

Bacheloroppgave i journalistikk
Det samfunnsvitenskapelige fakultet



Universitetet
i Stavanger

Hva kan NRK lære av influencere på Youtube?

Skrevet av: Justus Jensen

Kandidatnummer: 256569

Vår 2022

Innholdsfortegnelse

1. Introduksjon.....	3.
2. Sentrale begreper.....	4.
2.1 Meme.....	4.
2.2 Influencer.....	5.
3. Teori.....	6.
3.1 Youtube.....	6.
3.2 Bakgrunnsinformasjon om kanalene.....	7.
3.2.1 Philip DeFranco.....	7.
3.2.2 NRK Nyheter.....	7.
4. Kommunikasjon.....	7.
4.1 Unge på sosiale medier.....	7.
4.2 Opphavsrett.....	8.
4.3 Bruk av humor.....	8.
5. Metode.....	9.
5.1 Kvalitativ dokumentanalyse.....	9.
6. Analyse.....	10.
6.1 V1. (Philip DeFranco).....	10.
6.1.1 Informasjon om video.....	10.
6.2 V2 (Philip DeFranco).....	15.
6.2.1 Informasjon om video.....	15.
6.3 V1. (NRK Nyheter).....	18.
6.3.1 Informasjon om video.....	18.
6.4 V2 (NRK Nyheter).....	20.
6.4.1 Informasjon om video.....	20.
6.5 V3 (NRK Nyheter).....	22.
6.5.1 Informasjon om video.....	22.
7. Sammenligning.....	25.
8. Drøfting av funn.....	26.
9. Konklusjon.....	27.
10. Litteraturliste.....	28.

Introduksjon

Mennesket er et sosialt vesen. Hver dag kommuniserer folk med hverandre på en eller annen måte. I en verden som stadig blir mer digitalisert, endres også kommunikasjonsformene mennesker har med hverandre. Med et tastetrykk, kan hvem som helst kringkaste hva enkeltpersonen tenker på. Med tiden har dette åpnet mennesker opp for nye og kreative måter å legge frem deres budskap og meninger til omverdenen.

I denne oppgaven ønsker jeg å se nærmere hvordan NRK som nyhetskanal på den sosiale plattformen Youtube kommuniserer med seerne sine. Jeg har valgt å undersøke hvorvidt NRK kan anvende metoder som influencere bruker, for å oppnå en gevinst for kanalen og øke seertallene deres. Jeg kommer også til å snakke om hvordan en influencer kommuniserer med seerne sine gjennom, blant annet å bruke memer. Jeg vil fokusere primært på to Youtube-kanaler i denne oppgaven. Navnet på disse kanalene går under navnet «NRK Nyheter» og «Philip DeFranco». Sistnevnte kanal laster opp videoer der flere journalistiske elementer er brukt for å levere innhold med nyhetsverdi til brukerne som følger kanalen. Etter å ha analysert innholdet til et utvalg av videoer publisert av nevnte Youtube-kanal, vil jeg sammenligne mine funn med hvordan NRK bruker visuelle effekter og legger frem nyheter på deres Youtube-kanal. I denne oppgaven ønsker jeg å se nærmere på hvilke verktøy influencerne bruker for å fange interessen til seeren på en måte som tradisjonelle nyhetsmedier ikke gjør. Jeg har derfor valgt å se nærmere på hvordan mennesker kommuniserer med hverandre på nettet, hovedsakelig gjennom memer. Min problemstilling for denne oppgaven er:

«Hva kan NRK lære av Influencere på Youtube?»

Grunnen til at jeg ønsker å undersøke dette er for å få en forståelse av hvordan en influencer tar i bruk ulike metoder for å skape en interesse hos seeren. Jeg vil undersøke hvilke verktøy som blir brukt og hvorvidt disse kan bli brukt av en journalist for å tiltrekke seg flere seere til en nyhetsplattform. Det hadde vært interessant å se om alternative uttrykksmåter fra internett-kulturen kan tilføre noe nytt til journalistikken. Ved å gå i dybden og analysere hvordan en kjent internettpersonlighet resonerer med deres publikum, er ønsket for denne oppgaven å finne svar på om NRK kan lære noe av dette.

Sentrale begreper

I denne oppgaven kommer jeg til å bruke flere ord som har oppstått i nyere tid. Knut Halvorsen skriver at «Utvikling av begreper betyr andre måter å begripe virkeligheten på» (Halvorsen, s.28, 2018). For at meningen bak disse ordene skal bli forstått, skal jeg forklare og definere disse begrepene i dette avsnittet.

Meme

For å kunne snakke om bruken av memer som personer bruker på sosiale medier, må vi først definere hva en meme er. Ifølge Store Norske Leksikon er en meme klassifisert som «et kulturelt uttrykk som sprer seg ved etterligning eller kopiering [...] og har oppnådd størst innvirkning som en betegnelse for bilder og videoer som spres på internett.» (SNL, 2022)

Videre utdypes det at en meme kan «karakteriseres som 'ideer', samt ferdigheter, oppførsel og trender. Spredningen av memer skjer fra person til person ved hjelp av ulike kommunikasjonsmedier, som blant annet talespråk, tekst, bilder, og digitale medier. Memer kan være symbolske representasjoner, men også kroppslige gester, og handlingsmønstre for å foreta gjøremål.» (SNL, 2022)

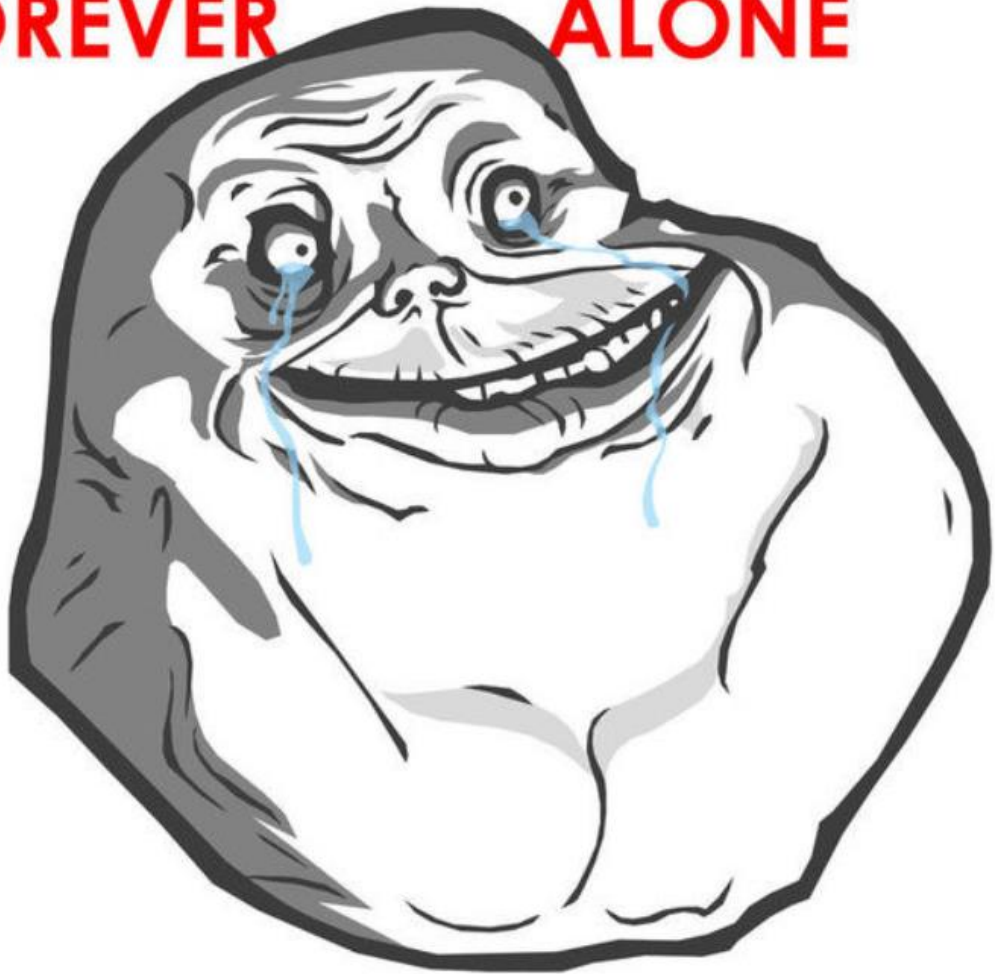
Et eksempel på hvordan en meme kan oppstå er med et relevant bilde eller tekst som kan settes inn i noe som er aktuelt for tiden. En meme kan både være useriøs og nyhetsaktuell. Den kan lages på den måten som tilfredsstillende for enkeltpersonen eller en gruppe mest.

