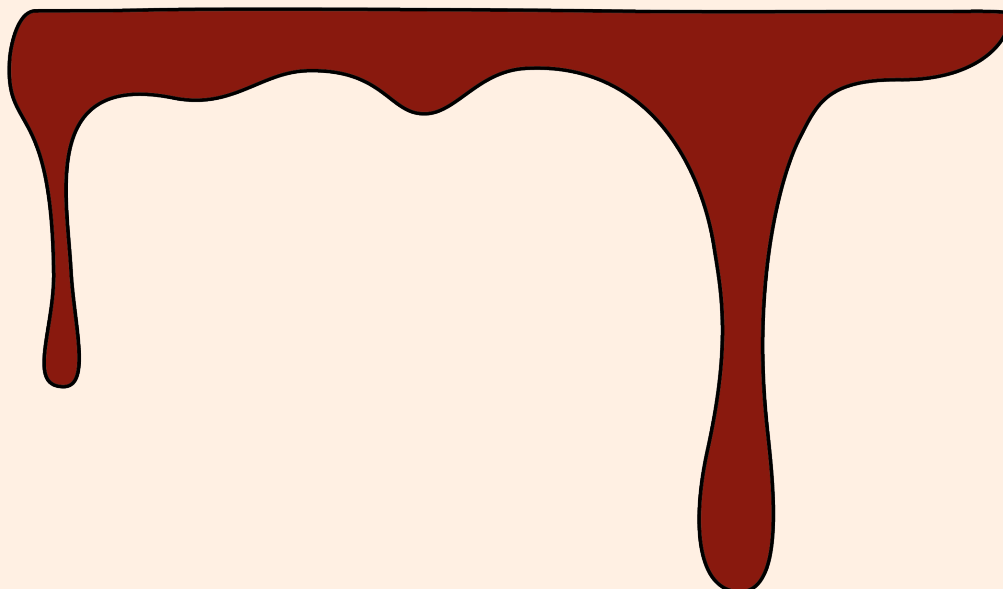


André Kjærstad Fredheim

---

## Må jeg slutte å knulle for å gi blod?

En produksjon om blodgivning tilknyttet menn som har sex med menn, i samarbeid med NRK P3 Meninger



Masteroppgave Høst 2021 – Vår 2022

Master i medieutvikling, medier og kommunikasjon  
Institutt for journalistikk og mediefag

OsloMet – Storbyuniversitetet

**OSLOMET**

## **Sammendrag**

Denne metoderapporten er knyttet opp mot meningsinnlegget «Må jeg slutte å knulle for å gi blod?». En subjektiv ytring basert på mine meninger om blodgiving tilknyttet menn som har sex med menn, i samarbeid med NRK P3 Meninger. I dag er meningsinnlegget publisert på P3s nettplattform *Meninger* og deres instagram *nrkp3*. Produksjonen springer fra et ønske om å løfte frem tematikken, hvor jeg ytrer meg på en kreativ og visuell måte.

Med inspirasjon fra casestudie og design som medievitenskapelig metode utforsker jeg hvordan P3 Meninger produserer meningsinnlegg for en ung målgruppe. Målet er å ta i bruk denne kunnskapen, hvor denne metoderapporten er et forsøk på å si noe om hvordan jeg eksperimenterer og produserer illustrasjoner og animasjoner i form av grafisk design for P3. Med utgangspunkt i teori om kommentar- og meningsjournalistikk, multimedialitet og visuell kommunikasjon, reflekterer jeg rundt min prosess, fra ide til ferdig produkt. Oppgaven belyser hvordan jeg tar del i produksjonen med en profesjonell samarbeidspartner for å utvikle et nyskapende meningsinnlegg. Denne metoderapporten og meningsinnlegget, utgjør en praktisk – teoretisk mastergrad i media og kommunikasjon.

## **Abstract**

This report is connected to the opinion post "Do I have to stop fucking to donate blood?". A subjective statement based on my opinions about blood donation associated with men who have sex with men, in collaboration with NRK P3 Meninger. Today, the opinion post is published on P3's online platform Meninger and their instagram nrkp3. The production springs from a desire to highlight the theme, where I express myself in a creative and visual way.

With inspiration from case study and design as a media science, am I exploring how P3 Meninger produces opinion posts for a young target group. The goal is to apply this knowledge, where this report is an attempt to say something about how I experiment and produce illustrations and animations in the form of graphic design for P3. Based on theory about commentary and opinion journalism, multimedia and visual communication, am I reflecting on my process, from idea to finished product. The thesis sheds light on how I take part in the production with a professional partner to develop an innovative way of producing an opinion post. This report and opinion piece constitute a practical - theoretical master's degree in media and communication.

## Takk

Denne masteroppgaven bunner i en genuin interesse for medieutvikling og hvordan kreative og visuelle formidlingsmåter kan utvikle et produkt. På en side har denne oppgaven vært spennende, kreativ og et artig samarbeid tett på næringslivet. På en annen side har jeg blitt minnet på at det er ekstremt mye jeg ikke kan. Arbeidet har vært omfattende og krevende, men ikke minst læringsrikt. Selv om en slik oppgave kan til tider føles ut som en ensom prosess, har jeg ikke vært alene.

Ført og fremt vil jeg takke min veileder, Maria Konow Lund. Siden start har du vært oppmuntrende, forståelsesfull og pushet meg ut av min komfortsone. Du har, opptil flere ganger, lest denne oppgaven og kommet med flere gode innspill og konstruktiv kritikk. Jeg kunne ikke vært mer fornøyd med vårt veilederforhold. Klem fra meg til deg Maria. Denne oppgaven hadde ikke blitt det samme uten din inspirerende og entusiastiske rådgivning.

Den neste takken går til NRK P3 Meninger. Jeg setter stor pris på at dere ville samarbeide med en meg, en gutt med noe på hjertet. Ikke bare har dere gitt meg en mulighet og plattform til å ytre meg om mine følelser tilknyttet tematikken, men også latt meg gjøre det på en kreativ måte. En ekstra takk til Maud Grøttland, for tett dialog og gode idemyldringer gjennom denne reisen.

Gjennom denne oppgaven har jeg hatt flere studiedager med en gjeng fra klassen. Selv om pandemien til tider har vært en stopper på det sosiale, har vi blitt en god gjeng. Mye latter, gode minner, men også hjelpsomme og faglige diskusjoner har vært en stor motivasjon gjennom disse to semestrene. Derfor blir det helt feil å ikke gi en stor takk til disse fantastiske menneskene.

Tusen takk til min dysleksi som har bydd på problemer. Derfor er jeg veldig takknemlig for dere som har stilt dere disponibel for gjennomlesning av min masteroppgave. Jeg vil også sende en stor klem til familie og venner for hyggelige stunder utenfor denne oppgaven. Takk også til dere som har delt meningsinnlegget mitt. Jeg hadde ikke klart dette uten dere!

Oslo

12. mai 2022

André K. Fredheim

## Nødvendig informasjon

Det anbefales å se og lese produksjonene før denne metoderapporten. Lenker til innleggene er lagt ved under.

1. Lenke til meningsinnlegg [Video] på Instagram nrkp3:

<https://www.instagram.com/p/Cb6yJXDqfFK/>

2. Lenke til meningsinnlegg [Artikkel] på NRK P3 Meninger:

<https://p3.no/meninger/mening/1a4b49ea-dec2-4f1d-9887-9ded2eb61dcd>

Dersom lenkene ikke fungerer, ligger også de forskjellige produksjonene i vedlegg listen, en video og skjermopptak av skriftlig meningsinnlegg.

Vedlegg 1 - Meningsinnlegg, Video

Vedlegg 2 – Meningsinnlegg, Skriftlig 16:9 format

Vedlegg 3 – Meningsinnlegg, Skriftlig 9:16 format



# Innholdsfortegnelse

<b>1. INNLEDNING</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 BAKGRUNN OG BEGRUNNELSE FOR PROSJEKTET</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 VALG AV TEMA</b> .....	<b>3</b>
<b>1.3 PROBLEMSTILLING OG IDÉ</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4 IDEEN</b> .....	<b>5</b>
<b>1.5 VALG AV MEDIORGANISASJON</b> .....	<b>6</b>
1.5.1 <i>Research fasen</i> .....	6
1.5.2 <i>Hvorfor NRK P3 Meninger?</i> .....	8
1.5.3 <i>Kontrakt mellom NRK og valg av medium</i> .....	9
<b>1.6 OPPGAVENS STRUKTUR</b> .....	<b>9</b>
<b>2. METODE</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1 PRAKTISK – TEORETISK SJANGER</b> .....	<b>10</b>
<b>2.2 VALG AV METODE</b> .....	<b>11</b>
2.2.1 <i>Likheter med casestudie</i> .....	11
2.2.2 <i>Likheter med design som vitenskapelig metode</i> .....	12
2.2.3 <i>Oppsummering av metode</i> .....	14
<b>2.3 DYBDEINTERVJUER</b> .....	<b>14</b>
2.3.1 <i>Semistrukturerte intervjuer</i> .....	15
2.3.2 <i>Rekruttering av informanter</i> .....	16
2.3.3 <i>Lydopptak og transkribering</i> .....	16
<b>2.4 WORKSHOPS OG VISUELL TANKEGANG</b> .....	<b>17</b>
2.4.1 <i>Future Workshop</i> .....	17
2.4.2 <i>Design Thinking</i> .....	18
<b>2.5 PRODUSAGE</b> .....	<b>19</b>
<b>3. KOMMENTARSJANGEREN OG NRK P3 MENINGER</b> .....	<b>21</b>
<b>3.1 HISTORIKK OM KOMMENTARSJANGEREN</b> .....	<b>21</b>
<b>3.2 TAUSHET OG TRUSLER I MEDIENE</b> .....	<b>23</b>
<b>3.3 MENINGSPLATTFORMER OG P3 MENINGER</b> .....	<b>25</b>
3.2.1 <i>Meningsplattformer i Norge</i> .....	25
3.2.2 <i>NRK P3 Meninger</i> .....	26
3.2.3 <i>Målgruppe</i> .....	27
<b>3.3 HVA LEGGES I ET GODT MENINGSINNLEGG?</b> .....	<b>28</b>
3.3.1 <i>Vesentlighet og identifikasjon</i> .....	28
3.3.2 <i>Kvalitet</i> .....	29
<b>4. MENINGSINNLEGG, FRA IDE TIL PRODUKT</b> .....	<b>31</b>
.....	31
4.1.1 <i>Grunnelementer til storyboard 1</i> .....	33
4.1.2 <i>Intro og hovedperson</i> .....	33
4.1.3 <i>Historieformidling</i> .....	35
4.1.4 <i>Manus</i> .....	36
4.1.5 <i>Intervju og diskusjonsdel</i> .....	36
<b>4.2 FORBEREDELSE OG TILPASSING TIL SAMARBEID</b> .....	<b>37</b>
4.2.1 <i>Gammeldags formidling</i> .....	37
4.2.2 <i>Venteperioden</i> .....	38
<b>4.3 P3 MENINGERS FORMIDLINGSFORM</b> .....	<b>42</b>
4.3.1 <i>Retningslinjer som endret formatet</i> .....	42
4.3.2 <i>Utvikling av skriftlig mening</i> .....	42
4.3.3 <i>Utvikling av skriftlig meningsinnlegg</i> .....	43
4.3.4 <i>Utvikling av overskrift og manus</i> .....	44
<b>4.4 VISUALITET SOM EN DEL AV P3 MENINGER</b> .....	<b>46</b>
4.4.1 <i>Meningsvideo</i> .....	46

4. 4. 2 <i>Blod</i> .....	48
4.4.2 <i>Animasjon til meningsvideo</i> .....	49
4.4.3 <i>Design av skriftlig meningsinnlegg</i> .....	52
4.4.4 <i>Hindring for visuell utforming</i> .....	53
4.4.5 <i>Sex scener</i> .....	53
4.4.6 <i>Nyskapende form</i> .....	57
<b>4. RESULTATER OG MEDIEDEKNING</b> .....	<b>58</b>
<b>5. OPPSUMMERING OG KONKLUSJON</b> .....	<b>60</b>
<b>6. LITTERATURLISTE</b> .....	<b>63</b>
6.1 REFERANSELISTE NETT .....	66
<b>7. FIGURLISTE:</b> .....	<b>68</b>
<b>8. VEDLEGG:</b> .....	<b>69</b>

## 1. Innledning

Denne masteroppgaven er todelt og består av to medieproduksjoner og denne skriftlige metoderapport. Meningen, *Må jeg slutte å knulle for å gi blod* er en subjektiv ytring som tar for seg blodtransfusjonens lover for menn som har sex med menn. Produksjonen er laget i samarbeid med NRK P3 Meninger, og er delt opp i to. *Produksjon 1*, mening i form av video tilpasset NRK P3s Instagram. *Produksjon 2*, skriftlig og visuell kommentar på P3s plattform Meninger. Oppgaven er et større arbeid innen medieutvikling hvor disse to delene utgjør en praktisk – teoretisk mastergrad i media og kommunikasjon. Målet med dette prosjektet er å teste ut hvordan det er å produsere en subjektiv meningsytring i P3 sitt meningsunivers. I denne metoderapporten har jeg valgt å reflektere rundt prosessen fra idé til ferdig produkt. Kombinert med teori rundt kommentarsjangeren, multimedialitet og visuell kommunikasjon, reflekteres det over metodiske fremgangsmåter i prosjektet. Dette inkluderer blant annet visuelle grep og fortellerteknikker som er tatt i bruk i samarbeidet, men også i produksjon for redaksjonen. Det anbefales å se meningen før én leser denne metoderapporten.

### 1.1 Bakgrunn og begrunnelse for prosjektet

Jeg leverte min Bacheloroppgave i Multimedieteknologi og -design ved Universitetet i Agder våren 2020. Bacheloren ga meg en bred forståelse av forskjellige former for medieproduksjoner. Gjennom dette studiet har grafisk design og kreativitet innen visuell kommunikasjon vært et konstant interessefelt. Selv om det ikke er noe nytt å påstå at en kombinasjon mellom bilde og tekst øker kommunikasjons effektiviteten, har jeg lenge sett verdien i å styrke en produksjon ved å bruke visuelle virkemidler. Etter å ha blitt uteksaminert var jeg vært på utkikk etter områder hvor jeg kunne sette mine kunnskaper om dette i bruk. Da jeg begynte på denne mastergraden, høsten 2020, så jeg en mulighet for nettopp dette. I faget *Mediedesign, -produksjon og prosjektutvikling*, skjønte jeg at medieutvikling rettet mot unge mennesker var et spennende felt som ga mulighet for å kombinere design med multimedial formidling.

Fra 1991 var aviser, sammen med fjernsynet, dominerende medier, hvor fire av fem leste aviser daglig. Ifølge statistikk fra *Dette er Norge 2021*, faller i dag stadig andelen lesere av papiraviser (Statistisk sentralbyrå, 2021, s. 42). Det norske samfunnet er fremdeles opptatt av nyheter, men nå i større grad lest på digitale medier. I Norge vokser unge opp i informasjonsrike

medieomgivelser, hvor sosiale medier er blitt en stor del av deres hverdag. Under en kartlegging av barn og unges nyhetsvaner ble det oppdaget at ni av ti 9 -18 åringer bruker sosiale medier å få med seg nyhetsbilde, isteden for å oppsøke de tradisjonelle mediene (Medietilsynet, 2020, s. 8). I en kombinasjon med nyhetsvaner brukes også sosiale medier til ytring. Ikke bare for subjektive meninger, men også til å uttrykke oss selv i produksjon av innhold og kommunikasjon med andre. I denne oppgaven har jeg valgt å basere min fremstilling av blodgivning på en kreativ måte som bygger på mine grafiske design kunnskaper og interesser. For unge handler det ofte å vise hvem en er, hvor unge uttrykker sin identitet gjennom blant annet estetiske virkemidler (Aalen, 2021, 67). Sosiale medier åpner altså for denne kreative uttrykkelsen, enten dette er i form av kunstutstillinger eller moteblogg på Instagram, videoblogging på Snapchat eller dansing på Tik Tok. Ung mennesker på sosiale medier kan bruke plattformene som et kreativt utløp, gjennom blant annet følelser, tanker eller ideer (Milovidov, u. å.).

Det har over tid blitt observert at mediehus tester nye multimediale strategier for å nå yngre målgrupper, hvor blant annet NRK og VG visuelt tilpasser innholdet sitt på sosiale media plattformer, som Snapchat og Instagram. Et av mine mål med denne oppgaven har vært å kontakte næringslivet for å lære denne typen kommunikasjon av en bedrift med deres bransjeerfaring. I denne oppgaven har jeg derfor tilegnet meg et samarbeid med NRK P3 Meninger. Dette er en plattform som eksperimenterer med multimedial kommentar- og meningsjournalistikk. Her fremmes subjektive meninger fra yngre mennesker som ønsker å ta del i samfunnsdebatter, og det gjøres på en kreativ måte.

I dagens samfunn er det mulig å spore en mangel på deltagelse i nyhetsmedia blant unge. I 2010 skriver Elvestad og Fogt at «Barn og unge utgjør sosiale grupper som vanligvis ikke utfordrer maktstrukturene i samfunnet» (s. 27). Ti år seinere, viser en studie av 150 norske ungdommer, at de velger å være tause om politiske temaer på sosiale medier (Aagre & Dixdarevic, 2020). Uavhengig av hvilke årsaker som forårsaker dette, er det en del år mellom disse to kildene. Noe som tyder på at det journalistiske fagfeltet, lenge har vært utfordret av unges medievaner. Likevel bruker unge sosiale medier for å få med seg nyhetsbildet (Medietilsynet, 2020, s. 6). Ungdom og unge voksne er altså ikke kjent for å bruke media til fremme sin egen mening, men likevel prøver mediehus å gjøre noe med denne problematikken. Det foreligger i dag et forskningsgap på unge som vil inn i en mediebedrift og ytre seg på deres digitale medier. Et mål jeg har satt meg gjennom arbeidet har vært å utforske hvordan en ung person kan fremme



en mening i et slikt redigert medium. Ved å ta i bruk plattformen NRK P3 Meninger, vil jeg til denne oppgaven teste ut forskjellige ideer, design og virkemidler i utviklingen av en kreativ kommentar, basert på en subjektiv ytring, som eksperimenterer med kommentar- og meningssjanger journalistikken.

## 1.2 Valg av tema

I henhold til problemstillingen i denne oppgaven, bruker jeg blodgivning for menn som har sex med menn (MSM), som tema. I februar 2021 postet NRK sin nettavis en sak om denne tematikken. «*Menn som har sex med menn må fortsatt være ett år i sex-karantene før de får gi blod*» (Bjørngård & Kringstad, 2021). Selv er jeg en ung homofil mann og tematikken fanget umiddelbar min oppmerksomhet. Temaet for oppgaven vil holde søkelys på to punkter fra 5.4.4 *Risikosituasjoner for smitte som gir tidsbegrenset utelukkelse fra blodgivning*, av Helsedirektoratets veileder for transfusjonstjenesten i Norge (Helsedirektoratet, 2017, s. 23).

- *Personer som har eller har hatt ny seksualpartner, eller tilfeldig seksuell kontakt: Minimum 6 måneders karantene etter første seksuelle kontakt* (Helsedirektoratet, 2017, s. 24).
- *Menn som har eller har hatt seksuell kontakt med menn, skal ikke gi blod: Minimum 12 måneders karantene etter siste seksuelle kontakt* (Helsedirektoratet, 2017, s. 24).

I Norge, hvor likestilling mellom kjønn og seksualitet står sterkt, hadde jeg et ønske om ytre meg om temaet og lage en produksjon rundt dette. Valgt av tematikk har en subjektiv begrunnelse, hvor produksjonen tar for seg mine meninger og følelser rundt tematikken. Metoderapporten vil på den andre siden ta for seg en objektiv forståelse av hvordan det er å utvikle en mening i meningsuniverset hos P3.

Jeg valgte å gå en master i medier og kommunikasjon fordi jeg alltid har hatt en stor interesse for medieutvikling. Jeg valgt å gjennomføre en praktisk – teoretisk masteroppgave, fordi jeg har alltid hatt en dypere interesse i praktisk arbeid. Jeg mener det er viktig å utforske hvordan samfunnsaktuelle problemstillinger kan bli presentert i et multimedialt samfunn, hvor internett stadig åpner nye kommunikasjonsmuligheter. P3 Meninger har en kreativ tillæring gjennom publisering av unges subjektive meninger, noe jeg ser på som et interessant felt å utforske praktisk.

Ettersom at dette er en praktisk – teoretisk masteroppgave, vil den skriftlige delen bestå av refleksjon rundt det praktiske arbeidet, samt teori rundt kommentar- og meningsjournalistikk, multimedialitet og visuell kommunikasjon. Ettersom jeg har utviklet et produkt, vil omfanget til det teoretiske rammeverket vil være erstattet med refleksjoner rundt ideer, praksis og metode aspekter av prosjektet. Dette medfører også at intervjuene som er gjennomført, er utført i forbindelse med det praktiske arbeidet. På denne måten har jeg brukt intervjuer som researcharbeid, en forberedelse for å opparbeide meg kunnskap om redaksjonens virkemidler, i stedet for å avduke forskning.

### **1.3 Problemstilling og idé**

En praktisk - teoretiske master består av en produksjon, samt en teoretisk og metodisk refleksjon. Denne oppgaven tar dermed utgangspunkt i hva det vil si å produsere for NRK P3 Meninger. I mitt tilfelle fokuserer jeg på å produsere for en forholdsvis ny plattform i NRK P3, hvor jeg reflektere rundt utvikling av produksjonen. Jeg vil argumentere for at en slik produksjon er særlig sentral i spenningsfeltet mellom uredigerte og redigerte medier. Den nye boken til Aalen og Iversen peker på betydningen av sosiale medieplattformer og hvordan disse mediene «påvirker hvem og hva som får oppmerksomhet» (2021, s. 163). På en annen side er tradisjonelle medieorganisasjoner opptatt av å «konkurrere med sosiale medier om publikums oppmerksomhet» (Aalen & Iversen, 2021, s. 163). De to mediene oppholder seg i samme verden, hvor man ofte finner at redaksjonelle medier tilpasser seg spillereglene som er etablert av de sosiale mediene (Aalen & Iversen, 2021, s. 163). NRK P3 Meninger åpner derfor dørene for meg, som ikke er profesjonell, men som kan produsere visuelle eliminert i form av grafisk design. Derfor lurer jeg på hvordan mine egenskaper kan brukes i meningsinnlegget og hvordan og hvilke hindringer som medfører i å ytre seg gjennom et redigert medium. Som hovedspørsmål stiller jeg derfor spørsmålet:

***Hvordan er det for en ikke-profesjonell ung person å produsere for NRK P3 Meninger?***

***Hvilke innholdsmessige og visuelle grep må ikke-profesjonelle aktører, som meg selv, ta for å treffe målgruppen dersom man ønsker å utvikle et godt meningsinnlegg? Hva slags muligheter og hindringer settes for visuell utforming ved hjelp av grafisk design?***

#### 1. 4 Ideen

Det er flere faktorer som har vært med å bestemme hvordan konseptet, løsningen og resultatet til det ferdige prosjektet er blitt. Selve problemet ble definert – hvordan kan jeg ytre meg om blodgiving for MSM til unge på en kreativ måte. I dette problemet var både målgruppe og målet definert tidlig i prosessen. Merk at dette var i idefasen av prosjektet hvor P3 ikke var blitt en aktuell samarbeidspartner enda. Ettersom prosjektet var såpass åpent på denne tiden, var det ønskelig å utforske ulike muligheter for medium, før valg av medieorganisasjon. For å kunne gjøre dette ble neste steget i prosessen en dyp research om temaet for å finne ut om omfanget var stort nok til å lage en produksjon på.

Regelen om karantenetid på 12 måneder for å kunne gi blod, har lenge vært et omdiskutert tema. På 1980-tallet ble MSM ekskludert fra å gi blod, grunnet risiko for overføring av viruset Hiv. Dette ble i 2016 endret til dagens regler, på bakgrunn av nøyere vurdering av smittesituasjonen i Norge (Helsedirektoratet, 2016). Debatten har over tid dukket opp med jevne mellomrom i nyhetsartikler, samt i kronikker og i ytringer av fagpersoner, og den vanlige samfunnsborger. I en kronikk i Aftenposten menes det at; *Homofiles frigjøringskamp bør ikke føres i blodbanken* (Aavitsland, 2016). Infeksjonslege, Frank O. Pettersen, forteller også at det er sikkerheten til de som mottar blodet som skal komme først. Følelsen av å bli stigmatisert er beklagelig, men nødvendig konsekvens (Ousdal, 2018). På den andre siden skriver Skeiv Ungdom, at en revurdering av disse reglene kan få en slutt på forskjellsbehandlingen i Norge (u. å.). Samtidig gjennomfører andre land, som Storbritannia, endringer innenfor praksisen hvor kriteriene setter søkelys på individuell seksuell atferd (Hunte, 2020). Personlig mener jeg at disse reglene bør endres, dette er noe som kommer frem i produksjonen. På ide stadiet av denne oppgaven var det likevel viktig å gjøre et dypdykk i debatten, for å ha en god kjennskap til tematikken jeg ønsket å dedikere min tid fremover til. Etter flere dager med leting etter dokumenter, rapporter, historier og artikler satt jeg igjen med en nokså stor bakgrunnsinformasjon. For å bakgrunnsjekke at jeg ikke satt på noe feilinformasjon, valgte jeg å intervjuer to eksperter innen helsetjenesten som kunne å bekrefte eller avkrefte informasjonen jeg satt på, samt muligheten til å få meg en dypere forståelse. Intervjuene kan sees på som en uformell samtale, eller ustrukturerte intervjuer (Østbye et al. 2013, s. 104).

