

MASTER/BACHELOROPPGAVE:

TITTEL

REVITALISERING AV STUDENTMEDIER VED
HØGSKOLEN I GJØVIK

FORFATTER(E):

HEIDI BANG EIKESDAL (080583)
BIRGITTE AAREBRODT (090817)
ELLING BRANDVOLD (080930)

Dato: 23.05.2012

SAMMENDRAG

Tittel: Revitalisering av studentmedier ved Høgskolen i Gjøvik

Dato: 23.05.2012

Deltaker(e): Heidi Bang Eikesdal, Birgitte Aarebrodt og Elling Brandvold

Veileder(e): Anders S. Løvlie

Oppdragsgiver: Kjell Are Refsvik

Kontaktperson: Anders S. Løvlie

Stikkord: Studentmedier, Fiber, GSR, GSTV

Antall sider: 143

Antall bilag: 21

Tilgjengelighet: Åpen

Kort beskrivelse av bacheloroppgaven:

Studentene på Høgskolen i Gjøvik har i dag to studentmedier. Dette er studentavisen Fiber og Gjøvik studentradio (GSR). I dag er Fiber midlertidig ute av drift, mens studentradioen fremdeles har ett par radioprogrammer, men sliter med lyttertall.

I denne rapporten skal vi analysere en Bachelor-rapport som er tilsvarende lik den oppgaven vi har. Oppgaven er i fra mars 2010 med tittelen ”Studentradio og studentavis i en digital tidsalder”. Vi skal også analysere Fiber, Gjøvik Studentradio og to andre høgskoler, Volda og Mediehøgskolen, Gimlekollen. Ut i fra undersøkelser og analysearbeid er målet å finne de største problemene som må løses først, slik at studenter både ønsker å arbeide med studentmediene og bruke studentmediene.

SUMMARY

Title: Revitalized student channels at the College of Gjøvik

Dato: 23.05.2012

Attendees: Heidi Bang Eikesdal, Birgitte Aarebrodt og Elling Brandvold

Supervisor: Anders Sundnes Løvlie

Employer: Kjell Are Refsvik

Contact person: Anders Sundnes Løvlie

Keywords: Student channels, Fiber, GSR, GSTV

Pages: 143

Attachments: 21

Availability: Open

Short summary for the assignment:

At Gjøvik University College the students have their own paper; Fiber, and a radio station; Gjøvik Studentradio. Fiber closed their production temporarily in March 2011, and even though Gjøvik Studentradio is broadcasting a couple of radio programs during a week, they are still struggling with listening figures.

Throughout this report we will analyze the report, "*Studentradio og studentavis i en digital tidsalder*" (2010), which deals with a similar subject. We will also analyze Fiber, Gjøvik Studentradio, two other colleges; Volda University College and Gimlekollen School of Journalism and Communication. Based on the research and analytical work, our goal is to find solutions for the main problems, which can result in students wanting to work and use these mediachannels.

BACHELOROPPGAVE:

REVITALISERING AV STUDENTMEDIER VED HØGSKOLEN I GJØVIK



Heidi Bang Eikesdal | **Birgitte Aarebrodt** | **Elling Brandvold**
080583 | 090817 | 080930

DATO: 23. mai 2012

Forord



Denne rapporten er skrevet i forbindelse med vårt Bachelorprosjekt i medieproduksjon våren 2012. Forfatterne bak denne rapporten er to studenter ved studiet medieproduksjon, og en student ved studiet medieteknologi.

Oppgaven startet for oss 10. januar 2012, og ble levert 23. mai 2012. Den utgjør 20 studiepoeng, og tar utgangspunkt i studentmediene, Fiber (studentavisen) og GSR (Gjøvik studentradio), ved Høgskolen i Gjøvik.

Prosjektet går ut på å avdekke hovedårsakene til at studentmediene ikke fungerer optimalt, for så å finne en ny løsning som kan øke bruken av studentmediene.



Takk til:

Vi vil takke vår veileder, Anders Sundnes Løvlie for god oppfølging. Vil også takke Kjell Are Refsvik og Terje Stafseng som har svart på mange spørsmål rundt Bachelorprosjektet, samt Høgskolen i Gjøvik for støtte til Oslo-tur og diverse til møter.

Spesiell takk til de studentene som deltok i fokusgruppene, og som bidrog til at produktet vårt ble bedre.



Birgitte Aarebrodt

Heidi Bang Eikesdal

Elling Brandvold

Innholdsfortegnelse

1.0 INNLEDNING	13
1.1 RAPPORTSTRUKTUR	14
1.2 PROSJEKTBEKRIVELSE	15
1.2.1 BAKGRUNN FOR OPPGAVEN	15
1.2.2 FORMÅL	15
1.2.3 PROBLEMSTILLING	16
1.2.4 FORUTSETNINGER OG AVGRENSNINGER	16
1.3 MÅL	17
1.3.1 RESULTATMÅL	17
1.3.2 EFFEKT MÅL	17
1.3.3 LÆRINGS MÅL	17
1.3.4 FORSKNINGSSPØRSMÅL	17
1.4 MÅLGRUPPE	18
1.5 RAMMER	18
1.5.1 RESSURSER	18
1.5.2 FAGLIG BAKGRUNN	20
1.5.3 TERMINOLOGIBRUK	20
2.0 METODER	21
2.1 PROSJEKTSTYRINGSVERKTØY	22
2.2 RESSURSPERSONER	23
2.2.1 FOKUSGRUPPE	23
2.2.2 ANDRE RESSURSER	24
2.3 ARBEIDSFLYT	24
2.3.1 ARBEIDSFORDELING	25
2.3.2 KOMMUNIKASJONSFLYT	25
2.4 FORSKNING	26
2.4.1 INTERVJU	26
2.4.2 TEORI	26
2.4.3 PROTOTYPE	26
3.0 ANALYSE	27
3.1 STUDENTMEDIER	28
3.1.1 ANALYSEMETODE	28
3.1.2 OM ANALYSENE	29
3.2 "STUDENTRADIO OG STUDENTAVIS I EN DIGITAL TIDSALDER"	30
3.2.1 MÅL	30
3.2.2 RESULTAT	30
3.2.3 KONKLUSJON	31
3.3 STUDENTAVISEN FIBER	31
3.3.1 DAGENS SITUASJON	32
3.3.2 INNHOLD OG UTFORMING AV PAPIRUTGAVEN	32
3.3.3 INNHOLD OG UTFORMING AV NETTUTGAVEN	33
3.3.4 TILGJENGELIGHET	33
3.3.5 HOVEDPROBLEM	34
3.3.6 LØSNING	34
3.4 STUDENTRADIOEN	35

3.4.1 DAGENS SITUASJON	35
3.4.2 TILGJENGELIGHET	36
3.4.3 PROMOTERING OG INFORMASJON	36
3.4.4 NETTSIDEN	37
3.4.5 ENGASJEMENT OG MOTIVASJON	37
3.4.6 LØSNINGER	37
3.5 STUDENTMEDIENE VED ANDRE HØGSKOLER	38
3.5.1 STUDENTMEDIENE VED HØGSKOLEN I VOLDA	39
3.5.2 STUDENTAVISEN, PEIKESTOKKEN	39
3.5.3 INNHOLD OG UTFORMING AV PAPIRUTGAVEN	40
3.5.4 INNHOLD OG UTFORMING AV NETTUTGAVEN	40
3.5.5 TILGJENGELIGHET	41
3.5.6 RESSURSER	41
3.6 VOLDA STUDENTRADIO	41
3.6.1 INNHOLD	42
3.6.2 TILGJENGELIGHET	42
3.6.3 RESSURSER	42
3.7 VOLDA STUDENT-TV	43
3.7.1 INNHOLD	43
3.7.2 RESSURSER	43
3.7.3 DISKUSJON	44
3.7.4 VIKTIGE FUNN VED HØGSKOLEN I VOLDA	44
3.8 MEDIEHØGSKOLEN, GIMLEKOLLEN	45
3.8.1 SØRNETT	45
3.8.2 INNHOLD	45
3.8.3 RESSURSER	46
3.8.4 TILGJENGELIGHET	46
3.8.5 VIKTIGE FUNN VED MEDIEHØGSKOLEN GIMLEKOLLEN	46
3.9 AVSLUTTENDE KONKLUSJON	47
4.0 UTFØRELSE	48
4.1 KONSEPTBESKRIVELSEN	49
4.1.1 LEVERANDØRPERSPEKTIVET	49
4.1.2 BESTILLERPERSPEKTIVET	49
4.1.3 BRUKERPERSPEKTIVET	49
4.2 KONSEPTET, «MEDIEHUSET»	50
4.2.1 MÅLGRUPPEN FOR KONSEPTET	50
4.2.2 STUDENT-TV PÅ HØGSKOLEN I GJØVIK	51
4.2.3 ORGANISERING	52
4.3 UTVIKLING AV KONSEPTET	53
4.3.1 SKISSERING AV PROTOTYPEN	53
4.4 FRA SKISSE TIL PROTOTYPE	58
4.4.1 OPPRETTELSE	58
4.4.2 TEMA	59
4.4.3 PLUGINS	59
4.4.4 LOGOEN	60
4.4.5 OPPSETT	61
4.4.6 FARGEVALG	63
4.4.7 FONTVALG	63
4.5 ETTERARBEIDET	63

5.0 DRØFTING	65
DEL 1. MÅL OG METODER	66
5.1 MÅLOPPNÅELSE	66
5.1.1 VURDERING AV MÅLENE	67
5.2 PROBLEMSTILLING	67
5.3 FORSKNINGSSPØRSMÅL	68
5.4 PROSJEKTSTYRINGSVERKTØY	69
5.5 ANALYSE	70
DEL 2. RESULTAT	71
5.6 KONSEPTET	71
5.7 DESIGNPROSSESEN	72
5.7.1 FOKSUGRUPPER	72
5.7.2 WORDPRESS	72
DEL 3. ANBEFALINGER TIL VIDERE ARBEID	74
5.8 PROMOTERING	74
5.8.1 ÅPNINGSDAGEN	74
5.8.2 FADDERE	75
5.8.3 ÅPNINGSARRANGEMENT	75
5.8.4 KONKURRANSE	75
5.8.5 STANDS	76
5.9 STUDIEINTEGRERING	76
5.9.1 HVORFOR STUDIEINTEGRERING?	76
5.9.2 ANSVARFORDELING	77
5.10 INNLANDSUNIVERSITETET	77
5.10.1 RESSURSER	78
5.10.2 ORGANISERING	80
5.10.3 AVSLUTNING	81
6.0 KONKLUSJON	82
6.1 RESULTATET	83
6.2 SAMARBEID	84
7.0 LITTERATURLISTE	85
7.1 STØTTELITTERATUR:	85
VEDLEGG	86

1.0 Innledning

1.1 Rapportstruktur

Kapittel 1 – Innledning

Her kan du lese generell informasjon om prosjektet. Blant annet bakgrunn for oppgaven, mål og rammer, avgrensninger og forutsetninger, og problemstilling.

Kapittel 2 – Metoder

Informasjon om metoder som er brukt under prosjektet. Dette kapitlet inkluderer forskningsmetoder, prosjektstyringsverktøy og ressurspersoner samt andre metoder som er brukt.

Kapittel 3 – Analyse

Inneholder analyser som er foretatt. Analyse av en bacheloroppgave som ble skrevet våren 2010. Her kan man også finne analyse av Fiber og Gjøvik studentradio, samt høgskolen i Volda og Mediehøgskolen Gimlekollen.

Kapittel 4 – Utførelse

Presenterer en ny løsning fra konsept til ferdig resultat. Her blir designprosessen beskrevet grundig.

Kapittel 5 – Drøfting

Inneholder tre deler, som dekker mål, resultat og anbefalinger. Her drøfter vi rundt prototypen, metodene vi valgte og anbefalinger som har kommet opp under prosjektet.

Kapittel 6 – Konklusjon

Konklusjon av oppgaven, i tillegg til avvik og egenvurdering. Forklaring på hvordan prosjektet har gått, og litt om forbedringspotensialet i prosjektet.

1.2 Prosjektbeskrivelse

1.2.1 Bakgrunn for oppgaven

Årsaken til at man oppretter studentmedier er for å blant annet engasjere, opplyse og samle studentene, samt gi studentene arbeidserfaring. Studentene ved Høgskolen i Gjøvik (HiG) har to studentmedier som er studentavisen Fiber og Gjøvik studentradio (GSR).

Situasjonen for radioen og avisen ved HiG er ikke optimal. Det vi vet om situasjonen i dag, er at Fiber er ute av drift på grunn av få ansatte i redaksjonen, mens studentradioen enda er oppe og går. Selv om nettradioen er fungerende, vet vi at situasjonen ikke er optimal, med tanke på hvor lite informasjon som ligger ute på internett, både når det gjelder bruksområde, radioprogrammer og sendetider.

Studentene har opptil flere nettsider de må besøke for å få ut den informasjonen de ønsker.

Studentenes hus, Huset, er en privat bedrift i Gjøvik som har sine egne arrangementer.

Arrangementene er spesielt tilegnet studentene ved HiG, og har sin egen nettside.

Studentavisen Fiber og GSR har også en nettside hver, og på bakgrunn av dette ønsker vi nå å komme opp med en løsning som kan tilføre studentmediene noe nytt. Vi ønsker også at flere skal ønske å jobbe for studentmediene, og at flere skal bruke studentmediene.

1.2.2 Formål

Formålet med prosjektet er å finne ut hvor hovedproblemene ligger. Analysearbeidet skal brukes til å vurdere hvorfor og hvordan man kan løse de problemene som eventuelt har forekommet. Vi ønsker at sluttproduktet skal resultere i en prototype som kan få flere studenter til å både ville arbeide med studentmediene, og bruke studentmediene.

1.2.3 Problemstilling

- Hvordan kan vi forbedre studentmediene, Fiber og GSR, når man har for få ansatte og for få brukere?

1.2.4 Forutsetninger og avgrensninger

Forutsetninger:

Forutsetningene for oppgaven er at resultatene fra analysen og undersøkelser, gir oss et konkret svar på de hovedproblemene som har oppstått. Når vi først klarer å avklare hovedproblemene, kan vi ta tak i de. En annen forutsetning er at vi må ha mulighet til å løse problemene, i forhold til ressurser og den tidsbruken vi har.

Avgrensninger:

- Kun ta for oss hovedproblemene som studentmediene står ovenfor.
- Analysere studentmediene, Fiber og Gjøvik studentradio.
- Analysere to andre høgskoler i Norge.
- Analysere en Bacheloroppgave i fra 2010.
- Ved spørreundersøkelser eller opprettelse av fokusgrupper, skal kun studenter ved HIG kunne delta.
- Lage en prototype av en nettside.

1.3 Mål

1.3.1 Resultatmål

Resultatmål beskriver hva prosjektet skal resultere i. Resultatmålet vårt er å sammensmelte studentmediene ved HiG, for å øke antall studenter i redaksjonene, og øke brukertallet.

1.3.2 Effektmål

Effektmål vil si effekten vi får ut av resultatet. Effekten vi ønsker å oppnå er:

- Forenkle bruken av studentmediene.
- Legge til rette for bedre arbeidsvilkår for ”ansatte” i redaksjonene.
- Vise til fremtidige anbefalinger, som kan være med på å løse engasjement-problemet ved neste semesterstart.

1.3.3 Læringsmål

- Vi skal ha forståelse for metodisk arbeid, evne til refleksjon og evne til systematisk/vitenskapelig vurdering.
- Tilegne oss kunnskap innenfor temaet, studentmedier.
- Lære om analysearbeid, og hvordan man bruker resultatene i en skriftlig vurdering.
- Lære om konseptutvikling, og hvordan man presenterer et konsept for brukere (lagt til underveis)
- Lære om hvordan man kan utvikle en prototype i forhold til konseptet som er beskrevet. (lagt til underveis)

1.3.4 Forskningsspørsmål

- Hva er de praktiske og organisatoriske egenskapene ved disse kanalene?
- Hva er det som hemmer og fremmer de mediekanalene som finnes ved HiG i dag?
- Hvilke premisser kunne ha fremmet utviklingen og driften av en slik kanal?

1.4 Målgruppe

Målgruppen for rapporten, vil være redaksjonen for Fiber og GSR , og eventuelt de som skal styre student-TV. Rapporten er også egnet lesing for andre som ønsker å forbedre sine studentmedier, og de som har genuin interesse for dette temaet. Vi ønsker å legge til rette for god sporing av prosjektet, slik at de som er interessert i temaet, enkelt kan finne rapporten.

1.5 Rammer

1.5.1 Ressurser

Utstyr:

- 3 datamaskiner
- Harddisk
- Biblioteket på Høgskolen i Gjøvik
- Internett
- Mobiltelefon
- Printere
- Skanner
- Lim, saks og papir
- Fargestifter

Ressurspersoner:

- Anders Sundnes Løvlie, veileder.
- Tone Skredderbakken, ansvarlig redaktør i Fiber.
- Per Andreas Stange, redaktør for GSR.
- Kjell Are Refsvik, oppdragsgiver.
- Marit Eriksdatter Gjellan- ansvarlig redaktør for studentradioen ved Volda.
- Liv Iren Hognestad, Journalistikk v/mediehøgskolen Gimlekollen.
- Rigmor Øren Øvstetun, rådgiver ved Høgskolen i Gjøvik.
- Jørn Wroldsen, rektor ved Høgskolen i Gjøvik.
- Maria Lillemoen, Informasjonsrådgiver ved Høgskolen i Gjøvik.
- Guro Wang Øverli, kommunikasjonsrådgiver ved HiG.
- Christoffer Sundby, bachelor i medieproduksjon ved HiG.
- Håvard Isachsen, bachelor i medieproduksjon ved HiG.