Ordet meme oppstod fra evolusjonsteoretikeren Richard Dawkins i verket «The Selfish Gene» i 1976. Et sitat fra Richarddawkins.net forklarer:

«The meme first appeared in Richard Dawkins' first book, "The Selfish Gene" (1976), and was an attempt to understand why some behaviours, from an evolutionary perspective, seemed to make no sense but, somehow or other, were found to be very common in human societies.» (Richard Dawkins Foundation for Reason & Science, 2014)

Mennesker bruker memer som kommunikasjonsmiddel hver eneste dag over nettet. En meme har mange bruksområder og kan symbolisere så mangt, eksempelvis hvordan man uttrykker en følelse i form av et stillbilde.

FOREVER ALONE



(Skjermdump, Know Your Meme, 2011)

Dette er et eksempel på en meme.

Funksjonen til en meme varierer, men oppfattes på generelt nivå som noe skal skape humor hos seeren.

Influencer

I nyere tid har ordet influencer blir mer og mer relevant. Ordet influencer kommer fra engelsk og betyr «påvirker». (utdanning.no, 2018) Ved å være en influencer, er du en offentlig person og har en følgerbase som holder seg oppdatert på hva du driver med. Som influencer har du evnen til å påvirke andre. For å bli en influencer, må personen finne en plattform der vedkommende kan bli kjent på. En influencer kan bli sett på som en kjendis. «Influencere har gjerne bygget seg opp et stort publikum, og kan også kalles opinionsledere eller

trendsettere.»(Utdanning.no, 2018) Desto større følgerbase en influencer har, desto større påvirkningskraft har vedkommende.

Ifølge Utdanning.no kan dette være «eksempelvis bloggere, vloggere, instagrammere, snapchattere eller youtubere.» (Utdanning.no, 2018) En person som kaller seg for en influencer, bruker hovedsakelig sosiale medier for å nå ut til sine følgere.

Teori

Youtube

Ettersom analysen av utvalgte videoer befinner seg på Youtube, faller det naturlig å beskrive hva den sosiale plattformen er og hvordan nettsiden opererer. Youtube er en av de største sosiale medieplattformene i verden. Ifølge Youtube finnes det over 2 milliarder aktive brukere på plattformen månedlig. (Youtube, 2022) Nettstedet ble grunnlagt i 2005 og ble kjøpt opp av Google i 2006. (SNL, 2021) Youtube som sosial plattform er et nettsted der hvem som helst kan laste opp videoer de selv måtte ønske. Alt ifra amatørinnhold fra enkeltindividet til profesjonelt innhold kan man finne på plattformen. Hvis man vil laste opp en Youtube-video, må man ha en Youtube-kanal.

For å se en video på plattformen, kan seeren klikke på en video laget av en kanal på siden. Hvis personen ønsker å se flere videoer laget av kanalen, kan personen klikke seg inn på kanalen videoen har blitt publisert fra. Skulle seeren ønske å holde seg oppdatert på kanalens publisering av videoer i fremtiden, abonnerer personen til Youtube-kanalen vedkommende ønsker å følge med på. På denne måten vil seer bli oppdatert på nye videoer som blir publisert av kanalen. I en undersøkelse av Ipsos som omhandler den norske befolkning, blir det forklart at «I befolkningen generelt (alle over 18 år) sier 78% at de bruker sosiale medier daglig.» (Ipsos 2022). Over 2 millioner mennesker i Norge har en Youtube-profil og 52% av personene som bruker Youtube er i alderen 18-29 år. (Ipsos 2022) At en så stor del av den norske befolkning bruker Youtube, gjør det attraktivt for norske mediehus å bruke plattformen for å nå ut til flere mennesker.

Bakgrunnsinformasjon om kanalene

Philip DeFranco

Philip DeFranco er en amerikansk influencer som har over 1,3 milliarder avspillinger på sin Youtube-kanal. Kanalen ble opprettet 16. September 2006.(Youtube) Han er derfor en av de første innholdsskaperne på plattformen. Han er mest kjent for å ha laget et program som går under navnet «The Philip DeFranco Show». Dette nyhetsprogrammet laster opp videoer hver ukedag, fra mandag til fredag. Kanalen laster opp videoer der DeFranco forteller om aktuelle nyheter som skjer innenfor politikk, pop-kultur og på nettet. Kanalen har 6,31 millioner abonnenter på plattformen. Så langt har det blitt utgitt 689 videoer listet under «The Philip DeFranco Show» på kanalen.

NRK Nyheter

NRK Nyheter er en norsk Youtube-kanal og er laget av Norsk Rikskringkasting. Kanalen ble opprettet 2. November 2018 og har over 3,2 millioner avspillinger. (Youtube) Formålet med kanalen er ifølge kanalen selv å oppdatere seer på «nyheter som er relevant for unge voksne». Kanalen siste videopublisering var 1. Oktober 2020. Kanalen har rundt 13 tusen abonnenter. Etter 1. Oktober 2020 har det ikke blitt lastet opp nye videoer. Totalt 127 videoer er lastet opp på Youtube-kanalen.

Kommunikasjon

Unge på sosiale medier

Sosiale medier er en del av hverdagen for de fleste, særlig den yngre generasjon. Mange befinner seg på internettplattformer som Youtube eller Instagram og kommuniserer med hverandre på en daglig basis gjennom ulike sosiale medier.

«Ting tyder dessuten på at det visuelle blir en stadig større og viktigere del av journalistikken. Flere teoretikere argumenterer for at vi i dag befinner oss i en visuelt orientert kultur. Den russisk-amerikanske professoren i visuell kunst, Lev Manovich, hevder for eksempel at generasjonene som vokser opp omgitt av pe-er, tv, kino, dataspill etc., foretrekker et visuelt «språk» framfor skrift. Bildet som kommunikasjonsmiddel står sterkere enn noen gang.

Digitaliseringen har gjort at det i dag er svært enkelt å ta, behandle og dele bilder. Tiden og veien fra et bilde eller en video blir tatt til det blir publisert har blitt drastisk redusert.