Det neste spørsmålet ble hvordan strategien til dette prosjektet skulle være? Strategien legger «føringer for konseptet og ideen», som videre lager retningslinjer for utvikling av løsninger jeg kan lage (Scharning & Aakre, 2016, s. 224). Scharning og Aakre bruker ordet *Idéjakt* til denne

delen av idéutviklingen. Jo flere ideer jo bedre, uten kritisk syn, hvor det eneste svaret er «ja» (2016, s. 229). Til dette inviterte jeg til en workshop blant bekjente. Her ble det tatt i bruk tavle og post-it-lapper hvor målet var å sette i gang den kreative tankeprosessen rundt ideens potensial. For at idemyldringen skulle bli mest mulig effektiv, utviklet jeg fire retningslinjer for ideen. «For unge/unge voksne», «grafisk design/animasjon», «nyheter» og «samarbeidspartnere». Gjennom idemyldringen kom det frem flere ulike innfallsvinkler, blant disse en mini dokumentarserie på sosiale medieplattformene Snapchat, Instagram og TikTok, hvor grafisk design kunne bli brukt som et forklarende virkemiddel på tematikken. I tillegg ble det sett på som en mulighet å lage en interaktiv onepage nettside, hvor brukeren kan scrolle seg nedover tematikken, samt en interaktiv kunstutstilling en kan se gjennom mobilen.

Det er mulig å kritisere valg av bekjente til idemyldringen hvor de fleste kjente hverandre fra før. Dette kan ha ført til en ensidig tankegang. Det var likevel nødvendig å starte den kreative prosessen. Selv var jeg klar over at det var en mulighet at ingen av ideene kom til å bli brukt, grunnet en fremtidig samarbeidspartners retningslinjer og rammeverk. Derfor skjønnte jeg fort at prosjektet trengte tydeligere rammer for videre utvikling av strategien. Det som gjenstod, var å finne en organisasjon eller bedrift som kunne la meg eksperimentere med ideer.

## **1.5 Valg av medieorganisasjon**

### **1.5.1 Research fasen**

Samarbeidet med NRK P3 Meninger, var et resultat av en omfattende research-fase av prosjektet. Denne oppgaven ga meg mulighet til å samarbeide og lære av næringslivet, samt å opparbeide meg et nettverk for muligheter innen arbeidslivet. Dersom et ønskelig samarbeid ikke forekom, var alternativet å utvikle noe på egenhånd. Denne fasen kan kjennetegnes som en del av en *laaang-kort prosess*, hvor research og kommunikasjon mellom samarbeidspartner går frem og tilbake over tid for å tydelig definere oppgaven, for å så produsere løsningen (Scharning & Aakre, 2016, s. 26). I etterkant kan det diskuteres om research fasen ble for omfattende, men jeg vil påstå at det var avgjørende å sette av tid for å se hvilke muligheter som fantes. Under denne fasen var det ikke bestemt hvilket medium eller sjanger produksjonen skulle befinne seg i. Derfor ville en samarbeidspartner gi innsyn i videre utvikling, ved å tilpasse produksjonen til deres rammeverk.

Prosesen startet tidlig med å nå de redigerte mediene. Journalistiske medier i profesjonell praksis, underordnet det presse-etiske ansvaret (Mathisen & Morlandstø, 2016, s. 16). Dagbladet, VG, Aftenposten og NRK. Disse ble sett på som aktuelle aktører grunnet deres samfunnsansvar om nyheter, samt deres eksperimentelle og multimediale metoder for å nå unge på sosiale medier. Videre ble det også kontaktet organisasjoner som mulig kunne finne temaet mitt aktuelt. Denne listen bestod av Sex og samfunn, Hiv Norge, Sex og politikk, Helseutvalget, FRI, Amnesty og magasinet Blikk. Disse organisasjonene og mediehusene ble alle tilsendt en mail som raskt forklarte ideen min basert på tidligere idéjakt og inkluderte en invitasjon til en uformell samtale. Målet med denne samtalen var å kartlegge hvordan de jobber med aktuelle temaer, pitche mine ideer, samt diskuterte hvordan ideene kunne passet inn hos dem. Selv om min oppfatning av tema var av vesentlighet, innså jeg at det ikke var en garanti for samarbeid. Derfor valgte jeg også å stille meg åpen for å diskutere andre produksjonsideer og tematikker.

Et aktuelt spørsmål underveis var om prosessen var mulig å forenkle. Dersom medium formatet var bestemt, eksempelvis en dokumentar, kunne jeg ha stilt med en tydeligere prosjektide. Dette ville konkretisert rammene for prosjektet mer effektivt, i motsetning til å se potensiale på flere medier. Ettersom at jeg satt med et kombinert ønske om å utvikle kunnskapsnivåer innen grafisk design, så jeg etter mange medium hvor dette kunne passe. Jeg vil med dette kategoriserer prosjektet som en *ad hoc* prosjekttype, hvor en tar hensyn til omstendighetene og finner skreddersydde løsninger (Scharning & Aakre, 2016, ss. 21-22). På den måten ser jeg på research fasen, som en praktisk måte å konkretisere et åpent prosjekt, som utspiller seg fra en ide til ferdig produkt.

Blant mediehusene og organisasjonene, var det flere som viste interesse for prosjektet. Mitt første møte ble arrangert med tabloidavisen VG i deres lokale. Der ble det diskutert plattformen VG – Nyheter på Snapchat. Selv om VG viste interesse for min tematikk, ble det stilt spørsmål om aktualiteten til temaet. Et av flere nyhetskriterier som handler om a at noe er viktig og relevant for samfunnet nå eller i nærmeste fremtid (Handgaard, et al., 2013, s. 54). VG kunne ikke garantere en publisering. Det ble likevel bestemt at jeg skulle utvikle et storyboard, med inkludert manus og grafikk, som illustrerte hvordan en nyhetssak på Snapchat kunne se ut. I mellomtiden ble det arrangert møter på lokalene til Helseutvalget og Sex og samfunn, samt møter over telefon med Fri og Amnesty. Her ble det konkludert med at blodgivning for MSM ikke ville bli aktuelt på bakgrunn av at tematikken ikke var et fokusområdene til organisasjonene. På den andre siden var det en interesse for samarbeid, hvor det ble diskutert

andre produksjonsideer, som speilet dem som organisasjon. NRK henviste meg videre til deres kanal NRK P3. På besøk hos P3 foreslo de at ideen, med videre planlegging, kunne mulig passe som en subjektiv ytring på deres nye plattform *Meninger*.

Så langt hadde det allerede gått omkring to måned med kommunikasjon og møtevirksomhet med mulige samarbeidspartnere til prosjektet. De fleste av organisasjonene var opptatt med egne prosjekter og kommunikasjonen med VG avtok. Hiv Norge virket positiv til prosjektet, men grunnet tid og andre fokusområder, var det fortsatt en del planlegging som måtte bli gjennomført for klarsignal. Mot slutten av min research fase av prosjektet, satt jeg igjen med fire alternativer.

Alternativ 1: Lage en kombinert produksjon av video, grafikk og tekst, basert på mine subjektive meninger i NRK P3 *Meninger*.

Alternativ 2: Utvikle en kampanje med Helseutvalget angående et av deres tilbud.

Alternativ 3: Utvikle en digital seksualundervisning for Sex og samfunn.

Alternativ 4: Satse på en dokumentarinspirert produksjon hos Hiv Norge basert på blodgivning for MSM. En plan som krevde en dypere kommunikasjon og planlegging med organisasjonen.

### 1.5.2 Hvorfor NRK P3 *Meninger*?

I dag skaper plattformer som *Meninger*, men også Si ;D av Aftenposten og *Meninger* av Dagbladet, rom for å distribuere subjektive meninger i et redigert medium over nett. Mitt valg om samarbeid med NRK P3, ble gjort på bakgrunn av deres plattform *Meninger*. NRK P3 er en avdeling i Marienlyst distribusjonen som har som mål å lage innhold for en spesifikk målgruppe, 15-29 år (Ramberg, research intervju, 16.03.2022). P3 *Meninger* er en ny plattform som oppfordrer unge til å ytre seg og ta del i debatt. Plattformen har et kreativt utsnitt som gir rom for produksjon av video og grafiske elementer med tilhørende tekst. Unges ytringer går gjennom redaksjonen i P3, som skaper en unik mulighet for å ytre seg gjennom et redigert medium. Som nevnt tidligere, er unge mennesker tause på sosiale medier, hvor denne plattformen prøver å møte dette problemet. Jeg ønsket at denne informasjonen skal nå de unge målgruppene og derfor falt det naturlig å se nærmere på plattformen som befinner seg i en mellomposisjon mellom sosiale og redigerte medier. P3 svarer best på den konkretiserte problemet til ideen «Hvordan kreativt kommunisere blodgivning for MSM til unge». Redaksjonen eksperimenterer med kommunikasjonsformer og prøver å nå unge med et språk

som målgruppen forstår, samtidig som de også bruker medier hvor unge befinner seg. På bakgrunn av disse argumentene, ble NRK P3 et riktig valg som samarbeidspartner.

### 1.5.3 Kontrakt mellom NRK og valg av medium

Samarbeidet startet i midten av oktober, hvor kommunikasjonen med NRK P3 bestod av personlige møter, og digitalt over e-post og telefon. Seinere i oppgaven kommer jeg til å gå nærmere inn på hvordan selve kommunikasjonen med P3 har påvirket hindringer og muligheter for visuell kommunikasjon gjennom prosjektet. Plattformen var i en prøveperiode da jeg kontaktet dem og da samarbeidet ble inngått. Ettersom at redaksjonen hadde dagene fulle frem til nyåret, ble ikke samarbeidet startet før i midten av januar 2022. Selv om redaksjonen hadde sagt ja til et samarbeid, var jeg fortsatt urolig for at en situasjon skulle oppstå som kunne hindret vårt arbeid sammen. Derfor holdt jeg kontinuerlig dialog med dem i løpet av disse månedene, hvor prosjektet viste seg å være et kreativt og lærerikt år for begge parter.

## 1.6 Oppgavens struktur

Dette innlednings kapittelet har beskrevet oppgavens bakgrunn, tematikk og problemstilling. Det har også tatt for seg startfasen til ideen og hvordan arbeidet med å finne samarbeidspartner har vært. I kapittel 2 kommer jeg til å gå igjennom oppgavens metode, etterfulgt av kapittel 3, teoretisk bakgrunn om kommentar- og meningsjournalistikk og ytringsmedier. Kapittel 4 handler om selve meningsinnlegget, hvor jeg reflekterer rundt produksjonen og hvordan kommunikasjonen med NRK P3 Meninger har formet ideen fra start til slutt. Store deler av refleksjonen på problemstillingen kommer ikke før side 40 av denne metoderapporten. Det skulle gjerne komt frem tidligere, men jeg anser ide og forarbeid, som har ført til revidert ide, som en viktig del av prosessen. Da det har påvirket sluttproduktet i oppgaven. Kapittel 5 presenterer produksjens resultat, hvor jeg avslutter med en oppsummering og konklusjon i kapittel 6.

## 2. Metode

I dette kapitlet vil oppgavens metode bli diskutert. Begrepet metode kan bli sett på som «*veien til målet*», hvor jeg i dette kapitlet beskriver hvordan valgene som er tatt svarer på problemstillingen. (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 140) Planlegging og utførelse av oppgaven er en praktisk-teoretisk produksjon innen fagfeltet medier og kommunikasjon, som kan sees i lys av Elisabeth Brun (2020) og Gunnar Liestøl (Baarøy & Thorsen, 2017) tidligere arbeid. Jeg kommer i dette kapitlet til å gjøre rede for valg av praktisk – teoretisk oppgave og metodiske valg.

### 2.1 Praktisk – teoretisk sjanger

Jeg har valgt en praktisk-teoretisk masteroppgave fordi jeg foretrekker praktisk arbeid, istedenfor å arbeide reint teoretisk. Jeg har alltid hatt en dyp interesse for å være kreativ og eksperimentell i utvikling av medieprosjekter. En ren teoretisk masteroppgave fordyper og forsker på et medieperspektiv, hvor en praktisk-teoretisk masteroppgave vil være det beste alternativet for kreativ og eksperimenterende utvikling. I oppgaven stiller jeg spørsmålet: Hvordan er det for en ikke-profesjonell ung person å skulle produsere for NRK P3 Meninger? Det føles naturlig å utforske dette praktisk ved å tilegne meg kunnskaper og teste ut nytt innhold og visuelle grep som kan brukes for utvikling av et godt meningsinnlegg.

For å svare på dette har jeg tatt inspirasjon fra lignende arbeid innenfor den praktisk-teoretiske sjangeren. Den praktiske sjangeren er mindre tatt i bruk, noe som har ført til at det har vært utfordrende å finne fremgangsmåter på hvordan en slik oppgave skal gjennomføres. Derfor har jeg brukt tidligere praktiske arbeid for inspirasjon til fremgangsmåte og analysert meg frem til en sjanger forståelsen. Ved å undersøke og tilegne meg kunnskaper om en situasjon, kan jeg eksperimentere med nye kunnskap for å videreutvikle et produkt. Denne forståelsen tar store likheter til hva Robert K. Yin forklarer som single-casestudie (2018, s. 49), hvor jeg undersøker hvordan redaksjonen i P3 Meninger arbeider for å nå målgruppen og tester ut grafisk design som visuell formidling. For å undersøke dette har jeg gjennomført tre intervjuer med redaksjonen i NRK P3. Disse intervjuene er ikke ment som forskningsintervjuer, men som research i forbindelse med utvikling av produksjon. Dette vil bli utdypet i delkapittel 2.3 – Dybdeintervjuer.



## 2.2 Valg av metode

### 2.2.1 Likheter med casestudie

Oppgavens produksjon begrenser seg til redaksjonen i NRK P3 Meninger og kan sees i lys av en casestudie, hvor jeg bruker NRK P3 Meninger for å si noe om oppgavens problemstilling. Casestudier viser seg å være en vanskelig metode å definere, ettersom en slik studie kan bli gjort på flere ulike måter. Tjora beskriver en casestudie som «en undersøkelse som gjøres i en situasjon/sted/enhet som har en naturlig avgrensing ... for eksempel en organisasjon, en festival eller bygd» (2021, s. 286). I metodebok for mediefag blir casestudie sammenlignet med en dybdestudie av institusjoner, personer eller prosesser som kan være en velegnet metode til å gi innsikt og kunnskap (Østbye et al., 2013, s. 236). Med et mål som retter fokus mot å generalisere fenomener innad i casen, viser casestudie seg å være en god måte for å utforske og forstå en situasjon på (Cousin, 2009, s. 133).

På bakgrunn av masteroppgavens praktisk - teoretisk tilnærming, er ikke omfanget stort nok for å kunne fungere som forskning. I stede har jeg latt meg inspirere av hva Yin omtaler som en single-casestudie, i min oppgave. En metode hvor valg av én spesifikk case, i forhold til å velge flere caser, kan gir tilgang til situasjoner som tidligere har vært utilgjengelig (Yin, 2018, s. 50). På samme måte som en casestudie forsker på ulike forklaringer og innsikt i situasjoner og fenomener (Yin, 2018, s. 3), gir oppgaven innsikt i redaksjonens arbeid om å utvikle meningsinnlegg. Jeg har kommet meg inn i en situasjon, NRK P3 Meninger, og søker etter forklaringer og innsikt i hvordan det redaksjonelt jobbes med virkemidler og grep som må tas for å nå målgruppen. Denne metoden kan også sees i lys av bruken av casestudie som en form for research til videre utvikling av eksperimenter. (Yin, 2018, s. 25). Mitt arbeid viser til en slik situasjon, hvor en ekstern person, uten produksjonserfaring som profesjonell, utforsker og reflekterer rundt en prosess som ikke har blitt gjennomført før: å produsere innhold for NRK P3.

Tilsynelatende er det mulig å se denne oppgaven i lys av et eksperiment. NRK P3 er mitt laboratorium. Jeg går også inn i dette laboratoriet, utforsker satte rammer og eksperimenterer vider med ideer for visuelle virkemidler, grafisk design og animasjon. Gjennom denne metoden forsøker jeg å finne ut av muligheter og hindringer for hvordan en mening kan produseres. Dette er også en metode Elisabeth Brun bruker i sin doktoravhandling, hvor hun tester ut mennesket forhold til tid og rom i en videoproduksjon om sitt hjemsted. Brun bruker sjangeren «*essayistic film-practise*» som case, hvor hun ser på hvordan kamera teknologien, subjektivitet i menneske

og andre virkemidler former hvordan mennesker relaterer og forestiller seg steder. Ved å ekskrementer med nye kamera teknikker innenfor sjangeren, ender produksjonen i en typografisk kortfilm av hennes oppfatning av sitt hjemsted (Brun, 2020).

### 2.2.2 Likheter med design som vitenskapelig metode

Denne oppgaven bunner i et ønske om å ytre meg på en ny og kreativ måte. For å gjennomføre dette har jeg inspirasjon fra andre produkter i P3 Meninger og ser på hvordan en kan teste nye virkemidler som kan videreutvikler produktene. Derfor er det mulig å spore metodiske likheter i design som medievitenskapelige metode. Denne formen for metode stammer fra Salvatore T. March og Gerald F. Smith, som er kjent innen interaksjonsdesign og informasjonsteknologien. Informasjonsteknologi (IT) betegnes som “technology used to acquire and process information in support of human purposes”, blant annet maskin- og programvare (March og Smith, 1996, s. 252). Professorene kombinerer utviklingen av teknologi med naturvitenskapelige metoder, og presenterer to interesser innen vitenskapelig informasjonsteknologi: *deskriptiv* og *preskriptiv*. (March og Smith 1996, s. 251-252). Tilsvarende *naturvitenskapen*, er deskriptiv forskning en kunnskapsproduserende aktivitet som strever etter å forstå informasjonsteknologiens natur. På den andre siden, designvitenskap er preskriptiv forskning, en kunnskapsbrukende aktivitet, som strever etter å forbedre ytelsen av informasjonsteknologien (March og Smith 1996, s. 252).

Denne metodikken har sine likheter til min produksjon. Deskriptiv på den måten at jeg strever etter å forstå redaksjonen natur, altså arbeidsmetoder, rammer for utvikling, virkemidler som blir tatt i bruk i utviklingen av en mening. Preskriptiv på den måten at jeg bruker kunnskapen som grunnelementer når jeg produserer og teste ut nye virkemidler for hvordan utvikle av et godt meningsinnlegg. I forskningsartikkelen til Anders Fagerjord argumenteres det for at medieforskning strever etter å frembringe nye medieformer og sjangere. Han baserer sine faglige vurderinger fra March og Smith, og mener modeller i designvitenskap har et mer utprøvende format (Fagerjord, 2012). Fagerjord trekker på denne måten det han mener er en logisk konklusjon: å utvikle nye metoder er designvitenskap (2012). I P3 Meninger lages alle produksjonene naturligvis i samarbeid sammen med meningsytrer, ettersom at redaksjonen fremmer en ung persons mening. På den andre siden er det ikke vanlig at meningsytreren i tillegg produserer visuelt innhold for P3. Dette samarbeidet viser til nye metoder for utvikling av meningsinnlegg i redaksjon, hvor det redaksjonelle mediet ikke bare samarbeider, men også er avhengig av meg som ekstern aktør for utvikling av produksjonen.

Sammen med Alan R. Hevner, Jinsoo Park og Sudha Ram skrev March en artikkel som bygger på March og Smitchs metodikk. I denne artikkelen utviklet de syv retningslinjer innen designvitenskap (Fagerjord, 2012). Blant disse retningslinjene kommer jeg til å se nærmere på punkt nummer 6. «Guideline 6: Design as a Search Process» (Hevner et al., 2004, 83). Fagerjord utdyper dette punktet, hvor jeg velger å bruke deres oversetting av denne retningslinjen. «Design er en interaktiv prosess der man søker tilfredsstillende løsninger i konkrete omgivelser» (Fagerjord 2012). Med andre ord søker en slik designprosess etter praktiske løsninger. Denne prosessen er et kretsløp av forskjellige eksperimenter for design, «som testes opp mot krav og begrensinger som finnes i den faktiske brukssituasjonen» (Fagerjord, 2012). Resultater fra testingen gir utgangspunkt for videre testing, og slik fortsetter denne eksperimenterings syklusen. På denne måten vil denne metoderapporten være til hjelp for andre som ønsker å teste ut produksjon for redaksjonen. Fagerjord kommenterer også kritiske aspekter, hvor en slik metode vektlegger lokale og praktiske løsninger fremfor vitenskapelig forskning (2012). Det argumenteres for at utviklingen må ta hensyn til «konkrete begrensninger». For eksempel et bestemt sted som har et sett med lokale begrensninger som påvirker et design (Fagerjord, 2012). Selv om jeg tester ut nye virkemidler for utviklingen av et meningsinnlegg, må jeg ta hensyn til NRK P3s rammer for hvordan de vil nå ut til målgruppen innad i deres meningsunivers.

Innen designvitenskap vil jeg også trekke inn professor Gunnar Liestøl. Liestøl er medievitner og kjent for å være en av de første som etablerte digitale medier i forskning (Baarøy & Thorsen, 2017). På samme måte som jeg tester grafisk design og animasjon i utviklingen av mitt meningsinnlegg i P3, bruker Liestøl retorikk og fortellerteknikker til å eksperimentere med multimedial fremstilling i utvikling av det digitale kunstmuseet Kon Tiki (Baarøy & Thorsen, 2017). I en forskningsartikkel om design som metode, argumenteres det for at medieforskere, akademikere, profesjonelle aktører og amatører bør eksperimentere med uttrykksformer til nye medier (Nyre, 2014). Videre i artikkelen ser Nyre på hvordan Liestøl og andre forskere tidligere har kombinert medievitenskap med designprinsipper fra informasjonsvitenskap med et mål om å produsere innovative og forbedrede medier (2014). Liestøl forteller i et intervju at, «De ulike appene er i virkeligheten laget for å prøve ut ulike formidlingsmodeller og fortellerteknikker» (Baarøy & Thorsen, 2017). I mitt tilfelle ender eksperimentet mitt i et sluttprodukt, som er meningsproduksjonen med NRK P3. Strategien for mitt eksperiment har vært å tilegne meg erfaringer om en slik produksjon. På samme måte som Liestøls sine apper er i kontinuerlig

utvikling, er mitt håp at andre bygger videre på mine erfaringer. Slik kan dette utvikles til nye sjangerforståelse, teknikker og alternative metoder å formidle ytringer på.

### 2.2.3 Oppsummering av metode

I dette delkapittelet har jeg prøvd å gjøre rede for hvordan metoden min har likheter med casestudier, nærmere bestemt single-casestudie. Ulempen ved å velge en slik studie er at omfanget er nokså begrenset. Et alternativ hadde vært å bruke multiple-casestudie (Yin, 2018, s. 54). Å studere flere plattformer som publiserer subjektive meninger blant unge, som Aftenposten Si ;D og Aftenposten Meninger kunne vært interessante funn for hvordan utvikle et godt meningsinnlegget. Mitt argument for å avgrense meg til NRK P3 er at redaksjonen har et større søkelys på kreative og visuelle formater. Det er også et naturlig valg for å svare på hvordan en ikke-profesjonell ung person kan produsere for den profesjonelle aktøren P3. Enda en faktor er at NRK P3 har en eldre målgruppe enn andre ytringsplattformer som Si ;D, som stemmer mer overens med personer jeg ønsker å treffe med produksjonen. Derfor vil andre lignende plattformer heller bli brukt for å forstå denne sjangeren for journalistikk.

Metoden brukt i denne oppgaven er en praktisk – teoretisk fremgangsmåte hvor jeg har latt meg inspirere av en slik casestudie for å tilegne meg kunnskap om redaksjonen og meningsproduksjoner. Samtidig bygger metoden på designvitenskap og eksperimentering, hvor jeg har gått inn i et laboratorium og latt meg inspirere av fremgangsmåten til Brun og Liestøl, når jeg har eksperimentert og prøvd meg fram. Ved å kombinere hva redaksjonen har gjort tidligere, prøver jeg ut nye produksjonsmetoder, nyskapende og kreative teknikker som skaper innovasjon i den digitale fremstilling av en subjektiv mening. For å opparbeide meg kunnskaper om redaksjonen og meningsuniverset har jeg gjennomført semistrukturerte intervjuer med tre personer i redaksjonen.

## 2.3 Dybdeintervjuer

Tjora forteller at gode ideer til forskning utspiller seg ofte fra et distinkt problem, spørsmål eller fenomen som én er nysgjerrig på (2021, s. 18). I denne oppgaven prøver jeg å utforske min nysgjerrighet på hvordan en ikke profesjonell person kan produsere for NRK P3 Meninger. For å utforske denne nysgjerrigheten, har oppgaven likheter til kvalitative forskningsmetoder. Kvalitative dybdeintervjuer brukes for å forstå informantenes opplevelser og refleksjoner rundt et tema, og er hensiktsmessig dersom det ønskes å undersøke informantenes erfaringer sett fra

informantens perspektiv (Tjora, 2021, s. 128). For å kunne produsere for en profesjonell organisasjon, så jeg det essensielt å få innblikk i bedriften, samt være klar over rammene som er gitt for å oppnå best mulig resultat. Hensikten med disse intervjuene har ikke vært ment som forskningsintervjuer, men kan heller sees i lys av research intervjuer for å tilegne meg kunnskaper om hvordan å utvikle et meningsinnlegg. Uten bruk av intervjuer hadde informasjon om redaksjonell tenkning, produksjonsmuligheter og virkemidler for å nå målgruppen ellers vært vanskelig å få tak i. På denne måten har formålet med intervjuene vært å lære om miljøet som produksjonen tilhører, som en forberedelse til utviklingen av det praktisk arbeidet.