- Eddie Damn, leder i Studentparlamentet, HiG.

Fokusgruppe 1:

- Ingeløw Kopperud, bachelor i medieproduksjon ved HiG.
- Thea Thorstensen, bachelor i medieproduksjon ved HiG.
- Per Andreas Stange, redaktør for Gjøvik studentradio.
- Tone Skredderbakken, ansvarlig redaktør for Fiber.

Fokusgruppe 2:

- Marie Fasteraune, bachelor i Sykepleien ved HiG.
- Joackim Arntsen, bachelor i Teknologi og Ledelse, ved HiG.
- Lars Eriksen, bachelor (andre år) i mediemanagement.

Budsjett:

TYPE:	BELØP:
Reise (Oslo):	
Tog/buss	1278,-
Taxi	524,-
Møter:	
Mat	134,-
Drikke	42,-
Diverse:	
Skrivesaker	29,-
SLUTTSUM:	2007,-

Programvare:

- Microsoft Word
- Microsoft Excel
- Google Docs, tekstbehandling på internett
- Microsoft Powerpoint
- Adobe InDesign
- Adobe Illustrator

1.5.2 Faglig bakgrunn

Heidi Bang Eikesdal og Birgitte Aarebrodt tar en Bachelorgrad i medieproduksjon, mens Elling Brandvold tar Bachelorgrad i medieteknologi. Dette tilsvarer da at vi har hatt noen ulike fag, men har dekket fagområder som medievitenskap, designfag og webfag, som har vært meget grunnleggende kunnskap i forhold til dette prosjektet.

Før studentene begynte på Høgskolen i Gjøvik, gikk Heidi og Birgitte på Medier og kommunikasjon ved Vardafjell Videregående skole i Haugesund, mens Elling gikk allmennfag ved Ringsaker VGS, samt et år ved Høgskolen i Hedmark.

1.5.3 Terminologibruk

Revitalisering: I denne sammenheng betyr det å utvikle eller skape noe nytt ut i fra de studentmediene vi allerede har ved Høgskolen i Gjøvik.

Studentmedier: Mediekanaler ved en skole, slik som TV, radio, avis og annet.
(kommer mer etter hvert)

Bruker: Vil si de som bruker studentmediene.

Plugins: Programtillegg brukt ved websider i forhold til vår oppgave.

2.0 Metoder

2.1 Prosjektstyringsverktøy

Scrum ble valgt som et prosjektstyringsverktøy, etter at veileder tipset oss om denne metoden. Scrum er en ganske åpen arbeidsmetode som tillater endringer gjennom prosessen. I utgangspunktet skulle vi revitalisere studentmediene ved høgskolen i Gjøvik, som for oss betydde at vi måtte finne ut hva problemet med studentmediene var. I starten av prosjektet hadde vi følelsen av at dette kunne endre oppgaven vår ganske mye basert på våre funn. Derfor appellerte Scrum til oss.

Ettersom vi hadde lite bakgrunnskunnskap fra før av, brukte vi boken, Agile project management with Scrum, for å forstå metoden. I følge forfatteren, Ken Schwaber, er Scrum en metode som blir brukt når man jobber med komplekse prosjekter, som systematiserer prosessen man skal jobbe seg gjennom. Denne prosjektmetoden gjennomføres ved bruk av to hovedpunkter, produktkø og sprintkø. Produktkøen er en grov oversikt over hva vi skal lage gjennom et prosjekt, og trenger ikke nødvendigvis være veldig detaljert i forhold til hva som skal gjøres. Produktkøen skal være en overordnet oversikt, rangert etter høyest til lavest prioritet, over hva som må lages for at produktet skal ferdigstilles. Sprintene skal derimot være detaljerte og inneholde elementene som skal lages for at punktene i produktkøen blir ferdige(1).

Scrum tilbyr også et godt system for evaluering av arbeidet vårt. Etter hver sprint skal det holdes et Scrum-møte. På dette møtet skal man gjøre en vurdering av sprinten. Man skal blant annet evaluere prosessen så langt og sette opp neste sprint. Det som er viktig her er å gå igjennom hva som er blitt gjort, hvordan det har fungert og eventuelt om noen elementer må videreføres til neste sprint(1).

Scrum var et verktøy ingen av oss hadde arbeidet med før. Vi brukte derfor mye tid i begynnelsen til å sette oss inn i metoden, ettersom vi følte at det var et behov for en metode som kunne styre prosjektet vårt.

2.2 Ressurspersoner

Ressurspersoner er personer som har fagkunnskap og/eller erfaring innenfor bestemte emner. Vi valgte ressurspersoner ut i fra den informasjonen det var behov for. Vi visste lite om situasjonen til studentmediene tidlig i prosjektfasen, og dette var det første vi måtte undersøke for å vite hvilken retning vi skal gå. Det er mye informasjon som vi ikke har bakgrunnskunnskap i. Ressurspersoner ble valgt for å tilføre oss den kunnskapen, for å få riktig informasjon.

Vi har brukt veilederen vår som en ressurs, fordi vi visste han innehadde mye kunnskap. Studenter som er involvert i Studentparlamentet, Fiber og GSR ble benyttet for å kartlegge problemene. Ellers brukte vi øvrige studenter, ettersom de er målgruppen for prosjektet.

2.2.1 Fokusgruppe

For å få bakgrunnsinformasjon rundt det å bruke fokusgrupper, brukte vi boken, prosjekt i tidligfasen, skrevet av Knut Samset. I følge boken, er fokusgrupper en form for gruppeintervju. I fokusgrupper legges det større vekt på interaksjoner innad i gruppen, mens i et gruppeintervju er det stor interaksjon mellom intervjuobjekt og intervjuer (2).

Å ta i bruk fokusgrupper er en av flere metoder vi valgte å bruke, for å svare på problemstillingen. Ved å få inn fokusgrupper som ga oss tilbakemeldinger på hva som var bra og dårlig med konseptet og prototypen vår, kom vi frem til et grundigere sluttresultat. Fokusgruppene bestod av studenter ved Høgskolen i Gjøvik, som da er målgruppen for prosjektet.

Den første fokusgruppen bestod av Tone Skredderbakken, redaktør for Fiber, Per Andreas Stange, redaktør for GSR, Ingeløw Kopperud og Thea Thorstensen, som begge går tredje året medieproduksjon, og som har vært involvert i studentmediene tidligere. Denne fokusgruppen skulle presentere ”ansatte”.

Den andre fokusgruppen bestod av Marie Fasteraune, som studerer sykepleie, Lars Eriksen, som studerer mediemanagement og Joackin Arntsen, som studerer Teknologi og Ledelse. Denne fokusgruppen skulle presentere brukerne.

Planen var å ha fokusgruppene i konseptprosessen, i tillegg til prototype-prosessen, men det var få som hadde tid til å stille opp. Møtene startet med konseptet for å få innvendinger, og avsluttet med prototypen, for å få tilbakemeldinger på forbedringer.

2.2.2 Andre ressurser

Wordpress Support er et forum på wordpress.org for alle medlemmer og brukere av Wordpress. Her kan man stille spørsmål og hjelpe hverandre med å løse problemer en kommer over. Spørsmål blir besvart av andre medlemmer, ansatte i Wordpress og utdannede webutviklere. Gruppen brukte dette forumet litt i konseptfasen, men mest i prototype-fasen.

2.3 Arbeidsflyt

For å få til god arbeidsflyt mellom alle gruppemedlemmene, ønsket vi å søke om grupperom, men vi fikk inntrykk av at man kun fikk reservere grupperom om man hadde kostbart utstyr som trengte lagringsplass. I stedet sørget vi for å stå opp tidlig de dagene gruppen skulle møtes, slik at vi fikk grupperom. På denne måten fikk vi større utbytte av dagene våre. I sluttperioden reserverte vi Innovatoriet til vår kreative prosess. Innovatoriet er et rom på HiG hvor meningen er å gi inspirasjon til studenter som driver med kreative prosjekter.

Vi hadde et sterkt ønske om å kunne møtes opptil tre ganger i uken, men på grunn av avstand til skolen, samt manglende førerkort, ble dette vanskelig for noen. Hele gruppen møttes to ganger i uken når det var nødvendig. Vi brukte GoogleDocs som delingsverktøy, slik at alle ble oppdatert på alle endringer og alt stoffet som kom inn etterhvert. Google Docs fungerte svært bra for oss, men vi brukte i tillegg mail. Årsaken til det var sikkerheten. Vi hadde alt materialet både på Google Docs, mail og harddisk.

2.3.1 Arbeidsfordeling

Vi følte det var nødvendig å ha en prosjektleder. Grunnen til dette var for å ha en person som sitter med siste ordet om uenigheter skulle oppstå. Det var også en oppfordring fra skolen om at vi burde ha en prosjektleder. Dette ble Heidi Bang Eikesdal. Vi ble tidlig enige om at prosjektleder hadde ansvar for å få inn alle dokumenter, og kontinuerlig lese gjennom og godkjenne alt som ble skrevet i rapporten.

Prosjektleder hadde hovedansvaret for kontakten med veileder, og avtalte Skype-møter. Denne personene hadde også ansvar for at veileder fikk alle dokumenter som var viktige. Det ble nevnte tidligere at Scrum ble brukt som et prosjektstyringsverktøy. Det som er spesielt med dette verktøyet er at man egentlig ikke har en prosjektleder, men man har produkteiere. Dette er ikke rett i forhold til vårt prosjekt, ettersom vi ikke er en bedrift. Prosjektleder var også den eneste rollen vi besatte, med tanke på at gruppen ikke var så stor. Vi har gjennom hele rapporten delt opp arbeidsoppgaver til hver enkelt, og på den måten fått inn mye innhold på en effektiv måte.

2.3.2 Kommunikasjonsflyt

En annen viktig del av prosjektflyten er hvordan vi har kommunisert i gruppen, og hadde mye å si på effektiviteten rundt fremgangen. Gruppen hadde to faste dager i uken, hvor vi møtes for å oppdatere hverandre om hvordan enhver lå an i prosjektet. Møtene ble også brukt til å delegere oppgaver, slik at alle hadde noe å gjøre. Ellers kommuniserte vi via en gruppe på Facebook, hvor vi hele tiden hadde en oversikt over fremgangen ved å legge ut individuelle statuser, problemer og spørsmål.

2.4 Forskning

Forskning er synonymt med fremgang som er viktig i oppgaven vår. Dette gjaldt spesielt i starten, da vi måtte samle inn mye bakgrunnsinformasjon. Gjennom å bruke ulike forskningsmetoder, fikk vi etterhvert besvart vår problemstilling (3).

2.4.1 Intervju

Intervjumetoden ble brukt for å få samlet bakgrunnskunnskap som vi kunne ta med i analysedelen, men også gjennom resten av oppgaven.

Intervjumetoden er en ypperlig måte å forske på, når man ikke kan slå opp svarene i en bok. Mange av svarene vi var på jakt etter kunne vi finne svar på ved å utføre personlige samtaler med relevante personer. Intervjuer via mail ble også tatt i bruk ved tilfeller hvor personlige samtaler var vanskelig å få til.

2.4.2 Teori

Teori er en viktig del for de fleste Bacheloroppgaver. Mange Bacheloroppgaver inneholder et kapittel som omhandler kun teori, men for oss var ikke dette naturlig.

Mye av informasjonen kunne ikke innhentes via bøker og internett. Den teorien som har vært nødvendig å ha med, har blitt plassert der hvor det har vært behov for å få en dypere og mer akademisk forklaring. Teori har vært viktig for å sikre oss at metodene ble riktig gjennomført.

2.4.3 Prototype

I siste fasen av prosjektet skulle vi lage en endelig prototype ut i fra resultatene fra analyseprosessen. Prototypen skulle lages som et forslag til hvordan en endelig nettside kan se ut. I denne delen av prosessen la vi frem konseptbeskrivelsen og prototypen for fokusgruppene. Her ønsket vi å få tilbakemelding på brukervennlighet og funksjonaliteten til nettsiden.

Prototypen ble utviklet i Wordpress, ettersom vi ønsket at studentmediene skulle bruke dette verktøyet når de opprette en ny nettside. Det betyr at studentmediene ved Høgskolen i Gjøvik har mulighet til å endre på siden slik de ønsker selv. Vi fokuserte på navigering og utseende.

3.0 Analyse

3.1 Studentmedier

Studentmedier kan beskrives som de mediekanalene studentene bruker ved en høgskole eller et universitet. Studentmediene blir som oftest skapt av studenter og for studenter.

I forhold til denne rapporten vil studentmediene innebære avis, både papirtrykt og nettutgave av avis, samt nettradio og nett-TV.

Meningen bak studentmedier kan være å samle, engasjere og opplyse studenter, men det er også en mulighet for mediestudenter til å få mer erfaring rundt disse mediekanalene. I dag har studentene ved HiG en studentavis og en studentradio som opererer hver for seg. Fiber og Gjøvik studentradio er to av mange aktivitetsgrupper vi har her på HiG. De får økonomisk støtte til utstyr og andre utgifter gjennom Studentparlamentet, hvor Studentparlamentet i dette tilfelle har som jobb å utlevere penger til de forskjellige aktivitetsgruppene på skolen.

3.1.1 Analysemetode

For å finne ut hvor problemet ligger og hva problemet er, ønsker vi å bruke analysemetode. Dette er for å kartlegge hva som fungerer og hva som ikke fungerer, og eventuelle nye tiltak som må til. Ved å følge Knut Samset sin teoribok om konseptutvikling, bestemte vi oss for å bruke subjektivistisk vurdering (2).

I følge boken, Prosjekt i tidligfasen skrevet av Knut Samset, bygger subjektivistisk vurdering på subjektive vurderinger, og ikke kvantitative fakta. Vurderingene blir gjennomført i form av ekspertvurderinger, eller i form av ressurspersoner med relevant erfaring/utdanning. Dette var med på å gjøre prosedyren grundig. *Det er vanlig å skille mellom fasene i vurderingen. Fasene man skal gjennom er forberedelses-, utspørrings- og beregningsfasen (2).*

I forberedelsesfasen analyserer vi all informasjon. Dette gjør vi for å kartlegge hva ressurspersonenes vurderinger skal brukes til. I denne fasen må vi også vurdere de ressurspersonene vi velger ut, med tanke på deres tidligere erfaringer og utdanning. I utspørringsfasen er det viktig å få ut relevant og pålitelig informasjon, og derfor er det viktig å informere ressurspersonene om problemet, hensikten og hvilke retningslinjer som er valgt for gjennomføringen av vurderingen (2).

- *Subjektivistisk analyse*

Denne type analysemetode ble valgt til vår oppgave på grunn av sin grundige prosess. Vi får mulighet til å få inn vurderinger fra ressurspersoner med høy utdanning, eller mye erfaring på sitt område, samtidig som våre studentmedier er tilsvarende like de andre høgskolene vi tar for oss. Vi vil dermed sitte igjen med mange vurderinger på de samme områdene. Dette gir oss mer informasjon å jobbe ut i fra, hvor vi kan sammenligne likheter og forskjeller, og til slutt finne viktige faktorer som kan løse problemet vårt.

3.1.2 Om analysene

På Høgskolen i Gjøvik har studentene en studentradio som man kan høre ved bruk av internett. I dag sendes det fire radioprogrammer, som har en sending hver i uken. Før mars 2011 hadde vi en studentavis, både i trykt versjon og som nettutgave, men som nå ikke lar høre fra seg.

Vi skal først gjøre en kort analyse av en Bacheloroppgave fra 2010, hvor målet deres var å engasjere studentene gjennom å opprette en ny nettside for både Fiber og GSR. Prosjektet ga ingen resultater i ettertid. Denne analysen skal hjelpe oss å forstå hva som gikk galt, og hva vi bør tenke på for å kunne oppnå suksess. Analysen kan også hjelpe oss til å ta intelligente valg når vi skal finne løsninger på hovedproblemene. Senere kan vi bruke analysen til å finne ut hva vi bør gjøre og ikke gjøre under videreføringen av resultatet vårt. Ved å analysere både Gjøvik studentradio (GSR) og studentavisen, Fiber, vil vi forhåpentligvis sitte igjen med et resultat som skal gi en forklaring på problemene studentmediene står overfor i dag.

For å få et bredere perspektiv på hvor hovedproblemene befinner seg, bør man også se på andre høgskoler som får sine studentmedier til å fungere. Høgskolene ble valgt etter følgende kriterier:

- Skolene må være på størrelse med HiG. Det må med andre ord være en høgskole, og ikke et universitet. I tillegg må antallet studenter være på omtrent det samme.

Årsaken til dette er økonomien, antall tilgjengelige ressurspersoner(studenter) og nivået for interesse.

- Høgskolene må ha studentmedier som generelt sett er bedre enn studentmediene ved HiG. De må med andre ord ha kvalitet over innholdet, og gi inntrykk av at de har mange brukere. Årsaken til dette kriteriet er at vi ønsker å finne konkret ut hvorfor deres

studentmedier fungerer. Informasjonen som kommer frem her, kan brukes som inspirasjon til vår løsning senere i rapporten.

3.2 "Studentradio og studentavis i en digital tidsalder"

"Bacheloroppgave i fra 2010"

For to år siden hadde Randi Stangeland og Victoria Fjell Engebretsen en ikke så langt fra identisk bacheloroppgave som oss. De ønsket at studentene kunne oppdateres på en enkel måte, og det skulle være en mulighet for å blant annet høre på radio, lese Fiber, laste ned podkast i fra radioen, samt høre/se på opptak fra forelesninger. De ønsket å finne et publiseringsystem som fungerte bra, både for Fiber og GSR. Etter å ha lest rapporten selv, og i tillegg tatt kontakt med Randi og Victoria gjennom telefon og e-mail, satt vi igjen med informasjon om deres mål og deres resultat. Det som det som var mest relevant å vite for oss så tidlig i prosessen.