(Steensen, 2016)

Time Magazine viser til en studie utført av selskapet Microsoft, der mennesker mister konsentrasjon etter åtte sekunder. (Time, 2015) Videre i artikkelen skrives det at «77 % av personer i alderen 18 til 24 svarte "ja" da de ble spurt: "Når ingenting opptar oppmerksomheten min, er det første jeg gjør å strekke meg etter telefonen min.» (Time, 2015)

Opphavsrett

Alle memer er forskjellige og kommer i ulike former og formater. Ett mulig problem som kan oppstå omhandler opphavsretten til innholdet av memen. Enhver person kan lage en meme, men hvis innholdet i memen er eksempelvis en filmreferanse eller ett stillbilde av en karakter fra en film, betyr dette som regel at materialet er opphavsbeskyttet.

Bruk av humor

I 2021 publiserte NRK en artikkel med navnet «Ukraina gjer narr av Russland på Twitter». Her snakkes det om hvordan Ukrainas offisielle Twitter-konto publiserte en humoristisk meme, der det blir beskrevet at Ukraina føler seg stresset vedrørende situasjonen mellom landet og Russland.

Et sitat fra artikkelen lyder som følgende: ««Kan det verkeleg vere den offisielle twitterkontoen til Ukraina?» var det nok fleire som tenkte etter at Ukraina den 7. desember la ut eit såkalla meme, kor dei spøkte med korleis det var å vere nabo med Russland. Tweeten spreidde seg raskt, og over ein halv million brukarar har likt tweeten.» (NRK, 2021)



Ukraine / Україна
@Ukraine

...

Types of Headaches

Migraine



Hypertension



Stress



**Living next to
Russia**



(Skjermdump, NRK.no, Publisert: 17. Desember 2021)

I et annet sitat i artikkelen står det: «– Det å bruke memer som kommunikasjon for ein stat, er ikkje noko å skamme seg over. Det er essensielt om du ynsker å drive med ein effektiv og moderne kommunikasjonsstrategi.» (NRK, 2021)

I artikkelen omtales memer som et moderne verktøy med hensikt å nå ut til mange.

Metode

I dette kapittelet vil jeg begrunne mitt valg av metode for oppgaven. Ved å analysere informasjon og materiale innhentet fra ulike kilder, vil jeg gjennom metoden kunne svare på problemstillingen jeg har tatt for meg i denne oppgaven.

Kvalitativ dokumentanalyse

Jeg andvenner kvalitativ dokumentanalyse for å besvare problemstillingen jeg har valgt å skrive om i denne oppgaven. Jeg skal gjennom denne metoden, undersøke flere audiovisuelle elementer som er tatt i bruk på Youtube-kanalene «NRK Nyheter» og «Philip DeFranco». Gjennom analysering av dokumentene vil jeg se etter likheter og ulikheter hver video viser og sammenligne dokumentene med hverandre, ut ifra de funnene jeg har analysert. Jeg har også valgt å legge med et eksempel på en meme, samt en nyhetsartikkel publisert av NRK som

snakker om en meme, som nevnt tidligere i oppgaven. Disse eksemplene skal være med på å underbygge forklaringer gitt i oppgaven.

Jeg har valgt å analysere et utvalg av videoer til influencer og Youtube-personlighet Philip DeFranco, fordi «The Philip DeFranco show» skiller seg ut fra en ellers standard influencer. Denne Youtube-kanalen har flere journalistiske elementer ved seg og kanalen tar opp flere hendelser som har aktuell nyhetsverdi. Kanalen rapporterer nyheter til et stort publikum på lik linje som NRK rapporterer nyheter til den norske befolkning. Kanalen refererer også til kilder på en måte som er journalistisk i sin natur. Jeg har valgt å legge fokuset for forskningen på fem utvalgte videoer, to videoer publisert fra Philip DeFrancos Youtube-kanal og tre videoer publisert fra NRK Nyheters Youtube-kanal. Ved å analysere en influencer som rapporterer nyheter, er ønsket for denne oppgaven å få kunnskap om hvordan nyheter kan bli presentert på en måte som ikke følger den tradisjonelle fremgangsmåten en standard nyhetskanal følger.

Ifølge Store Norske leksikon er hensikten med kvalitative studier å «oppnå dybdekunnskap og helhetlig forståelse av spesifikke kontekster, eller å utvikle begreper, kategorier og typologier.» (SNL, 2020) Ved å analysere ulike elementer i utvalgte videoer jeg har brukt i denne oppgaven, er formålet med metoden å få en dypere forståelse av hvorfor enkelte virkemidler har blitt brukt. I min analyse av videoene legger jeg vekt hovedsakelig på følgende variabler:

Språk og kroppsspråk: Hvordan programleder artikulere og gestikulerer seg.

Bruk av visuelle effekter: Hvordan programleder kan visualisere for å understreke et nyhetspoeng.

Analyse

V1. (Philip DeFranco)

Informasjon om video

Tittel: «THE VIDEO LEAKED! Joe Rogan & Mia Khalifa Speak Out, TikTok v Youtube, Cawthorn, & More» (Publisert 5. Mai 2022) Varighet: 15 minutter og 52 sekunder.

Videoen er delt opp i syv deler, der seks av de omhandler aktuelle nyheter. En av delene omhandler sponsor. Alle sakene som blir omtalt i videoen har lenker i kommentarseksjonen under videoen, der de blir referert.

Oppdelingen av sakene har følgende titler:

1. Celebrities Speak Out On Potential SCOTUS Decision
2. States Look to Impose New Restrictions Amid Looming Roe Overturn
3. Official Says Missing Alabama Convict and Corrections Officer Had a “Special Relationship”
4. Sponsor
5. TikTok Introduces New Contextual Ad Program That Will Give Revenue to Creators
6. Madison Cawthorn Says Controversial Video Shows Him “Being Crass” With Friend
7. U.S. Reaches One Million COVID Deaths

Før man klikker på videoen, ser man et stillbilde, eller en «Thumbnail», av programlederen Philip DeFranco som er sentrert i midten av bildet, med en person på hver side av seg. Stillbildet viser også en boks med ordene «It leaked!». Ved at seer kun ser på stillbildet uten å lese tittelen på videoen, får seer ikke et konkret svar på hva videoen skal omhandle. Thumbnailen har elementer i seg som kan oppfattes som clickbait.



(Skjermdump, Philip DeFranco, Publisert 5. Mai 2022)

Videoen starter med programleder som sier sitt slagord vedkommende bruker i flere av sine videoer på «The Philip DeFranco show». Slagordet går som følgende: «Sup, you beautiful bastards». Programleder sitter i et studio som kan ligne på en stue, men ulike gjenstander plassert på hyller bak seg, med en lampe på hver side. Bak han er det en sofa. Atmosfæren i rommet virker nært og personlig og programleder sitter nærme kameraet. Mens programleder snakker, bruker han mange håndbevegelser. Han zoomer også inn og ut kameraet, der bildeutsnittet bytter på fra å gå fra halvnært til nært. I første del av videoen bruker programleder stillbilder av mennesker han snakker om for at seer skal kunne koble et ansikt til personen nyhetene omhandler. Etter dette blir det vist en kort videosnutt med personen det er snakk om med undertekst slik at seer kan lese det som blir sagt i videosnutten. Videre blir det også lagt til stillbilder av Twitter-meldinger personer har sagt rundt den aktuelle saken, over det originale stillbildet av personen det er snakk om. Twitter-meldingene beveger seg inn og ut fra videoen. For å holde Youtube-kanalen tilgjengelig for alle aldre, er enkelte ord som folk kan føle er støtne, overskygget, eller «slæddet» med svart, slik at det ikke kan leses. Underveis kommenterer programleder på enkelte utsagn personene har uttalt. Her gir han sin subjektive mening rundt saken det omhandler. Enkelte av lydklippene han spiller av der vulgære ord blir brukt av personene det er snakk om, blir også erstattet med en pipelyd for å blokkere ut ordet og unngå at seer skal høre ordet. I enkelte tilfeller bruker programleder selv ord som er vulgære når han kommenterer på hendelsen med sin subjektive mening. Programleder har alltid øyekontakt med kameraet.