### 2.3.1 Semistrukturerte intervjuer

Det finnes forskjellige måter å strukturere et intervju på, hvor jeg har valgt å gjennomføre semistrukturerte intervjuer. Dette er en fleksibel struktur som gir forskeren muligheten til å utforske informasjonen som blir gitt ved å stille oppstilling spørsmål (Østbye et al., 2013, s. 105). Jeg har ingen tidligere erfaringer med verken produksjon av en digital mening eller jobbe sammen med en profesjonell redaksjon. Derfor var det viktig at jeg opparbeidet meg informasjon om sjangeren, slik at oppfølgingsspørsmålene eventuelt kunne vise til nye og uventede perspektiver (Østbye et al., 2013, s. 104).

Det finnes også varierte måter å gjennomføring et slikt intervju på. Jeg valgte å ta i bruk hva Tjora kaller for de tre faser: oppvarmings-, refleksjons- og avrundingsspørsmål. (Tjora, 2021, s. 159). I starten av intervjuet er det viktig å få informanten til å føle seg bekvem og det kan derfor være forsvarlig med korte og enkle spørsmål (Tjora, 2021, s. 159). Her valgte jeg å starte med å fortelle litt om meg selv, hva intervjuet skulle brukes til og forklare hvorfor jeg så på dem som aktuelle basert på deres erfaring og innsikt rundt en slik produksjon. Oppvarmingsspørsmålene ledet opp til at informantene skulle kunne forklare litt om seg selv og hva deres arbeidsoppgaver i redaksjonen består av. I delen av intervjuet som består av refleksjon spørsmål valgte jeg å stille åpne spørsmål som oppfordret til beskrivelse om informantens arbeid, hvor også jeg stilte oppfølgingsspørsmål når jeg så på noe som relevant. Intervjuguiden som er tatt i bruk er vedlagt, *Vedlegg 4*. Denne intervjuguiden ble delvis endret slik at den passet til den enkeltes informant arbeidsrolle.

Det er en fordel at intervjuer tar på seg rollen som lærling (Østbye et al., 2013, s. 105). I denne situasjonen var det akkurat det jeg gjorde. Intervjuene er gjennomført som research arbeid for

å opparbeide meg kunnskaper om produksjonen, samt redaksjoner i P3. På den måten prøver jeg å jobbe meg inn i redaksjonen, uten å være ansatt. Jeg går inn i en rolle å lærer om muligheter og hindringer for hvordan jeg kan produsere et produkt av kvalitet med virkemidler som treffer målgruppen.

### 2.3.2 Rekruttering av informanter

En forutsetning ved rekruttering av informanter er å velge personer som kan gi dypere innsikt i temaet som skal reflektere rundt (Tjora, 2021, s. 145). Med denne strategien var det naturlig å velge informanter som jobber med produksjonene. Disse research intervjuene var ment å gi en dyp innsikt i tankegang, mål, og virkemidler til redaksjonen. På bakgrunn av dette falt valget på følgende personer som utgjorde oppgavens research på min produksjonsrolle:

- *Sandra Mei Ling Noer* – Vaksjef i P3 Meninger. Noer ble valgt grunnet hennes arbeid som leder og overordnede ansvar til alle publikasjoner på plattformen.
- *Maud Lervik Grøttland* – Visuell journalist i P3 Meninger. Som visuell journalist ble Grøttlands erfaringer innen planlegging og utførelse av visualitet i meningsinnlegg, en hovedfaktor for min innsikt.
- *Daniel Ramberg* – Sjef for nettredaksjonen i P3. I dag er Ramberg ansvarlig for hva som publiseres på P3s nettkanaler og var med å starte opp P3 Meninger.

### 2.3.3 Lydopptak og transkribering

Under research intervjuene valgte jeg å ta i bruk lydopptak. På den måten er fokuset rettet mot informantene slik at det blir en informativ kommunikasjonsflyt mellom oss (Tjora, 2021, s. 180). Lydopptaket ble gjort gjennom appen Diktafon og Nettskjema, som er et godkjent utstyr ved bruk av datainnsamling ved Oslo Met og sikrer at sensitive opplysninger ikke kommer på avveie. Lydopptak gjør det mulig å få med seg all informasjon ved transkribering av materialet. I denne prosessen har jeg prøvd å gjengi intervjuet så nøyaktig som mulig. De transkriberte research intervjuene ble sendt til informantene for godkjenning og eventuelle korrigeringer. Informantene fikk også tilsendt et informasjonsskriv som forklarte målet med min oppgave. Alle informantene har skrevet under på at jeg kan bruke navn, arbeidssted, arbeidstitel og informasjon gitt i intervjuet i denne metoderapporten. Intervjuene er godkjent av NSD. Jeg har valgt å bruke navnene til informantene ettersom at det er redegjør for utvalget basert på informantenes erfaringer som jeg bruker i produksjonen. Samtykkeerklæring til de enkelte er

lagt ved i *vedlegg 5*. Research intervjuene ga meg en god forståelse av hva NRK P3 Meninger er og har som mål. Ikke minst fikk jeg mange innspill på virkemidler for hvordan redaksjonen tenker og jobber. I ettertid vil jeg påstå at mye av det som har blitt dagens produksjon, kommer fra kommunikasjonen i ettertid av intervjuene. Intervjuene var likevel en introduksjon til P3 rammer. Hvilke muligheter og hindringer som settes for visuell og innholdsmessig utvikling, ble hovedsakelig oppdaget gjennom eksperimenteringen og kommunikasjonen gjennom utviklingen av selve produktet.

Validitet og reliabilitet er to viktige begreper innen forskningskvalitet. Jeg ser ikke på disse som relevant for min oppgave da metoderapporten er en refleksjon rundt praktisk prosess, og ikke forskning. På den andre siden, brukes ofte casestudier som en måte å generalisere fenomener innad i en situasjon (Cousin, 2009, s.133). I intervjuene kommer det frem virkemidler for hvordan redaksjonen arbeider for å nå ungt. I en omfattende forsknings sammenheng kan disse svarene vise seg å være felles egenskaper og generaliserte virkemidler for hvordan mediehus kan nå denne målgruppen. Research som har blitt gjort skal vise til hvordan jeg skal produsere for P3 Meninger, ikke å generalisere virkemidler for å nå unge med meningsjournalistikk eller i mediebransjen generelt.

## **2.4 Workshops og visuell tankegang**

### **2.4.1 Future Workshop**

I innledningen av denne metoderapporten ble ideen og valg av medieorganisasjon forklart. Som nevnt var dette helt i startfasen av prosjektet. På den tiden var jeg enda ikke sikker på hvilken vei denne oppgaven skulle ta. I denne perioden, men også gjennom utvikling av ideer i samarbeidet, har jeg vært inspirert av workshops metoder. Future Workshop er kort forklart en metode hvor en gruppe personer, sammen skal lage ideer og strategier med et mål om å legge et grunnlag for hvordan prosjektet skal være (Vidal, 2006, s. 2). Metoden er delt opp i fem deler som alle har sine egne karakteristikk: 1) Forberedelsesfasen, som handler om å organisere workshopen. Hvor og når den skal være, hvem skal være med (Vidal, 2006, s. 5). 2). Workshopen ble holdt i et grupperom på skolen, med fem personer fra klassen. I den kritiske fasen systematisere jeg rammene for prosjektet, «For unge/unge voksne», «grafisk design/animasjon», «nyheter» og «samarbeidspartnere». Disse rammene var nokså åpne, men ga mulighet for wokshoppens ideestrøm. Dette ledet videre inn til del 3) Fantasifasen, hvor selv de største og villeste ideene var ønsket, for å danne et stort bilde av mulige prosjekter. Selv om en ide ikke er gjennomførbar i dette prosjektet, kan det være mulig i fremtiden. (Vidal, 2006, s.

7). Alle ideene gikk så gjennom del 4) implementeringsfasen, hvor man diskuterer og ser ideene i et mer realistisk omfang tilknyttet hva som er mulig i denne oppgaven (Vidal, 2006, s. 8). Del 5) Oppfølgingsfasen, ble gjort muntlig, men ikke vektlagt ettersom at dette var en måte for å få potensielle ideer til prosjekter for kommende samarbeidspartner.

Jeg har ikke fulgt alle fasene i de forskjellige delene, slik Vidal beskriver i hans artikkel. I ettertid ser jeg at det kanskje hadde vært bedre og gjennomført en slik workshop etter inngått samarbeid. Da kunne dette mulig blitt gjort sammen med bekjente og redaksjonen i P3, noe som kunne gitt interessante veier for prosjektet. På den andre siden vil jeg si at denne kreative ideprosessen var nødvendig for å stille forberedt med ideer på møter med aktuelle samarbeidspartnere. Denne prosessen har til en viss grad også blitt brukt i senere tid i kommunikasjon sammen med NRK. Jeg kan heller ikke her påstå at de fem delene i Future Workshop metoden har blitt fulgt etter detalj, men essensen i metoden har blitt brukt for komme frem til kreative ideer. Spesielt i del 3) fantasifasen, hvor implementeringsfasen har blitt brukt for å skille ut ideer, basert på hva som er mulig og ikke.

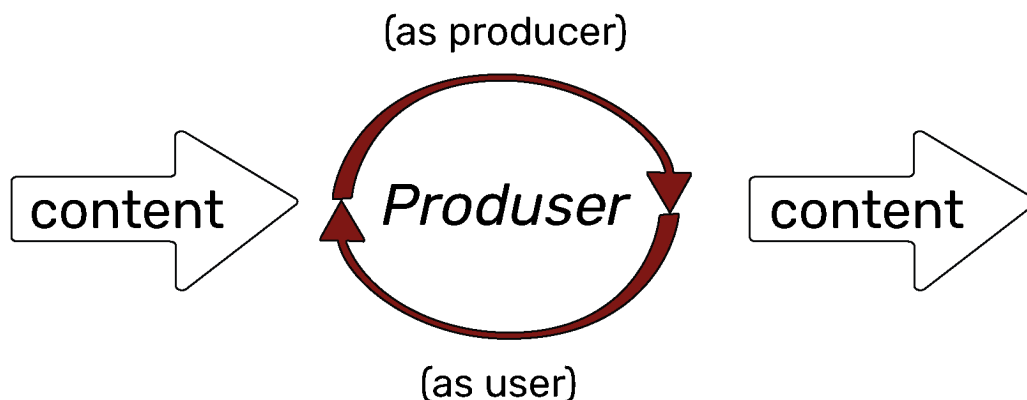
#### 2.4.2 Design Thinking

Denne oppgaven bygger på en eksperimenterende prosess med ideer, konsepter og fremgangsmåter. I dette ligger det tankeprosesser for hvordan ting passer sammen og hvordan noe oppfattes for publikum, blant annet farge, former og metaforer. «You cannot hold a design in your hand. It's not a thing. It's a process. A system. A way of thinking.» (Ambrose & Harris, 2016, s. 6). Gjennom utvikling av grafisk design, animasjon og meningsvideo, har jeg prøvd å utvikle ideer gjennom hva Gavin Ambrose og Paul Harris forklarer som å «tenke i bilder». Bilder har en egenskap til å vise mye informasjon på en gang. Sammensetningen av det som blir fremstilt kan bli kommunisert på mange forskjellige måter og oppfattet forskjellig basert på andre elementer i fremstillingen (Ambrose & Harris, 2016, s. 78). Denne tenkemåten beskrives som en fremgangsmåte innen Design Thinking for visuell kommunikasjon. Design thinking er en metode som stegvis tar for seg utvikling av en designprosess (Ambrose & Harris, 2016, s. 6). Metoden har vært en del av min testing av visuell kommunikasjon og tilpassing til NRKs formater, men også hele min prosess hvor jeg utvikler potensielle løsninger på hvordan å lage en produksjon rundt blodgivning for menn som har sex med menn.



## 2. 5 Producersage

Til nå i denne oppgaven har jeg omtalt meg selv som ikke-profesjonell. Selv om jeg har en bachelor før denne masteren, mangler jeg fortsatt bransjeerfaring. Derfor mener jeg vårt samarbeid er nokså interessant, hvor jeg, som en ikke-profesjonell, produserer innhold for en profesjonell medieorganisasjon. Samarbeidet kan sees i lys av Alex Bruns begrep *Producersage*. Enkelt forklart er dette et fenomen hvor brukeren blir en produsent, en amatør dreven måte å produsere informasjon på (Picone, 2011, s. 3). Brukerleddet (meg) gjennomfører, i henholdsvis små, endringer i den ellers etablerte redaksjonen (Bruns, 2006, s. 1). På en måte blir jeg en *profesjonell amatør* som investerer tid og engasjement i utvikling av et produkt. Det påpekes at i en nyhet sammenheng, er en slik person ikke alltid er med i hele produksjonen, men heller når deres spesifikke ferdigheter tilsier det (Picone, 2011, s. 4). Naturligvis skjer dette i et samarbeid hvor produsent (producer) og bruker (user), sammen produserer et produkt (Bruns, 2006, s. 1). I denne oppgaven er produsent (NRK P3 Meninger) og bruker (meg) i et samarbeid hvor vi sammen utveksler kunnskaper om produksjonen av et meningsinnlegg. I tillegg til at jeg er med i utviklingen av konsept og fremgangsmåter, tester og produserer jeg grafiske og animerte elementer for redaksjonen. Dette er virkemidler som ellers ikke er stort utforsket i denne sammenheng med et meningsinnlegg. På den andre siden er det P3 Meninger som sitter med det redaksjonelle ansvaret og tilpasser på den måten produksjonen etter deres profesjonelle rammer.



Figur 1. The producer (Bruns, 2006, s. 21).

Bruns påpekte hvordan produsenter har brukt publikums behov for å tilpasse sitt innhold (2006, s. 10). Tradisjonelt sett vil jeg påstå at dette fortsatt gjøres i stor grad i mediesamfunnet, men produksjoner som denne utforsker *producersage* fenomenet ved å la brukeren ta del i produksjonen av sin egen mening. Dette er noe Figur 1 viser, hvor bruker og produsent bygger på det som allerede finnes, uavhengig av hvordan resultatet blir, muliggjør samarbeidet en forbedring av produktet (Bruns, 2006, s. 21). Dette arbeidsforholdet bryter på en måte ned skille mellom

produsenter og brukere. I mitt tilfelle prøver jeg som bruker, å videreutvikle formatet ved *produsage* i samarbeid med NRK P3 Meninger. Denne måten å arbeide på står sterkt i oppgaven hvor jeg kommer til å se på hvordan det er og produserer for redaksjonen, ved å reflektere rundt det kreative arbeidet produsert i prosessen.

Interessante spørsmål som reiser seg i et slikt samarbeid er diskusjonen om hvor det etiske ansvaret ligger og hvor går de etiske grensene går. Produksjon min hadde ikke blitt det samme uten det journalistiske etikkansvaret i P3. Samarbeid mellom amatører og profesjonelle skiller seg på den måten ut fra andre ytringsmedier. Hadde jeg ytret meg gjennom medier som Aftenpostens Si ;D, ville det muligens vært flere begrensninger. «Må jeg slutte å knulle for å gi blod?». Denne tittelen kommer frem som provoserende og direkte. Dette er noe Si ;D muligens ikke ville godtatt, samt designet på grafikken. Det passer kanskje ikke inn i deres etiske formater. Samtidig handler etikk om respekt. Tittelen og det å ytre seg om homofil sex i seg selv kan være støtende for noen. Jeg vil derfor si at redaksjonen utfordrer de etiske grensene for hva som er tillat. Samtidig er jeg frontpersonen og *produsage* i produksjonen. Derfor må jeg være forberedt på spørsmål og tilbakemeldinger som kommer tilbake til meg. Er det støtende av meg å ytre meg om dette temaet? Kommer folk til å føle seg krenket i mine uttalelser om homofil sex? Hadde jeg skulle ytret meg om en situasjon som jeg ikke er en del av, kunne min ytring mulig vært støtende på personnivå. Jeg mener det handler om respekt for de som befinner seg i den bestemte situasjonen, eller miljøet. Jeg er en homofil mann, og er en del av i miljøet som temaet omgår. På den måten er jeg støtende mot andres subjektive meninger om tematikken. Hets, kritikk og frekke tilbakemeldinger er også noe en må tenke over. Er dette noe jo jeg tåler å stå i? Tør jeg å ytre meg gjennom et medium med mange seere på denne måten? Ved en annen meningsytrer, vil en slik direkte fremstilling av tekst og grafikk mulig være upassende. På den måten ligger det etiske også i at ytrer må føle seg komfortable.

Er det etisk riktig å bruke grafisk design og animasjon på denne måten? Gjennom refleksjonen i denne oppgaven kommer jeg til å ta opp underholdning som en del av mening innlegget. Skal man presentere nyhetssaker og meningsjournalistikk som en form for underholdning i unges mediebruk? Et eksempel på dette kan være en sak om drap. En kreativ og visuell fremstilling av drap kan resultere i at drapet blir glorifisert og fremstilt på en måte som drap gjerne ikke skal bli fremstilt på. Dette kan gjøre drap om til underholdning. Dette er også etiske problemstillinger en må ta hensyn til. Personlig mener jeg slik fremstilling av min tematikk er

nokså passende. Ikke bare med tanke på målgruppens «behov» i mediestrømmen for noe som skiller seg ut, men og mitt personlige ønske om å teste ut en slik bruk av visualitet.

Avslutningsvis vil jeg også påpeke samarbeid som fremgangsmåte i en praktisk – teoretisk masteroppgave. Gjennom denne prosessen har jeg fått erfart hvordan å kontakte arbeidslivet. Produsage prosessen har gitt meg en fot innenfor redaksjonen, samt erfart hvordan jeg forholder meg til eventuelle kunder og arbeidsforhold i fremtiden. På den måten kan denne praktiske fremgangsmåte bli sett på som å være en bro fra studentlivet over til arbeidslivet. En prosess hvor jeg som amatører tar til meg lærdom fra personer med bransjeerfaring.

### **3. Kommentarsjangeren og NRK P3 Meninger**

I dette kapittelet kommer jeg til å ta for meg sjangeren denne produksjonen går under, kommentar- og meningsjournalistikk. Målet med dette kapittelet er å gi et teoretisk overblikk over sjangeren og hvordan digitale medier utfordrer det tradisjonelle formatet. Videre kommer jeg til å utforske problemet med at unge mennesker er tause om politiske saker i sosiale medier. Jeg kommer avslutningsvis til å danne et overblikk om ytringsmedier som prøver å møte dette problemet ved å kartlegge hva NRK P3 Meninger er, samt presentere hovedpunkter for hvordan utvikle et godt meningsinnlegg.

#### **3. 1 Historikk om kommentarsjangeren**

Denne produksjonen går under kommentar- og meningssjangeren. For å kunne svare på problemstillingen ser jeg det nødvendig å ha en forståelse om den tradisjonelle sjangeren og hvordan formatet utfordres av sosiale medier. Mathisen og Morlandstø beskriver kommentarsjangeren som en måte å «drøfte hvordan vi skal forholde oss til det som har skjedd, eller det som skal skje», hvor denne sjangeren tidligere har blitt brukt i aviser som blant annet anmeldelser, kåserier og kronikker (Mathisen & Morlandstø, 2016, s. 15). Et mer tradisjonelt syn på ytringer og meninger i aviser, har røtter tilbake til 1814. Da trykkefriheten ble etablert i Grunnloven. Å kjempe for retten til å uttrykke sin mening i det offentlige rom, er en del av fremgangen til det moderne samfunn, hvor avis-tiden etter trykkefriheten ble omtalt som «meningsavisen» (Igland & Stølås, 2008, s. 23-24). Pressen ble altså et forum for debatt, hvor en slik kommentar kan ta varierte former. I Roksvol sin bok om avissjangre, forklarer han at en kommentar var vanligvis skrevet av en person i redaksjonen, med særegen forståelse og

kunnskap om emnet (1997, s. 16). Det påpekes også kommentatoren også kan ha personlige meninger. Avslutningsvis vil jeg vise til tidligere politisk redaktør og kommentator i Dagbladet, som kan gi et sjangerinnblikk i praksis. Simonsen forteller at hun likte å være usaklig og provoserende i meningene sine. Nettopp fordi denne type sjangeren åpner for personlige meninger rundt et tema (Igland & Stølås, 2008, s. 9-20). Mulig en av de mest informative definisjonene av denne journalistiske sjangeren i dag, er at den er «meningsbærende», «subjektiv» og «forklarende», som sette søkelys på synspunkter i motsetning til nyheter (Mathisen & Morlandstø, 2016, s. 14). God kommentar- og meningsjournalistikk åpner på den måten for en unik mulighet til å kommunisere subjektive meninger ved å formidle personlige synspunkter som et tilskudd til dagsorden og debatt.

Spørsmålet blir da hvordan utføres denne type journalistikk i dag og hvordan utfordrer digitale og sosiale medier denne sjangeren? Kommentar og meningsjournalistikk har som formål å bidra til debatt, hvor nett og sosiale medier gjør at meningsjournalistikk får en stor spredningskraft (Mathisen & Morlandstø, 2016, s. 123). Digitaliseringen har ført til at meningsjournalistikk blir tilgjengelig for alle, fordi det blir flere muligheter for å ta del i debatter over nett. Premissene for debatt blir også endret i forhold til de tradisjonelle avisene. Den økende graden av deltagelse sprer redaksjonelle kommentarer i form av personlige meninger og debatt i kommentarfelt, samt deling på sosiale medier (Mathisen & Morlandstø, 2016, s. 122). Digitaliseringen har altså ført til et skifte, hvor kommentarsjangeren ikke lengre er dominert av profesjonelle journalister. Vanlige samfunnsborgere er i dag med i prosessen og den hyppige bruken av kommentaren øker også mangfoldet i debatten. Overgangen til digitale medier er spesielt synlig hos unge, hvor den nye medievanen har vært en utfordring for nyhetsmediene (Mathisen & Morlandstø, 2016, s. 122).

Intervjuet med Simonsen var gjennomført i 2008, hvor de spesifiserer at nettavisene ikke har «knekt koden» på hvordan drive kommentator journalistikk på nett (Igland & Stølås, 2008, s. 18). I nyere tid mener journalister at digitalisering og sosiale medier fører til flere muligheter for kommentarsjangeren, men at redaksjoner fortsatt er i eksprimeringsfasen når det kommer til kommunikasjons muligheter for sjangeren (Mathisen & Morlandstø, s. 128). Noe som kan tyde på at redaksjoner enda ikke har knekt koden på hvordan drive kommentarjournalistikk i en digital medie verden. Mathisen og Morlandstø konkludere med at det er et «uutnyttet potensial for utvikling av meningsjournalistikken på digitale flater» (2016, s. 129). Mange er

altså enige om at det er et stort potensial innenfor sjangeren, hvor noen mener den «appellerer til ungdom mer enn nyheter (Mathisen & Morlandstø, s. 132).

Mediehus står foran en stor utfordring når det kommer til å nå ut til unge. De må være åpen for å gjøre forandringer i temaer som blir debattert og hvilken formen debatten foregår i (Mathisen & Morlandstø, 2016, s. 132). Nye studier viser til at NRK sliter med å nå ut til denne målgruppen. Det viser seg at NRK ikke var inkludert i «mest brukt» listen av nyhetskanaler for ungdommer mellom 15 – 24 år. Kringkastingssjef, Vibeke Først Haugen, forteller at «Hvis vi ikke klarer å få med oss de unge, så kan vi se for oss at de ikke vil bli lojale NRK-lyttere og seere etter hvert (NTB, 2022).

Aalen og Iversen beskriver at sosiale medier «påvirker hvem og hva som får oppmerksomhet» og at redaksjonelle medier tilpasser seg spillereglene, satt av sosiale medier, for å konkurrere om publikums oppmerksomhet (2021, s. 163). Min oppfatning er at mediebedrifter har et ønske om å utforske nye måter å drive kommentar- og meningsjournalistikk på. Dette åpner for nye muligheter for multimediale fortellinger. I denne produksjonen har jeg lurt på om deltagende meningsproduksjon, der unge blir lært opp til å produsere sin egen ytring på profesjonelle måter, er veien å gå for å skape mer engasjement blant målgruppen. Jeg ønsker derfor å teste ut nye muligheter for multimediale fortellinger som kombinerer visuell utforming og kreativitet som virkemidler for å nå unge.