3.2.1 Mål

Målene deres var å øke medlemstallene i begge mediekanalene, samt øke interessen fra brukerne som skulle resultere i høyere lytter- og lesertall. Først og fremst var det viktigste for dem å lage en enkel og brukervennlig informasjonskanal som ville appellere til brukerne.

3.2.2 Resultat

Etter at prosjektet var gjennomført stod de igjen med en teknisk utført nettside som var klar til å tas i bruk. De hadde opprettet en fokusgruppe underveis av utviklingen av prototypen, hvor de fikk tilbakemeldinger på hva som var bra og dårlig. Randi og Victoria var i kontakt med fiber og Studentradioen i ettetid for å få dem til å ta i bruk prototypen, men i dag ser vi jo at ingen endring skjedde. Mye av årsaken til det, er at Fiber opprettet sin egen nettside, og dermed fortsatte Fiber og GSR å jobbe separat.

3.2.3 Konklusjon

Vi kan konkludere med at det var overføringen av resultatet som var for dårlig. Dette kan være en del av hovedårsaken til at studentmediene aldri endret seg etter deres prosjekt. For at vårt prosjekt skal lykkes, må vi utføre andre teknikker som resulterer i at vi får noen endringer her på HiG. Vi vil fokusere på å ha personlig kontakt med alle redaksjonene, men samtidig samle dem på et felles møte, hvor vi da legger frem resultatet. På den måten får begge redaksjonene sett resultatet, og diskutert sammen hva de skal gjøre fremover. Vi ønsker å følge hele prosessen frem til sommeren 2012, slik at noe av resultatet vi står igjen med blir tatt i bruk.

3.3 Studentavisen Fiber

En studentavis bør dekke viktige saker som både opplyser og informerer målgruppen for avisen. Målgruppen for avisen er studenter ved HiG, som utgjør 2700 studenter totalt. Målgruppen er derfor veldig bred, og det må man ta hensyn til, om man ønsker mange lesere.

Fiber er tittelen på studentavisen ved Høgskolen i Gjøvik. Avisen skal hovedsakelig ha både trykket utgave og samtidig en fungerende nettutgave. Fiber får økonomisk støtte på samme måte som studentradioen, altså gjennom Studentparlamentet. Den eneste forskjellen er at Høgskolen i Gjøvik dekker noe av utgiftene til sommerutgaven. Dette skyldes fadderuken som er i august. Fadderuken er et stort arrangement på Høgskolen, som Fiber dekker i den trykte versjonen hvert år. Denne avisen blir da på flere sider enn den originale utgaven. Fiber har hatt som mål å publisere fem originale utgaver i året.

Fiber er en avis som har vært produsert i mange år på HiG, men som nå har vært midlertidig ute av drift siden mars 2011. Man kan se på nettsiden deres at det ikke er kommet noen flere oppdateringer siden den gang (4). Analysen skal se på innhold og utforming av både avisutgaven og nettutgaven, samt tilgjengelighet og engasjement. For å få riktige opplysninger rundt Fiber, ble Tone Skredderbakken, som i dag er ansvarlig redaktør i Fiber, intervjuet. Skredderbakken var også med i redaksjonen da Fiber var i drift, og dermed er hun en god ressursperson som kan forklare problemet konkret. Målet er å finne ut hvorfor avisen ikke er i drift, for så å finne ut hvordan man kan løse de eventuelle problemene som har oppstått.

3.3.1 Dagens situasjon

I dag er det to ansatte i redaksjonen, og den består av Tone Skredderbakken og Aleksander Prestemo. Skredderbakken er som nevnt tidligere, ansvarlig redaktør for Fiber, mens Prestemo tar for seg designet og utformingen av selve nettutgaven.

Det første problemet som blir introdusert i dette avsnittet er mangel på studenter i redaksjonen. Dette må ordnes før avisen i det hele tatt kan produseres igjen.

Etter intervju med Skredderbakken fikk vi opplyst at de ikke lenger har adgang til nettutgaven av Fiber. Årsaken til dette er at videreføringen av nettsiden ikke fant sted da Skredderbakken overtok Fiber. Skal Fiber ha en nettutgave, må det opprettes en helt ny side, som krever tid og flere studenter i redaksjonen. Det skal ikke bare opprettes en ny nettside, men man skal også klare å vedlikeholde den.

3.3.2 Innhold og utforming av papirutgaven

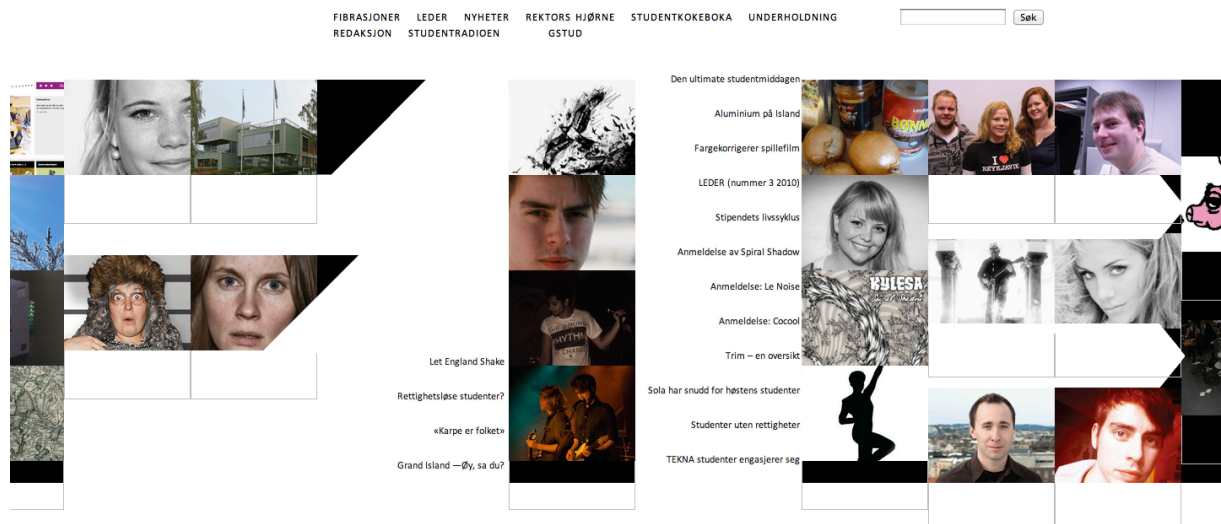
Med tanke på at Fiber ikke har trykket en avis siden August 2011, har de ikke noe nytt innhold som kan analyseres. Vi må derfor analysere det innholdet som en gang var. Dette gjør vi ved å lese fire tidligere utgaver i fra både år 2006, 2009, 2010 og 2011.

Innholdet til Fiber har vært artikler som dekker både skolerelaterte –og sosialrelaterte arrangementer. De har også hatt anmeldelser for film og musikk, samt informert om aktuelle saker rundt Gjøvik regionen. Denne type innhold passer godt til målgruppen, som kan være avgjørende for om målgruppen vil lese avisen eller ikke. Kvaliteten rundt innholdet er ekstremt viktig for å vise at de produserer en profesjonell studentavis. For å opprettholde kvaliteten på innholdet, må man være kritisk til kilder, og ekstremt nøyaktig ved det en skriver. Dette krever gode journalister i redaksjonen.

Utformingen av den papirtrykte avisen som en gang var, hadde godt design. Alt innhold ble designet på en slik måte at det ble oversiktlig for leseren. Designet var også rettet mot målgruppen ved å designe modernistisk, samtidig som designet var stilrent. På den måten kan man treffe målgruppen på tross av alder og interesse.

3.3.3 Innhold og utforming av nettutgaven

Innholdet som er på nettutgaven i dag er gammelt nytt. En kan lese om alt fra mat, anmeldelser og aktuelle saker fra mars 2011. Innholdet er ikke strukturert på nettsiden, og du kan få en stort utfordring om du leter etter en bestemt artikkel. Når man skal se på Fiber sin utforming av nettutgaven, får nok mange et førsteinntrykk av at siden har et godt design. Dessverre er oppsettet rotete, og når du for eksempel begynner og ”scrolle” til høyre på nettsiden kan en fort bli forvirret. Arkivmenyen går bortover mot høyre, noe som kanskje er i bakvendtland for noen (5). Det var først etter mange ukers analysearbeid, at vi så at arkivmenyen stavet ”Fiber” bortover. Dette er et bortkastet design om man ikke legger merke til det første gangen.



3.3.4 Tilgjengelighet

Avisutgaven til Fiber skal opprinnelig utgis fem ganger i året. Det er ikke utgitt en avis siden august 2011 og denne utgaven var det Høgskolen som ordnet. Tilgjengeligheten for å lese en papirtrykt avis er derfor borte. Den gangen Fiber var et fungerende studentmedium, lå det gratis papirutgaver av avisen rundt om på skolen, som alle studentene kunne få tak i. Når nettutgaven fungerte, kunne alle som ønsket sjekke ut denne bare ved å ha en datamaskin og internett. Denne tilgjengeligheten som en gang var der, må opprettholdes når Fiber eventuelt er i drift igjen. Dette kan være med på å resultere i at avisen får flere lesere.

3.3.5 Hovedproblem

Tone Skredderbakken opplyste tidlig i intervjuet at de nå var to som arbeidet med Fiber. To ansatte er ikke nok når man skal skrive artikler, ta bilder, samt gi ut en papirutgave og oppdatere en nettutgave. Skredderbakken har også vært vitne til at det ble rekruttert flest tredjeårsstudenter tidligere. Vi ba Tone Skredderbakken om å beskrive det største problemet ved å kun bruke ett ord. Manglende engasjement var det hun så på som det aller største problemet. De trenger flere ansatte, og de ønsker nå å finne metoder for å få studentene engasjert. Fiber har ikke kommet i gang med promotering enda, men vet at det er avgjørende for å få rekruttert nye studenter inn i redaksjonen til Fiber.

3.3.6 Løsning

Studentene på Høgskolen i Gjøvik har ikke en fungerende studentavis. Dette kan påvirke samholdet mellom studenter og påvirke at studenter ikke får med seg viktige arrangementer og nyhetsaktuelle saker.

De siste par årene har det vært flest studenter fra tredje året som har jobbet i Fiber, og det blir hvert år mye arbeid når de må finne nye studenter som kan overta deres roller.

Det kan være lurt å prioritere rekruttering av førsteårsstudenter i starten, med tanke på at de har tre år foran seg på å utvikle Fiber. Blir det rekruttert første års studenter hvert år, kan det resultere i at Fiber hele tiden har en redaksjon med nok studenter. Dette kan skape en stabil arbeidskraft.

Det man må tenke på i starten av rekrutteringsprosessen, er at førsteårsstudenter kanskje har lite erfaring fra studentmedier fra før av, og en opplæringsprosess må til. For å unngå at det blir en lang prosess, bør man nå finne en løsning som gjør det enklere å oppdatere og publisere nye saker.

Det å øke promoteringen, kan også være med på å løse rekrutteringsproblemet. Gjennom promoteringen må Fiber bli synlig igjen. Man kan henge opp plakater rundt om på skolen som informerer om at flere ansatte i redaksjonen ønskes, eller invitere studenter til en åpen gruppe på Facebook hvor de opplyser om situasjonen i dag.

3.4 Studentradioen

En studentavis Gjøvik Studentradio (GSR) er en nettradio hvor målgruppen er studenter ved HiG. Karakteristiske trekk ved en studentradio er ofte at det er få som arbeider med hvert program, noe som kan resultere i mange programmer som kanskje ingen får en nærhetsfølelse til. På HiG har vi hatt både useriøse og seriøse programmer, uten at programmene har hatt en fast struktur på innholdet sitt. I dag har radioen fire forskjellige radioprogrammer som alle sendes en gang i uken.

I dag er de tre studenter i redaksjonen. Det er Per Andreas Stange som er redaktør for studentradioen og som studerer spill-programmering, Oda Syvertsen Lintho som er designer og går Mediedesign, og Øyvind Bruvold som er teknisk sjef og studerer informasjon og teknologi ved HiG. Vi har brukt Per Andreas Stange som ressursperson under dette avsnittet.

GSR bruker shoutcast til innspilling av radioprogrammer. I følge Per Andreas Stange (*personlig kommunikasjon*, 26.04.2012) er Shoutcast en server radioen bruker, som kan fortelle de hvor mange som hører/streamer fra serveren ved hjelp av en link. Når innspillingen er ferdig, legger de ut programmene på Itunes som er klare til å lastes ned for brukeren. Nettradio, som GSR er, innebærer at lyd kan strømmes over nettet. Lyden tas så opp på en datamaskin og lagres i et strømmet lydformat.

3.4.1 Dagens situasjon

Studentradioen ved HiG sliter med lavt lyttertall. Under intervjuet med Per Andreas Stange, får vi opplyst at lyttertallet ligger på gjennomsnittlig 20 til 40 personer, hvor det i alt er 2700 studenter på HiG. Lyttertallet ble målt i 2011 ved bruk av Shoutcast.

Etter en undersøkelse blant studentene, oppdaget redaksjonen at lytterne bestod mest av mediestudenter. Årsaken kan være at mediestudenter har større interesse for medier generelt og at de kan få mye ut av å arbeide med studentmedier, om man tenker på en fremtidig arbeidssituasjon.

Årsaker til at de har dårlige lyttertall kan handle om hvor god tilgjengelighet radioen har, og om det er dårlig promotering og innhold på de radioprogrammene som i dag er fungerende. for å få rekruttert nye studenter inn i redaksjonen til Fiber.

3.4.2 Tilgjengelighet

Å være tilgjengelig er en viktig faktor for å få studentene til å høre på studentradioen. Hvor kan lytterne finne radioprogrammene og krever det tilleggsprogrammer? For å høre på studentradioen må man ha en datamaskin, medieavspiller og internett. De fleste studenter har tilgang til dette, men på grunn av dårlig informasjon, er de kanskje ikke klar over at dette er kravene for å kunne høre på studentradioen.

En måte å være tilgjengelig på, er ved å bruke sosiale medier. Dette kan være noe av grunnen til at radioen fremdeles har lyttere. De informerer om sendetider gjennom en Facebook side, hvor det er mange studenter på HiG som er medlemmer. I tillegg har hvert enkelt radioprogram hatt en egen Facebook side, hvor de skriver litt om sendingen før de går "live". Her kan brukere være med på diskusjoner under sendingene, som kan gjøre at lytterne føler seg som en del av radioprogrammet.

3.4.3 Promotering og informasjon

En viktig faktor for å få flere lyttere, er å promotere for radioen, programmer og sendetider. Med tanke på at radioen ikke har noen PR-ansvarlige, kan det være vanskelig for studentene å finne informasjon om de forskjellige radioprogrammene som blir sendt fra Gjøvik Studentradio. En PR-ansvarlig er en stilling som redaksjonen trenger.

Det mest populære radioprogrammet som har blitt produsert de siste årene, er "Junes bryster". Lyttertallene lå på rundt 60 på det høyeste, men er nå lagt ned. Det å ikke informere om dette, kan skape misnøye blant de mest ivrige lytterne til dette programmet, og troverdigheten rundt radioen kan forsvinne.

3.4.4 Nettsiden

På nettsiden til GSR, finner man ingen informasjon om hvordan man kan høre på radioen, men de har en tydelig link hvor det står, lytt her (6). Informasjon om avspillingsprogram, sendetider og temaer for dagens sending er viktig informasjon som bør komme frem om man ønsker å få flere lyttere. I dag er verken tittelen på nettsiden eller informasjonen om sendetidene riktig. Dette forteller litt om vedlikeholdet av nettsiden. Det ligger kun et ukeprogram på nettsiden, og det gjør det vanskelig å evaluere innholdet.

3.4.5 Engasjement og motivasjon

Etter intervjuet med Per Andreas Stange, fikk vi inntrykk av at det er noe engasjement og motivasjon igjen, men at det er ønskelig med flere studenter i redaksjonen. Med tanke på at studentene gjør en jobb hvor det blir brukt mye tid og krefter, kan det derfor være avgjørende om en får noe igjen for arbeidet. Når man er på et høgskolenivå bør studentene selv vite at erfaring kan være avgjørende ved jobbsøking senere. Det mange ikke er klar over, er at det ventes en attest som vil fortelle dine fremtidige arbeidsgivere at du har arbeidet frivillig. Hadde dette blitt mer opplyst, kunne det vært en avgjørende faktor for å få til en økning i redaksjonen.

3.4.6 Løsninger

Radioen har ikke ett hovedproblem, men to problemer. De mangler flere studenter i redaksjonen, og har lavt lyttertall.

Redaksjonen trenger en person som er god på promotering for å kunne opplyse flest mulig studenter om å høre på radioen. Noen gode alternativer til promotering kan være å henge opp plakater i kantinen som informerer om når det er sending. De kan også forhøre seg med HiG, om de kan lage en artikkel som omhandler mangelen på studenter i redaksjonen. På høgskolen har vi også informasjonsskjermer, hvor IT- tjenesten kunne ha hjulpet dem med reklame. De bør også fortsette med å bruke sosiale medier, med tanke på at de har hatt suksess med denne metoden tidligere. De kan skrive noen flere innslag før hver sending, som åpner opp for diskusjon blant brukerne.

Per Andreas Stange kunne bekrefte at det å lage et program og samtidig gjennomføre en sending hver uke, krever mye arbeid og tid. Dermed kan engasjement og motivasjon være faktorer som avgjør hvor god kvalitet det er på innholdet. Løsninger på dette kan være å sende programmer sjeldnere, eller eventuelt samarbeide om færre programmer.