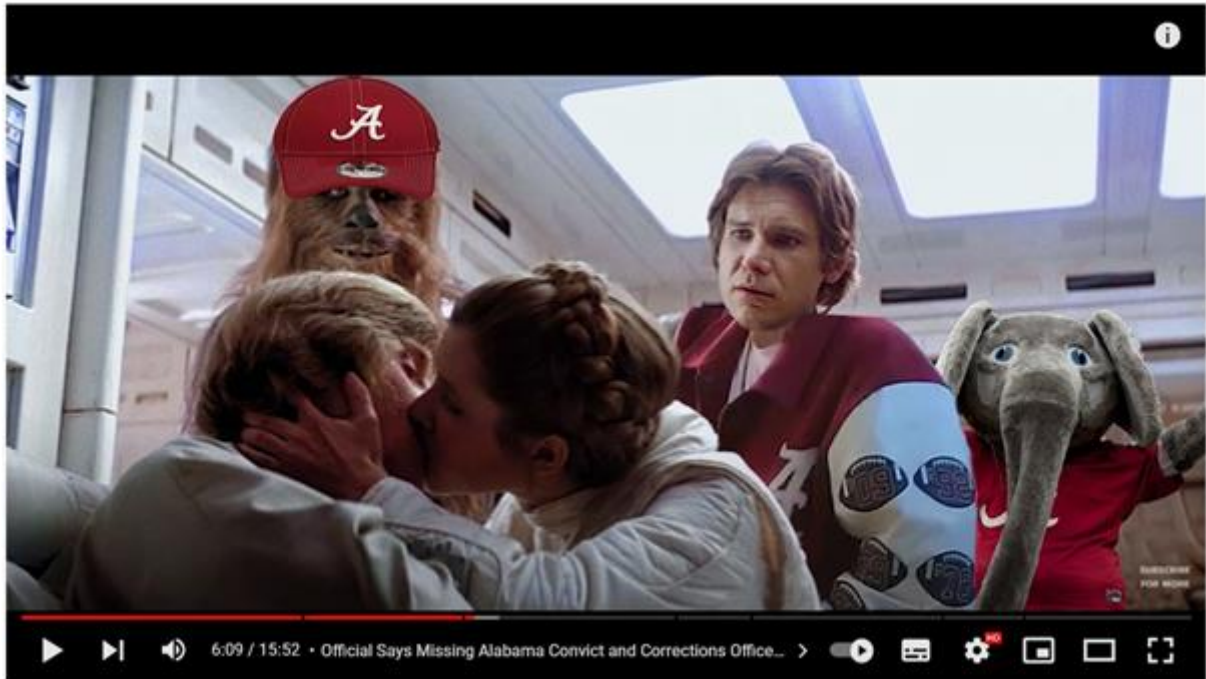
På tre minutter og 21 sekunder inn i videoen bruker programleder en gjenkjennbar referanse i form av visuelle effekter. Her blir det vist en referanse til programmet «Vil du bli millionær?», der et spørsmål med fire svaralternativer kommer opp, som starter med A, B, C og D, mens kommentator snakker om en hendelse. Seer kan ikke samhandle med alternativene vist på skjermen. Denne referansen kan bli sett på som en meme.



(Skjermdump, Philip DeFranco, Publisert 5. Mai 2022)

Etter å ha brukt denne referansen, referer programleder til studier som underbygger hva som blir sagt. Videre blir det vist større bolker med tekst som kommer inn i videoen. Enkelte setninger i gitt bolk med tekst, er understreket med en rød strek. Dette er gjort for å vise til hvilke setninger som er relevante for hva som blir rapportert. Programleder fortsetter så med å legge til sine subjektive meninger, mens han legger frem nyheten for seeren. På seks minutter og ni sekunder inn i videoen snakkes det om en nyhet som omhandler temaet incest.

Her blir det lagt på et stillbilde som referer til de populære «Star-Wars» filmene, der to av karakterene kysser hverandre. Referansen er at personene som kysser hverandre er i slekt med hverandre. Det er også lagt til en caps på hodet til en av karakterene i bildet med bokstaven «A» på seg, som skal referere til Alabama. Den underliggende vitsen er at den amerikanske staten Alabama er kjent for å ha hendelser som omhandler incest. Dette kan også bli sett på som en meme og er knyttet til stereotyper.



(Skjermdump, Philip DeFranco, Publisert 5. Mai 2022)

Videoen fortsetter med at programleder snakker om aktuelle hendelser i USA ved å fortsette med å følge samme stil som tidligere. Programleder viser til sitater personer har uttalt. Programlederen bruker ulike håndbevegelser når han skal rapportere nyheten. Midt i videoen er det et innslag med dagens sponsor, der programleder prøver å argumentere for hvorfor seeren skal kjøpe et produkt. Her gir programlederen sine subjektive meninger om hvorfor han synes produktet er bra.

På 13 minutter og 37 sekunder i videoen sier programleder følgende: «Do y'all remember back in the before-times», som så går over til en videosnutt av tidligere president Donald. J. Trump. Rundt klippet av Trump er det lagt på en visuell effekt. Denne effekten er et omriss i regnbuefarger. Omrisset skal symbolisere et tilbakeblikk. Klippet viser til Trump som forteller en folkemengde at ingen har dødd av korona i USA. Videre blir det vist et stillbilde fra barneserien, Svampebob Firkant, der det står skrevet: «24 hours later». Etterpå blir det vist et klipp av en nyhetsreporter som snakker om det første dødsfallet i USA. Svampebob Firkant er en kjent tegneseriefigur for mange, og stillbildet «24 hours later» kan oppfattes som en meme. Vitsen er at tidsrommet er lite fra Trump sa at ingen har dødd av viruset, til at noen hadde omkommet.



(Skjermdump, Philip DeFranco, Publisert 5. Mai 2022)

På slutten av videoen avslutter programleder med å takke seere for å ha sett på videoen. Han oppfordrer også seer til å ta i bruk kommentarfeltet under videoen for å fortsette diskusjonen av nyhetssakene som har blitt tatt opp. Han avslutter med å si følgende: «My name is Philip DeFranco, you've just been filled inn, I love your faces and I'll see you next time». Videoen går så i svart.

V2. (Philip DeFranco)

Informasjon om video

Tittel: WHO IS LYING?! Horrifying Hawaii Scandal Exposed, Kendall Jenner, Corinna Kopf, South Park, & More (Publisert 5. August 2021) Varighet: 15 minutter og 24 sekunder.

Videoen er delt opp i 13 deler, der 11 av de omhandler aktuelle nyheter. En av delene omhandler sponsor. En av delene forbeholdt egne subjektive ytringer rundt en hendelse dagen før. Alle sakene som blir omtalt i videoen har linker i kommentarseksjonen under videoen, der de blir referert.