### **3.2 Taushet og trusler i mediene**

I en undersøkelse gjort i 2014, ble det presentert en teori omtalt som «Spiral of Silence», eller tausehetsspiralen. Følelser vi kanskje alle har lyst til å kjenne på, er å bli godtatt, inkludert og respektert. Denne teorien viser til frykten for å ikke kjenne på disse følelsene. Er du alene i din mening, kan du fort få følelsen av å være i mindretall (Amundsen, 2014). Flertallets mening blir den dominante, og for å ikke blir utstøtt, er det mange som velge å innfri seg fellesskapets mening (Amundsen, 2014). Dette medfører at personer som har en annen mening om ting i samfunnet, heller velger å være tause om meningene sine. Ytring i offentligheten videreutvikler samfunnet vi levere i, men likevel er det få unge som tar del i dette. Aagre og Dixdarevic sine funn i deres masteroppgave, belyser også dette scenarioet. I en studie av 150 videregående elever, kom de frem til at elevene er nesten helt tause når det kommer til politiske saker online (Aagre & Dixdarevic, 2020). Denne tausheten kommer ikke fra en mangel på interesse eller engasjement i politiske saker, men at denne politiske debatten heller tar sted utenfor mediene,

offline (Aagre og Dixdarevic, 2020). Ved å intervjuere elevene har masterstudentene kommet frem til tre hovedgrunner til hvorfor unge er tause på sosiale medier.

<b>Kritikk</b>	<b>Kunnskapsløshet</b>	<b>Definering</b>
Å risikere å bli utsatt for negative tilbakemeldinger og hets	Snakke om ting en ikke kan godt nok og bli avslørt ved manglene kunnskap og argumentasjon	Å bli definert av andre basert på sin meningsytring

Tre grunner til taushet (Aagre & Dixdarevic, 2020).

Forklaringene av begrepene er omformulert av meg for å gi en bredere forståelse, men samsvarer med det studentene har oppdaget. Det å sette seg i en posisjon hvor en deler sine personlige meninger kan være sårbart og ubehagelig, spesielt med det internett kan medføre. Redaktører og kommentarjournalister forklarer at digitaliseringen og den økte tilgjengeligheten, har medført en økning i usaklige og arrogante kommentarer på nett (Mathisen & Morlandstø, 2016, s. 127). De tre hovedgrunnene i figuren baserer seg på nettopp disse negative tilbakemeldingene ved å ytre seg i offentligheten. Denne negative kritikken kan også være press på unges hverdag og psykiske helse (Aagre & Dixdarevic, 2020).

Skriver du meningen din på sosiale medier risikerer du å bli «trollet» av voksne på Facebook og på Tik Tok renner det inn drapstrusler dersom meningsytrer har en kontroversiell mening (Grøttland, research intervju, 12.02.2022). Et fenomen som har oppstått i nyere tid som også skremmer unge er frykten for å bli «cancelled». *Cancel cultur* kan kobles sammen med den siste hovedgrunnen til Aagre og Dixdarevic, definering. I en undersøkelse i målgruppen 15-27 år med 1027 respondenter, mener 52% at «de ikke kan si hva de mener fordi samfunnet har blitt for opptatt av hva som er politisk korrekt» (Nilsen, 2021). Unge er redde for reaksjonene som kan medføre meningen og vedvarende konsekvenser ved å bli definert basert på ytringen sin. Deriblant, en frykt for at definering skal påvirke fremtidig arbeidsliv til de unge (Aagre & Dixdarevic 2020).

Sosiale medier åpner for at alle kan bruke ytringsfriheten sin når som helst. Uansett, negativ kritikk og trusler viser seg å ramme de som ønsker å ta del i debatter. Slik negativ reaksjon på nett vil jeg si er et skadelig debattklima som medfører at demokratiet vi har i Norge mister unge stemmer. I denne oppgaven er jeg personen som ytrer min mening i det offentlige. Jeg skal ikke legge skjul på at de negative faktorer er noe som jeg også har tenkt mye over. Jeg har gjort en

dyp research på tematikken jeg har ytret meg om. Ikke bare for interessens skyld, men også en underliggende frykt å ikke kunne stoffet godt nok. Det kan være nokså sårt og skummelt å mene noe offentlig. Skulle jeg gjennomført dette med mine private medier, hadde jeg mulig utsatt meg for disse problemene i større grad. Det kan derfor stilles spørsmål ved forskjellen på å ytre seg gjennom redigerte medier og private medier. Min oppfatning gjennom denne prosessen er at P3 gir en trygghet. Ni av ti personer i Norge tar i bruk tilbud fra NRK hver dag, hvor den høye tilliten fra befolkningen gjør at NRK i dag står sterkere enn noen gang (Nilsen, 2021). Sjansen for at ytringen når flere gjennom NRK er nokså stor, kontra bruk av private medier. Det er også mulig at etoset til NRK i større grad virker som en beskyttelse for ytrer når det kommer til truslene forklart tidligere. Denne oppgaven viser til en ny måte å drive meningsjournalistikk på, hvor unge blir lære opp i å produsere sin egen mening. Kombinert med min eksperimentering av visuell utforming, tester jeg grafisk design som et virkemiddel for hvordan å produsere et meningsinnlegg. En slik fremgangsmåte sett i lys av produsage kan skape noe innovativt som kan være med å minske det usunne debattklimaet, ved å la publikum ta del i produksjoner.

### **3.3 Meningsplattformer og P3 Meninger**

#### 3.2.1 Meningsplattformer i Norge

Blant norske medier, finnes det plattformer som prøver å møte problemet tilknyttet unges taushet på sosiale medier. Tidligere nevnte jeg hvordan en profesjonell aktør i redaksjonen står for kommentar og meningsjournalistikk (Roksvol, 1997, s.16). I motsetning til denne tradisjonelle tilnærmingen, finnes det redaksjoner som inviterer unge til å mene noe gjennom redigerte formater, deriblant P3 Meninger. P3 Meninger kommer frem som den redaksjonen som tilbyr mest frihet til eksperimentering og kreativitet i den måten de driver meningsjournalistikk på. I tillegg blir det naturlig å trekke likheter til Aftenposten sin plattform, Si ;D. Si ;D var en av de første meningsplattformen som ble startet i 2005 med et mål om å fremme unges engasjement, ved å publisere daglige debattinnlegg fra ungdom (Skotheim, 2008).

I en diskursanalyse av Si ;D som debattforum viser Hanne Tungen at et slikt forum er *ungdommers inntreden i mediene* og baserer seg på leserbrev og publikumsdeltagelse, samtidig som unge blir gitt en mulighet til å ytre seg og ta del i debatter (2011). Sett bort i fra medieorganets strategiske side som angår å bygge egen merkevare, er eksperimentering og

innovasjon med publikums deltagelse en måte å videreutvikle formater (Maasø et al, 2007, s. 134-135). I en medie verden hvor unge blir sett på å være eksperter og innovatører i mediebruk, er det viktig at media også er eksperimentell og nyskapende for å engasjere og holde på publikums oppmerksomhet (Tungen, 2011, s. 10). Det er altså en interesse for å være innovativ, hvor jeg i denne oppgaven viser til muligheter og hindringer når jeg tester nye kreative måter å utvikle meningsinnlegg i P3. Maasø et al. påpeker nytten av det jeg ser på i denne oppgaven, hvordan jeg skal produsere for en profesjonell bedrift. Investeringen i publikumsdeltagelse og å lære opp unge i å ytre seg i nye medier, er «investering i en fremtidig utvidelse av ytringsmulighetene» (Maasø et al, 2007, s. 135)

### 3.2.2 NRK P3 Meninger

I dette avsnittet kommer jeg til å gå dypere inn på NRK P3 Meninger er, hovedsakelig basert på gjennomførte research intervjuer i redaksjonen. NRK P3 Meninger var et konsept som dukket opp under en intern workshop dag i P3. I oppstartfasen, også kalt *sesong 1*, var Daniel Ramberg redaksjonssjef for prøveprosjekt. Sesong 1 ble startet i oktober 2020 og varte frem til januar 2021. Etter et års pause i prosjektet, startet *sesong 2* opp i januar 2022 med ny redaksjon (Ramberg, research intervju, 16.03. 2022). Formatet og hvordan meningsinnlegg skal utvikles, har foandret seg mellom sesongene. Det er sammen med redaksjonen i sesong 2 jeg har utviklet mitt meningsinnlegg. Som en samlebetegnelse er NRK P3 Meninger, «Et svar og et håp til å prøve å løfte unge stemmer i ordskiftet, få de til å tørre å ta del i debatten ved å prøve å gjøre det trygt for ung å mene» (Grøttland, research intervju, 12.02.2022). kommunikasjon

*«Prosjektet har tydelige strategier på hva som skal lages, hvem det skal lages for og hvordan vi skal lage det. Vi har et stort fokus på prøving og feiling i redaksjonen, samtidig som at vi skal være gode på det presseetiske.»* (Ramberg, research intervju, 16.03.2022)

Meninger baserer seg på unges subjektive meninger, hvor vakt sjef i redaksjonen forteller at meningene kan egentlig være hva som helst (Noer, intervju, 04.02.2022). Videre legger Grøttland til at redaksjonen ønsker seg et mangfold av meninger og meningsyttere. Redaksjonen i P3 Meninger ønsker å fremheve meninger av ungdom for ungdom. Tanken er at ungdom som har noen på hjertet, gis en trygg plattform hvor de kan ytre seg om sin bestemte tematikk. Enten i form av en kommentar på noe aktuelt, men også meninger som ønsker å ta en tematikk opp til debatt. Dette gjenspeiles i min produksjon, hvor jeg forteller min virkelighet om hvordan jeg ikke kan gi blod i håp om å løfte tematikken opp til debatt. Redaksjonen er



også redde for en meningsstrøm som kan føre til ekkokammer. Aviser som VG og Avisa Oslo har ofte gjengangere av folk som ytrere seg. Redaksjonen vil løfte opp unge samfunnsborgere som ellers ikke er aktive media, for å styrke mangfoldet (Grøttland, research intervju, 12.02.2022).

Redaksjonen har en eksperimentell og utprøvende form som jeg mener utvikler kommentarsjangeren slik vi i kjenner den. Det finnes alltid begrensinger for de tekniske mulighetene, men redaksjonen arbeider tett med utviklere slik at det er mulig å få frem uttrykk annet et meningsinnlegg i stillestående form (Ramberg, research intervju, 16.03.2022). Noe som også er nokså nytt ved denne produksjonen er samarbeidet mellom meg og redaksjonen. Det kommer frem i intervjuet med Grøttland at det er en spennende utvikling å kombinere arbeidet med meningsytrer i et slikt univers, hvor dette er noe som hun ikke har sett før i Norske medier (Research intervju, 12.02.2022).

Gjennom redaksjonen blir hets og usaklige kommentarer moderert vekk, ettersom at redaksjonen arbeider for å skape engasjement og en trygg plattform for debatt. Dette inkluderer blant annet tillit og oppfølging som skåner unge mot hovedgrunnen til Aagre & Dixdarevic. Selv om P3 Meninger har et eksperimentelt og nyskapende uttrykk hvor det er rom for prøving og feiling, er det fortsatt rammer for produksjon av meningsinnlegg. Strategien P3 Meninger gjennomfører tar ikke vekk meningsytters mening, men at meningen blir tilpasset rammer for tekst og visualitet for å nå målgruppen. Det som er unikt er at jeg som en ikke-profesjonell person produserer visuelt innhold gjennom grafisk design og animasjon, samt tar aktiv del i planlegging av meningsinnleggets design.

### 3.2.3 Målgruppe

Den overordnede målgruppen i NRK P3 er 15-29, men enkelte redaksjoner har mer spissede målgrupper (Ramberg, research intervju, 16.03.2022). P3 Meninger er blant disse.

*P3 Meningers målgruppe har akkurat blitt endret fra 17-29 til 15-25. Hvis du tenker på P3, så tenker du på en 27 år gammel person, og det er for gammelt. Vi vil gjerne nå yngre. Det er endringer som holder på nå. (Grøttland, intervju, 12.02. 2022).*

Det vil være hensiktsmessig å bruke sosiale medier som et supplement for å treffe målgruppen med min produksjon. I en studie av 20-30 åringer ble det konkludert med at personene

foretrekker alternative kanalene fra de tradisjonelle mediene, på bakgrunn av at formatet er mer underholdene (Bremnes, 2013, s. 79). P3 Meninger har et visuelt format. «Dette prøver vi å gjøre fordi vi vet at målgruppen vår er interessert i visuell journalistikk og vi må se bra ut for å leses godt. (Ramberg, research intervju, 16.03.2022).

Kort oppsummert brukes sosiale medier hovedsakelig som en kanal for å nå ut til unge. I en kilde om NRKs bruk av sosiale medier i 2017, står det at slike kanaler ikke skal publisere ferdige produksjoner. De skal publiseres biprodukter som brukes for å hente målgruppen inn på deres egne digitale plattformer, hvor helheten befinner seg (MacGregor og Thoresen, 2018, s. 2). Intervjuobjektene bekrefter også denne strategien i meningsinnleggene. Fra starten av min ideutvikling ville jeg at min produksjon skulle nå unge og reise tematikken opp til debatt, hvor P3 Meninger viste seg å være det riktige valget for denne spissede kommunikasjonen. På den måte har redaksjonen gitt rammer for hva som er mulig å gjennomføre knyttet til deres strategier. Hvordan disse rammene er og hvilke muligheter og de hindringer de har påvirket min produksjon vil jeg reflektere rundt i kapittel 4 Meningsinnlegg, fra ide til produkt.

### **3.3 Hva legges i et godt meningsinnlegg?**

NRK Meninger skiller seg ut fra andre medium innen kommentar- og meningsjournalistikk. På grunn av samarbeidspartner og min utprøvde og eksperimentelle formidling, kommer intervjuene og kommunikasjonen gjennomført med redaksjonen til å fungere som en veileder for hvordan å utvikle et godt mening innlegg. Hva ligger egentlig i en god *mening*? Og hvordan har jeg, som uerfaren person, fått muligheten til å produsere for redaksjonen?

#### **3.3.1 Vesentlighet og identifikasjon**

I samtaler med flere i redaksjonen, men også venner og bekjente, har min mening angående å ikke kunne gi blod grunnet hvem jeg har sex med blitt stemplet som viktig. I vær varsom plakaten punkt 1.4 beskrives pressens demokratiske samfunnsoppdrag og er avgjørende for kravet om vesentlighet. «Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold» (Norsk redaktørforening, u. å.). Å si at noe er vesentlig bunner ned i at en sak «berører oss alle – enten direkte eller fordi det er av stor samfunnsmessig betydning» (Handgaard et al, 2013, s. 45). På denne måten blir spørsmålet om saken er viktig, stort og omfattende nok for publikum? På den ene siden handler meningen hva jeg mere er diskriminerende og kritikkverdige regler og kan knyttes opp mot pressen samfunnsoppdrag om å avdekke kritikkverdige forhold. Jeg vil uansett påstå at teamet mitt kan oppfattes som viktig

for flere deler av samfunnet. Produksjonen er vesentlig for alle homofile menn i Norge som heller ikke kan gi blod. Å føre tematikken opp til debatt kan også være med på å bekjempe tabu, som et forsøk til å fjerne Hiv stempelet som omringer homofile menn. På den andre siden kan produksjonen ikke være like vesentlig for personer utenfor de homofile miljøene, ettersom at den tar for seg blodgivning for homofile. Annenhver person i Norge kommer til å trenge blodoverføring gjennom sitt liv (Gi blod, u. å.), derfor kan det å få flere blodgivere sees på som vesentlig for flere. Norge trenger konstant blodgivere for å hjelpe syke og skadde personer, hvor jeg vil anslå produksjoner er viktig for flere i samfunnet enn bare homofile menn.

Å lage et visuelt meningsinnlegg til denne tematikken vil være vesentlig basert på målgruppens behov for visuell journalistikk. Starten skaper en stopp faktor, grafisk design og blod har som mål å skape interesse blant publikum. Hadde produksjonen vært bedre uten grafisk design? Det er vanskelig å si hva som er det «beste valget» i denne sammenhengen. Mitt formål er å eksperimentere i et redaksjonelt medium for å se hvordan jeg kan ytre meg med grafisk design. Jeg vil derfor trekke inn aspektet ved Prousage. Mediebransjen har en interesse i å utvikle seg for å nå ungdom. I dette tilfellet anser jeg at P3 ser på min utforskning av grafisk formidling som et virkemiddel for å treffe unge i et meningsinnlegg som vesentlig.

Dette er en tematikk som omgår alle homofile menn, hvor jeg står frem og personifiserer samfunnsproblemet. Slik er også kravet om identifikasjon en del av å vekke interesse rundt temaet. Publikum må kunne identifisere seg, kjenne seg igjen, i personen som representerer helheten (Handgård et al. 2013, s. 50). I september stod jeg med to valg, bruke meg selv eller en annen person for denne personifiseringen. Som Gitner forteller, finn en engasjert hovedkarakter med sterke tilknytninger til problemet, en interessant person som kan gi en god historie. (2016, s. 306). Å finne en annen person hadde medført en lang periode med leting og intervjuer for å finne den rette kandidaten. Dette hadde absolutt vært en mulighet som kunne ført til spennende samarbeid. Uansett, dette var og er min mening, mitt ønske om å ytre meg.

### 3.3.2 Kvalitet

Digitaliseringen har medført flere muligheter for å presentere redaksjonell journalistikk. Det er vanskelig å beskrive kvalitetsbegrepet innenfor journalistikken, for hva er egentlig god journalistikk og hvordan skal det presenteres til publikum? Det viser seg å være vanskelig å fastslå felles betingelser for kvalitet, men at kvalitet må bedømmes som en avhengig variabel. Altså, en tilnærming hvor kvalitetsvurderingen er avhenting av flere faktorer, som blant annet

sjanger, medietype, målgruppe og funksjon (Olsen, 2012, s. 41). Jeg vil si at kvalitet begrepet er dominerende fremfor vesentlighet til P3 Meninger. Etersom at P3 redaksjonen jobber med å løfte unge stemmer, trenger ikke meningen nødvendigvis har ting med stor vesentlighet. Jeg som meningsytrer må ha en mening som kan kvalitetssjekkes, samt flere argumenter på hvorfor meningsytrer mener som dem mener. Det skal altså ikke bare være synsing i meningen. Meningen må bunne i en reel situasjon eller fra noe personlig, hvor tematikken kan være alt fra det politisk tunge, til noe mer lett og ledig (Grøttland, intervju, 12.02. 2022). Rent praktisk velger jeg å se kvalitet i lys av hvordan meningen blir fremstilt.

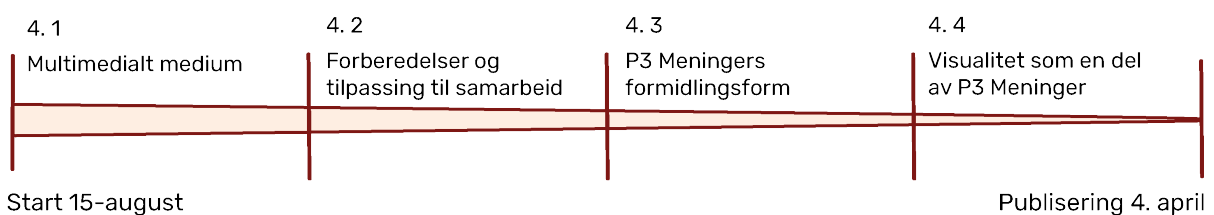
*Målgruppen vi prøver å treffe, med den research vi har gjort, er at de liker det i øyehøyde. Rett på sak og god lyd er ekstremt viktig for kvalitet. Men kvaliteten kan også oppleves som at det er noe seerne kan gjøre selv. Det skal ikke være for mye. Det skal ikke føles som at det er en stor produksjon rundt det, men heller at du kan tillate deg selv å se og nyte (Grøttland, intervju, 11.02. 2022).*

Denne forklaringen setter noen hindringer for hvordan det praktiske arbeidet skal lages. Produksjonen skal altså ikke være for produsert. Noer påpeker også at det skal være rom for å utforske kreative fortellerteknikker som fanger oppmerksomheten og skiller seg ut fra det som ellers finnes i mediestrømmen (Research intervju, 04.02.2022). I min produksjon bør altså det grafiske være utprøvende og kunstnerisk, men samtidig treffe målgruppen i «øyehøyde». Kanskje en bedre forklaring er at produksjonen ikke skal bli for spektakulær, men at produksjonen skal på en måte også kunne gjenskapes av målgruppen. Samarbeidet med P3 og at jeg produserer for redaksjonen er nokså uvanlig. Hadde en annen person hatt samme forutsetninger som meg? Til min forståelse har redaksjonen rom for prøving og feiling hvor personifisering av meninger er vell tatt imot. Samtidig, kan det være mulig at redaksjonen forventer at en ekstern produsent har gode ferdigheter innen en form for kreativ formidling. Mitt ønske var at P3 kunne føle seg trygg på meg og hva jeg kan produsere. Jeg har derfor sendt dem min Portfolio av tidligere kreativt arbeid, samt lenker til mine private medier slik at redaksjonen kan gjøre research på meg som person og min kreative uttrykkelse. stilles naturligvis krav om god kommunikasjon. Jeg har kontinuerlig vært i kontakt med P3, og sendt dem ideer og produksjoner. På den måten kan jeg ta til meg tilbakemeldinger fra redaksjonen som, med deres bransjeerfaring, har en mer detaljert forståelse av de forskjellige variablene som skal til for å øke kvaliteten på min produksjon.

## 4. Meningsinnlegg, fra ide til produkt

Dette kapitlet kommer til å ta for seg den ferdige Meningen, samt teori rundt multimedialitet, visuell kommunikasjon og grafisk design. Jeg kommer til å presentere hvordan prosjektet har utviklet seg fra ide til «Må jeg slutte å knulle for å gi blod?». Det kommer til å bli brukt relevant informasjon fra research intervjuene og kommunikasjon med P3 Meninger om grep som er tatt med i utviklingen av meningsinnlegget, hvor jeg har testet ulike ideer i prosessen. Dette kapitlet svarer på følgende delpunkter i problemstillingen:

*Hvilke innholdsmessige og visuelle grep må ikke-profesjonelle aktører, som meg selv, ta for å treffe målgruppen dersom man ønsker å utvikle et godt meningsinnlegg? Hva slags muligheter og hindringer settes for visuell utforming ved hjelp av grafisk redaksjonell design?*



Utvikling av produktet har vært en kreativ prosess. Veien har blitt til etter hvert, hvor prøving og feiling er en del av reisen til sluttproduktet. I denne metoderapporten forsøker jeg å reflektere rundt hele prosessen. Fra den nokså åpne ideen i startfasen, til et spisset produkt i samarbeid med NRK P3 Meninger. Å formidle denne prosessen skriftlig, kan fort oppfattes kaotisk for eksterne personer. For at hele denne prosessen skal være forståelig har jeg laget en modell som viser min prosess av prosjektet, fra midten av august 2021 til publiseringsdato 4.april 2022. Denne modellen er knyttet opp til de kommende kapitlene, slik at det skal være oversiktlig ta følge tidsperspektivet gjennom min refleksjon.

### 4.1 Multimedialt medium

I kapitlet 1. Innledning diskuterte jeg de aktuelle samarbeidspartnerne og deres muligheter for produksjon. I denne perioden ble det gjort opp noen tanker for produksjon, samt utviklet et storyboard 1, vedlegg 6. Slik stilte jeg forberedt i møtevirksomheten, for å gi et inntrykk av hvordan og hva jeg i starten ønsket å lage. Målet med denne delen av kapitlet er å gi innsikt i ideer og hvordan jeg har reflektert rundt startfasen av prosjektet, før samarbeidet med NRK P3.

Digital visuell historiefortelling har sine røtter fra fotografier. Fotografer har lenge vært opptatt av å fange gode øyeblikk som formidler en historie gjennom bilder, hvor video kan gi lengre sekvenser som trekker publikum inn i en historie (Gitner, 2016, s. 7). De dominerende faktorene i utviklingen av min visuelle formidling er grafisk design og video. En annen ide var å lage en infografikkvideo om temaet i mobilformat. I denne ideen var det ingen personer, bare grafisk design på en bakgrunn med en visuell fremstilling av informasjon. Slik Tendril gjør i deres infografikkvideo (2012). Crane viser til formålet ved bruk av infografikkvideo, hvor tekst og bilde sammen øker effektivitet til kommunikasjonen. Et bilde kan si mye, men er ikke like effektivt alene. Publikum tar til seg informasjon bedre dersom det er en kombinasjon av bilde og tekst. Et enkelt eksempel er en barnebok som har et tydelig visuelt element og enkel tekst for å beskrive hendelsen (Crane, 2016, s. 5). Selv om en infografisk video fungerer til sitt informerende formål, synes jeg ikke at dette ville være den beste løsningen på bakgrunn av målgruppe og dagens mediesamfunn. Det kjempes om oppmerksomheten til publikum på sosiale medier og det skal mye til for å fange, samt holde på oppmerksomheten. Av egen oppfatning ser jeg på infografikk videoer som en velfungerende måte for bedrifter til å fremstille statistikk på, men det kan også fort bli kjedelig. Når forskning viser at hjerner oppfatter cirka 50% av informasjon gjennom visualisering (Crane, 2016, s. 5), synes jeg det som blir skal være engasjerende. På bakgrunn av dette viste denne ideen seg å ikke være i tråd med hva jeg ønsket å skape. I tillegg mangler identifikasjonen som gjør at publikum kan relatere seg til meg og min situasjon (Handgård et al. 2013, s. 50). For best mulig kommunikasjon til publikum ønsket jeg derfor å ta i bruk flere elementer.