Har man ett par gode programmer i stedet for mange, vil brukeren kanskje ha mulighet og tid til å høre på begge. Problemet rundt arbeidsmengden kan påvirke kvaliteten på radioprogrammene, med tanke på hvor grundig arbeid de kan tilføre hvert enkelt program.

Kvaliteten på tidligere sendinger har ikke vært det man kan kalle god og variert. Det går mye i de samme temaene, og tilføyer lite kunnskap til lytterne. Om kvaliteten på programmene er en årsak til lavt lyttertall, kan man løse det ved at redaksjonen stiller noen krav til innholdet. Noen krav kan handle om å ha minst en aktuell og viktig sak, ha faste humoristiske innslag, og at man må ta inn minst en gjest. Å ha litt struktur i innholdet kan lokke flere brukere, enn om man sender en sending som overhode ikke er organisert.

3.5 Studentmediene ved andre Høgskoler

For å få til en grundig analyse bør man ha mye bakgrunnsstoff. I forhold til vår oppgave, som først og fremst er å finne hovedproblemene til studentmediene ved HiG, kan det være lurt å se på hvordan andre høgskoler opererer i forhold til sine studentmedier.

Ved å analysere to høgskoler som opererer på ulike måter, kan man finne ut hvilken av de metodene som fungerer best, eller om det er noe helt annet som er årsaken til at studentmediene fungerer. Vi trenger å finne ut hva de gjør for å holde liv i studentmediene, slik at vi får inspirasjon til nye tiltak som kan fungere.

Etter å ha fulgt kriteriene som ble nevnt innledningsvis, kom vi frem til at Høgskolen i Volda og Mediehøgskolen, Gimlekollen, var de to mest aktuelle høgskolene å analysere i forhold til vår oppgave. Kriteriene som ble satt var at antallet elever skulle være i nærheten av antallet studenter ved HiG, og kvaliteten på studentmediene der måtte være god.

3.5.1 Studentmediene ved Høgskolen i Volda

I 2010 ble det målt 3428 studenter ved Høgskolen i Volda. De er litt flere studenter enn hos oss, men har den samme bakgrunnen, med tanke på at de også er en høyskole.

Studentmediene opererer ved å ha separerte studentmedier. Disse består av en studentavis, både som papirutgave og nettutgave, nettradio og student-TV. Volda sine studentmedier er fungerende i dag, og nå er målet gjennom analysearbeid å finne ut hva de gjør for å få de til å fungere. Årsaker til dette kan være stort engasjement på Volda, med tanke på at de har studier innenfor journalistikk og produksjon. Andre årsaker til at studentmediene fungerer, kan ha noe med mengden ressurser de har til rådighet. Dette kan handle om penger, utstyr, antall ressurspersoner og fagpersoner de har tilgjengelig.

Gjennom analysearbeid skal vi forsøke å finne ut hvilke ressurser de har, og generelt hvor godt deres studentmedier fungerer og årsaken til det. Vi lyktes ikke i å få kontakt med redaksjonen, og derfor er analysen basert på egne tanker rundt det visuelle vi oppfattet fra både den trykte utgaven og nettutgaven.

3.5.2 Studentavisen, Peikestokken

Studentavisen i Volda har to nettsider for sin avis. Midt i analysearbeidet holdt de på med endringer, og begge nettsidene linker nå opp til hverandre(7). Tidligere hadde de en nettutgave som ble kodet i HTML og CSS, men som i dag bare linker til den nye nettutgaven, som er laget i Wordpress. Første inntrykk var at de var flinke til å oppdatere. Man kunne se opp til flere ganger i uken at endringer ble foretatt. Vi har valgt å ta for oss nettutgaven og papirutgaven separert under innhold og utforming, men tar for oss de to utgavene sammen under avsnittene, tilgjengelighet og ressurser. Strukturen er valgt i forhold til hvilken type informasjon vi stod igjen med.

3.5.3 Innhold og utforming av papirutgaven

Vi brukte nettutgaven til Peikestokken for å finne den siste papirtrykte avisen i PDF-format (8). Man trenger ikke å se lenge på innholdet og utformingen for å forstå at de bruker mye tid på den papirtrykte avisen. Designet er elegant og profesjonelt, og man får et godt helhetsinntrykk av avisen. Avisen har variert innhold, hvor de har faste innlegg, intervjuer, fagartikler og annet stoff. Et av de faste innleggene innebærer at de spør en gruppe med studenter om samme spørsmål. I februar/mars utgaven intervjuet de Sampda «Samsaya» Sharma, som er en indisk-norsk sanger og skuespiller. Med tanke på at hun er kjent for mange, kan dette både være relevant og interessant å lese for alle mennesker, og ikke bare studentene ved Volda. Det at de har saker som kan interessere flere enn bare studentene, kan være avgjørende for om avisen har mange lesere.

3.5.4 Innhold og utforming av nettutgaven

Peikestokken har valgt å utforme sin nettside ved å bruke publiseringsverktøyet, Wordpress. Peikestokken sin nettutgave er meget oversiktlig når man tester ut navigeringen. De har en hovedmeny som er kategorisert. Menyen består av nyheter, kultur og sport, og i tillegg en meny for oversettelse til engelsk. De linker oversiktlig til student-TV og studentradioen, og har designet siden på en oversiktlig måte. Skal man fange en leser, bør man ikke forvirre denne personen, og det klarer Peikestokken å unngå.

Det som trekker ned på nettutgaven er at man ikke vet når Peikestokken har oppdatert seg. Når de har publisert artikler, bilder og lignende, kan man ikke se datoen for publiseringen. Vi som har studert denne nettutgaven i en lengre periode, ser raskt at de oppdaterer med jevne mellomrom. Andre brukere vil mest sannsynlig ikke se dette. Ut i fra den informasjonen kan ikke vi som er utenforstående evaluere om de oppdaterer siden jevnlig. Dette er en enkel funksjon som du kan legge til i Wordpress. Da vil publiseringsdatoene komme automatisk under saker som blir lagt ut.

3.5.5 Tilgjengelighet

Peikestokken er tilgjengelig ved å bruke en nettutgave og en papirutgave. De er også tilgjengelige gjennom Facebook. Ved å gå inn på gruppen til Peikestokken, kan man se at de oppdaterer Facebook-siden omtrent hver dag, og det viser engasjementet som er rundt studentavisen (9). Med tanke på at vi ikke fikk tak i redaksjonen, vet vi kun at avisen er tilgjengelig elektronisk på deres nettsider. Hvordan de løser det rundt utlevering av utgaven, vet vi ikke (8).

3.5.6 Ressurser

Studentavisen har mange mediestudenter, profesjonelt utstyr og fagpersoner innen media på skolen som kan bidra. Det å komme inn på journaliststudiet på Høgskolen i Volda er vanskelig. Det kan skyldes at studiet er av god kvalitet, som igjen kan være årsaken til at studiet har godt rykte på seg. På bakgrunn av dette får de kanskje inn noen av de aller beste journaliststudentene vi har i Norge. Ved å lese utgaven i fra februar/mars, kunne man se at de har sponsorer. Dette gjør at de vil ha mer ressurser til rådighet, som kan være med på å øke kvaliteten av avisen.

3.6 Volda studentradio

Målgruppen for studentradioen i Volda er studenter ved Høgskolen i Volda. Studentradioen sender over 12 forskjellige radioprogrammer hver uke. Dette indikerer at engasjementet er stort rundt radioen. For å ta i bruk denne nettradioen, kan man velge å høre direktesending, eller reprise av sendingene. Da ligger hver sending ute i 24 timer. De har også et arkiv, hvor noen av sendingene blir lagt ut som podkaster, men hvor da musikken er klippet bort på grunn av rettslige årsaker (10). For å få ordentlige svar på hvordan de opererer studentradioen, valgte vi å sende inn spørsmål til ansvarlig redaktør, Marit Eriksdatter Gjellan, via brev på Facebook.

3.6.1 Innhold

Radioprogrammene har innhold som humor, aktuelle nyheter rundt Høgskolen i Volda og sosialrelatert informasjon til studentene. Etter å ha hørt noen innslag fra radioprogrammene ”Sosialhjelpen” og ”Tatt av Vinden”, virker innholdet pålitelig. Man kan se den seriøse siden bak nettradioen, samtidig som man får et tilskudd av humor. Marit Gjellan kunne fortelle at de nå var i ferd med å endre nettradioens struktur. Tidligere har de ikke hatt noen kvalitetskrav til programmene, altså anarki, men de har planer om å få redaksjoner etter hvert. De ønsker nå å spisse programmene og rendyrke de til høsten. Da skal de fokusere på samfunn, humor og kultur.

Annet innhold er arrangementer nettradioen står for, som for eksempel gratis bingo med sponsede premier og en DJ til slutt. De har også musikk-uka på Volda, hvor de har to sendinger på en lokal cafe, med gratis svele og artister som gjester. De har også Dokradio, som foregår under dokumentarfilmfestivalen. Det at de dekker ulike festivaler som foregår i Volda, gjør at innholdet passer godt til både målgruppen og andre interesserte.

3.6.2 Tilgjengelighet

Tilgjengeligheten for studentradioen er stor. Høgskolen i Volda linker på sin nettside til gruppene skolen har, deriblant studentradioen. Dette er informasjon som er tilgjengelig for alle brukerne av nettsiden. De bruker også sosiale medier, som har vært en suksess i følge redaktøren, Gjellan. De aktiviserer sine lyttere gjennom sosiale medier som Facebook og Twitter, ved å legge ut innlegg som kan starte en diskusjon mellom lyttere og programledere.

3.6.3 Ressurser

Studentradioen søker etter midler til studenttinget. Som nevnt i avsnittet ”Ressurser” under Peikestokken, har de også tilgang til svært gode journalister, som ønsker å engasjere seg i forhold til at de skal ut i arbeidslivet som journalister. I tillegg har de sponsorer som dekker premier til konkurranser. Gjellan kunne fortelle at hun ønsket bedre utstyr, men vår veileder, Anders S. Løvlie, kunne opplyse oss om at de har tilnærmet likt utstyr som de største radiostasjonene i Norge. Det er ofte slik at man ønsker bedre utstyr, selv om utstyret er godt nok.

3.7 Volda Student-TV

Høgskolen i Volda har studier som omhandler dokumentarfilmproduksjon, flerkamera- og arrangement-produksjon, samt journalistikkfag. Alle disse studiene er aktuelle for produksjon av en student-TV, og er nok mye av årsaken til at de har klart å opprettholdt dette studentmediet. Vi prøvde å kontakte redaksjonen gjennom e-mail, for å få vite litt om student-TV der, men fikk ingen respons. Etter selv å ha sett et program på nettsiden, forstår en at dette er et seriøst studentmedium, og verdt å ta med under analysen. Noe av det som gjør at deres student-TV virker seriøs, er kvaliteten på produksjonen, og at de har variert innhold (11).

3.7.1 Innhold

Programmet som ble evaluert i denne prosessen, het ”VekeTV: Episode 9”, som vi fant i arkivet på nettsiden(12). Programmet hadde mange gjester. En av dem var popartisten, Maria Mena. Det er ikke mange kjendiser som hadde stilt opp for en uprofesjonell mediekanal ved en skole, så dette forteller litt om at Student-TV i Volda muligens har et godt rykte på seg. De hadde også en quiz på slutten av sendingen, som er med på å få seerne engasjert.

Konkurranser med premier er en metode som kan brukes for å skape spenning blant de som ser på sendingen hjemme. I tillegg hadde de faste spalter, som var humoristiske. En av spaltene het ”International”, og den var meget underholdende.

3.7.2 Ressurser

På nettsiden kan man også se at de har sponsorer. Det er blant annet Høgskolen i Volda som støtter dem, og det er en stor ressurs som kan hjelpe til med å øke kvaliteten. De får mer økonomisk støtte enn de andre studentmediene på Høgskolen. Vi vet ikke nøyaktig årsaken til det. En logisk forklaring vil være at student-TV er mer studieintegret enn det studentavisen og studentradioen er. Alt i alt er det dyrere med TV-produksjonsutstyr enn radioutstyr. Dette kommer selvsagt an på hvilket utstyr og hvor mye det er snakk om, men ved å se på en produksjon fra student-TV på Høgskolen i Volda, skjønner man ved å se på bildene, at det er godt utstyr det er snakk om.

Sendingene varer i ca. 22 minutter, og vi som har drevet med TV før, vet hvor langt tid en slik produksjon tar. Det handler om å gå gjennom ulike faser, som førproduksjonsfasen, gjennomføringsfasen og etterproduksjonen. Dette krever en del studenter i redaksjonen.

Studentmediet har flere gode ressurser, som mediestudenter og fagpersoner som kan dekke ulike kunnskapsområder.

3.7.3 Diskusjon

Engasjement er vanskelig å si noe om, ettersom vi ikke fikk svar på vår mail. Men vi kan se et godt engasjement, med tanke på at vi vet at de er mange ansatte i redaksjonen. Det at skolen involverer seg, kan også øke motivasjonen. De får støtte og hjelp fra skolen, noe som gir studentmediet en tryggere fremtid. De har også god kvalitet over innholdet, og klarer å fullføre mange produksjoner hver uke. Bare i februar hadde de 16 produksjoner, som nå ligger i arkivet (13).

Vi vil på et senere tidspunkt reflektere om opprettelse av en student-TV kan være med på å løse et engasjement problem her på HiG.

3.7.4 Viktige funn ved Høgskolen i Volda

Studentmediene ved Høgskolen i Volda arbeider adskilt. Dette ønsker de ikke lenger, og arbeider med å få til et bedre samarbeid nå. På Høgskolen i Gjøvik har studentavisen og studentradioen uttrykt at de ønsker et samarbeid med hverandre. Dette for å lette litt på alle arbeidsoppgavene, slik at engasjementet kan økes.

Den største forskjellen mellom Volda og Gjøvik sine studentmedier er nok ressurser som kan være med på å føre til økt engasjement. De har blant annet studieretningen, journalistikk, som gjør det enklere for både avisen, student-TV og nettradioen å få inn nok studenter.

Innholdsmessig fungerer studentradioen i Volda bedre. De har faste sendinger i uken, og på grunn av stor interesse for nettradio, forsvinner ikke programmene. De skal også åpne opp for mer strukturering av innholdet, og komme med temaer som må dekkes i sendinger. De bruker også tid på arrangementer for å få flere lyttere. Dette kunne radioprogrammene ved HiG arbeidet litt mer med, og spesielt da promotering. Nettradioen ved HiG og de som arbeider med den, må bli mer synlig om lyttertallet skal øke.

3.8 Mediehøgskolen, Gimlekollen

Studentmediene ved Høgskolen i Gimlekollen opererer på en annen måte enn studentmediene ved HIG. De har avis, nettradio samt nyhetsendinger på nett-TV som alle er knyttet sammen gjennom studier ved høgskolen. Plattformen de bruker for avis, radio og TV, kalles Sørnett. For å forstå hvordan studentmediet fungerer, valgte vi å intervju Liv Iren Hognestad som er faglig leder innenfor journalistikk v/Mediehøgskolen Gimlekollen.

3.8.1 Sørnett

Gimlekollens plattform på nett viser oss hvordan en samlet nettside med studentmedier fungerer. Denne plattformen inneholder avis, nettradio og TV/nyhetsendinger. Dette studentmediet blir brukt som en plattform for praksisorienterte oppgaver som studentene jobber med. Dette medfører en del kriterier for hva som publiseres her. I tillegg til denne plattformen har de noen frivillige studentmedier som tas i bruk som studentavis og studentradio. Begge nettsidene er sterkt knyttet til Universitetet i Agder(14, 15).

Sørnett er først og fremst for praksisperiodene studentene ved journaliststudiet skal gjennom. Dette resulterer i at nettsiden oppdateres jevnt i praksisperioder. I tiden utenom praksisperiodene er det lite nytt å finne der. Disse periodene strekker seg over åtte uker i høstsemesteret og ni uker i vårsemesteret. Under disse periodene måles visninger fra 50000-105000 per måned. Dette er en stor fremgang fra samme perioder i fjor, noe som skyldes en økt bruk av sosiale medier til å fremme nettstedet.

3.8.2 Innhold

Siden Gimlekollen tar i bruk så mange forskjellige studentmedier, varierer innholdet ganske mye. De prøver å dekke mest mulig lokale nyheter, både internt på høgskolen og i lokalmiljøet rundt. De gir blant annet ut en lokalavis, Oddernes Avis, ti ganger i året. Med andre ord jobber de som vanlige medier og dekker alle sjangere og stoffområder.

3.8.3 Ressurser

Siden de fleste av studentmediene ved Gimlekollen har en rolle i internpraksis har de en del ressurser som ikke finnes ved Høgskolen i Gjøvik sine studentmedier. De har store grupper med fagpersoner å støtte seg på til veiledning og ved vanskelige avgjørelser. Studentene tjener ikke noe på å drive med dette, bortsett fra verdifulle arbeidsprøver. De får se hvordan dette er å jobbe med og kan ta med seg denne kunnskapen videre. De står fritt til å bruke stoffet de produserer i andre sammenhenger om de måtte ønske dette.

3.8.4 Tilgjengelighet

I første omgang gis det ut internaviser som ikke publiseres på nett. Dette fører til at tilgjengeligheten er begrenset til studenter ved Høgskolen. Det er en begrensning som har liten betydning i forhold til Høgskolen i Gjøvik sin avis, ettersom de dekker relevant informasjon for studentene ved skolen. Som nevnt tidligere gir de ut Oddernes avis. Den har et opplag på 3500 og gjør den veldig tilgjengelig både for studenter og andre interessenter i nærmiljøet. Denne avisen legges også ut på nett som PDF i tillegg til at noen av sakene blir publisert på Sørnett.no.