Oppdelingen av sakene har følgende titler:

1. About Yesterday...
2. Mistaken Identity Lands Man Locked in Facility

3. South Park Creators Sign Massive Deal
 4. Corinna Kopf's Big OnlyFans Paycheck
 5. Kendall Jenner Faces Lawsuit
 6. Target To Cover Tuition Costs to Entice New Workers
 7. Sponsor
 8. 11 Arrested Over Racist Euro 2020 Commentary
 9. Biden Offers Temporary Safe Haven For Hong Kongers
 10. ByteDance Lays Off Hundreds
 11. U.S. May Require Foreign Travelers to Get Vaccinated
 12. Biden Unveils Emissions Policy
 13. Dixie Fire Ravages CA Town
-

Thumbnailen på videoen starter med at seer ser programleder med en hånd som dekker til den ene siden av ansiktet. Programleder har et fortvilet ansiktsuttrykk. Bakgrunnen er rød med Youtube-logoen kopiert og avbildet mange ganger. Det er også bilde av to offentlige personer, en på hver ende av thumbnailen. Under han er det en blå boks med ordene «Someone is lying». Thumbnailen har elementer i seg som kan oppfattes som clickbait.



(Skjermdump, Philip DeFranco, Publisert 5. August 2021)

Videoen starter med programleders subjektive meninger rundt en hendelse som skjedde dagen før. I likhet med V1 av DeFranco, sitter programleder i et studio som kan ligne på en stue, men ulike gjenstander plassert på hyller bak seg, med en lampe på hver side av seg.

På ett minutt og ni sekunder inn i videoen blir det vist en referanse etter at programleder har sagt følgende setning: «Now I know», etterfulgt av en «fade», inn til et stillbilde der det er avbildet setningen «The More You Know». Setningen har en stjerne under seg, imens et lydklipp som er assosiert med bildet spilles av. Dette bildet har opphav fra det amerikanske fjernsynsnettverket NBC. Dette er en meme som skal understreke at programleder «endelig» har lært av sine feil.



(Skjermdump, Philip DeFranco, Publisert 5. August 2021)

Videre kommer slagordet programleder bruker i flere av videoene sine. Dette slagordet er «Sup, you beautiful bastards.» Programleder viser så til stillbilder av dokumenter der enkelte setninger som er relevante for saken er understreket. Programleder gir sin subjektive mening rundt sakene som blir omtalt i videoen. Bildeutsnittet i videoen endres fra halvnært til nært og tilbake igjen en rekke ganger.

Programleder dekker både amerikanske og britiske nyheter. Programleder referer også til Twitter-meldinger. Han spør også hva seeren synes om saken programleder snakker om. DeFranco oppfordrer seeren så til å fortsette diskusjonen videre i kommentarfeltet under

videoen. Videre i videoen er det overganger fra et stillbilde til et annet. Disse bildene har en journalistisk relevans for sakene som blir rapportert. Programleder bruker korte videoklipp fra engelsktalende nyhetskanaler i videoen. Mot slutten av videoen spør programleder hva seer syntes om sakene som hadde blitt gjennomgått i videoen. Programleder avslutter så videoen med å si følgende: «My name is Philip DeFranco, you've just been filled inn. I love your faces and I'll see you next time.»

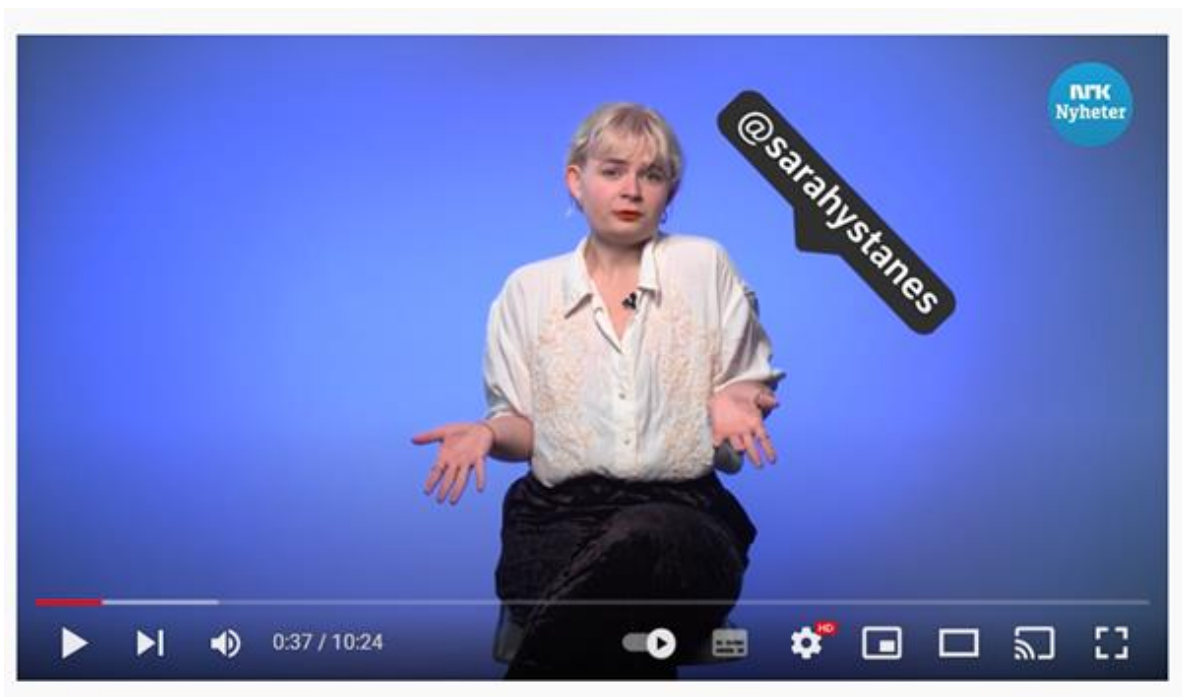
V1. (NRK Nyheter)

Informasjon om video

Tittel: Drept i kollektivet: Alt om Majorstua-drapet (Publisert 2. Nobember 2018) Varighet: 10 minutter og 24 sekunder.

Videoen starter med en kvinne som sitter på en stol med en blå bakgrunn. NRK-logoen blir vist øverst i høyre hjørne. Programleder sitter på en stol, slik at seer kan se hele kroppen til personen og programleder ser rett inn i kameraet. Hun begynner med å introdusere seer til saken, mens programleder bruker ulike håndbevegelser mens hun snakker. Det kuttet så videre til en videosnutt der programleder intervjuer en annen person på gaten. Det blir brukt stillbilder av personer som er direkte innblandet i saken, som vises på skjermen mens programleder snakker. Under videoen er det referert til kilder som er brukt i videoen med klikkbare lenker til kildemateriale.

Det blir også brukt bilder i bevegelse i videoen. Mens programleder prater, kommer det opp en tekstboble med teksten «@sarahystanes», som referer til programlederens Instagram-konto.



(Skjermdump, NRK Nyheter, Publisert 2. November 2018)

Videre i videoen utgir programleder informasjon om personen saken omhandler om, etter at hun har kommet med setningen «Jeg har prøvd å samle informasjon, både her på NRK og fra andre steder, for å finne ut litt mer av hvem Makaveli er.» Programleder ordlegger seg på en folkelig og personlig måte.

Når programleder skal referere til sitater som omhandler saken, tar programleder opp en telefon og retter øyekontakten fra kameraet og nedover på telefonen. Sitatet som blir lest opp fra telefonen vises på skjermen, slik at seer kan lese hva programleder leser opp. Etter opplesningen blir det vist en graf på skjermen som programleder følger med hånden sin. Kamerautsnittet forandres jevnlig, mens programleder utfører spesifikke håndbevegelser. Programleder beveger hendene sine og klapper en finger inn i håndflaten flere ganger, for å understreke at hun ramser opp ulike ting relatert til det hun snakker om. Det blir vist stillbilder av NRK-artikler på skjermen som kan relateres til det programleder snakker om, imens hun snakker. Programleder fortsetter å bruke ulike håndbevegelser, eksempelvis å få hånden til å se ut som en pistol, imens hun snakker om en pistol.