I et digitalt samfunn brukes et begrep kalt multimedialitet for denne type kommunikasjon. Dette begrepet viser til hvordan en kombinasjon av elementer som tekst, video og lyd sammen kan utgjøre en høy effekt av kommunikasjon til publikum (Gitner, 2016, s. Xviii). Video elementer i storyboard 1 er ment som et virkemiddel for å fange publikum og teksten skulle brukes som et mer utdypende grep, slik at de som vil kan lese mer. Ved å utvikle mine egenskaper innen animasjon, ønsket jeg å designe et produkt som fanget interessen og skilte seg ut på sosiale medier. Jeg så også fordeler i å bruke animasjonen strategisk, tekst sammen med et animert bilde ville gjøre det lettere å huske det som publikum ble vist. Personlig synes jeg at godt grafisk design er med på å løfte et produkt og derfor ville jeg kombinere mine kreative interesser ved å teste hvordan slikt design kan fungere for å illustrere tematikker.

#### 4.1.1 Grunnelementer til storyboard 1

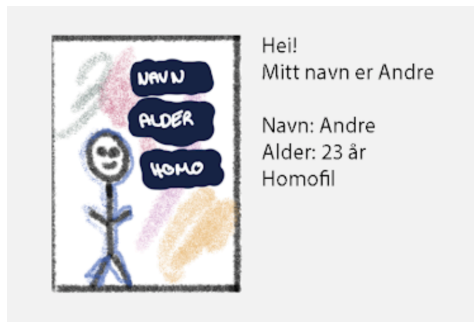
I etterkant vil jeg si at min ide var formet av allerede eksisterende produkter på markedet, hvor inspirasjonen var hentet i fra den nokså utprøvende Snap journalistikk. Som er en visuell måte å formidle nyheter til unge på sosiale mediekanelen Snapchat. Denne formen for journalistikk har ofte enkle visuelle løsninger, men som fanger oppmerksomheten til unge (Vedan, 2021, s.66). Publisering på VG nyhetskanal på Snapchat, var en an de første mulige samarbeidspartneren, noe som er litt av grunnen til at storyboardet gikk under den sjangeren. Av en observasjon av VGs format på denne nyhetskanalen, så jeg hvor eksperimenterende det multimediale formatet er, hvor jeg så en mulighet til å kombinere grafisk design med en mini dokumentar vinking. (Vedan, 2019). I redaksjonelle medier stilles det krav til å kunne bruke sosiale medier i nyhet sammenheng (Gitner, 2016, 131). Derfor viste jeg at produksjonen kom med stor sannsynlighet til å forandre seg basert på samarbeidspartner. Baktanken med dette første storyboardet var å gi et kreativt, men samtidig vise min interesse og engasjement for saken. Slik at de kunne få et inntrykk av hvordan jeg så for meg å teste ut mine ideer hos dem.

Min første ide var å eksperimentere med minidokumentar i mobilformat,16:9, inspirert av sjangrene samfunnsdokumentar og snap journalistikk. Denne skissen, storyboard 1, av prosjektet ble gjort i september og er delt opp i 4 deler, 1) Intro av tematikk og hovedperson, 2) Animert fremstilling av blodgivning for MSM, 3) Intervju med profesjonelle og 4) Diskusjon avslutning. Det vil være nokså umulig å gå gjennom hver eneste baktanke om de forskjellige scenene i storyboardet. Jeg kommer i dette delkapittelet derfor til å gå gjennom noen hovedideer, som senere har blitt endret i kommunikasjonen med NRK. Jeg anbefaler å ha storyboardet fra *vedlegg 6* tilgjengelig.

#### 4.1.2 Intro og hovedperson

Starten på denne Snapchat dokumentaren ville ta for seg punkt 5.4.4 i Transfusjonstjenestens veileder som omhandler 12 måneders sex kantene for MSM (Helsedirektoratet, 2017, s. 23). På grunn av at dette var planlagt til VG Nyheter på Snapchat, så jeg utviklingen gjennom en journalistisk nyhetsverdi. Ved å vise hvordan Norges regler skiller seg fra andre land som endrer på reglene, ønsket jeg å øke aktualiteten til saken for a vise at dette er noe som skjer her og nå (Handgaard et. al., 2013, s. 54). Etter å ha snakket om tematikken med venner og bekjente fant jeg ut at det var flere som ikke var klar over dagens regler tilknyttet menn som har sex med menn (MSM). Storyboardet ble derfor laget i et etterforskende format med en intro som avslutter med spørsmålet: *Hvorfor er det slik når etterspørselen er så stor?* Slik kunne

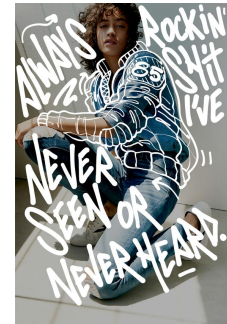
publikum være med på min reise for å finne ut hvorfor reglene er som der. Denne typografiske introen skulle bli animert i blod. «Hva! Skrives det noe i blodet?», reaksjonen jeg ønsket meg fra publikum. Dette var for å gjøre saken visuelt appellerende og å fange oppmerksomheten til målgruppen. Etter dette kommer introduksjonen av meg som hovedkarakter. Her ville jeg bruke grafisk design for å fremheve mitt navn, alder og seksuell legning. Under viser jeg til inspirasjon av hvordan jeg så for meg denne scenen.



Start av introduksjon i storyboard

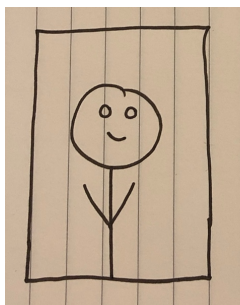


Figur 2. Grafisk design av visuell artist Selma Hosgor

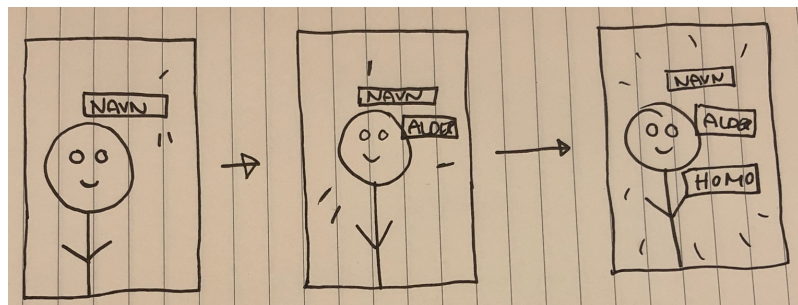


Figur 3. Ipad illustrasjon av Kervin Brisseaux

Her lot jeg meg inspirere av en form Pop art og organisk maling som skulle omringe meg, figur 1. En collage med kombinerte typografi i håndskrift, figur 2. I starten valgte jeg denne formen for design ettersom at jeg ønsket å teste ut hvordan et «kaotisk» uttrykk kan fungere som et engasjerende virkemiddel for publikum.



Voiceover: «Hei, mitt navn er André»



Visuell utdyping av storyboard – tre stillbilder

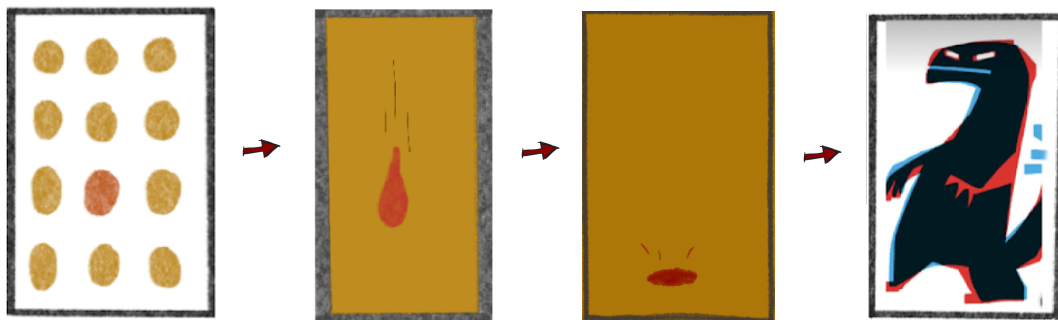
Ovenfor har jeg prøvd å utdype hvordan jeg tenkte denne scenen visuelt. Jeg sier «Hei, mitt navn er André». Deretter fryser bildet etterfulgt av tre forskjellige stillbilder. På hver av disse stillbildene vil det dukke opp en tekst. Første «André», andre «23 år», tredje «Homofil». Samtidig vil det komme mer grafisk for hver gang det blir vist et nytt stillbilde. Baktanken for dette uttrykket var todelt. På en måte var dette en mulighet for å teste en ny form for visuell kommunikasjon i et slikt format. I tillegg tenkte jeg at dette ville gitt et vennlige og kreativt inntrykk av meg som hovedperson. Ved å sette den kunstneriske tonen for den visuelle fremstillingen av det som er et tungt og sårt tema.



### 4.1.3 Historieformidling

Blodgiving for MSM er et stort tema. Derfor oppdaget jeg at det informerende elementet til en infografikkvideo var noe jeg ville gå videre med i forklaringen av regler og MSM situasjon. Istedenfor å gjøre det i et infografisk format, ville jeg gjøre det historiefortellende. Multimedialitet er historiefortelling som tar i bruk ny teknologi for å utvikle visuell og engasjerende historier (Gitner, 2017, xvii). Del 2) Animert fremstilling av blodgiving for MSM,

Appen Pinterest har vært en mine hovedkilder for inspirasjons bilder i storyboard 1. Målet var å finne inspirasjons til illustrasjoner som kunne skape en meningsdannelse blant publikum. Istedenfor å animere to personer som har sex, ville jeg heller illustrere to personer som snirkler seg sammen, som en floke. Med dette mener jeg å tenke metaforisk og gi symbolske illustrasjoner som visuelt kommuniserer budskapet ved bruk av semiotikk. Semiotikk er enkelt beskrevet som måten et bilde oppleves for en person (Skrede, 2021, s. 18). Det finnes flere begreper som beskriver meningsdanning innen semiotikk, men min interesse har vært metaforisk kommunikasjon. Metaforiske assosiasjoner stammer fra personers erfaringer, hvor et menneske trekker assosiasjoner og likheter til det som blir vist for å kunne gjøre seg opp en mening om det som vises (Skrede, 2021, s. 22). Eksempler på dette ser vi i storyboardet hvor det er skissert et monster, hvor jeg i denne oppgaven har lagt til flere forklarende elementer.



Figur 4. Monster av  
Cyrus Highsmith

Bildene ovenfor er et storyboard med søkelys på symboler og metaforer. For å gi en bedre forståelse vil jeg forklare illustrasjonene. Historien tar for seg Hiv epidemien hvor det er ønsket at følelsene ensomhet og redsel skal komme frem. Det første bildet inneholder flere prikker, hvor en rød prikk skiller seg ut. På det andre bildet har de andre prikkene blitt fjernet for å sette fokus på den røde prikken som faller nedover og har blitt til en dråpe. Over til det tredje bildet vil man se hvordan dråpen treffer bakken og danner en pytt. På det siste og fjerde bilde vises det hvordan det vokser et monster fra den røde pytten som har samlet seg på bakken.

Prikkene som forsvinner skal få frem «rent» blod, hvor den røde prikken er smittet av Hiv. Utover i scenen vil en se hvordan den røde blodråpen blir skilt bort fra de andre. Den faller drastisk ned mot bakken for å illustrere ensomheten som kommer av å bli skilt bort fra resten. Klippet av den ensomme dråpen varer en stund, hvor også voiceover forteller hvordan smitte forekommer, før den hardt treffer bakken. Monsteret skal være fryktinngytende for å skremme og skape redsel. Med dette ønsker jeg å få frem de emosjonelle konsekvensene en kan føle på av å bli smittet av hiv. Naturligvis er ikke Hiv en direkte kobling til et monster, men de assosierte følelsene kan ha sine likheter. Istedenfor å lage en eksakt kopi av en smittesituasjon, ønsket jeg å bruke slike metaforiske illustrasjoner, assistert med voiceoveren, til å gir en kreativ og engasjerende kommunikasjon av handlingen. Slik er animasjonen planlagt som en kreativ historiefortelling, hvor illustrasjonen sklir inn i hverandre. Kombinert med voiceover var dette et forsøk på en eksperimentell formidlingsform i et nyhetsjournalistisk format.

#### 4.1.4 Manus

I startfasen gjorde jeg mye research på transfusjonslovene i Norge. Dette medførte at satt jeg med mye informasjon om tematikken. Et problem som oppstod på utviklingen av manuset var at mengden informasjonen preget teksten. Jeg klarte ikke å skille ut de viktigste punktene. Det endte med et manusutkast som informere om andre regler, medisiner mot Hiv og detaljert statistikk om smittesituasjon. Jeg ville fortelle om alt, noe som kunne gått på bekostning av oppmerksomhet til publikum. På en måte var dette også i et dokumentarisk format, hvor kanskje slik informasjon hadde vært interessant og kunne åpnet flere muligheter for produksjon av temaet. Derfor prøvde jeg å få en naturlig flyt gjennom mini dokumentaren og jobbet med å få inn informasjon som kunne flyte sammen med animasjon og intervjuene.

#### 4.1.5 Intervju og diskusjonsdel

Den tredje delen av storyboardet var planlagt til å være en intervjurunde av profesjonelle aktører innen blodgiving. Da jeg satt meg inn i relevant litteratur til denne oppgaven fant jeg at journalistikk har størst innvirkning når det blir brukt personlig historiefortelling til å knytte hendelser av sosial og politisk verdi (Wahl, 2019, s. 66). Jeg ønsket å formidle min historie på en utforskende måte hvor jeg lot publikum være med på min «etterforskning» av hvorfor reglene er som de er. Slik ønsket jeg at denne delen skulle sette søkelys på mine subjektive følelser rundt tematikken, ettersom at deling av følelser gjennom personlige historier til det offentlige fungerer som en garanti for autenticitet og dyrking av medfølelse. (Wahl, 2019, s.

68). Denne siste delen var nokså mangelfull i utviklingen, men som sagt var dette en skisse på hvordan jeg ønsket å teste ut slik multimedial historieformidling på sosiale medier. På denne tiden var det vanskelig å lage et fullstendig plan, ettersom at jeg ikke viste muligheter og hindringer for utvikling i henhold til en samarbeidspartner.

## **4.2 Forberedelser og tilpassing til samarbeid**

Samarbeidet med NRK P3 ble avtalt på det første møtet 27. oktober. Før dette møtet observerte jeg formatet til publiseringer som allerede lå ute og gjorde meg opp noen tanker. Det viste seg at flere av meningsinnleggene hadde et nokså likt format, enten en video eller et skriftlige kommentarer. Video kommentar, meningsytrer ser inn i kameraet og formidler sin mening. Filming i et studio eller utendørs med en passende bakgrunn. Kamera filmer i hovedsak på overdel av kroppen med fokus på ansikt og hender som formidler meningen. Samtidig blir tekst brukt i videoene for å fremheve viktige poeng til meningsytrer (P3, 2020-a) Det skriftlige kommentarer formatet, blir assistert med bilder eller «*levende stils*», som er små video snutter, som bryter opp teksten og gjør den mer engasjerende (P3, 2020-b). Spørsmålet ble hvordan jeg kunne tilpasse meg P3s formater, men samtidig utvikle en nyskapende måte å utvikle et meningsinnlegg. Dette delkapittelet vil ta for seg hvordan prosjektet utviklet seg fra storyboard 1 til storyboard 2. I dette inngår det tilbakemeldinger fra det første møtet med NRK og hva tiden frem til prosjektstart bestod av.

### 4.2.1 Gammeldags formidling

På møtet fikk jeg mye positive tilbakemeldinger på mine ideer i storyboard 1. På den ene siden fikk jeg tilbakemelding på at det grafiske var interessant og veldig aktuelt for P3. På den andre siden, dokumentformatet jeg hadde inspirert meg av, var en nokså gammeldags metode innen media og det kom altså ikke til å funke. P3 var ute etter en mer moderne formidlingsmåte, samt produksjonen måtte tilpasses meningssjangeren og ikke dokumentar. I etterkant skulle jeg stilt bedre forberedt til dette møtet. Jeg skulle brukt observasjonene jeg opparbeidet meg om P3s sitt format på meningsinnleggene og laget et nytt storyboard som viste mer detaljert hvordan jeg skulle produsere for å utfordre deres formater. Det skal også nevnes at dette møtet var under overgangen til *sesong 2*, hvor redaksjonen og P3 Meninger var i en omstillingsfase. Dette gjorde at møtet ble mer en formalitet og selve samarbeidet kom ikke til å starte før i januar 2022. Det ble derfor vanskelig å spå fremtiden for prosjektet. Jeg burde vært mer aktiv på å finne ut rammen for utforming tidlig, slik at jeg kunne spisset ideen til oppstart i januar. På denne tiden satt jeg altså med lite informasjon og kjennskap til muligheter og hindringer for produksjonen.

#### 4.2.2 Venteperioden

Ettersom at dette møtet var 27 oktober og start av prosjektet ikke var før i midten av januar, medførte dette en «venteperiode» på litt over to måneder. Denne venteperioden kom med noen usikkerheter og Covid-19 førte til enda en ny nedstenging av landet. Jeg var i jevnlig kontakt med P3 over mail, for å planlegge rundt pandemien. Vi risikerte å måtte gjennomføre hele utviklingen over nett dersom nedstigningen varte ut i 2022. Venteperioden for P3 bestod av å ansette en ny redaksjon til den nye sesongen av P3 Meninger. Siden denne redaksjonen enda ikke var på plass, var det også vanskelig å planlegge produksjonen i mer detalj. Det var derfor viktig å holde kommunikasjonen flytende for å vise min tilgjengelighet så fort den nye redaksjonen var på plass.

Det er fullt forståelig at P3 var gjennom denne fasen, men det satt også en stopper i utviklingen av denne masteroppgaven. Jeg valgte å bruke tiden frem til januar på å forberede meg godt til oppstart i januar 2022. I dette har det inngått å lære meg verktøy til utvikling av animasjon og utforming av nytt storyboard, hvor jeg prøvde å tilpasse ytringen til de observasjonene jeg hadde gjort av P3s formater tidligere. I tillegg søkte jeg om godkjenning til NSD og planla intervjuguiden. Slik at jeg, så raskt produksjonen begynte kunne få en mer detaljert oversikt over muligheter og hindringer for hvordan jeg skulle produsere for den nye redaksjonen i 2022.

##### 4.2.2.1 Bruk av verktøy

Jeg måtte lære meg å animere. I venteperioden brukte jeg tiden på å lære meg programmer og planlegge animerte løsninger. Animasjon viste seg å være en mer tidkrevende prosess enn planlagt. En ting er å tegne et bilde, men å få et bilde til å komme til live er en ny prosess. Som nevnt tidligere, var det på denne tiden en mangel på kommunikasjon og jeg manglet rammer for det jeg skulle produsere for P3. Det var mulig P3s rammer kom til å endre eller hindre designet. Derfor hadde det ikke vært hensiktsmessig å utvikle ferdige animasjonsscener, før jeg var klar over muligheter og hindringer i januar. Tidsmessig forutså jeg at det kom til å bli vanskelig å lage detaljerte og nøyaktige animasjonene slik jeg så for meg i storybordene. Derfor har design stilen ikke tatt utgangspunkt i rene og tydelige linjer, men en stil som bygger på frie linjer uten klare regler, som ligner litt på skisser i en notatbok. En måte å teste animasjon på er å bruke Post-it lapper. Ved å tegne samme tegning med små justeringer på hver lapp, kan en bla gjennom alle lappene og se at tegningen kommer til live. I en digital form kalles dette frame

by frame animasjon. Til dette valgte jeg å bruke appen Procreate til iPad som gir en unik mulighet til å håndtegnede illustrasjoner på digitale ark. For å lære meg animasjon og programmet brukte jeg nettsiden Domestika som læringskilde. Denne nettsiden tilbyr flere profesjonelle e-læringskurs i utvikling av kreative prosesser. Jeg brukte kursene til Martin Tognola (u. å.) og Caroline Kjellberg (u. å.), som handler om animerte historiefortelling på digitale medier. Det var nødvendig lærdom jeg trengte for å produsere for NRK.

#### 4.2.2.2 Tilpasset P3 storyboard

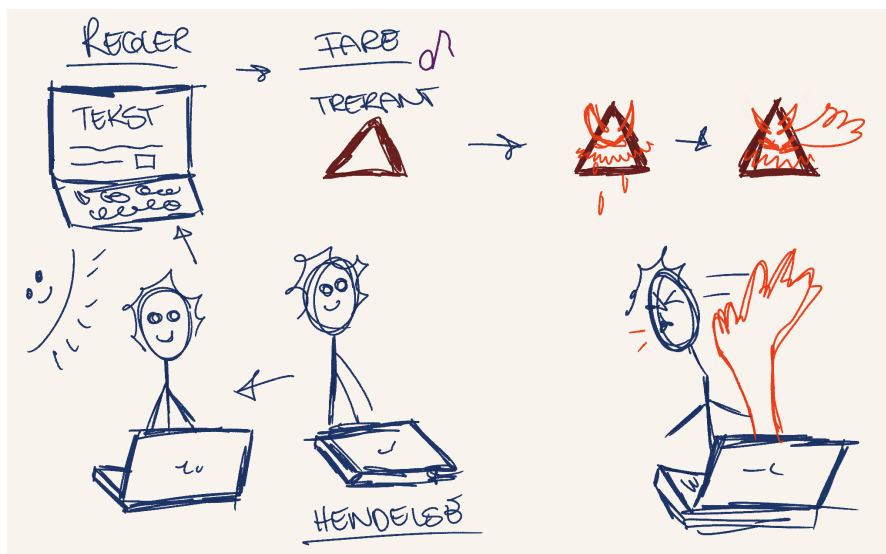
Selv om en mer detaljert plan, samt rammer for prosjektet ikke var plass, hadde formatet utviklet seg fra å være en minidokumentar, til en meningsytring i videoformat. Som forberedelse til oppstart i januar, tilpasset jeg ideen, storyboard 2, vedlegg 7. Dette vedlegget fungerte som en introduksjon av meg og tematikk til den nye redaksjonen, og inneholder derfor informasjon av tematikken.

Istedenfor å innlede med animert tekst om tematikken, slik storyboard 1 viser, hoppet jeg rett til presentasjon av min mening. «*Jeg mener reglene for blodgivning bør endres og likestilles.*» En intro som skaper interesse ved å komme raskt til poenget. Introen av meg som hovedperson var planlagt slik den er redegjort for i 4.1.2 *Intro og hovedperson*, men jeg valgte å legge til enda en animert scene. Scene skal illustrere tematikken med subjektiv historie av hvordan jeg ble nektet å melde meg som blodgiver, for å knytte tematikken til personlige følelser.



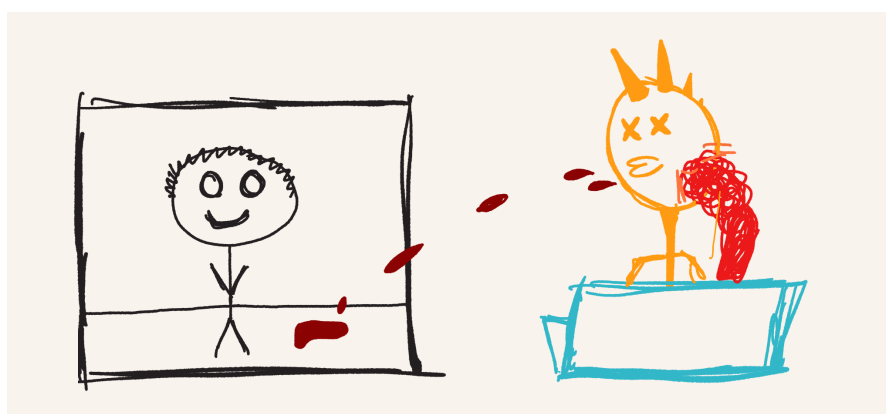
Skjerm bilde av egen test animasjon

Ovenfor er det noen skjerm bilder tatt ut fra en test animasjon. Den viser hvordan en varseltrekant med menneskelignende kjennetegn blir dannet. Trekanten har et ondt og lurt blick, taggete munn og spisse horn. Den får til slutt en arm som strekker seg mot publikum.



Skissert storyboard til scene av hvordan jeg ble nektet å melde meg som blodgiver

Varseltrekanten er en del av en større scene, planlagt i bilde 4, 5, 6 og 7 i storyboard 2. Planen var å animere en scene hvor en gutt åpner PC-en sin og tar en av Røde kors avgjør om du kan bli blodgiver eller ikke. Da gutten svarer at han har sex med menn, begynner skjermen å blinke rødt. Det er da denne trekanten blir dannet på PC-skjermen. Dette skal være symbolet som nekter gutten å gå videre i undersøkelsen. Trekanten har menneskelige kjennetegn. Armen strekker seg ut av PC-en som gutten ser på.



Illustrasjon av filmeprosessen.  
Meg som sitter og snakker om meningen min

Illustrasjon av animasjon.  
Gutt som blir slått av varseltrekanten

Scene slutter med at trekanten slår til gutten. Gutten blir slått til ene siden og litt blod faller ut av munnen. Når videoen går ut av den «animerte verdenen» og tilbake til meg som ser inn i kamera, lander blodet i bakgrunnen og blir en pytt. Denne scene skal visuelt, kombinert med min stemme som voiceover, vise frem den følelsen jeg satt med da jeg fant ut jeg ikke kunne bli blodgiver. Det følte som nettopp det som er scene viser, et slag i trynet. Blodet skal være

en måte å få inn gode overganger fra den «animerte verden» til den virkelige verden. Samtidig som det kan være et symbol på hvordan jeg har masse blod som ingen vil ha.