3.8.5 Viktige funn ved Mediehøgskolen Gimlekollen

Alt i alt kan man si at studentmediet ved Gimlekollen fungerer bedre enn studentmediene ved HiG. Årsaker til dette kan være større engasjement på Gimlekollen, med tanke på at de har studier innenfor journalistikk. De får mer ut av å arbeide frivillig i en avis, noe som kommer av studiene de tilbyr. Blant annet er journaliststudiet sterkt knyttet til avisen. Siden studiene er så knyttet opp mot studentmediene kan dette bety at de har mer ressurser og sterke fagpersoner til disposisjon. Det at de har sammensmeltet sine medier gjør også at de er flere ressurssterke personer, som kan motivere og engasjere hverandre. Et godt samarbeid gir muligheter for å fordele arbeidsoppgaver utover, og man kan få jobbe med alle de forskjellige studentmediene samtidig.

3.9 Avsluttende konklusjon

Hovedproblemet vårt er engasjement blant studentene ved HiG. Studentavisen har lenge vært en del av studentkulturen ved HiG, og det er derfor viktig å ta tak i problemene før det kan bli for sent. Etter å ha undersøkt om HiG var villig til å bidra med ressurser fikk vi et klart nei fra ledelsen, ettersom de mente at de ikke hadde ressurser nok til å bidra. Det at Høgskolen i Gjøvik burde bidratt til å støtte studentmediene, er det nok forskjellige meninger rundt, men det kunne gjort mye med ressursene til studentmediene. Gjennom analysen av Gimlekollen, fikk vi et inntrykk av at studieintegrering har vært med på å løfte studentmediet, og dette kan være veien å gå.

På bakgrunn av all informasjon vi har innhentet, ser vi også at det å samle studentmedier har fungert for Mediehøgskolen, Gimlekollen. Vi håper at engasjementet kan løses om vi kommer opp med et helt nytt konsept som omhandler sammensmelting av studentmediene. Vi ønsker å tenke nytt, og påføre mer kvalitet over studentmediene. Argumentene for å velge et nytt konsept er fordi de gamle måtene å operere på, tydeligvis ikke fungerer. De gamle måtene påfører mer arbeid til hver enkelt student, enn det som er nødvendig. Vårt konsept skal bidra til mindre arbeidsmengde, og gjøre arbeidet mer sosialt. Det å utvikle produkter og tjenester til et nytt nivå, kan bidra til å holde på sine brukere, og i tillegg få nye brukere.

4.0 Utførelse

4.1 Konseptbeskrivelsen

Når man skal prøve å beskrive et konsept, er det i følge boken, ”Prosjekt i tidligfasen”, viktig å ha visse punkter med. Noen av disse er leverandørperspektivet, bestillerperspektivet og brukerperspektivet (2).

4.1.1 Leverandørperspektivet

Dette handler om vårt perspektiv på konseptet. Vi er opptatt av å nå resultatmålet gjennom konseptbeskrivelsen, og legge til rette for at konseptet er gjennomførbart for de som bestiller det.

4.1.2 Bestillerperspektivet

Gjennom oppgaven kan vi si at det er Høgskolen i Gjøvik som har bestilt rapporten, og dermed også bestilt løsningene vi kommer frem til. Gjennom konseptbeskrivelsen er det viktig at vi løser problemene som bestillerne utdyper. Oppgaven utdypet ikke problemene, men informerte om at studentmediene ikke har fungert optimalt. Det var vår oppgave å finne ut hva som var problemet, og deretter finne en løsning, for å få bestillerne fornøyd med resultatet og oppgaven.

4.1.3 Brukerperspektivet

Brukerne er mer opptatt av hvilken nytte prosjektet har for dem, og mindre om selve gjennomføringen, og vil vurdere prosjektet i et annet og bredere perspektiv. I boken, Prosjekt i tidligfasen, skriver Knut Samset at vurderingene kan gjelde anvendelse og lønnsomhet for brukeren. Brukerne våre er studenter, og vurderingene vi må ta i forhold til det, handler om blant annet tidsbruk og brukervennlighet. Konseptet må åpne opp for enklere løsninger, ettersom studentene vil ha det enklest mulig, for å ikke tape tid. Anvendelse i forhold til vårt konsept handler om hvordan konseptet fungerer, og om det er lett å ta det i bruk. Det bør være enkelt for brukerne å forstå alt innhold på nettsiden, og det bør legges opp til at det skal bli enkelt å få oppdatert brukerne. Det må derfor bli tatt hensyn til hvor stor tålmodighet brukerne har, og ikke overskride den. Det handler også om tilgjengelighet og verdier. Kan alle studentene ta det i bruk eller blir noen ekskludert? Vil de få mer informasjon, kunnskap og andre verdier ved å bruke vår løsning?

4.2 Konseptet, «Mediehuset»

Målet med konseptet er at flere studenter skal ønske å arbeide for studentmediene, og studenter skal ønske å bruke studentmediene. Konseptet skal prøve å besvare hvordan vi kan forbedre studentmediene, som er problemstillingen vår.

Som en løsning på problemet rundt engasjement, ønsker vi å legge til rette for et ”Mediehus” på Høgskolen i Gjøvik. Konseptet går ut på at Fiber, GSR og eventuelt Student-TV skal samarbeide under «Mediehuset». De skal ha hver sin redaksjon innenfor studentavis, studentradio og student-TV, hvor studentene kan jobbe med for eksempel å lage en artikkel til avisen, et radioprogram, eller en reportasje. Alt som blir laget blir lagt ut på en samlet nettside for disse tre kanalene. I et slikt samarbeid vil studentene i gruppen jobbe sammen mot et samlet mål. Målet er å opprettholde et stabilt studentmedium som skal oppdateres flere ganger i uken.

Konseptet åpner opp for at det skal bli enklere for brukerne og bestillerne og ta i bruk studentmediet. For å gjøre det enklere har vi valgt å utføre konseptet i Wordpress, hvor publisering og oppdatering av nettsiden blir enklere å utføre. Med dette konseptet trenger de kun å besøke en nettside for å få med seg alt som skjer rundt studentmediene. Brukerne vil da få stor lønnsomhet i forhold til tidsbruk. Målet er at studentmediene skal ønske å utvikle kvaliteten, nå når det blir et større samarbeid mellom studentmediene. Klarer de dette vil nettsiden bli mer lønnsom å bruke for studentene.

4.2.1 Målgruppen for konseptet

Første målgruppen, ”Ansatte”

Det ble tidlig presentert et problem som omhandlet at det var få ”ansatte” i redaksjonene til både Fiber og GSR. Den første målgruppen retter seg mot de som skal arbeide for studentmediene. Konseptet skal da bidra til løsninger som gjør det enklere og bedre å være ansatt i redaksjonene. Medielinjene vil alltid engasjere seg litt mer enn hva en sykepleierstudent gjør, fordi det er mer relevant i forhold til interesse og mål de har for fremtiden sin.

Andre målgruppen, "Brukerne"

Målgruppen for et slikt studentmedium blir ganske vid, og vi ønsker at nettsiden skal rette seg mot alle studenter på skolen. Vi er nødt til å se på de forskjellige linjene og definere deres behov for en slik nettside. Situasjonen har vært den at flest mediestudenter har brukt studentmediene. Årsakene til det kan være at det er venner eller bekjente som står bak studentmediene, og derfor blir det mer interessant. En annen årsak kan være interessen for studentmedier generelt. Det er nå viktig å forme studentmediene på en måte som gjør det relevant for alle studenter å bruke de. Det kan handle om struktur på innholdet, og da selvsagt kvaliteten over det som blir laget.

4.2.2 Student-TV på Høgskolen i Gjøvik

I forhold til dette emnet, har vi hatt et intervju med en annen bachelorgruppe, som nå skal lage en plattform for student-TV, som de kaller for GSTV (Gjøvik student-TV). Dette er for å undersøke om det er nok grunnlag for oss å inkludere student-TV i selve prototypen. Gruppen består av Christoffer Sundby og Håvard Isachsen, som begge studerer medieproduksjon. Årsaken til at vi velger å skrive om dette temaet, er for å finne ut hvor langt de er i prosessen, og om de står igjen med en student-TV når Bachelorprosjektet deres er over.

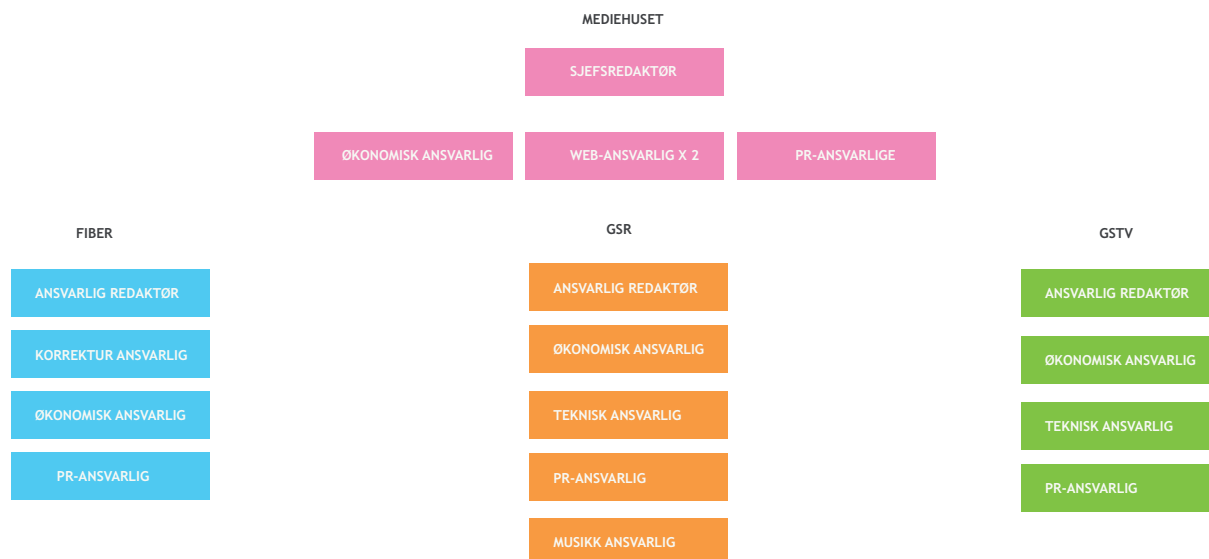
Høgskolen i Gjøvik har fagene digital medieproduksjon- og storytelling og kvalitetssikker innholdsproduksjon. Fagene gir studentene kunnskap om hvordan de produserer reportasjer, samt hvordan man produserer for nett-TV. Christoffer Sundby og Håvard Isachsen (*personlig kommunikasjon, 19.04.2012*) kunne fortelle at de ønsket at student-TV skulle være en plattform for reportasjer, filmer og dokumentarer som produseres i disse fagene. Men de vil også åpne opp for at alle kan delta med reportasjer og annen videoproduksjon som blir produsert uavhengig av hvilke fag du tar ved Høgskolen.

De var ikke kommet langt i utviklingsprosessen, og dermed hadde de ikke tenkt ut hvordan en slik kanal kunne organiseres. De var enige i at en slik løsning som samler studentmediene kunne hatt en positivt innvirkning på studentmediene vi har i dag. Vi velger å åpne opp for student-TV, ettersom vi ser et behov for en slik kanal, spesielt blant medieproduksjonsstudenter. Bachelorgruppen opprettet tidlig en Facebook-side som fikk 72

gruppemedlemmer på bare noen få dager. Dette er en god mulighet for studenter som ønsker å lære å lage TV-produksjoner.

4.2.3 Organisering

Gjennom å inkludere den første fokusgruppen under organisering, kom vi frem til hvordan en organisering kan foregå ved et slikt studentmedium. De vil ha hver sin egen redaksjon, men som likevel er i et nært samarbeid med de andre kanalene. Over disse tre kanalene vil man ha en sjefsredaktør som har det siste ordet. Under denne personen skal man ha en felles økonomisk ansvarlig som tar seg av felles utgifter, en webansvarlig som skal overvåke siden når det blir publisert nye saker, og en person som er promoteringsansvarlig for Mediehuset. Under denne redaksjonen, vil både Fiber, GSR og GSTV ha sin egen redaksjon. Dette innebærer journalister, PR-ansvarlig som skal promotere for hvert sitt studentmedium, en økonomisk ansvarlig som tar seg av de interne utgiftene, en webansvarlig som publiserer nye produksjoner for sin kanal og en ansvarlig redaktør som har kontroll over alt innhold som blir publisert. I skissen under ser man den endelig organisering vi kom frem til i samarbeid med første fokusgruppen.



4.3 Utvikling av konseptet

Når man arbeider med konseptutvikling, lager man som regel en prototype.

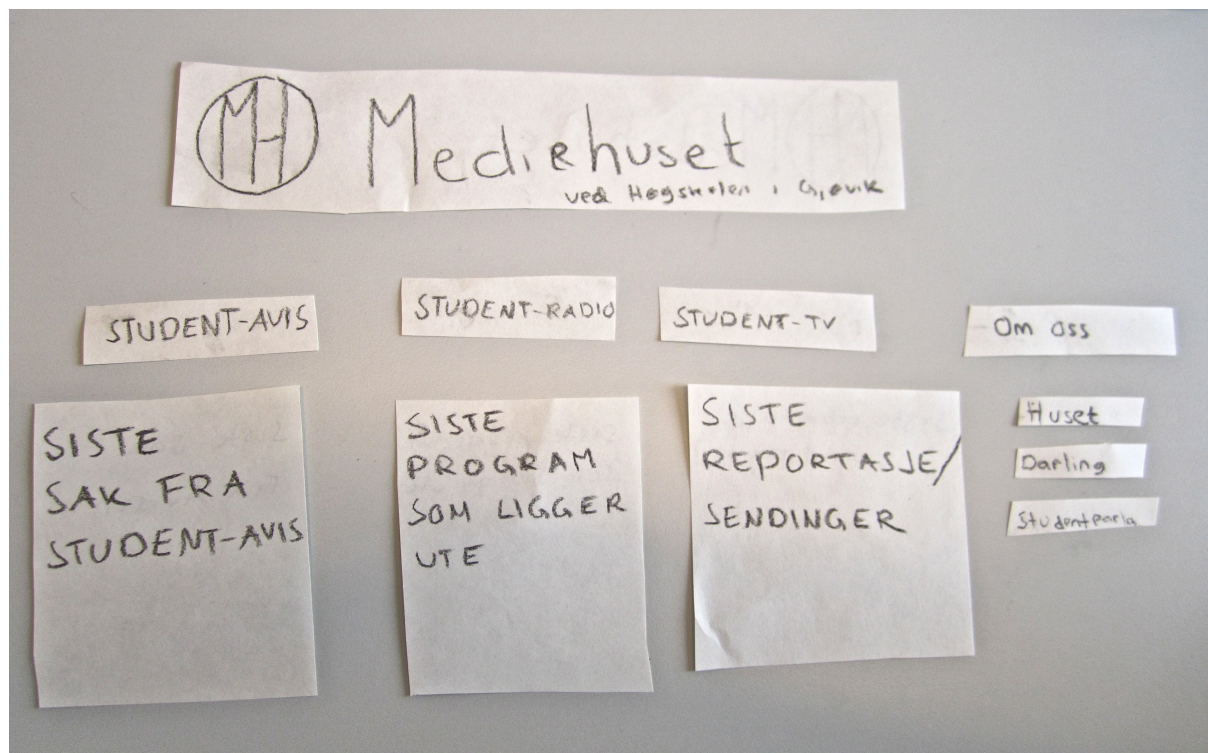
En prototype vil si et forslag eller en skisse som illustrerer hvordan en løsning kan se ut eller hvordan den vil fungere (16). Årsaken til at man ofte lager en prototype, er for å finne feil og mangler ved produktet før det blir til et ferdig produkt. Feil og mangler i forhold til vår prototype innebærer om navigeringen er brukervennlig, og om designet trenger endringer.

Det vil bli dyrt å lansere et produkt som ingen vil ha, og derfor er det nødvendig å tenke økonomisk når man er kommet så langt i konseptfasen. Fokusgrupper ble mye brukt i denne prosessen for å få flere tilbakemeldinger for hvordan resultatet bør bli seende ut for at det skal være brukervennlig og godt organisert.