Videre i videoen kuttes det fra programleder som snakker i studio, til at programleder fortsetter setningen imens hun blir filmet ute på gaten. Kameraet skifter så over til en annen person som uttaler seg om hendelsen videoen tar opp. Programleder intervjuer intervjuobjekt og under dialogen blir det vist stillbilder som omhandler saken. Begge personene går til

området der hendelsen fant sted. Så kuttet det tilbake til programleder i studio der hun fortsetter å rapportere hendelsen.

Til slutt stiller programleder seeren et spørsmål der hun opplyser om at hvis det er noe seeren lurer på angående saken, kan seer legge igjen en kommentar under i kommentarfeltet på videoen. Hun forteller også at et annet alternativ er å sende programleder en melding på Instagram, der programleder skal prøve å besvare eventuelle spørsmål seeren har. Det blir igjen vist til programleders Instagram-konto. Til slutt vinker programleder farvel, før videoen kuttet til svart.

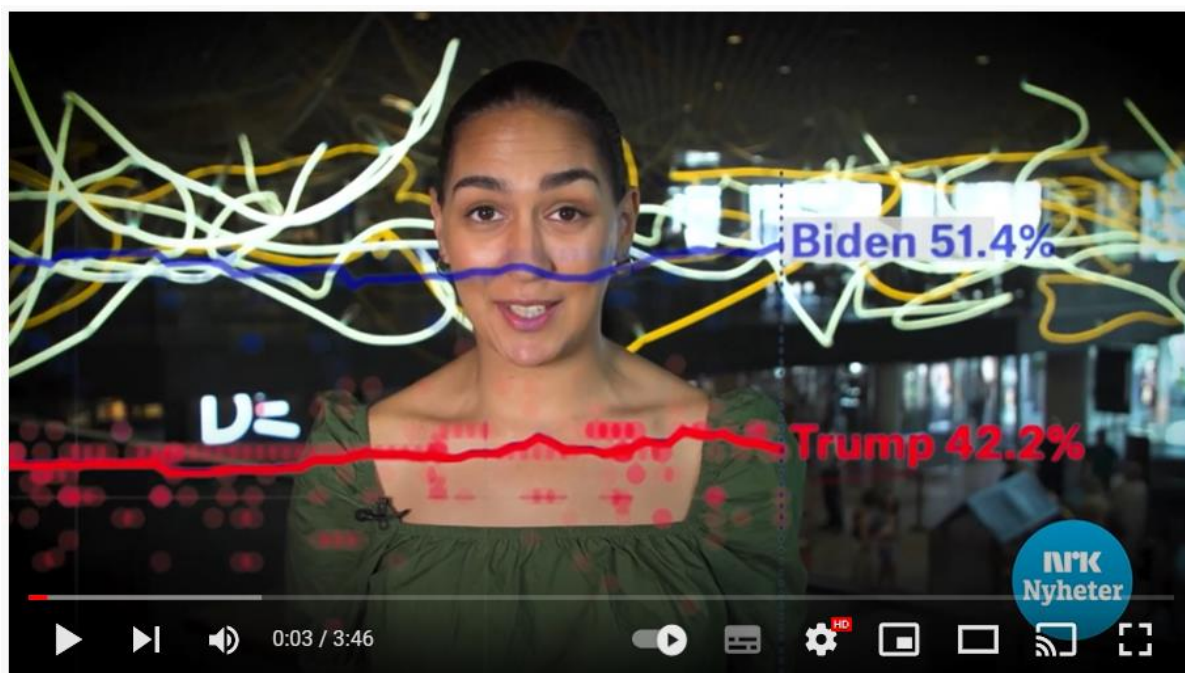
V2. (NRK Nyheter)

Informasjon om video

Tittel: Trump vs. Biden: Hvem vinner? (Publisert 28. August 2020) Varighet: tre minutter og 46 sekunder.

Thumbnailen viser reporter avbildet i midten av med presidentkandidatene Joe Biden og Donald Trump på hver side. På stillbildet står det med hvit tekst: «Hvem vinner USA-valget?»

Videoen starter med et halvnært bildeutsnitt av programleder som snakker direkte inn i kameraet til seeren. NRK Nyheter-logoen vises nede i venstre hjørne på skjermen. Bakgrunnen til programlederen er ikke i fokus og består av lysrør som lyser opp en ellers mørk bakgrunn. Programleder ser ikke ut til å være i et studio. En tekstboks med navn på reporter blir vist i videoen, i tillegg til tittelen «reporter». Etter dette blir det vist en gjennomsiktig graf på skjermen.



(Skjermdump, NRK Nyheter, Publisert 28. August 2020)

Videoen viser filmsnutter av personer reporteren snakker om, samt avisoverskrifter som relaterer til saken. Det kuttet så over til reporteren som går ut på gata for å intervju tilfeldige forbipasserende. Det blir vist korte snutter på rundt 1 sekund, der ulike intervjuobjekter svarer til spørsmål gitt av reporter. Videoen kuttet så over til programleder som holder et kamera nært ansiktet. Reporteren filmer seg selv snakker direkte til seeren. Her snakker reporteren om at hun skal møte en person som har stor kjennskap til presidentvalget. Så blir det kuttet til reporter som prater med et intervjuobjekt. Reporteren filmer ikke lenger seg selv, men blir heller filmet på avstand.



(Skjermdump, NRK Nyheter, Publisert 28. August 2020)

Det blir så brukt visuelle effekter i videoen. Effekten er av tallet 2020 som er farget rødt og blått. Dette skal referere til presidentvalget i 2020. Effekten blir lagt over ansiktet til reporteren, mens hun snakker. Videoen fortsetter med reporter som befinner seg på samme plass som da videoen startet. Hun snakker direkte til kameraet. Det blir deretter vist videosnutter og stillbilder av personer det snakkes om i videoen. Videoen avsluttes med reporter som snakker direkte til seeren. Hun sier: «Jeg har veldig lyst til at dere skal få bestemme temaet for neste video, så send oss ditt spørsmål om det amerikanske valget til NRK nyheters Snapchat-konto, så kanskje det er nettopp ditt spørsmål vi svarer på i neste video».