Videre i storyboardet var mye av animasjonen fortsatt den samme ettersom at den ble godt tatt imot tidligere. Mot slutten hadde jeg byttet intervju og diskusjons elementet, og erstattet det med meg som ser inn i kammeret og forteller ferdig om min mening. I etterkant ser jeg hvordan jeg burde ha testet ut film aspektet mer kreativ ved å se på mer dramaturgiske måter som skilte seg ut fra filming i et studio. Manuset var fortsatt lang og burde blitt mer spisset. Etter å ha fått tilbakemelding på at formatet i storyboard 1 ikke var nyskapende, var det vanskelig å se for seg produktas muligheter uten å være klar over rammene til den nye redaksjonen som ikke kom før på nyåret. Derfor ble jeg inspirert av hva den tidligere redaksjonen allerede hadde laget i sesong 1. Når jeg nå ser tilbake på denne tiden av prosjektet, vil jeg si det var en tid med en del prøving og feiling. Samtidig har jeg utforsket ideer før januar 2022, for å være forberedt med en produksjonsplan når samarbeidet begynte. Det har altså vært en del av prosessen for å komme frem til dagens produkt. I begge storyboardene planlagte jeg én produksjon, en video på sosiale medier og den samme videoen til plattformen P3 Meninger. Det var på vei til å endres.

### 4.3 P3 Meningers formidlingsform

Dette kapitlet vil ta for seg hvordan kommunikasjon og samarbeidet med NRK har formet de formidlingen av prosjektet. Etter det vil jeg gå i detalj på hvilke virkemidler som er tatt i bruk i selve Meningen - *Må jeg slutte å knulle for å gi blod*. Tilpasning av produksjonen til redaksjonen formidlingsform har medførte store endringer fra min opprinnelige ide.

#### 4.3.1 Retningslinjer som endret formatet

Produksjonsstart i januar ble på et nytt Pitch møte med den nye redaksjonen, men også workshop for hvordan vi skulle kombinere det grafiske med historieformidling. På grunn av NRK retningslinjer (MacGregor og Thoresen, 2018, s. 2), kom meningsinnlegget til å bli delt opp i to forskjellige produksjonere. En video til sosiale medier, Instagram, som skulle bli brukt som et biprodukt til den andre produksjonen, skriftlig og visuell kommentar på deres egen plattform, P3 Meninger. Denne strategiske formidlingsmåten medførte store begrensninger for hva som var mulig å utvikle. Det medførte også endringer i hva jeg hadde testet i storyboard 2. Dette var en hindring av prosjektet slik jeg hadde planlagt, ettersom at mitt meningsinnlegg var tilpasset en video på sosiale medier. Til å være en begrensning, åpnet kommunikasjonen mellom meg og NRK for nye diskusjonen for visuell fremstilling av et meningsinnlegg.

#### 4.3.2 Utvikling av skriftlig mening

P3 ville ha en tydeligere mening. Gjennom intervjuene kom det frem noen hovedpunkter jeg forholdt meg til i utviklingen av teksten og ytringer generelt. Når det kommer til personen som ytrer seg, må personen være komfortabel i meningen sin. Det må være autentisk og komme fra ytrer selv. Ytrere må være i målgruppen, 15-25, hvor meningen er fra en ung person til en annen ung person. Det er ikke forventet at en ung person skal reagere eller ta del i debatten dersom meningsytteren er en voksen person. Dette gjenspeilet seg også i bruk av uttalelser fra eksperter. Dersom en tekst skal inkludere slike uttalelser bør også disse være så unge som mulige (Noer, research intervju, 04.02.2022). Det viktigste i en meningspublikasjon er språket. *«Det skal ikke være så komplisert. Det skal være et forståelig og lett språk som unge folk kan relatere det til. Da blir det tilgjengelig for alle, du skal ikke ha et universitetsråd for å forstå meningene.»* (Noer, research intervju, 04.02.2022). Dette vil da si at istedenfor at jeg bruker ordene «samle» eller «seksuell handling», skal man heller møte ungdommen med et språk de forstår. *Å ha sex, knulle eller å ha seg.*



Tidligere har jeg også snakket om hvordan P3 bruker tredjeparts medier som blant annet Instagram som en strategi for å nå ut til unge, hvor informasjonen bør være nokså rask for å fange interessen. Bygget på en samlet forståelse av intervjuene, bør også den skriftlige meningen være nokså raskt til poenget. På bakgrunn av at redaksjonen har et nokså eksperimenterende og utprøvende format, vil jeg si at underholdning er en viktig del av å formidlingen til unge i redaksjonen. Det skal på samme tid være alvorlig og saklig, men at man tester ut meningsjournalistikk i kombinasjon med underholdene elementer som skaper engasjement. Hvordan dette blir brukt i visuell utforming kommer jeg mer inn på i neste kapittel 4.4 Visualitet som en del av Meninger.

#### 4.3.3 Utvikling av skriftlig meningsinnlegg

Gjennom dette prosjektet hadde jeg også et personlig mål. Å finne ut av hvorfor reglene er som de er. I en historie basert på en karakter, oppstår dramaturgien mellom det karakteren vil og det karakterer ikke får til (Gitner, 2016, 277). I min mening kan dette sees i lys av hvordan jeg som gutt har lyst til å gi blod, men blir hindret på grunn av sin seksuelle legning. Denne dramaturgien kommer fra konflikten og mine følelser rundt de forskjellige aspektene i å bli nektet å gi blod, noe som driver historien videre (Gitner, 2016, 277). Manuskriptet til de to tidligere storyboardene er derfor preget av denne etterforskningen, noe også redaksjonen likte. Derfor ønsket jeg å tydeliggjøre meningen min og historien for hvordan jeg har utforsket tematikken, vedlegg 8. Jeg kommer til å ta ut hovedelementer i meningen her.

Jeg startet med å fortelle scenarioet da jeg ble nektet i å gi blod, for å innlede med en personlig historie, etterfulgt av en uttalelse om hvordan jeg føler dagens regler bare et plaster på såret. Videre går teksten inn på bakgrunnen for hvorfor reglene er nokså stramme og knytte dette opp mot Hiv og virusets historie. Videre ville jeg sette søkelys på hvordan reglene er alt for strenge basert på dagens Hiv situasjon og knytte dette opp til hvordan andre land har endret på reglene. I dette utkastet prøvde jeg å lage en historie hvor dramaturgien var bygget opp av argumenter og mine følelser rundt regler. Teksten ble fundamentet for meningen.

Jeg burde vært flinkere i å konkretisere meningen min. Det jeg slet med i de tidligere storyboardene, gjorde jeg også i dette utkastet. Jeg vil si at jeg fokuserte for mye på at alle skulle forstå min situasjon på detaljnivå. Teksten for lang, drøye 5 sider. Basert på målgruppen, er det liten sannsynlighet for at meningsinnlegget hadde blitt lest, ettersom de hadde mistet interessen. Som jeg har påpekt tidligere, blodgivning for MSM er et stort tema og jeg ønsket at redaksjonen

skulle forstå hvert aspekt av tematikken. Et problem var nok at jeg, heller ikke denne gangen, klarte å skille ut det viktigste.

Her burde jeg tilpasset meningen mer mot det Sandra påpekte i intervjuet, å gjøre meningen kort og konkret, samt lesbar for den unge målgruppen. For en meningsytrer, som meg, kan det være vanskelig å skille viktig fra det mindre viktige. Redaksjonen med deres bransjeerfaring hjalp med å tilspisse meningen, ved å trekke ut hovedelementer som kunne gi en bedre historiefortelling. Teksten som er i meningen i dag, har mange av de samme elementene og likheter til mitt dramaturgiske oppsett. Med redaksjonell redigering er den kortere og er bedre for målgruppen som skaper interesse fra start til slutt.

#### 4.3.4 Utvikling av overskrift og manus

I vedlegg 8 har jeg valgt å ha overskriften «*Hvorfor blir homofile diskriminert for å gi blod?*»... I ettertid ville jeg heller brukt meg selv i setningen og sagt: «Hvorfor blir jeg diskriminert i å gi blod». Dette ville mulig vært en mer personlig uttalelse jeg tror hadde passet bedre for å fange interessen til publikum, hvor dramaturgien utspiller seg videre i teksten når jeg forklarer hvorfor. Basert på min mening, vedlegg 8, kom redaksjonen med to nye forslag til hvordan meningsinnlegget kunne starte.

1. Hvorfor har den personen jeg har sex med, noe å si om jeg får gi blod eller ikke?
2. Må jeg slutte å knulle for å gi blod?

Personlig synes jeg det tredje forslaget var det beste fordi den gikk rett til poenget av hele saken. NRK var enig, ettersom at dette var en overskrift, som ga best stoppeffekt. I sosiale medier må informasjonen gå raskt, hvor dette er et virkemiddel for å bli fanget opp i mediestrømmen (Grøttland, research intervju, 12.02.2022).

Scenario. En gutt scroller i sin instagram feed. Han blar forbi bursdagsinnlegg fra helgen, selfier tatt fra toppen av et fjell og reklame fra butikker. Plutselig dukker jeg opp i feed, «*Må jeg slutte å knulle for å gi blod?*». Han blir overrasket av det han nettopp hørte, men samtidig interessert i å se og høre mer. Han blar ikke videre. Ikke bare skaper dette en spenning for hva resten av innholdet skal være, men gir et inntrykk for hvordan resten av innholdet til meningsinnlegget kommer til å være. Rett til poenget, rett på sak og personlig. Den legger ikke skjul eller prøver å tildekke ordbruken i tematikken. En slik fremgangsmåte ville mulig vært like effektiv til en

eldre målgruppen, men sett i lys av målgruppen 15-25, er dette et bevisst valg som møter publikum med det språket de bruker.

Ettersom at videoen på sosiale medier bare skulle fungere som en teaser til selve meningen, har manuset bare noen hovedelementer av meninger. Gjennom en idemyldring, kom redaksjonen kom med forslag med det som er dagens manus:

Må jeg slutte å knulle for å gi blod?

Ifølge Blodbanken kan en halv liter med blod redde tre liv. Det vil jeg gjerne bidra til.

Men der er nesten umulig for meg å gi blod. Bare fordi jeg er en mann som har sex med andre menn.

Hvorfor må reglene være så diskriminerende?

Målet med dette manuset er å bygges spenning. Publikum blir møtt med den slående introen. Ved å knytte hva jeg har lyst til med hva som er grunnen til at jeg ikke får lov, ønsket vi å skape en form for medfølelse og en identifikasjon i meningen. Manuset er nokså kort. Ikke bare skal det fungere som en *teaser*, men samtidig er det planlagt rundt de kunstneriske og visuelle elementene som skal være med i saken. På instagram er det en maks lengde på 1 minutt. Det var ikke et mål om å fylle opp hele tiden, men ettersom at videoen. Skal være nokså visuell, var det greit å ikke ha for mye tekst å forholde seg til.

I prosessen i å utvikle teksten og manuskriptet har det vært mye kommunikasjon frem og tilbake med redaksjonen. Begge parter har hatt forskjellige innspill og kommentarer som har blitt diskutert. Teksten kan oppfattes nokså direkte og mulig mindre etisk enn hva andre redigerte medier ville utviklet. Å bruke ordet knulling, hører som oftest ikke hjemme i media formater. Den er definitivt mer eksperimentell i formidlingsmåten. Som dette kapittet tilsier har teksten har fått mye redaksjonell hjelp, hvor det har utviklet seg til en direkte og utprøvende produksjon, spisset mot målgruppen.

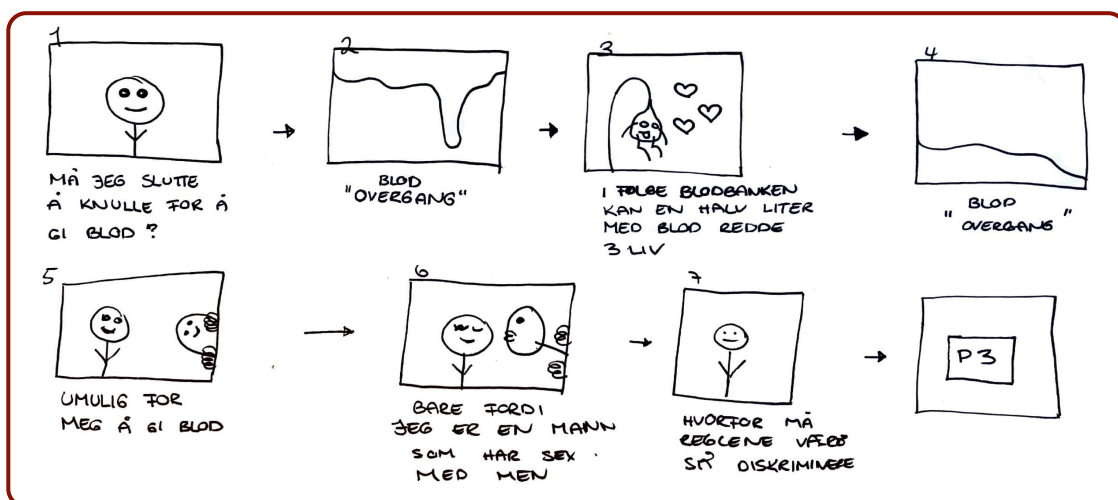
#### 4.4 Visualitet som en del av P3 Meninger

Den visuelle fremstillingen har også forandret seg mye gjennom prosjektet, noe de kommende underkapitlene kommer til å diskutere. Den visuelle frem til dette punktet var planlagt i henhold til storyboardet 2. I dette kapittel kommer jeg først til å se på P3 Meninger og visualitet. Videre kommer jeg først til å reflektere rundt videoproduksjonen. Deretter kommer jeg til å forklare hvordan P3 Meninger sitt format endret hele den grafiske fremstillingen av den skriftlige meningen.

Noe som er ekstraordinært for redaksjonen er utvikling av visualitet i sakene de poster. Det visuelle har vært en stor faktor for hvordan meningsinnlegget er presentert. Istedenfor å lage en mening og deretter sette på grafikk der det måtte passe, har den visuelle kommunikasjonen vært et hovedfokus gjennom eksperimenteringen. Dette ser en blant annet i scenene i videoene hvor det blir animert en tegnet figur som gir meg et kyss på kinnet (00.16). Uten denne karakteren ville det ikke gitt mening at jeg ser ned i bakken, plutselig smiler litt, og ser inn i kamera. P3 Meninger har noen rammer å forholde seg til. Dette er NRK P3s grafikk som logo og fonter, samt den gule farger enkelte steder. Utenom disse begrensningene står redaksjonen nokså fritt.

##### 4.4.1 Meningsvideo

Ettersom at jeg skulle produsere animasjon, var det viktig å ha en plan på hva som skulle filmes. Vi brukte manuset som utgangspunkt. Derfra diskuterte vi hva som hadde passet av animasjon til scenene. Jeg lagde et storyboard forslag som var som følger:



Mitt storyboard forslag til filming

Ser en på dagens resultat og dette storyboardet, ser en nok noen likheter. Det som er endret er storyboard bildet 2, 3 og 4. I denne scenen var jeg inspirert av å gå over i en animert verden. Blodet er ment som en overgang til denne animert verden. I denne scene planlagte jeg å tegne noen blodposer som ble hengt opp på et stativ, hvor det dukket opp tre hjerter av blod etter hvert som voiceover forteller manuset. Jeg mente dette ville være den beste måten, slik at animasjonen ikke trengte så mye tilpassing med kameravinkler i filmingen. Samtidig kunne jeg produsere en animert scene som P3 kunne legge på i videoen. P3 synes dette virket som en interessant ide, men problemet var identifikasjons aspektet av videoene. Videoen var ment som en måte å komme tett på meg, nesten som et portrettfotografi. Derfor ville en slik «animasjon verden» mulig ta vekk følelsesaspektet av videoen. Etter en del kommunikasjon med NRK fant vi ut at animasjonen skulle bli brukt som en metode for å assistere selve budskapet. Dette vil da si at jeg alltid var i hovedfokus og animasjon skulle tilpasses meg i videoklippene. Mye av planleggingen til dette var muntlig kommunikasjon over telefon, hvor vi innså at denne tilpasningen var vanskelig å planlegge på denne måten. Derfor ble nødt til å eksperimentere oss frem med vinkler og posisjoner under selve filmingen. Det er mulig jeg burde stilt mer forberedt til denne planleggingen av animasjon, ettersom at jeg hadde fokusert på å animere objekter i den «animerte verdenen» og ikke på det videoklipp. Samtidig blir det vanskelig å forberede seg på alle deler av utvikling av en prosess hvor veien blir til mens man går.

Til filmingen måtte vi finne en lokasjon. Min ordinære plan var å filme i et studio. Ettersom at artikkelen kom til være nokså visuell, var det et ønske fra P3 å filme et sted som ga mer mening til tematikken. Min første tanke gikk derfor til å film på et legekantor for å visuelt gi et inntrykk av et sted hvor en kan gi blod. Dette ville også være et sterilt og lyst sted, samt gi mening med hva som kom til å bli sagt i manuskriptet. Ettersom at planlagt publisering nærmet seg, innså vi det ikke var tid til å få booket et slikt sted. Redaksjonen foreslo derfor kjellerne til Marienlyst. Etter å ha diskutert alternativet kom vi frem til at kjelleren har mye av de samme visuelle likhetene som et legekantor. Det ser rent ut, men kan på en måte oppfattes mer skittent. På en abstrakt måte kan det også illustrere teksten godt. At selv jeg er helt frisk, virker det som det er noe «galt», «skittent» eller «ekkel» med blodet mitt.

Veien videre var å gjennomføre selve filmingen sammen med NRK P3. Filming ble gjort av Maud Grøttland, visuell journalist i redaksjonen. Denne dagen var et stort samarbeid, med mye eksperimentering på testing av hvordan vi skulle fange øyeblikkene på video. Det vil være nokså umulig å forklare rundt alle aspekter av innspillingsdagen ettersom at dette var en prøve

og feile dag. Vi testes oss frem til hvilke utsnitt som ville være best for animasjonen som jeg skulle utvikle i etterkant. Grøttland redigerte sammen klippene vi hadde gjort den dagen, hvor jeg fikk tilsendt videoen og jeg kunne starte animeringsporsen.

#### 4. 4. 2 Blod

Denne scene var en kombinasjon av flere ideer. Selve konseptet var nokså visuelt slående. Baktanken er at det skal vise hvordan jeg har mye blod jeg vil gi, men ingen vil ha det fordi jeg har sex med menn.



Blod scene 1



Blod scene 2

Jeg var litt usikker på scene 2, om det mulig kunne oppfattes for intenst for publikum å ha blod rennende nedover ansiktet. Derfor mente jeg at å ha det rennende fra armen, hvor man vanligvis tapper blod, kunne være mer naturlig og lettere for publikum å fordøye. Vi filmet derfor begge scene slik at vi kunne se hva som passet i etterkant. Det var en prøvelse å finne ut hvordan vi skulle gjøre det. I Scene 1 sitter jeg med et plastrør gjennom t-skjorten hvor en fra redaksjonen sitter bak meg og pumper opp blod gjennom røret. I Scene 2 står en fra redaksjonen å heller en bøtte med blod over meg. En nokså grisete affærer, men som resulterte i en scene med sjokkverdi som illustrer hvor mye friskt blod jeg har å gi. I redigeringen har klippet har blodet blitt reversert, for å visuelt vise at det er umulig for meg å gi blodet mitt. Det er vanskelig å si hva jeg ville gjort annerledes i denne situasjonen, ettersom vi prøvde oss frem med bruken av blod. Kanskje blodet kunne landet oppi i en blodpose og latt den ligge alene og ingen plukker den opp. Da hadde kanskje scenen fortsatt tydelig frem budskapet med at ingen vil ha blodet mitt. Samtidig ville ikke scenen fått identifikasjons aspektet ettersom at jeg ikke ville vært i bildet. Jeg vil si at blod scene 1 og 2 sammen har en mer sjokkfaktor, samt en abstrakt og kunstnerisk tankegang for formidling av budskapet.

#### 4.4.2 Animasjon til meningsvideo

Grøttland klippet sammen videoen. Denne videoen fikk jeg tilsendt, hvor mitt arbeid begynte med animasjonen. Hadde jeg laget klar animasjonen i forkant, kunne vi ha risikert at filmklippene ikke kom til å sammenkoble med animasjonen. Animasjonsmåten jeg har valgt, frame by frame, er avhengig av god planlegging. Dersom jeg vil endre på en liten detalj, må jeg endre på hvert eneste bilde i sekvensen. I en sekvens på 100 bilder, ville dette blitt en omfattende korrigerings etterarbeid. Derfor var det best å få på plass RAW materialet med P3, før jeg produserte animasjonen. Selve designet kunne jeg nok perfektionert på detaljnivå i evigheter. Slik er det ofte i en kreativ prosess, hvor man aldri blir helt fornøyd selv. En må til slutt tvinge seg til å legge produktet bort og se på om helheten er bra nok. Jeg tror jeg ville spart en del tid dersom jeg ikke hadde vært så selvkritisk i min produksjon. Likevel vil jeg levere et produkt av tydelig kvalitet. Jeg tilpasset animasjon elementene slik at de passet videoen. Jeg sendte demoer tilbake til P3 som viste hvordan jeg hadde produsert. På denne måten kunne P3 legge på mine animasjoner i klippfilen hos dem, slik jeg hadde vist dem i demoene.

I utvikling av det jeg har produsert for P3, vil jeg trekke inn noen animasjonsprinsipper. For å tilegne meg denne kunnskapen har jeg brukt kursene på Domestika, men også YouTube videoer som viser animasjonsprinsipper i detaljer. Selv om mange av disse prinsippene går hånd i hånd, kommer jeg gjennom denne refleksjonen til å trekke frem de mest synlige prinsippene og hvordan jeg har brukt de. En metode som er brukt gjennom hele animasjon produksjonen er *Pose to Pose*. Dette er en måte å planlegge scenen. Jeg tegnet først *keys*, som er startbilde og sluttbilde. Deretter tegnet jeg *extremes* – bilder som viser stegene animasjonen skal gjennom. På den måten vet jeg hvordan jeg skal forholde meg til hovedbildene i scenen. Etterpå tegner jeg alle bildene mellom *keys* og *extremes* for å danne hele animasjonen. I stedet for å tegne sekvensen fra start til slutt, er dette en metode som forhindrer at karakteren blant annet ikke endrer størrelse eller blir annerledes mot slutten. (AlanBeckerTutorials, 2015-a, 2:09).

##### 4.4.2.1 Hjerter

Manuset i denne scene, (00.02), er: *I følge Blodbanken kan en halvliter med blod redde tre liv*. Dette planlagt i filmingen. Jeg ser ned, løfter hodet og ser på den tomme veggen. I utsnittet er det planlagt mye plass på høyre side. Animasjonen skal illustrere de tre livene som teksten forteller. Hvordan illustrere dette? Dette kan være så mangt. Fordi manuset snakker om at blodet kan redde liv, ønsket jeg et visuelt bilde på noe som kommer til live. På samme måte som en blodpose fyller seg opp av blod, tenkte jeg at dette kunne være et visuelt bilde på noe

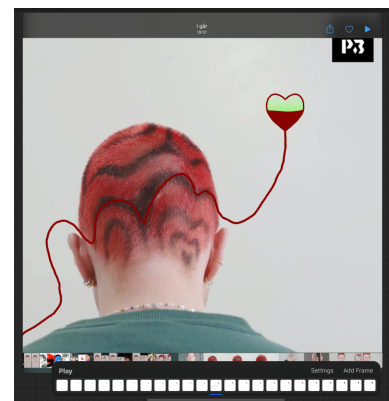
som er tomt, og som kommer til live med å fylle seg opp. Å illustrere ideen med hjerter var min første tanke. Hva illustrere liv bedre enn et hjerte? Enten om dette var et tegnet hjerte, eller et ekte hjerte som får blod og begynner å pumpe. Et tegnet hjerte er et nokså visuelt symbol på kjærlighet, og etter min mening passer dette til følelsesaspektet til tematikken. Det er også tegnet hjerter i håret mitt, dette ga en god visuell sammenheng.



Skjermbilder av animert scene, hjerter

Ovenfor er det skjerm bilde av animasjonen. Grønn fargen viser framsene (bilder) som kommer og grå fargen viser framesene som har vært. Hjerter blir dannet med en linje som kan minne om rennende blod. Det ser man på endene hvor linjen er tykkere enn der blodet allerede har vært. Det rennende blodet møtes i midten og danner et hjerte, men blodet fortsetter å renne og fyller hjertet, gir liv til. Antall frames som vises bestemmer tiden på animasjonen, prinsippet *Slow inn slow out*. Jo flere bilder, jo lengre tid. Når for eksempel noe starter, vil det være naturlig at en bevegelse tar lengre tid. Bygge momentum for å komme raskt opp i fart (AlanBeckerTutorials-b, 2015). Dette ser man blant annet i hjertet når formen svinger, når dråpen dannes og når hjertet fylles opp. Det ville ikke vært naturlig å gjøre dette når dråpen treffer bunnen av hjertet. En dråpe treffer bakken i samme fart som den er i, den vil ikke sakke ned farten før den treffer noe. Dette har vært en måte å få illustrasjonene til å virke mer levende. Hadde alle framesene hatt konstant bevegelse, ville animasjonen vært nokså statisk. Animasjonen brukes her for å assistere det som blir sagt. Slik at publikum skal, ved hjelp av det visuelle, huske manuset i videoen. Tre hjerter for tre liv.

