

Begynner med å kort introdusere meg selv, og hvorfor jeg er interessert i å skrive denne oppgaven.

Hvem er de? Kort introduksjon fra dem alle.

Start med hva som er formålet med intervjuet, og hva det er jeg gjerne vil vite noe mer om:

Eksempel:

- Formålet med denne samtalen er å få litt mer informasjon fra dere om hva som er intensjonen, og målet med Nesten Helg, og målet med å legge det ut på blogg.

Spørsmål:

Spørsmålene deles i tre hovedkategorier: Talkshowet, bloggen og litt om temaet fra talkshow til film og blogg.

TALKSHOWET (Karl Erik, med innslag fra de andre):

Nesten Helg, hva er det i dag, og hva skal det bli?

-Hva er bakgrunnen for det vi i dag kjenner som Nesten Helg? Hva var ideen og målsettingen? Målgruppe?

- Fortell litt om utvikling fra et internt show for ansatte til live talkshow som nå vises til alle som ønsker.

Hvordan bestemmes tema? Hva er koblingen mellom det faglige og det kunstneriske?
Hvordan skal dette kommunisere?

-Hvordan ser dere Nesten Helg sin utvikling. Hva skal det bli?

BLOGGEN (Gro Anita, med innslag fra de andre):

-Hva er formålet med bloggen? Med denne overføringen fra liveshow til nett. Hva ønsker dere å oppnå?

-Fortell litt om arbeidet med å utføre Abup sin nettside og Abup -logoen. Varemerkebygging.

-Hva kan dere oppnå i barn og unges psykiske helse? Hva slags kommunikasjons hensikt har dette?

-Hva er målgruppen? Har målgruppen endret seg? I mailen som omhandlet forespørsel om å få laget en oppgave om dette temaet skriver dere at målgruppen er befolkningen. Hvem er dette?

- Er bloggen tenkt som nettside, eller typisk blogg, med kommentar og toveiskommunikasjon?

- Hvordan tenker dere eventuelt at kommentarfeltet skal brukes?

- Hvor ofte oppdateres bloggen?

FRA LIVE TALKSHOW TIL FILM, TIL BLOGG (Frode, med innspill fra de to andre)

-Fortell litt om ditt samarbeid med Abup. Kunst og Nesten Helg.

-Fortelle litt om dine tanker om *remediering*. Levende bilder på ulike plattformer.

-Hvordan tenker du som medieskaper at dette skal kommunisere?

-Hva tenker du om prosessen fra talkshow til film, og videre til blogg? Hvordan er prosessen?

Avslutning (rydde opp i uklarerheter, oppsummering og tilleggsspørsmål):

-Har dere noen spørsmål?

Temaliste

Tema 1: Nesten helg- live talkshowet.

Til fokusgruppe A (de som har sett showet)

- Hva synes dere om Nesten Helg som live talkshow?
- Har dere vært på mange Nesten Helg live talkshow?
- Hva får dere ut av live talkshowet? Lærdom? Dele erfaringer?
- Hva er positivt?
- Hva er negativt/kunne vært annerledes/bedre?

Tema 2: Bloggen

Til begge fokusgruppene.

Generell:

- Hvor kjent er du med mediet blogg fra før?
- Pleie du se klipp på nettet?
- Hvor aktiv deltaker er du? Pleier du skrive kommentarer?

Abup

- Er det noen av temaene på Abup-bloggen som vekker din interesse? I så fall hva?
- Klarer Tourettes og tics klippet på nettet å holde på din oppmerksomhet? Langt/kort klipp?
- Ville dere delt dette innholdet med bekjente?
- Svare bloggklippet til dine forventninger? Langt/ kort klipp?

Tema 3: Sammenlikning av liveshowet og bloggen

Til fokusgruppe A (de som har sett showet)

- Fortell hvordan dere opplevde live talkshowet sammenliknet med hvordan dere oppfattet å se det samme showet på bloggen. Lang/kort
- Hva var positivt med klippet på bloggen vs. liveshowet?
- Hva mener dere kunne vært annerledes i overgangen liveshow - blogg? Noe dere savnet?
- Klarer klippet på nettet å holde på din oppmerksomhet på samme måte som liveshowet? Lang vs. kort
- Synes dere klippet og showet får frem/representere noe av det gode arbeidet Abup gjør?
- Ville dere delt dette innholdet videre med bekjente?

Avslutning: Spørsmål/ kommentar/ uklarheter? Noe som er glemt?