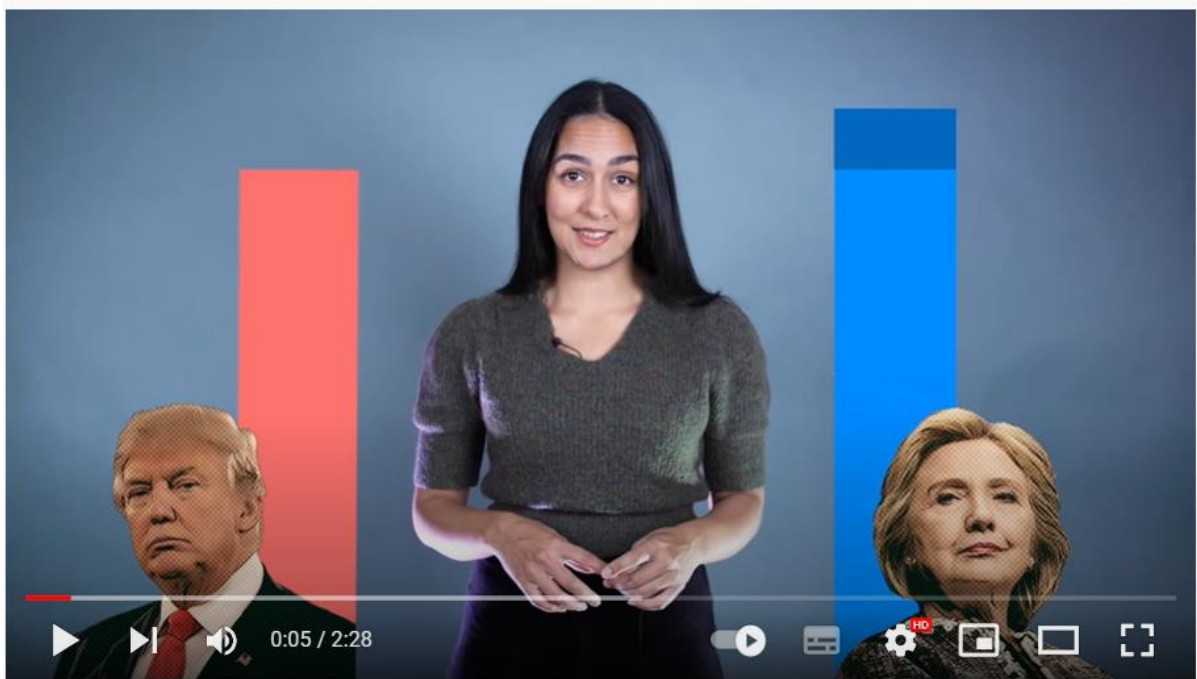
V3. (NRK Nyheter)

Informasjon om video

Tittel: Hvordan vant Trump med færrest stemmer? (Publisert 1. Oktober 2020) Varighet: To minutter og 28 sekunder.

Videoen starter med reporter som snakker direkte til kameraet i et halvtotalt bildeutsnitt.

Reporter er kledd i et pent antrekk og står i et studio med en grå bakgrunn.



(Skjermdump, NRK Nyheter Publisert 1. Oktober 2020)

Visuelle effekter er brukt med avbildninger av personene omtalt i videoen, sammen med et stolpediagram. Reporter står i senter av bildet. Videre vises det til korte videoklipp som omhandler en av presidentkandidatene. Reporter fortsetter å snakke om saken, mens det blir vist til bilder i et høyt tempo. Videre viser videoen at programlederen står foran et bord med to gjennomsiktige sylindere og en haug med godteri plassert på midten av bordet. Formålet med dette er å gjøre det lettere for seer og forstå hva reporteren snakker om ved hjelp av rekvisitter.



(Skjermdump, NRK Nyheter Publisert 1. Oktober 2020)

Videre skal programleder helle godteri fra en sylinder til en annen. Mens programleder bruker rekvisittene, er det noe av godteriet som ikke faller ut av sylindere hun heller fra. Istedenfor å kutte denne delen av innspillingen bort fra klippet, kan NRK Nyheter latt denne delen av klippet være med i videoen. Her blir det vist at reporteren ler av at godteriet ikke faller ut av sylindere, mens hun ser på noe bak kameraet, antagelig personen som filmer henne.

Det kuttes så til reporter og kameraet er zoomet inn nærmere på personen. Det er brukt tekst som er lagt over programleder som omhandler saken det er snakk om. Videre blir det brukt flere bilder av personene relevant for nyheten, i tillegg til at det er lagt til en knipselyd når videoen går fra ett stillbilde til et annet. Denne lyden skal symbolisere en som «knipser» bilder med et kamera. Videoen avsluttes med programleder som kommer med en avsluttende setning «Fordi flertall er flertall, uansett hvor stort flertall av stemme du har».

Sammenligning

Det er flere elementer som både influencer Philip DeFranco har, som deles med NRK Nyheter på Youtube. Ved å legge til kreative thumbnails, fanger dette oppmerksomheten til seer med en gang før seeren har gått inn på videoen. Begge kanalene bruker hyppig bruk av håndbevegelser for at det oppfattes av seeren at programlederen er engasjert i nyhetssakene. Noe Philip DeFranco Youtube-kanalen bruker er memes i videoene han publiserer. Hensikten med memene er primært rettet mot det humoristiske, noe som skal fange opp seerens interesse ved å relatere til noe innenfor pop-kultur som seer oppfatter som humoristisk. Noe NRK gjør derimot, er å bruke visuelle effekter som grafer og diagrammer for å fange leserens interesse, i stedet for memes. Bruken av rekvisitter som godteri og sylindere av glass er også gjort for å fange interessen til seeren.

Begge kanalene opererer annerledes enn en vanlig nyhetssending der språkbruken er mer formell. I stedet er det heller brukt et mer jovialt og uformelt språk. Programleder har en folkelig framtoning i måten personen artikulerer seg. Litt som å snakke med en nær venn eller småprate med en bekjent. Eksempelvis da kameraet er vist i halvnært bildeutsnitt, føler seeren at personen foran kameraet prater direkte til deg. Dette er noe begge Youtube-kanalene gjør jevnlig. Begge kanalene hopper også inn og ut av hvor tett kameraet er fokusert på programlederen.

Begge kanalene ser ut til å ha kjennskap til at det er hovedsakelig yngre mennesker som befinner seg på sosiale medier. En ting begge kanalene har til felles er at det oppfordres fra begge parter å få seer til å engasjere seg i nyheter. Begge kanalene prøver gjennom videoene å nå ut til seeren gjennom å oppfordre til diskusjon i kommentarfeltet, eller anbefale nye temaer kanalen skal dekke i fremtiden.

«Det er verdifullt at journalisten som har signert en nyhetssak, er tilgjengelig for spørsmål og diskusjon med publikum, også på Twitter, Facebook og lignende. De kan komme med utdypende opplysninger og kommentarer, de kan fortelle om hvordan de har jobbet, og de kan analysere og tolke saken og situasjonen.» (Brurås, 2014)

Ved å referere til andre sosiale plattformer som Instagram og Snapchat, åpner dette for nye kommunikasjonskanaler mellom kanal og enkeltindivid.

Et annet fellestrekk mellom de to Youtube-kanalene er refereringen av ulike kilder som blir brukt i videoene. Begge kanalene legger ved lenker til ulike kilder de har brukt i informasjonsseksjonen under videoen.

En distinkt forskjell mellom Youtube-kanalene, er at DeFranco uttrykker langt flere subjektive meninger og tanker, enn vist i videoene til NRK Nyheter. Han snakker også i et vesentlig høyere tempo. En annen forskjell er at deler av videoene til «The Philip DeFranco show» har et kommersielt aspekt ved seg. I stedet for at kanalen kun tar opp nyheter, er det et segment i videoen som omhandler sponsoravtaler og salg. Dette skiller seg fra NRK Nyheter som bare tar for seg nyheter. En annen forskjell som skiller kanalene fra hverandre er jevnlig opplastet innhold. Den siste publiserte videoen til NRK Nyheter ble publisert i 2020, mens DeFranco laster opp videoer jevnlig og er fremdeles aktiv på plattformen, i motsetning til NRK Nyheter. Til slutt vil jeg tilføye at DeFrancos videoer er betraktelig lengre enn videoene til NRK Nyheter.