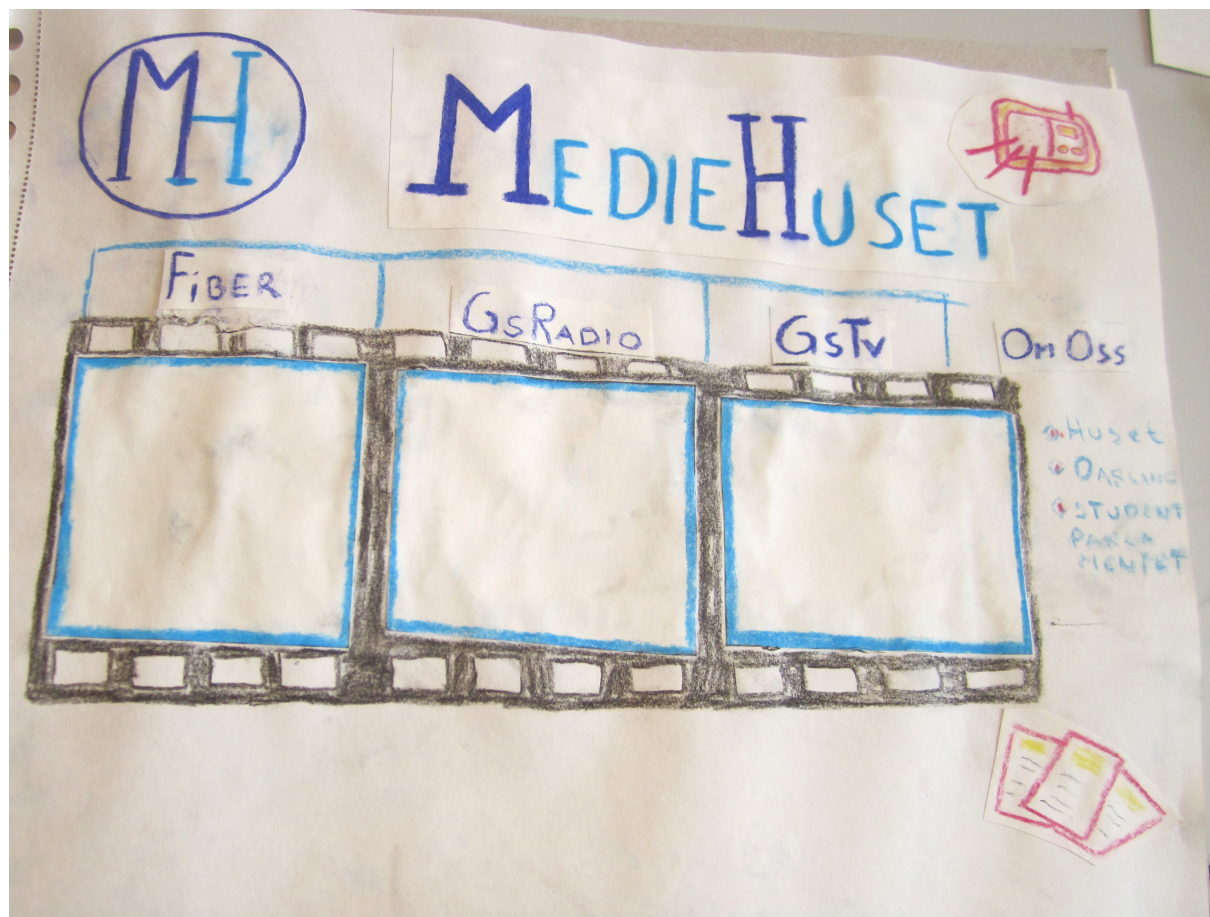
Prototypen ble satt opp i Wordpress, for å vise Fiber og GSR hvor enkelt det er å opprette en slik nettside. Prototypen bør være så lik sluttproduktet som mulig, og det var hovedårsaken til at vi brukte Wordpress som et verktøy. Vi ønsket at studentmediene skulle lage den originale nettsiden i dette verktøyet, for at arbeidsmengden til de web-ansvarlige skulle bli mindre krevende med tanke på oppdatering og publisering på nettsiden. Det ville også bli enklere i forhold til opplæring av nye rekrutterte studenter, med tanke på at de kanskje ikke har bakgrunn i HTML og CSS.

4.3.1 Skissering av prototypen

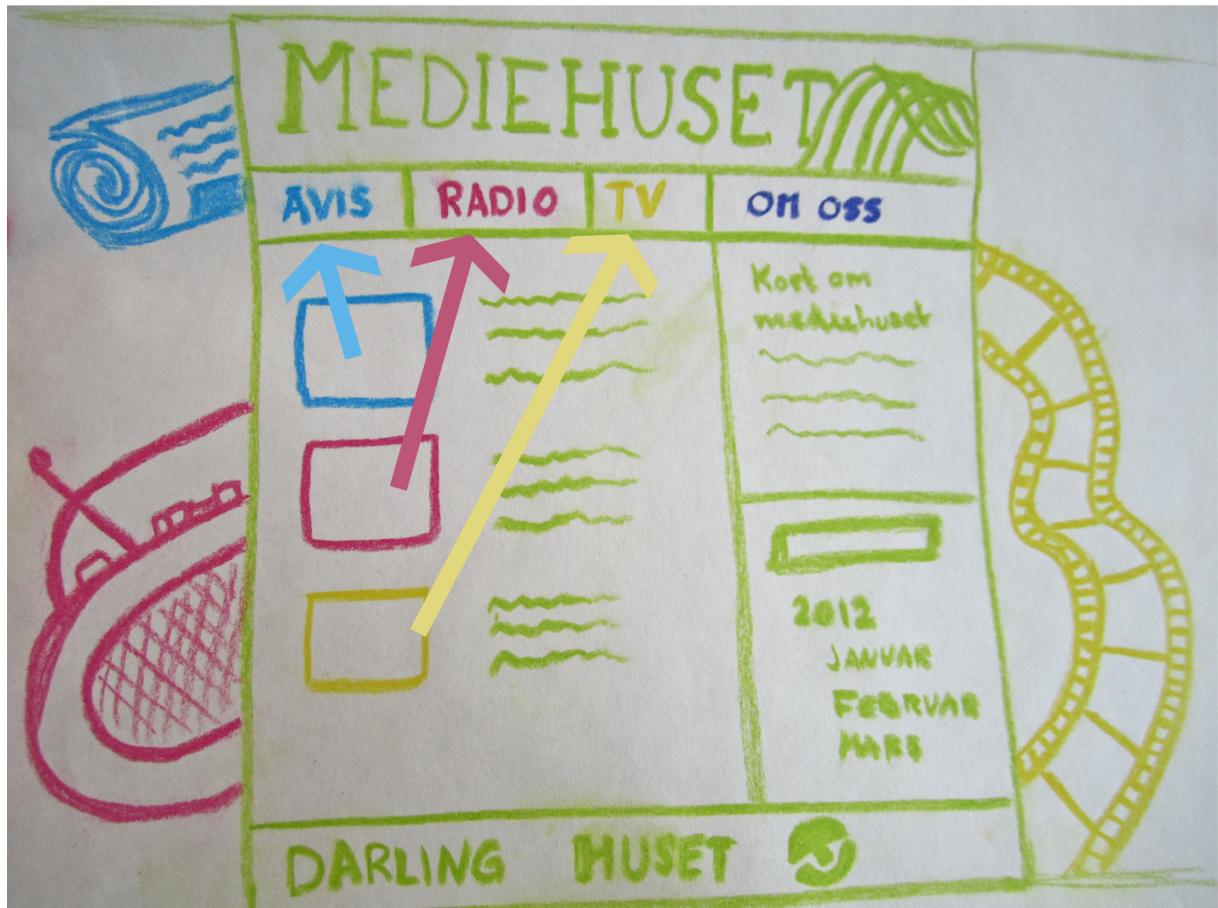
Vi tegnet alt opp på ark først, slik at endringer skulle bli enklere å utføre etter tilbakemeldinger fra målgruppen. I følge Cecilie Tveter, som er interaksjonsdesigner og rådgiver i IxD, har man en metode som kan kalles for papir, blyant, lim og saks- metoden. Metoden innebærer at de definerte innholdselementene blir klippet ut, og deretter plassert på ”nettsiden”. De faste elementene som danner rammeverket limes på “nettsiden”. Deretter kan du teste ut tankene dine ved henvising av en enkel brukertest. Når en bruker ”trykker” på en knapp skiftes innholdselementene ut. Dette er en god måte å innlede prototype arbeidet på. Dette kan spare oss for mye tid, og kan gjøre utformingen mer detaljert og klart når man skal sette i gang med produksjonen av prototypen(17).



Vi startet med å tenke ut hvilke menyer som var viktige å få med, før vi klippet de ut. Det var enkelt å plassere linkene, ettersom vi kunne endre på det som vi ville. Her valgte vi fire hovedmenyer, student-avis, student-radio, student-TV og om oss. Under om oss, har vi linker som representere mulige samarbeidspartnere. I hovedinnholdet kommer tre bokser, hvor de nyeste sakene blir publisert fra hvert studentmedium. Skissen ble ikke helt brukt etter teorien, men den var et nyttig verktøy for å finne ut hvilke menyer vi burde ha med.

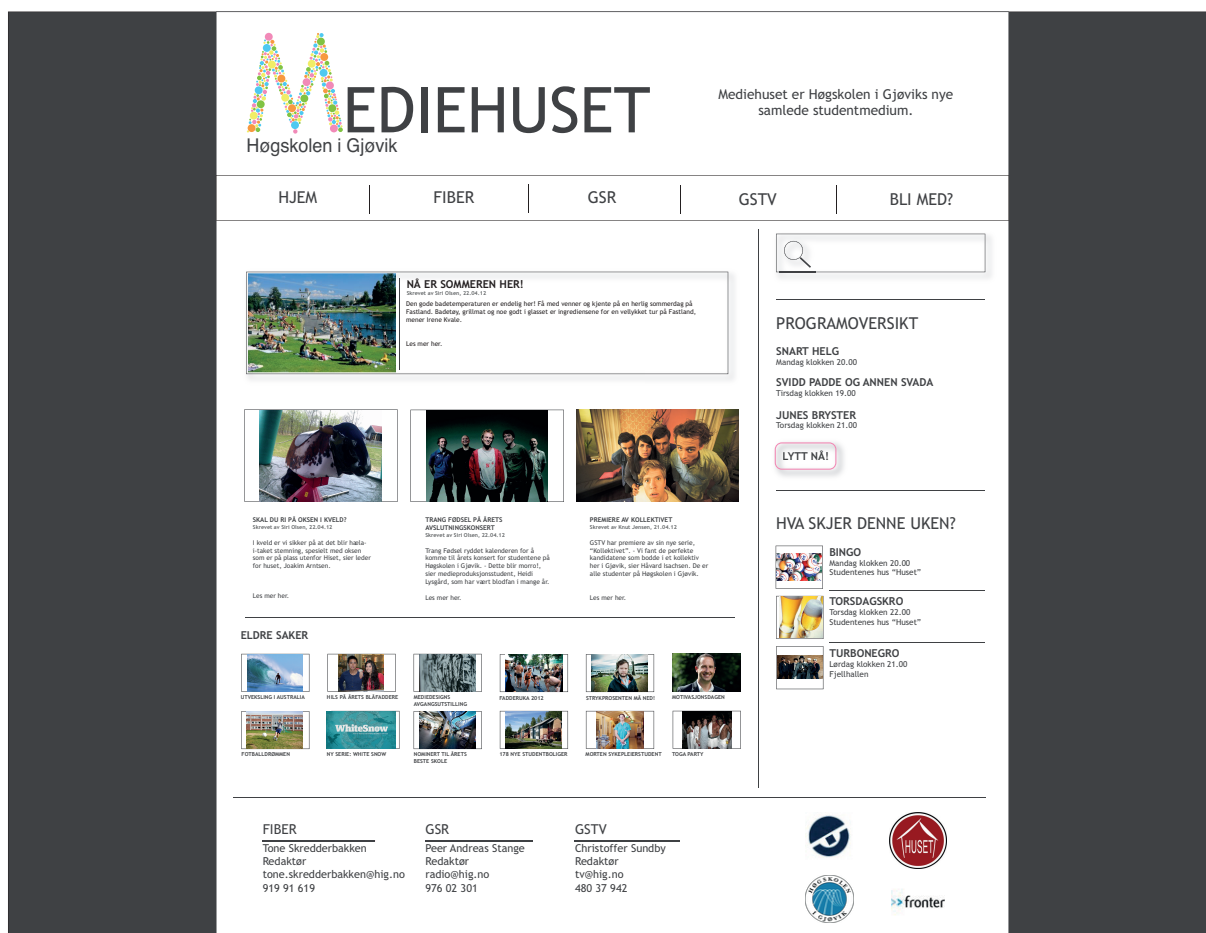


Vår første skisse ble laget etter papir, lim og saks metoden. De samme linkene blir brukt. Hovedmenyen består av Fiber, GsRadio, GSTV og om oss. Eneste forskjellen er navnet på radioen, ettersom vi var usikre på om GSR forklarte godt nok hva man kunne finne på den menyen. Sidemenyen består av linker til mulige samarbeidspartnere. Hovedelementet er filmrullen, hvor de tre nyeste sakene skal bli publisert. Andre elementer finner du nede til høyre, som skal illustrere en avis, og øverst til høyre som skal illustrere radioen. Denne skissen er vanskelig å få til i Wordpress, ettersom en må lage et tema selv. Årsaken til det er filmrull-elementet som må lages selv. Du kan allikevel lage et eget tema i Wordpress, men ettersom et av poengene var å ikke pålegge studentmediene mye arbeid når vi var ferdige, la vi denne skissen bort, og fortsatte på nye skisser, som var enklere å få utført i et Wordpress-tema.



I skisse 2 har vi fokusert på at nettsiden skal være stilren og oversiktlig, og at den skal være lett å gjennomføre i Wordpress. Siden har en enkel struktur hvor banneret kommer øverst med en meny under. Som du kan se på bildet har menyen forskjellige fargekoder. Disse fargekodene identifiserer seg med rammene rundt de nyeste sakene som publiseres. I hovedinnholdet vil nyeste sak fra Fiber, GSR og GSTV publiseres. På høyre side ligger sideelementer med en kort beskrivelse av hva «Mediehuset» er øverst, og arkiv under. Bakgrunnsbildet med avisen, radioen, og filmstripsen er der for å støtte opp om hva «Mediehuset» er, og hva som vil bli publisert på nettsiden. Nederst på siden finner man logoene til mulige samarbeidspartnere. Mange av temaer i Wordpress støtter denne utformingen, men å få utført fargekodene kan bli et problem.

Etter å vist frem skissen på fokusgruppemøtene, fikk vi tilbakemeldinger på hva som var bra og dårlig. Det ble gjort en vurdering av hvordan den endelige prototypen skulle se ut. Skissen som du ser nedenfor, er laget i Adobe Illustrator for å vise hva vi i samarbeid med fokusgruppene kom frem til.



(Bildetekst: Skissen er laget i Adobe Illustrator)

Skissen illustrerer banneret som ligger øverst på siden med logoen til «Mediehuset», med en kort beskrivelse av hva «Mediehuset» er. På engelsk blir dette området kalt for en «header». Hovedmenyen inneholder en «hjem-knapp», studentmediene hver for seg, og til slutt en «bli med-knapp». «Hjem-knappen» valgte vi å beholde ettersom den første fokusgruppen mente det ikke var alle som var bevisst på at logoen er en «hjem-knapp». «Bli med-knappen» var også et ønske fra fokusgruppene. Denne gjør det mulig for studentene å melde seg inn i «Mediehuset», samtidig som de kan informere om hvilken redaksjon de ønsker å arbeide i. Øverst i sideelementene har vi lagt til rette for at studentene kan søke i arkivet. Under arkivsøket er det programoversikt for radioprogrammene, med oversikt over når de forskjellige radioprogrammene går. Under programoversikten ligger en «Lytt her»-knapp som

åpner radioen i iTunes. Der kan de som ønsker, høre direktesendinger. Nederst i sidekolonnen finner man en oversikt over arrangementer som skjer på skolen, studenthuset og ellers i Gjøvik. Arrangementene skal linkes til forskjellige nettsteder som forklarer arrangementene mer detaljert.

I hovedinnholdet vil de fire nyeste sakene komme nedover, med en oversikt over eldre innlegg nedenfor. Nederst på siden ligger det en bunntekst (på engelsk «Footer»), som inneholder informasjon om redaktørene i Fiber, GSR og GSTV, og logoene til fremtidige samarbeidspartnere. (se vedlegg 16, side 125, for flere skisser)

4.4 Fra skisse til prototype

For å få laget en prototype, tok vi utgangspunkt i den siste skissen. For å lage denne nettsiden, valgte vi å ta i bruk Wordpress. Wordpress er et online publiseringssystem som hjelper deg å lage blogger og nettsider på veldig kort tid, samtidig som det er gratis og lett å ta i bruk. Wordpress ble mye brukt til å blogge tidligere, men har i senere tid blitt et populært verktøy for å opprette nettsider.

Mye av årsaken til at vi ønsket å bruke Wordpress, var fordi vi satte oss et mål om at det skulle bli enklere å publisere og oppdatere med vår løsning. Dette tilbyr Wordpress i sitt brukervennlige kontrollpanel, samtidig som nettsiden deres tilbyr gode veiledninger rundt forskjellige emner som kan være vanskelige og forstå (18).

4.4.1 Opprettelse

Vi hadde to valgmuligheter ved opprettelse av Wordpress-siden. Man kan enten bruke en server gjennom IT-tjenesten, hvor opprettelsen fungerer gjennom internett, eller så kan man opprette en lokal server. Vi har valgt å gjøre dette lokalt fordi vi ikke ville publisere prototypen før den eventuelt ble overført til studentmediene.

4.4.2 Tema

Wordpress tilbyr forskjellige temaer til utformingen av nettsiden, hvor noen av temaene er gratis. Til vår prototype ønsket vi å finne et tema som var gratis, og som i tillegg hadde de samme karakteristiske trekkene som skissen vår hadde. Valget falt på temaet, "Sight". Temaet ble også valgt på bakgrunn av at det var oversiktlig, og passet til nyhetssaker, og de tilleggsfunksjonene «Mediehuset» vil kreve. Ved å bruke temaet "Sight", får brukeren to visningsalternativer. Det er bilder med tekst ved siden av på den ene, og kun bilder på den andre.

4.4.3 Plugins

Tilleggsfunksjonene kalles for plugins, og handler om programmering av nettstedet. Etter å ha studert mulighetene rundt dette publiseringssystemet, har vi funnet mange plugins vi kan ta i bruk. Konseptet, «Mediehuset», stiller noen krav til prototypen. Det gjelder blant annet plugins som tillater podkaster og videoavspilling.