Planen var opprinnelig å bruke håret som en måte å danne hjertene, for å vise at det er mitt blod. Når jeg testet ideen synes dette ga et nokså rotete uttrykk i videoen. Se Test 1. Å ha de tre hjerter på linje, som fyller seg opp i forskjellig tid, var et renere uttrykk som formidlet min intensjon med animasjon på best måte. I ettertid ser jeg at det burde også vært illustrert en halv liter med blod, som blir til de tre livene. Denne halvliteren kunne vært under hjertene, for å knytte hele animasjonen til manuskriptet



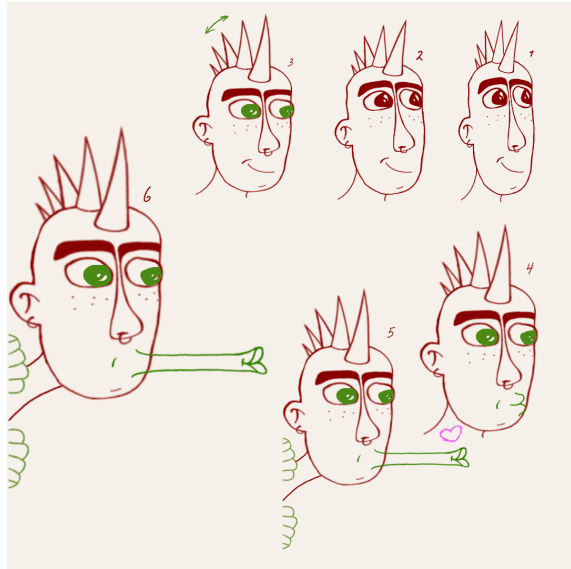
Test 1: Rør med blod som å fylle opp hjertene



#### 4.4.2.2 Kjartan

Den andre animasjonen i videoen er fyren som gir meg et kyss på kinnet, jeg har valgt å kalle han Kjartan. Kjartan som design og animasjon krevde mer detaljert tilpassing til det kvadratiske formatet til videoen. Bildet under viser stegene for hvordan jeg utviklet han som karakter.

Karakteren på bildet forandrer seg fra designene 1-6. I videoen er det mye pusterom på både høyre og venstre side. Design 1 tok opp for lite plass i videoen. Design 2 hadde feil retning på øynene. Slik testet jeg meg frem for å tilpasse designet til videoen. Opprinnelig var planen at Kjartan skulle komme inn med kroppen sin som en vanlig person. Jeg oppdaget at dette var vanskelig og ville være for tidkrevende å få til. Det gjenstod fortsatt arbeid med grafikk til publiseringsdato 4.april nærmet seg.



Utvikling av Kjartan



Test 1 av kysse scene



Test 2 av kysse scene

Hodet, hår og kropp måtte tilpasse i vinkler og perspektiver for hva som ville se bra ut. Jeg forutså at dette kom til å bli en altfor stor jobb, når dette mulig kunne løses på andre måter som fortsatt ville kommunisere det samme. I tillegg synes jeg at ide kroppen til Kjartan kom nær meg, som i Test 1, ble utsnittet rotete. Dette krevde en del testing for å komme frem til en ide som jeg var fornøyd med. Jeg kom frem til å ha Kjartan, slik som Test 2, passet best til å holde

seg på siden, hvor munnen hans strekker seg inn og gir meg et kyss i stedet. Kysset har et tydelig *Slow inn slow out* element. Man ser hvordan munnen bruker en del tid på å bli en kyssemunn som strekker seg ut, beveger seg raskt når den har fått momentumet, for å så sakke ned når kysset kommer. *Follow Through & Overlapping* er et prinsipp som gir liv til animasjonen og kjennetegnes med å gi en karakter bevegelse i en handling (AlanBeckerTutorials, 2015-c). Dette kan en tydelig se i håret til Kjartan. Når ansiktet kommer frem (00:16), henger håret litt etter. Når karakteren stopper, fortsetter håret å bevege seg slik at animasjonen ikke blir statisk. Jeg tegnet Kjartan av en subjektiv tanke om hva som kunne vært «kult» og ønsket å ha elementer som piggsveis og nesering for at han skal få mer personlighet i kontrast til en vanlig strekfigur. Kjartan ble til slutt endret til å være i fargen svart. Jeg synes det ga en bedre kontrast til de andre fargene i bildet.

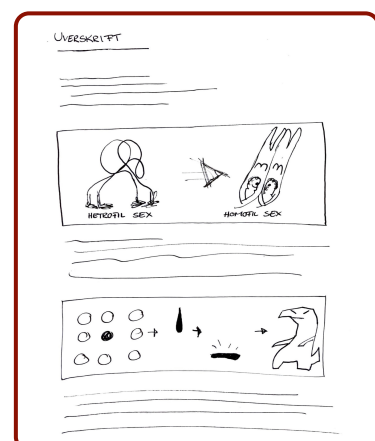
#### 4.4.3 Design av skriftlig meningsinnlegg

I storyboard 2 er det en grafisk fremstilling, fra bilde 11 - 18. Planen var å flytte denne animasjonen inn i teksten. Istedenfor ha denne animerte historien i videoen, ønsket jeg å bruke slike animerte scener som deler opp teksten.

*Det er forståelig at unge ikke alltid orker å lese nyhetene fordi det er kanskje litt tørt og kjedelig, vanskelig språk og masse tekst. Så det å prøve å tilrettelegge litt for dem tror jeg er litt fristende og gøy å se på. Å lage en pakke som ser bra ut (Noer, research intervju, 04.02.2022).*

Strategien var altså å gjøre teksten mer interaktiv og spennende å lese. Sandra påpeker i intervjuet at visuelle kreative fortellingsmetoder gjør teksten mer spennende. På bakgrunn av at målgruppen ikke har stor tålmodighet med alt medieinnhold på internettet, er dette et virkemiddel for å holde på interessen, (Noer, research intervju, 04.02.2022).

Til høyre har jeg lagt ved en wireframe som hvordan jeg skulle produsere animasjonene. Scene er gjenkjennbar til tidligere storyboard, bare at scenen er delt opp i flere individuelle scener. Når publikum scrolle nedover mening, skulle disse animasjonene gå i loop. Disse scene var ment å ta opp hele skjermen. På denne måten kom brukeren til å få presentert tekst, etterfulgt av animasjonsvideo, osv. Slik kom brukeren til å del i en interaktiv historiefortelling.

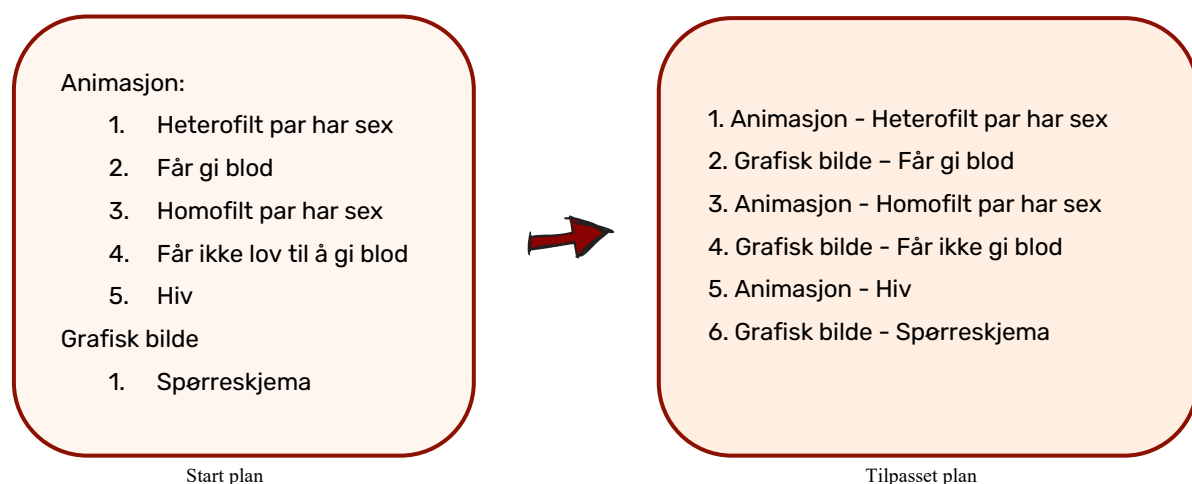


#### 4.4.4 Hindring for visuell utforming

Det oppstod et problem med planlagt animasjon til teksten. Dette var fordi animasjonen måtte med en gang vise hva den skulle handle om, fordi mange unge scroller raskt forbi og vil derfor ikke få med seg det som er illustrert (Grøttland, personlig kommunikasjon, 10.03.2022). Eksempel: I Hiv scene, hvor den røde prikken blir til en dråpe, faller, treffer bakken og det reiser seg et monster. Når en person scroller seg nedover meningsinnlegget, vil ikke illustrasjonen, med de oransje og en rød prikk være nok til hva det skal bety. Det tar for lang tid å komme til poenget. Derfor måtte designet endres slik at animasjonen viser informasjon som brukeren trenger for meningsdannelse i første bilde. Dette førte til at jeg måtte tenke mye nytt i utviklingen av de animerte og grafiske elementene.

Dette medførte mye kommunikasjon med redaksjonen og utviklere i P3 om hvordan vi skulle løse dette. Det jeg skulle produsere kom til å ta opp hele skjermen. Som Gitner forteller, for å kombinasjon av flere elementer er bedre for effekten av kommunikasjon (2016, s. Xviii). Derfor ble det også satt inn en interaktiv tekstbok med litt av meningen som flytte over designet.

Designet måtte tilpasses. Målet var å produsere et design som kom rett til poenget. I en brainstorming med Grøttland, delte vi opp elementene som skulle produseres, slik det er vist i *start plan*. Det begynte også å nærme seg publisering, så tid var en vesentlig faktor som gjorde at vi måtte tilpasse arbeidsmengden. Til å høyre, *tilpasset plan*.



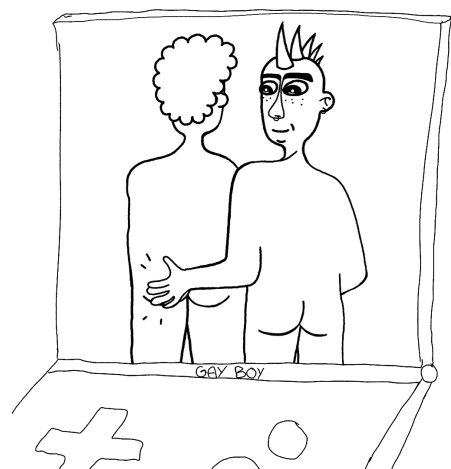
#### 4.4.5 Sex scener

Siden jeg hadde fått beskjed om å lage noe som var rett til poenget, begynte jeg en ny idemyldring. Et naturlig valg var å tegne to personer som hadde sex på en seng. Problemet med

det var at jeg synes det ikke var kreativt nok. Selv om det er et veldig tydelig bilde på hva som skjer, ønsket jeg fortsatt å ha en kombinasjon av sex, bare fremstilt på en mer leken måte. Spørsmål ble da hvordan kan jeg fremstille sex mellom to personer mer lekent og kreativt? Skulle jeg gjort dette prosjektet på nytt igjen ville jeg ha brukt mer tid på å planlegge det skriftlige meningsinnlegget. Jeg var blitt komfortabel i mine tidligere ideer og synes det var utfordrende å tenke nytt så tett opp mot publisering.

Det var en fordel å ha blitt ferdig med animasjonene til videoene. Ut ifra hjertene og Kjartan ønsket jeg å lage elementer som lignet i grafikken og fargebruk. Spørsmålet var hvordan jeg skulle få helheten i designet til å henge sammen. Inspirasjonen kom fra den røde blod-tråden. Hva om å ha en slik blod-tråd gjennom alle de grafiske elementene for å knytte sammen designet? Det ville også kunne brukes i designet til de grafiske bildene animasjon 2 og 4 i *tilpasset plan*. Derfra gikk tanken til å lage et design med objekter skal en slik tråd kan festes på. På samme måte som man fester et dren på armen når man gir blod, blodet blir tappet gjennom røret, ender opp i en blodpose. Svaret falt på å animere sex mellom to personer inne i elektriske gjenstander. Ved første øyekast ser det bare ut som en ledning, men med videre scrolling oppdager brukeren at det blir tappet blod av personene som har sex. Dette er en nokså abstrakt tankegang, men etter min mening var det en kreativ måte å knytte interesse og uforventede elementer inn i tegningene. Animasjonsprosessen var nokså stor, hvor mye testing og feiling har inngått i min læringskurve innen animasjon. Det blir vanskelig å reflektere rundt alle valg som ble tatt, men jeg kommer til å ta ut noen hovedelementer og tanker i utviklingen.

Etter å ha animert Kjartan innså jeg at jeg måtte være strategisk i hvordan jeg ville animere. Så lite bevegelser så mulig, hvis ikke vil det ta alt for lang tid. Istedenfor å tegne to personer som har sex, valgte jeg å små bevegelser som kunne illustrere en seksuell handling. Å bruke Kjartan i den animasjon av sex mellom to menn, ville være bra for den røde tråden i designet. Ideen om å animere sex mellom to menn inne i en Game Boy, kom selve navnet som har likheter til «Gay Boy», altså homofil gutt. Til



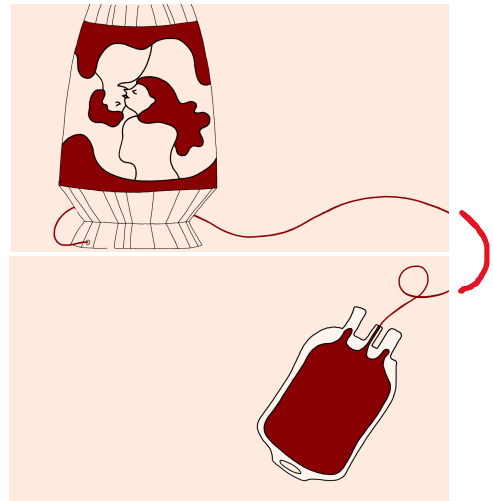
høyre er det ferdige resultatet av tegningen. I utgangspunktet var designet til Game Boyen bare en skisse. Personlig synes jeg det ga et interessant uttrykk når objektet rundt handlingen var tegnet på denne måten. Ved bruk av slik *white space*, tydeliggjør hovedfokuset i designet og

gjør at handlingen får en større effekt (Ambrose & Harris, 2015, s 56). Bruken av skissert tegning på objekter, ble tatt i bruk gjennom det totale designet for knytte det grafiske sammen. Jeg bruke pose to pose når jeg lagde disse animasjonen og deretter kom store oppgaven med å fylle inn mellomrommene. Jeg innså under min prosess at det var vanskelig å lage hele scene i Procreate. Derfor ble alle elementene, animert homofil sex, tegnet Game Boy og blod-tråden, laget separat og satt sammen i Adobe Premier.

Utgangspunktet for lavalampen var å finne et objekt som kan komme fra samme tid som en Game Boyen. Det kan argumenteres for at det er flere i målgruppen som ikke har et forhold til disse elektriske gjenstandene, hvor det mulig hadde vært bedre å lage mer moderne objekter. I Game Boyen er det ikke noe blod, for å illustrere at ingen vil ha blodet til homofile. I lavalampen ser vi hvordan mannen og damen beveger seg i lavabobler av blod, for å illustrere at de har blod som blodbanken vil ha. Når det kom til lavalampen, møtte jeg en stor utfordring. Den første planen var at personene skulle være hver sin lavaboble. Den ene kommer fra toppen, den andre fra bunnen. De møtes på midten og gjør den samme seksuelle handlingen som det homofile paret gjør. Jeg oppdaget at lavaboblene har organiske former. De er i konstant bevegelse, noe som medførte ekstremt mye tilpassing og rot i designet når det skulle tegnes i hver frame. Dette løste jeg med å la jenten stå i ro, hvor gutten kommer ned og gir et kyss, for å så forsvinne tilbake igjen i toppen. Tilbakemeldingen fra P3 var at denne animasjonen var for snill i motsetningen til det homofile paret. Med litt prøving ble løsningen et kyss, men også videre slikking nedover kroppen hvor gutten ender opp med å gå ned på jenten. Også denne scene ble alle elementene laget separat og satt sammen i Adobe Premier Pro.

Når det kom til de grafiske bildene, *Får gi blod og får ikke gi blod* i *Tilpasset plan* s. 54, skulle denne blodtråden fra de elektriske gjenstandene knyttes sammen for å illustrere budskapet. 2. *Grafisk bilde*, Heterofile får gi blod, blodet havner i en blodpose. 4. *Grafisk bilde*, Homofile kan ikke gi blod, det er ingenting som fanger blodet. *Tilpasset plan* 1-4, er en bildeserie hvor nye bilder og animasjoner blir vist etter hvert som brukeren scrolle. Utvikleren i NRK fikk disse fire bildene til å gli inn i hverandre. Denne overganger *fader* inn i hverandre, som vil si at bildet graderes inn og ut av skjermen.

I en slik overgang erfarte vi at blodtråden kan ikke fade inn i hverandre. Når animasjonen fader bort, forsvinner også blodtråden på animasjonen. Da blir det oppfattet merkelig at blodtråden plutselig kommer inn igjen i ny fade, Derfor er den lagt til å gå ut til siden, får å så komme inn igjen i neste bildet. Slik bildeserien til høyre viser, hvor den røde tråden utenfor bildene illustrere hvor tråden går ut av skjermen. Slik fikk vi best flyt i designet.



#### 4.4.5 Hiv og spørreskjema

I denne delen har jeg tatt tilbake den første ideen. Å fremstille Hiv metaforisk, som et monster. Designet er skissert. Grunnen til dette er at jeg ønsket at monsteret skal se litt forstyrende, skremmende og morskt ut, for å knytte tegning opp mot frykten og tabuet som omringer viruset. Samtidig henger designet sammen med hva brukeren har sett tidligere. Både bruk av linjer og farger. Skulle jeg gjort prosjektet igjen vil jeg ha animert dette monsteret. Jeg kunne animert de skisserte strekene slik at følelsene mulig kunne hatt større effekt hos publikum. Her ble tiden opp mot publisering en hindring som medførte at bildet ble stillestående.

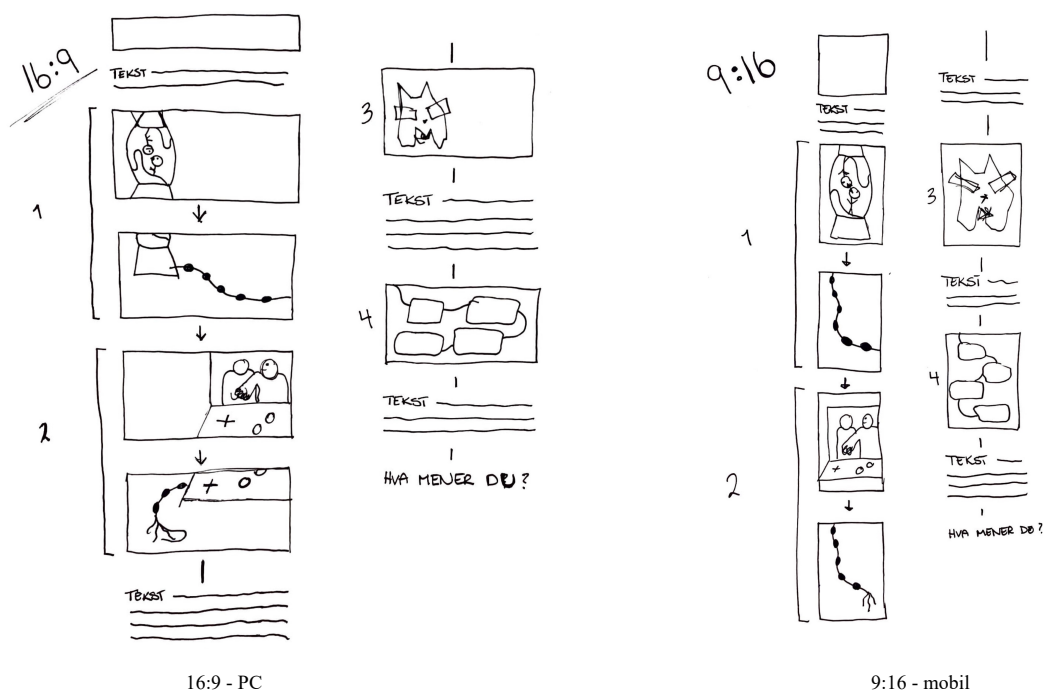


Spørreskjema som jeg har utviklet har samme baktanke, bare ikke like kaotisk. Her kommer denne blodtråden tilbake og fører leseren gjennom hele skjemaet. Teksten i dette skjemaet var først utviklet av meg, hvor jeg håndskrev all informasjonen. Vi innså at det var best at redaksjonen la på skriften i deres fonter. På denne måten ble det lettere å lese, samtidig som «Får gi blod» knytter designet sammen.



#### 4.4.6 Nyskapende form

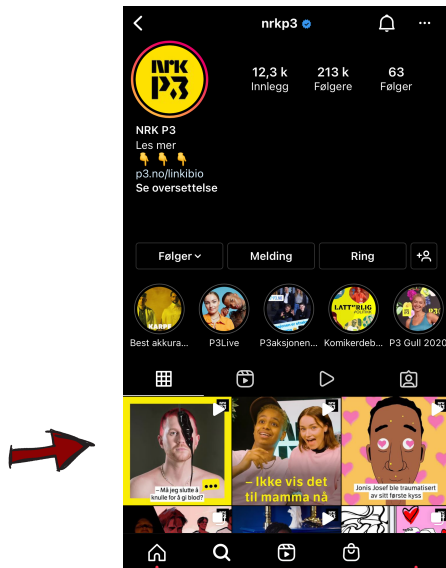
I hindringen forklart i 4.4.4 Hindring for visuell utforming, viste seg å være enda element som utfordret designet. Grafikk og animasjon måtte tilpasses i aspect ratio. Dette vil si at utsnittet forandres seg fra å se meningsinnlegget på pc og mobil. Derfor måtte jeg tilpasse alle animasjonene og illustrasjonen lages slik de passet i 16:9 (PC) og 9:16 (mobil) format. Det viste seg at den største delen av lesere bruker mobil, på bakgrunn av at folk først ser meningsinnlegget på Instagram og deretter klikker seg inn på selve artikkelen (Grøttland, personlig kommunikasjon, 10.03.2022). Derfor måtte alt av designet tilpasse i flere omganger.



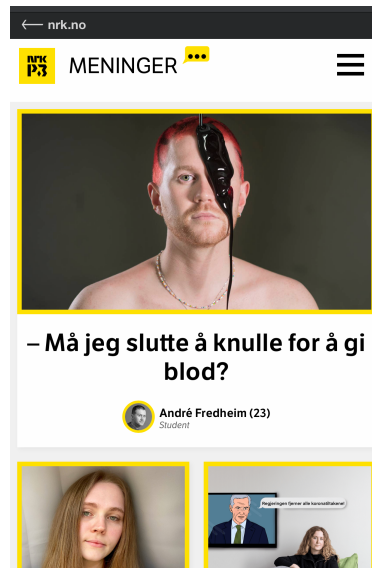
Over har jeg lagt ved en wireframe som jeg utviklet i testingen med formatet. Basert på skjermen som meningsinnlegget blir vist på, måtte meg, redaksjonen og utviklerne i P3 samarbeide for hvordan designet skulle tilpasset. Denne måten å jobbe på var også ny for redaksjonen. Dette var et helt nytt format å forholde seg til. Mye av kommunikasjonen i denne delen var å finne ut av hvordan vi skulle løse dette. Ettersom at jeg satt alle elementene sammen i Premier Pro, ble denne prosessen forenklet. Da kunne jeg sende det jeg hadde gjort til utviklerne i P3, som testet min produksjon og ga meg tilbakemelding. Slik justerte vi oss også juster frem og etter hva som ble best. Ikke bare har denne prosessen utviklet mine ferdigheter for hvordan utvikle et kreativt meningsinnlegg, men samarbeidet har også fått P3 til å teste nye formater for visuell utforming.

## 4. Resultater og mediedekning

I dag er mitt meningsinnlegg postet på NRK P3 *Meninger* og NRK P3 sin instagram *nrkp3*. Ytringen «Må jeg slutte å knulle for å gi blod?» har også fått overraskende stor respons på flere medier. Samtidig har det følt surrealistisk og plutselig være så synlig i mediastømmen.



Figur 5. Instagram nrkp3



Figur 6. P3 Meninger

Skjermdumpene er tatt på publiseringsdagen, 4.april. P3 publiserer aktivt på disse plattformene, noe som medfører at innleggene ikke lenger er like relevant i publikums mediestrøm. P3 har også publisert lenker og små deler av ytringen på P3.no og deres Facebook side for mer mediedekning av saken. En måned senere, da denne oppgaven ble levert, er det mulig å få et innblikk i hvor mange ytringen har nådd, basert på antall seere og leserklikk. Videoen på Instagram har 70 128 visninger den 7 mai (NRK P3, 2022) og det er 75.379 som har klikket seg inn på den skriftlig mening (Grøttland, personlig kommunikasjon, 26.04.2022).



Figur 7. Instagram NRK Nyheter



Figur 8. Snapchat NRK Nyheter



Figur 9. NRK Nyheter



NRK Nyheter har også gjort delt ytringen, hvor hovedelementer fra ytringen har blitt publisert på deres kanaler som Instagram, Snapchat og NRK.no. I tillegg har produksjonen også ført til andre medieomtaler. Deriblant et direktesendt radiointervju i NRK P1, med gjest fra blodbanken. Omtalelser i podkasten og Facebook gruppen til Jan Thomas og Einar blir venn, organisasjoner og enkeltpersoner som har delt meningen og debatt i kommentarfelt.