Drøfting av funn

I informasjonsdelen på NRK Nyheters Youtube-kanal står det:

«NRK Nyheters YouTube-kanal oppdaterer deg på nyheter som er relevant for unge voksne.» (Youtube, NRK Nyheter) Det virker som NRK Nyheter har som hensikt med kanalen å appellere til et yngre publikum, da unge voksne. Som nevnt tidligere, har ikke NRK Nyheter lastet opp en ny video på en god stund. DeFranco-kanalen derimot, laster opp videoer jevnlig, noe som gir seer et større insentiv for å stille innom kanalen. Ved at DeFranco tar i bruk humoristiske memer, virker det som at seeren kan holde følge med nyhetene, selv om lengden på videoene er lengre. Hvorvidt hver enkeltperson synes nyheter er kjedelige eller interessante, kan memer være en løsning på å holde seerens interesse gjennom en video med betydelig lengde. Å bruke referanser fra populærkultur som seer kan resonere med, kan man argumentere for at oppmerksomhetsvinduet den yngre seeren har, blir forlenget fordi man ser kjente bilder man kan assosiere humor eller satire med. Hvis memer kan omtales som et moderne verktøy med hensikt å nå ut til mange, vil dette være grunn nok for NRK Nyheter å ta i bruk memer. Ethvert nyhetsmedium ønsker å nå ut til flest mulige. Som tidligere beskrevet i oppgaven kan en meme være så mangt. Ved å følge med på trender innenfor popkultur, kan man argumentere for følgende: Hvis NRK Nyheter lager memer som beskriver en

holdning eller en følelse som kan knyttes opp til en aktuell nyhet, kan dette visuelle virkemiddelet bli brukt for at seeren skal finne nyhetene mer interessant. Hvis dette lykkes, resulterer dette i at seeren har et insentiv for å komme tilbake til kanalen. DeFranco bruker memes og andre referanser fra pop-kultur og har generert en stor følgerbase.

Konklusjon

I denne oppgaven har vi sett at den yngre generasjonen er den gruppen mennesker som befinner seg mest på sosiale medier, mer spesifikt medieplattformen Youtube. Dette er en plattform som kan brukes av alle og har med tiden gitt grobunn for et nytt yrke. Visuelle virkemidler som memer, kan tilføre en ny måte å ivareta interessen hos seeren av en video og gi vedkommende et insentiv for å holde følge med nyhetssaker ved hjelp av populære referanser og humor. I en alder der en stor del av verden befinner seg på sosiale medier, kan mediehus bruke sosiale medier for å nå ut til flere mennesker enn de har gjort tidligere.

I denne oppgaven har jeg analysert hvordan en influencer anvender memer som et visuelt virkemiddel. Sammenlignet med hvordan NRK rapporterer nyheter på Youtube i dag, kan det argumenteres for at NRK også kan ta i bruk memer for å tiltrekke seg flere seere til deres Youtube-kanal. Dette åpner opp en ny vei for hvordan journalistikk kan bli brukt av et mediehus på sosiale medier. Oppmerksomhetsvinduet til en seer er lav, men hvis NRK Nyheter bruker memer for å holde på personen som ser på ved hjelp av relaterbare referanser de kjenner seg igjen i, kan den yngre generasjon dra mer nytte av nyhetsreportasjer.

NRK Nyheter bruker et folkelig og uformelt språk og deler flere likhetstrekk med hvordan en influencer snakker til sitt publikum. Ved å anvende samme metoder og oppskrift som mennesker med store følgerbaser, er grunnlag for at NRK selv kan oppnå høyere popularitet blant befolkningen når det gjelder rapportering av aktuelle nyheter.

Litteraturliste:

Brurås, Svein (2014). *Etikk for journalister*. 5. Utgave. Fagbokforlaget Vigemostad & Bjørke AS

Dictionary.com (2022). MEMES DICTIONARY. *the more you know*. Hentet fra:

<https://www.dictionary.com/e/memes/the-more-you-know/>

Direktoratet for høyere utdanning og kompetanse. Utdanning.no. *Influencer*.. Hentet fra:

<https://utdanning.no/yrker/beskrivelse/influencer>

GMI (2022). *YOUTUBE USER STATISTICS 2022*. Hentet fra:

<https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/>

Halvorsen, Knut. (2018). *Å forske på samfunnet – En innføring i samfunnsvitenskapelig Metode*. (5. Utgave) J.W. Cappelens Forlag as, Oslo

Ipsos. (2022). *Ipsos SoMe-tracker Q1'22*. Hentet fra: <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q122>

Ipsos. (2022). *SOSIALE MEDIER TRACKER Q1 '22*. Hentet fra:

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2022-04/Ipsos%20SoMe-tracker%20Q1%202022.pdf>

Jordan, Mark A (2014). Richard Dawkins Foundation for Reason & Science. *What's in a Meme?* Hentet fra: <https://richarddawkins.net/2014/02/whats-in-a-meme/>

KANTAR (2018). Status YouTube i Norge. Hentet fra: <https://kantar.no/kantar-tns-innsikt/status-youtube-i-norge/>

Know Your Meme (2011). *Forever alone*. Hentet fra:

<https://knowyourmeme.com/photos/95354-forever-alone>

Mcspadden, Kevin. TIME Magazine. (2015). *You Now Have a Shorter Attention Span Than a Goldfish*. Hentet fra: <https://time.com/3858309/attention-spans-goldfish/>

NRK Nyheter (2. November 2018). Drept i kollektivet: Alt om Majorstua-drapet. Hentet fra:

<https://www.youtube.com/watch?v=IYyo8-UFv4A>

NRK Nyheter (1. Oktober 2020). Hvordan vant Trump med færrest stemmer?. Hentet fra:

https://www.youtube.com/watch?v=dIbLYuEcR44&ab_channel=NRKNyheter

NRK Nyheter (28. August 2020). Trump vs. Biden: Hvem vinner?. Hentet fra:

https://www.youtube.com/watch?v=Cq-kh1fvuZk&ab_channel=NRKNyheter

Philip DeFranco. (5. Mai 2022). THE VIDEO LEAKED! Joe Rogan & Mia Khalifa Speak Out, TikTok v Youtube, Cawthorn, & More. Hentet fra:

https://www.youtube.com/watch?v=nuF9KpHrV8A&t=642s&ab_channel=PhilipDeFranco

Philip DeFranco. (5. August 2021). WHO IS LYING?! Horrifying Hawaii Scandal Exposed, Kendall Jenner, Corinna Kopf, South Park, & More. Hentet fra:

https://www.youtube.com/watch?v=kDnc3oITrvM&list=PLHcsGizlfLMWpSg7i0b9wnUyEZWI-25N3&index=139&ab_channel=PhilipDeFranco

Skifjeld, Anne (2021). NRK. *Ukraina gjer narr av Russland på Twitter*. Hentet fra:

<https://www.nrk.no/kultur/ukraina-gjer-narr-av-russland-pa-twitter-1.15770480>

Statista (2021). *Forecast of the number of Youtube users in the World from 2017 to 2025*.

Hentet fra: <https://www.statista.com/forecasts/1144088/youtube-users-in-the-world>

Statista (2022). *Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users*. Hentet fra: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Steensen, Steen (2016). *Stedets Sjanger – Om moderne reportasjefjournalistikk*. 2. Utgave. CAPPELEN DAMM AS.

Store Norske Leksikon (2020). *Kvalitativ Metode*. Hentet fra: https://snl.no/kvalitativ_metode

Store Norske Leksikon (2022). *Mem*. Hentet fra: <https://snl.no/mem>

Store Norske Leksikon (2021). *Youtube*. Hentet fra: <https://snl.no/YouTube>

Youtube (2022). *NRK Nyheter*. Hentet fra:

<https://www.youtube.com/channel/UC64fk07Lw8NScuBSh2qNcwg/about>

Youtube (2022). *Philip DeFranco*. Hentet fra:

<https://www.youtube.com/c/PhilipDeFranco/about>

Youtube. (2022). *Press*. Hentet fra: <https://blog.youtube/press/>