«Blubrry powerpress» er en video, radio og podkast-plugin. Denne gjør det mulig å linke til video og musikk, samt legge ut disse fra en egen server. I tillegg kan den lenkes opp mot iTunes, og er med på å dekke krav som studentradioen har når det kommer til podkaster. Radioen bruker i dag iTunes til å legge ut sine podkaster. Dette kan de fortsette med og samtidig linke disse opp mot blubbry pluginen. Gruppen som har jobbet med student-TV i bacheloren sin kom frem til samme plugin for sin Wordpress side. Pluginen gir også brukeren muligheten til å skaffe seg statistikk rundt podkastene sine. Denne statistikken viser antall nedlastinger for hver enkelt podkast. Radioen og GSTV kan bruke denne statistikken til å måle antall lyttere og seere. For å få tilgang til denne delen av pluginen må man registrere seg i "blubrry community".

«Slick contact form» er en tilleggsfunksjon som er brukt for å opprette "bli med knappen". Man kan sette opp et enkelt skjema, ved brukt av denne pluginen. Det er satt opp felter for navn, email og et meldingsfelt hvor man fyller inn beskjedene man vil sende.

Fra før av har temaet «Sight» noen innebygde plugins. Dette gjelder for eksempel når vi skal sette inn en «Event organiser». Denne ble brukt til å sette opp arrangement-

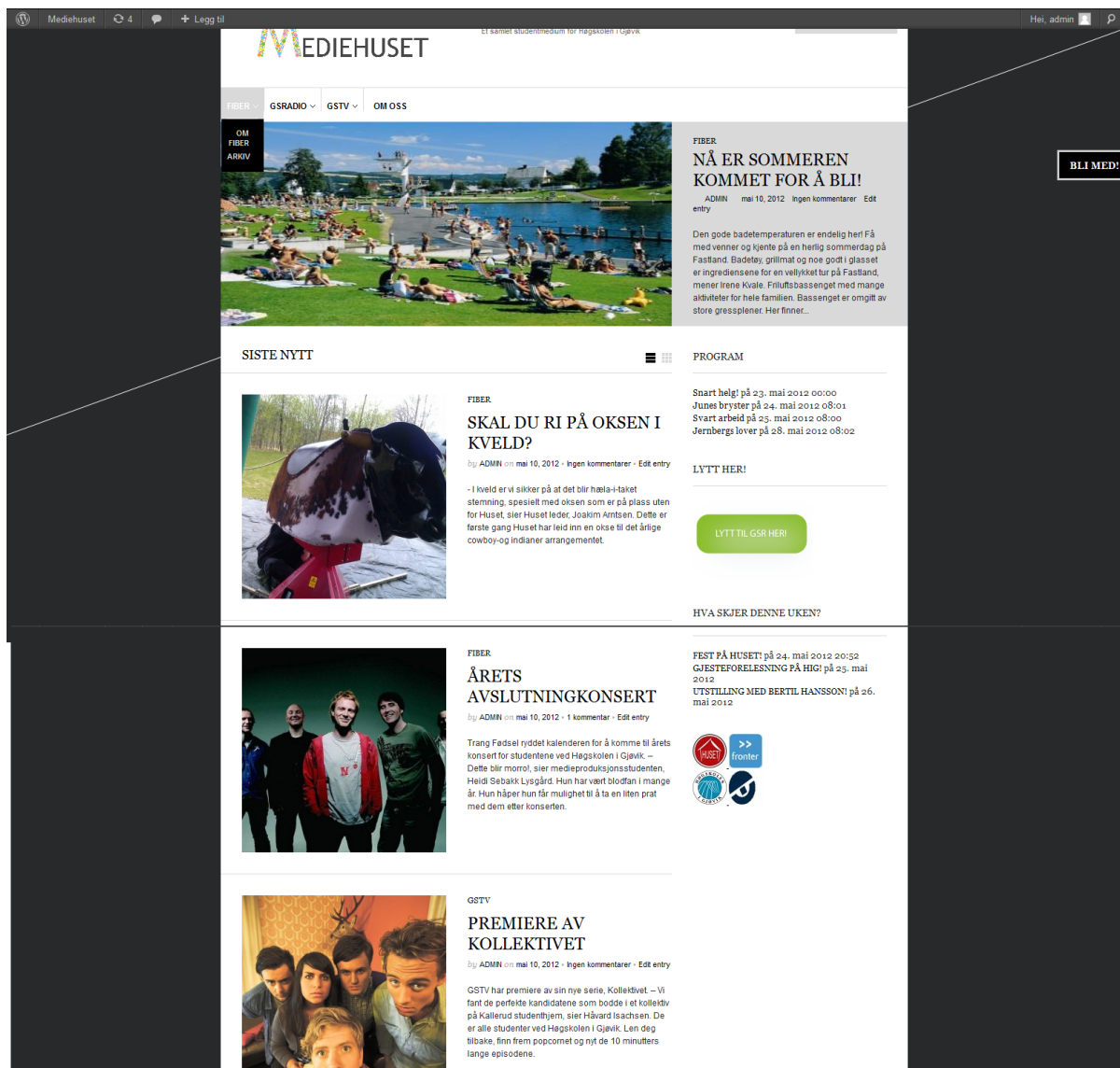
kalender på siden. Den gir mulighet til å ha en kalendervisning og til å sette opp nye arrangementer i listeforamt. Pluginen tilbyr mange muligheter for visning, og den fungerte bra når vi skulle sette opp program for student tv og radioen.

4.4.4 Logoen

Det var blandet respons når vi forklarte at vi ønsket navnet «Mediehuset», på nettsiden. De fleste mente dette var traust og kjedelig. Eitersom vi fant navnet enkelt og forklarende, ønsket vi å beholde dette navnet. For å overbevise fokusgruppene, valgte vi å gi logoen et friskt og stilrent design. For å unngå at «Mediehuset» ikke ville bli forbundet med noe traust og kjedelig likevel. Vi la frem logoen på det første redaksjonsmøtet (11.05.2012), og tilbakemeldingene var positive denne gangen. De kom frem til at de ønsket å gå for det navnet, ettersom fargene gjorde utseendet fengende. Logoen ble seende slik ut:



Revitalisering av studentmedier ved Høgskolen i Gjøvik



(Bildetekst: Den ferdige prototypen)

4.4.5 Oppsett

Oppsettet vi har bestemt oss for har hovedfokus på brukervennlighet. Det er viktig at det skal være enkelt å bruke Mediehuset sin nettside, og nettsiden skal ikke kreve mange trykk for å komme dit en vil.

Prototypens ”hjem-knapp” er satt til logoen. Den første fokusgruppen var ikke enig i denne koblingen, ettersom de mente at ikke alle brukerne kom til å forstå dette. Vi gjorde en ny vurdering av knappen etter det andre fokusgruppemøtet med ”brukerne”. De mente derimot at en ”hjem-knapp” var unødvendig. Det er også blitt mer naturlig for nettstedet å fjerne den

gamle ”hjem-knappen” og i stedet bruke logoen til dette. Dette kan vi se på nettsiden til både Verdens Gang, Dagbladet og Nettavisen.

Nettsiden har en hovedmeny som inneholder Fiber, GSR, GSTV og om oss. Holder man musepekeren over for eksempel Fiber, vil man få ned en undermeny, hvor du kan velge «Om Fiber» eller «Arkiv». Ønsker en å se på de nyeste sakene, går man direkte til hovedmenyen «Fiber». Om man skal se, lese eller høre eldre produksjoner, går man i «arkivet» og for å finne informasjon om Fiber og redaksjonen, går man på «Om Fiber». I tillegg har vi en ”om oss-knapp” hvor man kan finne grunnleggende informasjon om «Mediehuset» og topp-redaksjonen. Vi valgte å ha en ”bli med-knapp” på siden, etter forslag fra fokusgruppene. Her kan de som ønsker å bli medlem registrere seg i et skjema.

I prototypen har vi også lagt inn arrangement-lister. Disse er satt på høyre side av nettsiden og den ene inneholder informasjon om hvilke programmer som sendes på GSTV og GSR, og den andre er satt opp for lokale arrangementer. Dette inkluderer gjesteforelesninger og andre sosiale arrangementer som holdes av studentenes hus, Huset, og ellers i Gjøvik.

Oppsettet ble ikke helt likt skissen vi fulgte. Årsaker til dette var koding som måtte gjøres i tillegg. For å i det hele tatt bli ferdig med prototypen, måtte vi se bort i fra noen elementer fra skissen. Et av dem var bunnteksten. Her plasserte vi enkle kontaktopplysninger for hvert studentmedium.

FIBER

Tone Skredderbakken
Redaktør
tone.skredderbakken@hig.no
919 91 619

GSR

Peer Andreas Stange
Redaktør
radio@hig.no
976 02 301

GSTV

Christoffer Sundby
Redaktør
tv@hig.no
480 37 942



Vi synes fremdeles at dette er viktig å ha med på den ferdige nettsiden. Da slipper brukerne å trykke på hver enkelt meny for å finne enkle kontaktopplysninger om alle studentmediene samtidig. Når det gjelder logoene, er de midlertidig satt i sidekolonnen, men som kan plasseres ned i bunnteksten, etter hvert som man vet hvilke logoer man skal plassere. Andre forskjeller er at vi unngår å ha med eldre saker på de forskjellige hovedsidene, ettersom man kan trykke på arkivet. På den måten unngår man et rullefelt som gjør at du slipper å ”scrolle”. (se vedlegg 17, side 128 for flere bilder av prototypen)

4.4.6 Fargevalg

På nettsiden brukte vi de samme fargene, som på skissen. Fargene som ble valgt var mørkegrå til bakgrunnsfarge og hvit i kjernen av nettsiden. Deler av logoen var i samme farge som bakgrunnsfargen. Vi valgte disse fargene ettersom vi fant dem stilrene. Vi brukte pastellfarger i bokstaven M i «Mediehuset» og disse fargene ble valgt for å gi nettsiden et blikkfang.

4.4.7 Fontvalg

For å finne ut hvilken font som fungerte bra til vår nettside, måtte vi undersøke rundt hvilke skrifttyper som var sikre for web. Man kan dele opp websikre fonter i to deler, antikva og grotesk skrifttype. Valget falt til slutt på den grotesk skrifttypen. Bokstavene i denne skrifttypen har like tykke streker, og ingen seriffer. Fonten vi valgte var sans serif. Denne var tydelig og lett å lese på mange forskjellige nettlesere, slik som Google Chrome, Firefox, Internet Explorer og Safari, for å nevne noen(19).

4.5 Etterarbeidet

Det er mange som ikke følger opp prosjektet sitt etter prosjektperioden er over. Dette kan resultere i at arbeidet man har gjort, ikke blir brukt senere. Vi brukte den siste prosjektperioden til etterarbeid, samtidig som vi holdt på med prototypen. Dette gjorde vi ettersom vi hadde arbeidet så hardt for å få konseptet vårt gjennom. Vi gjennomføre en presentasjon 04.05 for de ansvarlige ved Fiber og GSR. Møtet brukte vi til å selge konseptet vårt, slik at resultatet kunne bli tatt i bruk. Vi ønsket med møtet at de skulle se potensialet for «Mediehuset», og at de skulle utvikle dette videre, så vi fikk en endring i studentmediene. Vi inkluderte også Christoffer Sundby og Håvard Isachsen fra bachelorprosjektet, GSTV. Dette ble gjort for at Fiber og GSR skulle få en oppdatering i forhold til det å inkludere GSTV på nettsiden. På møtet ble det også diskutert hvordan et slikt studentmedium kan fungere og hvor de kunne starte.

Til møtet ble det laget et overføringsdokument til redaksjonene. Dette dokumentet inneholdt konseptbeskrivelsen i en kort tekst, forslag til organisering, promotering og utforming av nettsiden, samt en enkel tekst om Wordpress. I slutten av dokumentet skrev vi forslag til en fremdriftsplan, for at de skulle få en oversikt over hvor de kunne begynne (viser til vedlegg

14, side 118). Deltakerne på møtet var positive til konseptet, og etter endt møte ble det satt opp et nytt redaksjonsmøte 11.05.

På dette redaksjonsmøte kom vi langt i prosessen, og fikk på plass en midlertidig topp-redaksjon. Oda Syvertsen Lintho, som tilhører redaksjonen for GSR, ble sjefsredaktør inntil videre. Peer Andreas Stange, som er ansvarlig redaktør for GSR, fikk rollen som web-ansvarlig, mens Aleksander Botolf Ludvigsson, som var ”nyansatt” som redaktør for student-TV, fikk rollen som økonomisk ansvarlig. Når toppredaksjonen var satt, ble det derfor mulig å opprette «Mediehuset», som en gruppe i Studentparlamentet. Årsaken til opprettelse av gruppen, var fordi redaksjonen skulle ha en økonomisk ansvarlig på topp, som kun tok seg av felles utgifter. For å få støtte til utgiftene, måtte man opprette «Mediehuset» som en egen gruppe.

I tillegg ble det opprettet en Facebook-side som var lukket inntil videre. Denne siden skulle bli brukt til å kommunisere, redaksjonene mellom. Etterhvert som «Mediehuset» ble formet, skulle siden bli en åpen gruppe for alle. I slutten av møtet ble vi enige om at vi skulle ha et siste møte den 25.06.2012. Dette skal foregå utenfor bachelorprosjektet, og to av oss skal bli med på dette ettersom vi har personlig interesse for å få dette gjennom.

5.0 Drøfting

Del 1. Mål og metoder

5.1 Måloppnåelse

Oppgaven ble valgt ettersom vi fant emnet interessant. Vi har ikke vært mye involvert i studentmediene tidligere, som gjorde at vi kunne tilegne oss kunnskap ved å velge studentmedier som tema.

Vi startet selvsagt med å drøfte rundt oppgaven, og sette oss noen mål. Disse målene ble satt før vi egentlig visste nok om fremdriftsplanen til prosjektet vårt. Målene ble endret etter hvert, ettersom prosjektet gikk nye veier ut i fra hva resultatene kunne fortelle oss. Vi startet med første målet som var å kartlegge utfordringene, og finne ut om studentmediene fungerer. Dette fikk vi svar på ved å analysere Fiber og GSR. Da fikk vi også svar på om de fungerte eller ikke.

Det andre målet var å finne en ny og bedre løsning som kunne fremme informasjon til nåværende studenter ved HiG. Dette målet ble endret, ettersom fokuset måtte være på en løsning som fikk Fiber til å fungere igjen. Vi ville finne en løsning som gjorde det enkelt for studentmediene å fungere, og som samtidig kunne bidra til større engasjement blant studentene på Høgskolen i Gjøvik.

Vårt tredje mål var å finne en løsning som kunne samle inn, bearbeide og formidle informasjon om aktiviteten på skolen. Målet stemte overens med den løsningen vi drev med, men vi fokuserte mest på å formidle informasjonen gjennom nettsiden. Det ble aldri et fokus på å finne ut hvordan de skulle samle inn og bearbeide informasjonen, ettersom vi følte at dette var opp til studentmediene å løse.

Etter hvert skjønnte vi at målene ikke var presise nok, og at vi burde delt opp resultatmål og effektmål hver for seg. Resultatmålet vårt var å sammensmelte studentmediene ved HiG, for å øke antall studenter i redaksjonene, og øke brukertallet. Vi ønsket gjennom dette målet å finne en god måte å operere studentmediene på, slik at det kunne løfte engasjementet. For å oppnå dette resultatet, satte vi oss effektmål:

- Forenkle bruken av studentmediene.
- Legge til rette for bedre arbeidsvilkår for "ansatte" i redaksjonene.
- Vise til fremtidige anbefalinger, som kan være med på å løse engasjement-problemet ved neste semesterstart.

5.1.1 Vurdering av målene

Det ble fokusert for lite på målene, ettersom at oppgaven endret seg i starten. Vi utførte analyser for å få et perspektiv på hvordan andre organiserte sine studentmedier, og hva som var blitt prøvd ut på HiG før. Resultatene var med på å styre prosjektet vårt. Det var også vanskelig å sette opp resultatmålet før analysen, fordi det eneste vi visste i begynnelsen var at Fiber midlertidig var ute av drift. Vi har skjönt i ettertid hvorfor det er lurt med presise effektmål. Man kan inkludere konkrete detaljer, som kan gjøre det enklere å følge effektmålene. Det å ha upresise effektmål kan føre til at målene ikke blir gjennomført.

5.2 Problemstilling

- Hvordan kan vi forbedre studentmediene, Fiber og GSR, når man har for få ansatte og for få brukere?

Problemstillingen definerte det vi måtte løse for å nå resultatmålet vårt. For å forbedre Fiber og GSR, måtte vi komme med anbefalinger i tillegg til prototypen. Årsaken til det var at vi ikke kunne være sikre på at prototypen ville løse hovedproblemet, som var lite engasjement blant studentene ved HiG. Noen anbefalinger handlet om studieintegrering og promotering. Får studentmediene studieintegrering gjennom, kan det forbedre studentmediene, ved at de får mer støtte i fra skolen, og har fagpersoner bak seg som kan bidra med hjelp til produksjoner og vanskelige emner. Ved å øke promotering, vil flere få høre om Fiber og GSR, og kanskje vurdere å arbeide for studentmediene.

Prototypen vår vil forbedre studentmediene på den måten at redaksjonene kan samarbeide. Dette kunne de før også, men de hadde ikke sett på det som en mulighet før vi presenterte vårt konsept. De kan få flere ideer til saker som bør bli tatt opp, ved å ha noen felles redaksjonsmøter i semesteret. Et slikt studentmedium kan bli sett på som godt organisert, og det kan være med på å trekke flere studenter til redaksjonene. Får man større redaksjoner, vil arbeidet for hver enkelt person bli mindre krevende, ettersom man har flere å samarbeide med. Man kan få planlagt produksjoner bedre, både når det gjelder å skrive artikler, lage radiosendinger og lage reportasjer.