Jeg vil påstå at ytringen har hatt en stor medieoppslutning. Likevel, på P3 Meninger er det saker som ikke er like visuelle som min, som har gjort det bedre. Det er også andre visuelle saker som har gjort det «dårligere» enn min. Å utvikle meningsinnlegg skal ikke være en konkurranse og målet med denne oppgaven har ikke vært å lage det beste meningsinnlegget. Det er likevel interessant å se hvordan andre meningsinnlegg har gjort prestert, for å se hvordan grepene som er tatt i produksjonen har hatt effekt. Blant ytringer på P3 Meninger har en visuell mening, *Slutt å være redd for oss med schizofreni* (Gade, 2022), 77.174 leserklikk. En annen mening, *Han, hun, hen, de, xe. Kall meg hva du vil!* (Ulheim, 2022), har 53.860 leserklikk. (Grøttland, personlig kommunikasjon, 26.04.2022). Det blir vanskelig å fastslå en konkret effekt av innhold og visuelle virkemidler. Utvikling av illustrasjoner og animasjoner er også en tidkrevende prosess som krever mye planlegging i en slik produksjon. Likevel kan det tyde på at grepene har blitt tatt, viser seg å være positive i utvikling av et godt meningsinnlegg som treffer målgruppen.

## 5. Oppsummering og konklusjon

Prosjektet startet med et ønske om å ytre meg om lover for blodgivning tilknyttet menn som har sex med menn. Ut ifra denne ideen har prosjektet utviklet seg til å bli et meningsinnlegg i samarbeid med NRK P3 Meninger. I dette har det inngått flere idemyldringer og møtevirksomhet for å finne en samarbeidspartner som kunne gi meg muligheten til å eksperimentere med mine ideer. Denne oppgaven prøver å si noe om hvordan det er for en ikke-profesjonell aktør, meg, å produsere for en profesjonell bedrift, og kan på den måten brukes som et eksempel for fremtidige unge kreative personer som ønsker å gjøre det samme.

Jeg har gjennom denne metoderapporten reflektert rundt min prosess i utvikling av meningsinnlegget. Teori om kommentarsjangeren, politisk taushet i media blant unge og hvordan ytringsmedier prøver å møte dette problemet, blir brukt som en sjanger forståelse og ligger til grunn for utvikling av prosjektet. Mathisen og Morlandstø påpeker at digitaliseringen har medført store endringer i kommentarsjangeren (2016, s.122). Det nyskapende resultatet til denne oppgaven støtter opp under denne endringen, og kan fungere som et forslag til hvordan NRK kan å få med seg de unge i fremtiden (NTB, 2022). Ved likheter til casestudier og semistrukturerte intervjuer, har jeg tilegnet meg kunnskaper om redaksjonell tankegang, mål og virkemidler brukt for å treffe målgruppen. Med begrunnet teori rundt multimedial historiefortelling og visuell kommunikasjon, har jeg eksperimentert innad i redaksjonen for komme frem til et nytt produkt for hvordan et meningsinnlegg kan nå aktuell målgruppe. Med den empirien som min oppgave bygger på, er erfaringen min med på å utvikle en egen sjanger. Jeg har i stor grad vært med å designe og tegne min egen ytring. Gjennom dette arbeidet har jeg lurt på om deltagende meningsproduksjon, der unge blir lært opp til å produsere sin egen ytring på profesjonelle måter, er veien å gå for å skape mer engasjement.

Prosjektet har forandret seg gjennom denne oppgaven, og mye av forandringen har skjedd i kommunikasjonen med NRK P3 Meninger. En del av de hindringer som har oppstått, kommer fra målgruppen, hvor jeg som ikke-profesjonell aktør må tilpasse med de redaksjonelle virkemidler. Den skriftlige meningen, samt manus i videoen, har på den måten blitt tilpasset til innholdsmessige grep. Dette vil si at det skal være et språk de unge forstår og det skal ikke være for mye eller vanskelig informasjon, som gjør at målgruppen mister interessen. Dette ble utfordrende, ettersom jeg fant at min research om tematikken var viktig i fremstilling av min mening. Ikke bare for å bevise min kunnskap om tema, men fordi jeg ønsket at publikum skulle

sitte igjen med samme kunnskap som meg. Det ble derfor utfordrende å dra ut viktige punkter i en mening, som står meg så nært. Redaksjonen og deres bransjeerfaring hjalp til med å spisse meningen. Denne tilspisningen ga en mulighet til å ha en direkte og provoserende åpning, en stoppeffekt, som fanger interessen til publikum, og setter spenningen til det som kommer utover i meningsinnlegget.

Det har vist seg at visuelle grep er noe av det viktigste i mitt meningsinnlegg. Ikke bare bryter kreativ visuell formidling med det mer «tørre» tekst innholdet, men det skaper interesse og skiller seg ut i alt medieinnhold der ute. Det har vært store muligheter for kreativ frihet. Min overordnede oppfatning er at meningen skal komme fra meg, på den måten skal det visuelle gjerne gjenspeile ytringens innhold og ytrere som person. Dette kan være en nokså vag forståelse, men med dette mener jeg at det stilles mye individuell frihet til grafisk design. Samtidig har jeg gjennom denne metoderapporten også vist til hindringer. Hovedsakelig kommer dette fra NRKs bruk av sosiale medier, hvor video brukes som bi-produkt av hele meningsinnlegget (MacGregor & Thoresen 2018). Dette medførte at mine planer for visuell utforming ikke kunne gjennomføres. Animasjon viste seg også å bli en mindre del av videoen enn det jeg i utgangspunktet planla, ettersom fokuset i videoen skulle være på meg. Videoen har likevel et nokså kreativt utsnitt, med eksperimenterende, kreative og dramaturgiske elementer som underbygger teksten. Den største hindringen har vært grafisk design i det skriftlige meningsinnlegget. Her måtte konseptet byttes for å passe målgruppen. Ettersom at målgruppen mister interessen raskt, må animasjonen vise hva som skjer med en gang, slik at publikum kan gjøre seg en meningsdannelse fra første sekund. Selv om dette medførte ny planlegging av design, ble resultat et velfungerende design til meningen. Jeg vil si at utprøvingen av ideer har ført til muligheter, som har ført til hindringer, som igjen har ført til nye muligheter. Slik har den kreative prosessen vært for å komme fra ide til produkt.

I denne oppgaven har mye av arbeidsmåten som har blitt gjort hatt sterke tilknytninger til Alex Bruns sitt begrep *Producersage*. Hvordan har det vært for meg å lage noe som ikke-profesjonell til redaksjonen? Selv om jeg ikke har bransjeerfaringen, har jeg andre kunnskaper som gjør meg egnet til visuell formidling. I et slikt arbeid har jeg påpekt hvordan en *profesjonell-amatør*, meg selv, ikke tar del i hele produksjonen, men når mine spesifikke ferdigheter tilsier det (Picone, 2011, s. 4). Dette har vist seg å være sant til en viss grad. På en side har redaksjonen, med sin bransjeerfaring, vært aktiv i utvikling og fastslått rammer for hvordan meningsinnlegget skal presenteres, samt filming og klipping. Jeg har produsert grafisk design i form av illustrasjoner

og animasjoner når kommer til min ytring. På den andre siden har jeg vært en aktiv brikke i produksjonen på redaksjonen sin side. Jeg har tatt del i visuelle ideer, produksjonsløsninger og vært med å lage det totale designet av mitt meningsinnlegg. Jeg har også vært en del hvordan den skriftlige kommentarens visuelle format har blitt utviklet, ved kommunikasjon og testing sammen med NRK P3.

Den kreative og eksperimentelle prosessen i utviklingen av et meningsinnlegg har vist seg å være en velegnet arbeidsmetode. Erfaringen min gjennom dette samarbeidet, er at jeg ikke bare har utviklet meg, men har også opparbeidet meg kunnskap om hvordan P3 kan produserer meningsinnlegg i fremtiden. Samarbeidet bryter ned forholdet mellom profesjonelle og profesjonelle-amatører hvor vi sammen prøver å møte det «uutnyttede potensialet for utvikling av meningsjournalistikken på digitale flater» (Mathisen og Morlandstø, 2016, s. 129). Etter min mening viser redaksjonen en interesse for å samarbeide med sitt publikum. Det blir vanskelig å trekke en beslutning basert på denne oppgaven alene, men produksjonen kan sees på som et eksperiment på å «knekke koden» på hvordan drive kommentarjournalistikk på nett (Igland & Stølås, 2008, s. 18). Jeg tror dette kan være en vei for hvordan, ikke bare redaksjonen i P3, men hvordan NRK generelt kan skape mer engasjement bland kreative unge på de digitale medieplattformene. Ved å lage produkter av unge for unge.

Produksjonen bunner i et ønske om å slå et slag for å endre på blodgiving tilknyttet menn som har sex med menn. Om ytringen fører til forandring i dagens lover gjenstår å se. Det positive er at prosjektet har blitt et kreativt og nyskapende meningsinnlegg som har nådd mange.

## 6. Litteraturliste

- Aagre, A., & Dixdarevic, N. (2020, 4, september). *Hvorfor er norsk ungdom tause om politikk på sosiale medier?*. Hentet fra Forskersonen: <https://forskersonen.no/barn-og-ungdom-kronikk-meninger/hvorfor-er-norsk-ungdom-tause-om-politikk-pa-sosiale-medier/1736489>
- Aalen, I. & Iversen, M. H. (2021). *Sosiale medier* (2.utg.). Fagbokforlaget.
- Ambrose, G. & Harris, P. (2015). *Design Thinking for visual communication* (2.utg.). Fairchild.
- Amundsen, B. (2014, 1. september). *Sosiale medier gjør flere tause*. Forskning.no. <https://forskning.no/sosiale-medier-gjor-flere-tause/545484>
- Baarøy, F. A. & Thorsen A. T. (2017, 30. oktober). *Slik blir mobilen en tidsmaskin*. UIO. <https://www.hf.uio.no/imk/forskning/aktuelt/aktuelle-saker/2017/med-denne-appen-blir-mobilen-en-tidsmaskin.html>
- Bremnes, Frank. A. (2013). *Tillit til alternative nyhetskanaler på Internett: hvor alvorlig er trusselen for de tradisjonelle mediene?* [Masteroppgave, Universitet i Bergen]. Bora. <https://bora.uib.no/bora-xmlui/handle/1956/7089>
- Bruns, A. (2008) *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond*. (Vol. 45.) Peter Land Publishing.
- Crane. B. E. (2016). *Infographics*. Rowman & Littlefield.
- Cousin, G. (2009). *Researching learning in higher education : an introduction to contemporary methods and approaches*. Routledge.
- Fagerjord, A. (2012). Design som medievitenskapelig metode. *Norsk medietidsskrift* 19(3), 198 – 215. <https://www.idunn.no/doi/10.18261/ISSN0805-9535-2012-03-02>
- Gitner, S. (2016). *Multimedia Storytelling for Digital Communication in a Multiplatform World*. Routledge.
- Hevner, A. R., March, S. T., Park, P. & Ram, S. (2004). Design science in information systems research. *MIS Quarterly*, 28(1), 75–105, <https://doi-org.ezproxy.oslomet.no/10.2307/25148625>
- Elvestad, E & Fogt, A. (2010). *Trenger vi aviser når vi har Facebook*. IJ-forlaget.
- Igland, A. K. & Stølås, A. (2008). *Kommentaren*. IJ-forlaget.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju* . Oslo: Gyldendal Akademisk .
- Maasø, A., Syvertsen, T. & Sundet, V. S. (2007, 25. juni). «Fordi de fortjener det».

- Publikumsdeltakelse som strategisk utviklingsområde i mediebransjen. *Norsk medieskrift* 14(2). 126 – 154. <https://www.idunn.no/doi/10.18261/ISSN0805-9535-2007-02-03>
- MacGregor, L. & Thoresen, H. (2018, 9. april). *NRK bruk av sosiale medier 2017*. NRK. [https://fido.nrk.no/891a1e4d525a6dca9ea91de046ff32b83e328373b8ae121a170c49a6ebf7a0ed/mediemangfold\\_nrk\\_some.pdf](https://fido.nrk.no/891a1e4d525a6dca9ea91de046ff32b83e328373b8ae121a170c49a6ebf7a0ed/mediemangfold_nrk_some.pdf)
- Mathisen, B, R. & Morlandstø, L. (2016). *Kommentaren : en sjanger i endring* (1.utg.). Cappelen Damm.
- Medietilsynet. (2020, 30. september). *Barn og Medier 2020* (ISBN 978-82-8428-001-1). Hentet fra Medietilsynet: <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/200930-delrapport-9-nyhetsvaner-barn-og-medier-2020.pdf>
- Nilsen, M. M. (2021, 20. desember). Unge er redde for å bli «cancelled». *VG, nyheter*. <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/66yeOW/unge-er-redde-for-aa-bli-cancelled>
- Norsk redaktørforening. (u.å). *Vær Varsom-plakaten*. <https://www.nored.no/Etikk/Vaer-Varsom-plakaten>
- NTB. (2022, 6. Mai). *Fersk NRK-sjef bekymret for å ikke nå de unge*. Journalisten. <https://journalisten.no/kortnytt-mediennyheter-fra-ntb-nrk/fersk-nrk-sjef-bekymret-for-a-ikke-na-de-unge/517797>
- Nyre, L. (2014). Media design method, *Journal of Media Innovations* 1(1), 86 -109. <http://larsnyre.com/archives/mediadesign/media-design-method-combining-media-studies-with-design-science-to-make-new-media-2>
- Picone, I. (2011). Produsage as a form of self-publication. A qualitative study of casual news Produsage. *New Review in Hypermedia and Multimedia*, 17(1), 1-22. DOI:10.1080/13614568.2011.552643
- Roksvold, T. (1997). *Avis sjangrer over tid*. Institutt for Journalistikk. Fredrikstad
- Scharning, H. & Aakre, J. (2016). *Prosjekthåndboka* (Vol. 3). Universitetsforlaget.
- Schwebs, T., Arne, B. T. & Østbye, H. (2020). *Media i samfunnet*. Det norske samlaget
- Skrede, J. (2021). *Visuell kommunikasjon*. Cappelen Damm.
- Statistisk sentralbyrå. (2021, 19. august). *Dette er Norge 2021* (978-82-587-1367-5). [https://www.ssb.no/befolkning/folketall/artikler/dette-er-norge-2021/\\_attachment/inline/b5aab932-f22f-407c-8293-](https://www.ssb.no/befolkning/folketall/artikler/dette-er-norge-2021/_attachment/inline/b5aab932-f22f-407c-8293-)

[f5ebb42a0768:3479e0908a28c35824e27ad122980065f3c7d0c0/Dette%20er%20Norge%202021%20WEB.pdf](https://www.duo.uio.no/handle/10852/27803)

Tjora, A. (2021). *Kvalitative Forskningsmetoder i praksis*. Gyldendal Norsk Forlag AS.

Tungen, H. (2011). *Ungdommers inntreden i mediene*. [Masteroppgave, Universitet i Oslo]. DUO Vitenarkiv. <https://www.duo.uio.no/handle/10852/27803>

Vedan, M. (2019). *Snapchat-journalistikken*. [Masteroppgave, Universitet i Bergen.] Bora. <https://bora.uib.no/bora-xmlui/handle/1956/20200>

Vidal, R. V. V. (2006, mars). The Future Workshop: Democratic problem solving. *RePEc*. [https://www.researchgate.net/publication/46542051\\_The\\_Future\\_Workshop\\_Democratic\\_problem\\_solving](https://www.researchgate.net/publication/46542051_The_Future_Workshop_Democratic_problem_solving)

Wahl-Jorgensen, K. (2019). *Emotions, media and politics*. (1. utg.). Polity Press.

Yin, R. (2018). *Case study research and applications: design and methods*. (6.utg.) SAGE.

Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K. & Larsen, L. O. (2013) *Metodebok for mediefag*. (4.utg.) Fagbokforl.

## 6. 1 Referanseliste nett

- Aavitsland, P. (2016, desember 8). *Homofiles frigjøringskamp bør ikke føres i blodbanken*. Hentet fra Aftenposten :  
<https://www.aftenposten.no/meninger/kronikk/i/x2XVV/homofiles-frigjoeringskamp-boer-ikke-foeres-i-blodbanken-preben-aavitsl>
- AlanBeckerTutorials. (2015, 6. februar-a). 4. *Straight Ahead & Pose to Pose - 12 Principles of Animation* [Video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=v8quCbt4C-c&t=1s&ab\\_channel=AlanBeckerTutorials](https://www.youtube.com/watch?v=v8quCbt4C-c&t=1s&ab_channel=AlanBeckerTutorials)
- AlanBeckerTutorials. (2015, 20. Februar-b). 6. *Slow In & Slow Out - 12 Principles of Animation* [Video]. YouTube.  
[https://www.youtube.com/watch?v=fQBFsTqbKhY&ab\\_channel=AlanBeckerTutorial](https://www.youtube.com/watch?v=fQBFsTqbKhY&ab_channel=AlanBeckerTutorial)  
[s](https://www.youtube.com/watch?v=fQBFsTqbKhY&ab_channel=AlanBeckerTutorial)
- AlanBeckerTutorials. (2015, 17. februar-c) 5. *Follow Through & Overlapping Action - 12 Principles of Animation* [Video]. Youtube.  
[https://www.youtube.com/watch?v=4OxphYV8W3E&ab\\_channel=AlanBeckerTutorials](https://www.youtube.com/watch?v=4OxphYV8W3E&ab_channel=AlanBeckerTutorials)  
[als](https://www.youtube.com/watch?v=4OxphYV8W3E&ab_channel=AlanBeckerTutorials)
- Bjørngård, H., & Kringstad, K. (2021, februar 7). *Menn som har sex med menn må fortsatt være ett år i sex-karantene før de får gi blod*. Hentet fra NRK:  
<https://www.nrk.no/trondelag/homofile-ma-fortsatt-vaere-ett-ar-i-sex-karantene-for-a-bli-blodgiver-i-norge-1.15350495>
- Gade, E. (2022, 21. februar). – *Slutt å være redd for oss med schizofreni*. NRK P3.  
<https://p3.no/meninger/mening/2d961881-1b7a-4b05-b117-cf7a9010c231>
- Gi Blod. (u.å.) *Derfor trenger vi deg*. <https://www.rodekors.no/gi-blod/informasjon/hvorfor-bli-blodgiver/?fbclid=IwAR2SvmIZTIe3Dlk8K7km-z3in5U6OGy3qB7J7yVUzwHPpK8FDh0jmubJEVY>
- Helsedirektoratet. (2017, mars 7). *Veileder for transfusjonstjenesten i Norge* (IS-1414).  
Helsedirektoratet. [https://www.helsedirektoratet.no/veiledere/transfusjonstjenesten-i-norge-utgave-73/Transfusjonstjenesten%20i%20Norge%20utgave%207.3%20%E2%80%93%20Veileder.pdf/\\_attachment/inline/6222d24e-ebdc-4588-a51f-735cc17f58c6:ddb6d627e05b9f68918723bf59407db19602a601/Transfusjonstjenesten%20i%20Norge%20utgave%207.3%20%E2%80%93%20Veileder.pdf](https://www.helsedirektoratet.no/veiledere/transfusjonstjenesten-i-norge-utgave-73/Transfusjonstjenesten%20i%20Norge%20utgave%207.3%20%E2%80%93%20Veileder.pdf/_attachment/inline/6222d24e-ebdc-4588-a51f-735cc17f58c6:ddb6d627e05b9f68918723bf59407db19602a601/Transfusjonstjenesten%20i%20Norge%20utgave%207.3%20%E2%80%93%20Veileder.pdf)
- Helsedirektoratet. (2016, feb. 24). *Møte i Transfusjonstjenestens kvalitetsråd 24.2.2016*.



- Hentet fra Helsedirektoratet: [https://www.helsedirektoratet.no/om-oss/organisasjon/rad-og-utvalg/transfusjonstenestas-kvalitetsrad/Referat%20telefonm%C3%B8te%20Transfusjonstjenestens%20kvalitetsr%C3%A5d%2024.02.16.pdf/\\_attachment/inline/68b11e95-4be3-45e3-85c0-140491f1e541:4d534ae4a83cec33fb184c7724e5542e8045ab6e/Referat%20telefonm%C3%B8te%20Transfusjonstjenestens%20kvalitetsr%C3%A5d%2024.02.16.pdf](https://www.helsedirektoratet.no/om-oss/organisasjon/rad-og-utvalg/transfusjonstenestas-kvalitetsrad/Referat%20telefonm%C3%B8te%20Transfusjonstjenestens%20kvalitetsr%C3%A5d%2024.02.16.pdf/_attachment/inline/68b11e95-4be3-45e3-85c0-140491f1e541:4d534ae4a83cec33fb184c7724e5542e8045ab6e/Referat%20telefonm%C3%B8te%20Transfusjonstjenestens%20kvalitetsr%C3%A5d%2024.02.16.pdf)
- Hunte, B. (2020, desember 14). *Blood donation: Rule change means more gay and bisexual men can give blood*. Hentet fra BBC: <https://www.bbc.com/news/uk-55296525>
- Kjellberg, C. (u.å.). Mixed Media Animation in Procreate. Domestika. <https://www.domestika.org/en/courses/1513-mixed-media-animation-in-procreate>
- NRK P3 [@nrkp3]. (2022, 4. april). André (23) må droppe sex i 12 måneder før han får gi blod. Han mener reglene er altfor strenge for homofile [video] Instagram. Hentet 7. mai 2022, fra <https://www.instagram.com/p/Cb6yJXDqfFK/>
- Ousdal, C. K. (2018, september 1). *Sikkerheten til mottakeren av blodprodukter er det viktigste*. Hentet fra Sykepleien : <https://sykepleien.no/2018/10/sikkerheten-til-mottakeren-av-blodprodukter-er-det-viktigste>
- P3. (2020, 15. desember-a). La oss servere alkohol [video] P3. <https://p3.no/la-oss-servere-alkohol/>
- P3. (2020, 6. desember-b). *Menn vil betale for å slikke kroppshåret mitt*. <https://p3.no/menn-vil-betale-for-a-slikke-kroppsharet-mitt/>
- Skeiv Ungdom. (u.å.). *Kan man ikke stole på menn som har sex med menn?* Hentet fra Skeiv Ungdom: <https://skeivungdom.no/2017/12/19/stole-pa-menn-sex-menn/>
- Skotheim, L. (2008, 9. mai). Si ;D. *Aftenposten SiD*. <https://www.aftenposten.no/meninger/sid/i/w8JzP/si-d>
- Tendril. (2012, 10. desember). OpenText | The Power of Information [Video]. Vimeo. <https://vimeo.com/55286326>
- Tognola, M. (u.å.). Animated Illustration in Procreate: Tell a Story with Movement. Domestika. <https://www.domestika.org/en/courses/1500-animated-illustration-in-procreate-tell-a-story-with-movement>
- Ullheim, P. (2022, 14. februar). – Han, hun, hen, de, xe. Kall meg hva du vil!. NRK P3. <https://p3.no/meninger/mening/b3182b73-bc70-4e60-9190-a0e5f55db975>

## 7. Figurliste:

*Figur 1.* Fra “Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to produsage.”  
av A. Bruns, 2008, *Peter Land Publishing*, vol. 45, s. 21.

*Figur 2.* Hosgor, S. (2019) *Midnight in woody's* [Animert collage]. Selman Hoşgör. Hentet 1  
3.10.2021. <http://www.selman-hosgor.com/#/iii/>

*Figur 3.* Brisseaux, K. (2018) *Ipad illustrations* [Foto illustrasjon]. Behance. Hentet  
13.10.2021. <https://www.behance.net/gallery/71850413/IPAD-ILLUSTRATIONS>

*Figur 4.* Highsmith, C. [Cyrus]. (u.å.). *Cyrumblr* [Pinterest post]. Pinterest. Hentet  
08.10.2021. <https://no.pinterest.com/pin/89298005102983371/>

*Figur 5.* NRK P3 [@nrkp3]. (u.å.) [Instagram feed]. Instagram. Hentet 04.10.2021.  
<https://www.instagram.com/nrkp3/>

*Figur 6.* NRK P3. (u.å.). *Meninger*. Hentet 04.10.2021. <https://p3.no/meninger/>

*Figur 7.* NRK Nyheter [@nrknyheter]. (2022, 5, april). – *Må jeg slutte å knulle for å gi blod?*  
*Det sier André Fredheim (23) som er homofil. Han vil gjerne* [Nyhets sak]. Instagram.  
<https://www.instagram.com/p/Cb9wdKRABIf/>

*Figur 8.* NRK Nyheter (2022, 7. april). *Trykk under for å lese hvordan André mener reglene*  
*er diskriminerende.* [Nyhets sak]. Snapchat.

*Figur 9.* NRK (2022, 4. april). <https://www.nrk.no/>

## **8. Vedlegg:**

Vedlegg 1 - Meningsinnlegg, Video

Vedlegg 2 – Meningsinnlegg, Skriftlig 16:9 format

Vedlegg 3 – Meningsinnlegg, Skriftlig 9:16 format

Vedlegg 4 – Felles intervjuguide

Vedlegg 5 – Samtykkeerklæringer

Vedlegg 6 – Storyboard 1

Vedlegg 7 – Storyboard 2

Vedlegg 8 – Utkast til skriftlig mening

Vedlegg 9 – Dysleksi attest