5.3 Forskningsspørsmål

Vi valgte å ha tre forskningsspørsmål, som kunne besvares gjennom problemstillingen vi valgte. Vi valgte konkrete spørsmål som skulle besvare de viktigste teoretiske spørsmålene.

- *Hva er de praktiske egenskapene ved disse kanalene?*
- *Hva er det som hemmer og fremmer de mediekanalene som finnes ved HIG i dag?*
- *Hvilke premisser kunne ha fremmet utviklingen og driften av en slik kanal?*

Når det gjelder praktiske egenskaper rundt studentmediene, handler det om den praktiske erfaringen slike kanaler kan gi. Fiber tilbyr mye innenfor produksjon og design, mens radioen tilbyr muligheten for å lære radio og det tekniske bak produksjonen. Ved å få inn GSTV, vil studentmediene tilby enda mer praktisk erfaring, og da vil de praktiske egenskapene rundt disse studentmediene, også øke.

Vi fant ut gjennom analysen, hva som fremmer og hemmer studentmedier som Fiber, GSR og GSTV. Det som fremmer studentmedier er at det er frivillig arbeid og at du står ganske fritt med det du ønsker å produsere til studentmediene. Dette gjør at man kan øke den praktiske erfaringen, som kan være viktig i forhold til jobbsøking senere. Det er også en god måte å skape et nettverk på, som man kan ha bruk for senere i livet.

Generelt sett er studentmedier et positivt alternativ ved en skole. Vi har kommet frem til at det er ulike ting som kan hemme driften. Et eksempel på dette er engasjement blant studenter. Har man for få ”ansatte” i et studentmedium, vil studentmediet oppdateres sjeldnere, som kan føre til få brukere. For få ”ansatte” kan også føre til at kvaliteten ikke blir optimal på det som

publiseres. Dette kan komme av at arbeidsmengden blir for stor for de som skal utføre arbeidet.

Gjennom prosjektet har vi funnet en del punkter som våre studentmedier må jobbe med for å fremme utviklingen. Et av de viktigste punktene er å få økt rekruttering og promotering av sitt studentmedium. Dette er noe vi allerede har oppfordret studentmediene til. Allerede nå har Fiber vokst i antall ”ansatte”. GSR har delt ut flyers og snakket med studenter i lunsjpausen på skolen. Hvordan dette har virket på lyttertallene har vi ikke funnet ut enda, men det er en god start for å øke antallet lyttere.

5.4 Prosjektstyringsverktøy

Det var spennende å prøve ut en ny prosjektmetodikk. Vi ønsket å bruke et godt styringsverktøy for oppgaven, og veileder anbefalte Scrum. Det ble brukt mye tid i starten på å finne informasjon rundt det å bruke Scrum, ettersom ingen av oss hadde arbeidet med denne metoden før. I starten ble all tid og energi brukt på Scrum og prosjektplanen. Dette gjorde at vi kom sent i gang med analysene. Scrum ga oss best utbytte når det gjaldt det strukturerte oppsettet av elementer som skulle lages. Da kunne vi følge produktkøen vår, som bestod av elementene vi skulle lage gjennom prosjektet (se vedlegg 19, side 139 for produktkøen).

Utfordringene med Scrum, ble å utføre alle delene i metoden. Det var noen deler som vi følte var unødvendige. Ettersom vi var få deltakere, valgte vi å ikke ha daglige Scrum-møter. Vi brukte Facebook til kommunikasjon, og pratet sammen hver dag. Det holdt for oss å ha sprintmøte etter hver sprint, hvor vi diskuterte hva som var blitt gjort, og hva vi skulle gjøre fremover (se vedlegg 10 for sprintmøtene og vedlegg 20 for sprintkøen).

I løpet av prosjektet fant vi også ut at et «burn down chart» skulle lages etter hver sprint. Dette er et diagram som viser arbeidsflyten. Helt i fra starten fikk vi inntrykk av at dette skulle gjøres på slutten av prosjektet. Ettersom vi gjorde for dårlig undersøkelse rundt dette, laget vi i stedet et diagram som viser hvor lang tid vi brukte på å komme i gang, og hvor mye vi jobber (se vedlegg 21, side 143 for diagram). Vi hadde også problemer med oppdateringer, ettersom flere elementer kom inn under samme sprint.

Nå som prosjektet nærmer seg slutten mener vi at Scrum fungerer bedre i større og mer komplekse prosjekter. Vi burde undersøkt flere metoder å jobbe på, ettersom vi hadde mange oppgaver som skulle gjøres, og mindre av elementer som skulle lages.

Det å lære seg en metodikk for store og komplekse prosjekter, er kunnskap og erfaring som kan være svært nyttig i senere arbeidsliv. Nå har vi mer kunnskap rundt metodikkbruk, enn vi hadde før prosjektstart, og angret derfor ikke på valg av prosjektstyringsverktøy.

5.5 Analyse

Analyseprosessen var en av de største delene i prosjektet. Å gjennomføre en så grundig analyse medførte at det ble mindre tid til å utvikle prototypen. Allikevel la analysen grunnlag for hele oppgaven vår, og det krevde grundig arbeid. Vi brukte subjektivistisk vurderinger, hvor vi da var avhengige av respons fra andre. Det var ikke alle vi kontaktet som var like villig til å svare på spørsmålene våre. I denne prosessen ble det mye venting på svar for å få jobbet videre med selve analysen, ettersom videre arbeid med prosjektet var avhengig av hvilke problemer og løsninger vi fant i analysen. I denne prosessen kunne vi nok ha vært flinkere til å både ringt de som ikke svarte på e-mail, eller finne andre personer som kanskje hadde den samme bakgrunnsinformasjonen som vi trengte. Dette ble gjort med noen, men ikke alle. Dette hadde spart oss for mye venting, og er et av forbedringspunktene vi ser i ettertid.

Del 2 Resultat

5.6 Konseptet

Bacheloroppgaven i fra 2010 har et lignende konsept som oss. Deres fokus var også på å at et samlet studentmedium kunne øke engasjementet blant studenter. Problemet med oppgaven i fra 2010, var at de kun konsentrerte seg om å engasjere studentene gjennom nettsiden de designet. De gjorde ingen tiltak for å øke engasjement på andre måter, slik som vi i samarbeid med fokusgruppene har kommet med forslag til. Vi har hatt god bruk av å lese rapporten deres, hvor vi fikk blant annet vite at Fiber opprettet sin egen nettside, i stedet for å ta i bruk deres konsept. På bakgrunn av dette ble det jobbet mye med anbefalinger for å prøve å løse engasjementet blant studentene, i tillegg som vi gjorde grundig etterarbeid og oppfølging. Det sistnevnte er kanskje det som har vært med på å avgjort at vi fikk konseptet gjennom, men også fordi alt var gjennomtenkt og løst før det ble presentert. Først og fremst må «Mediehuset» få rekruttert nok engasjerte og målrettede folk til å jobbe under Fiber, GSR og GSTV. Har man denne brikken på plass, er man kommet langt på veg i utviklingsprosessen.

En forskjell i fra 2010 til nå er at det legges til rette for student-TV i en annen bacheloroppgave. Om det blir opprettet student-TV, kan dette være et trekkelement for blant annet de som studerer medieproduksjon. Dette studiet har videoproduksjonsfag som de andre medielinjene ikke har. På bakgrunn av dette, engasjerer kanskje medieproduksjonsstudenter seg mer, om student-TV blir en mulighet for praktisk erfaring. Dette kan også føre til at nettsiden blir mer ettertraktet ettersom det vil bli publisert videoproduksjoner i tillegg.

5.7 Designprossesen

5.7.1 Foksugrupper

Når vi valgte hvilke studenter som skulle bli med i fokusgruppene, gikk vi etter dem som kunne gi oss kreative og reflektere tilbakemeldinger på konseptet vårt og skissene. Det var også viktig for oss å få med Tone Skredderbakken og Peer Andreas Stange, ettersom de skulle videreføre prosjektet. For at «Mediehuset» skal bli en realitet er dette en kritisk faktor å få med overhodene i Fiber og GSR. Det var ikke lett å få inn studenter, og mange av dem som hadde sagt ja, møtte ikke en gang opp. Det var godt at vi hadde vært kritisk i valg av studentene i forveien, slik at vi fikk mye ut av møtene likevel. Vi ser i ettertid at det kunne vært lurt å ha invitert enda flere til møtene. Oppgaven vår er tross alt å løse engasjementproblemet, og da kan man også forvente at det er få som møter opp (for fyldig fokusgrupperferat, se vedlegg 12, side 111).

5.7.2 Wordpress

Wordpress ga oss muligheten til å utvikle en prototype uten spesielle krav til kunnskap om programmering. Dette gjør det enklere for studentmediene når de skal overta prototypen, ettersom de ikke trenger å sette seg inn i HTML og CSS-koding.

Wordpress tilbyr ferdig oppsett, samtidig som de tilbyr muligheten til at man kan kode selv. Dette gjør at Wordpress er et fleksibelt alternativ, som egner seg både for erfarne og uerfarne studenter.

Vi ønsket å legge ut podkaster på nettsiden, for å vise Fiber, GSR og GSTV hvordan det ville bli seende ut. Problemet var at vi satt opp Wordpress-siden på en lokalserver, og da får man ikke laste opp filer som er større enn 2MB. Om vi hadde jobbet på skolen sin server, hadde ikke dette problemet oppstått. Dette forsøkte vi å få til, men ettersom skolen ikke støttet den nye versjonen av Wordpress, ble dette vanskelig. Derfor er dette noe Fiber, GSR og GSTV må ta ansvar for å sette opp selv. Som en midlertidig løsning har vi valgt å sette opp en side med podkaster som lenker til eksisterende iTunes opplastninger.

Prototypen er laget så den er klar til å brukes og oppfyller mange behov, avisen, radioen og TVen har. Et behov som studentmediene kommer til å ha etter hvert, er selvsagt større

lagringsplass. Dette kan en få ved å kjøpe større lagringsplass. Det er også noen forbedringer som kan gjøres på prototypen, men siden vi brukte så lang tid på analysedelen av prosjektet måtte noe prioriteres bort. Dette gjelder for eksempel arrangement-listene. Her kunne vi jobbet mer med å få lenket arrangementene opp mot huset eller høgskolens egne sider med informasjon om arrangementet.

Vi hadde hatt behov for mer tid til utvikling av prototypen. Hadde vi hatt mer tid, kunne vi gjennomført test av prototypen for både fokusgruppene og andre studenter. Ettersom vi kom sent i gang med utviklingen, var møtene i en periode hvor studentene var opptatt av egne prosjekter. Dette resulterte i dårlig oppmøte fra de som ble invitert.

Del 3. Anbefalinger til videre arbeid

Gjennom prosjektet dukket det opp mange forslag til forbedringspunkter. Vi forstod at det ikke var så enkelt å løse alle problemene bare gjennom å opprette en ny nettside, men at vi også trengte anbefalinger til videre arbeid. Forslagene dukket opp under samarbeidet med fokusgruppene.

5.8 Promotering

Promotering er noe av det studentmediene har vært dårligst på. De bør få tak i studenter som er kreative og har gode ideer for hvordan man skal promotere. Det er viktig og gå ut tidlig med å få rekruttert nye studenter. Gjennom konsept og prototypedelen har vi i samarbeid med fokusgruppene kommet opp med forslag til hvordan studentmediene kan promotere for nettsiden og ”Mediehuset” i den forstand at den engasjerer studentene ved Høgskolen i Gjøvik.

5.8.1 Åpningsdagen

Førsteårsstudentene er de som er viktigst å få rekruttert, ettersom de har tre år foran seg. Det å kontinuerlig ”ansette” nye studenter hvert år, kan føre til at redaksjonene alltid vil ha nok studenter. Ved å ha en god og organisert rekrutteringsplan, unngår «Mediehuset» mange bekymringer hvert år når tredjeårsstudentene uteksamineres. På åpningsdagen for de nye studentene vil det være taler fra opp til flere representanter fra skolen og ellers. Her kan det vært lurt og ha en representant fra «Mediehuset» som gjennom en motivasjonstale, forteller om alle godene ved å engasjere seg i «Mediehuset». Her kan det opplyses om hvor viktig det er med jobberfaring når man skal søke jobb senere.

5.8.2 Faddere

I noen uker i starten av studieåret, har de nye studentene, noe som kalles faddere. Fadderne er der for å hjelpe dem til å komme i gang med året sitt. Fadderne bør ha et større ansvar i forhold til å informere studentene om gruppene og lagene på skolen, og vi ønsker spesielt at de skal snakke ”varmt” om «Mediehuset». «Mediehuset» bør få i gang et samarbeid med blåfadderne, i bytte mot at «Mediehuset» dekker arrangementene i fadderuken, gjerne før og etter. Oppgaven til fadderne bør da være å oppfordre fadderungene til å bli med på aktivitetdagen. Det er en dag som foregår helt i starten av vårsemesteret, som er rettet mot førsteårsstudenter. «Mediehuset» bør ha sin egen post, hvor hver enkelt kanal presenterer hva de holder på med, og får frem hvor viktig det er å engasjere seg. Det å ha konkurranser på posten og kanskje la dem gjøre noe fysisk, kan være noe som er avgjørende for hvilket inntrykk de får av «Mediehuset».

5.8.3 Åpningsarrangement

En annen mulighet er å ha åpningsarrangement for «Mediehuset» på studentenes hus ”Huset” i løpet av de første ukene. Dette kan bidra til å skape et godt omdømme for «Mediehuset». Arrangementet kan for eksempel ha et spennende kostyme-tema. Studenter tiltrekkes som regel tema-fester, og det er ofte godt oppmøte hver gang. «Mediehuset» kan for eksempel gå ut tidlig med at det vil bli utdelt premie til beste kostyme. Et slik arrangement kan gjentas hvert år hvis kvelden blir en suksess.

5.8.4 Konkurranser

Det å ha konkurranser med premier, kan være noe som trekker mange studenter. Å ha en konkurranse helt i starten av året, kan være en god promotering for «Mediehuset». Konkurransen bør være enkel slik at flest mulig studenter gidder å ta seg tid til å gå inn på nettsiden for å gjennomføre den. Konkurransen kan gå ut på at man skal dele nettsiden på Facebook. Da kan de være med i trekning om et gavekort fra Mjøs bok, HiGs bokhandel, eller middagskort i kantinen. Ved å ha en slik konkurranse blir nettsiden delt ut over store områder på Facebook, og da er det mulig nettsiden får mange nye besøk. Om Mjøs bok eller kantinen ved HiG sponser Mediehuset, kan de få logoen sin nederst i banneret på nettsiden.

5.8.5 Stands

Det kan være lurt om redaksjonene promoterer kontinuerlig i starten av året. Det å komme med påminnelser om å besøke nettsiden, se sendinger og lignende, kan være med på å øke brukertallet. Dette kan gjøres ved å henge opp plakater eller ha en reklamesnutt på de forskjellige TV-skjermene som er rundt om på skolen. «Mediehuset» bør også helst ha to stands per halvår i kantinen, med de ulike studentkanalene under, Fiber, GSR og GSTV på hver sitt bord. Her kan de fremme hvilke type arbeid de driver med, og hva som er positivt ved å bli med i gruppen. Her er det bare å være kreativ, og selge seg selv på best mulig måte. En promoteringsfilm for ”Mediehuset” kan vises i forkant av standen, som da kan legge til rette for at studentene som er i kantina ønsker å komme bort for å få mer informasjon. (se vedlegg 13, side 115, for utdypende forslag).

5.9 Studieintegrering

Et av våre viktigste funn i analysene fra Volda og Gimlekollen, var at deres Høgskoler samarbeidet med studentmediene til en viss grad. Om dette gjorde at kvaliteten ble bedre, kan vi ikke si sikkert, men vi ser en kvalitetsforskjell fra deres til våres studentmedier. Vi ønsket på bakgrunn av dette å finne ut om det var en mulighet for å få til en studieintegrering mellom fag og et eventuelt mediehus. Gjennom personlig kommunikasjon med Guro Wang, ble vi fortalt at Høgskolen ikke hadde mulighet eller ressurser til å endre fag på denne måten, ettersom de måtte gjennom en lang prosess for å få til dette. Etter samtalen laget vi allikevel en anbefaling i samarbeid med fokusgruppen, om hvordan 5-poengs valgfag kunne fungert.

5.9.1 Hvorfor studieintegrering?

Mediestudentene vil få stort utbytte av å jobbe under «Mediehuset», ettersom «Mediehuset» representerer ulike fagfelt, som hovedsakelig er tilpasset mediestudenter.

«Mediehuset» vil også få større arbeidskraft, så lenge studenter har mulighet til å integrere en slik praksis inn i studiene. De får både erfaring og kunnskap igjen for arbeidet. Dette kan føre til produksjoner av god kvalitet, med tanke på at arbeidet vil bli evaluert av en faglærer.

Mediedesign har mange muligheter innenfor både studentavis og student-TV, hvor de kan utforske sin egen kreativitet, samt bygge på sin portefølje. Medieproduksjon er et bredere

studie, som dekker emner innenfor avis, radio og TV. Studieintegrering kan åpne opp for at studentene kan spesifisere seg innenfor et bestemt område.

Medieledelse- og innovasjon, samt TØL (teknologi, økonomi og ledelse) har mulighet til å prøve seg i en lederstilling, hvor noen kunne jobbet som web-ansvarlig, økonomiansvarlig, teknisk ansvarlig eller ansvarlig redaktør. Slike erfaring er relevant i forhold til deres studier og senere arbeidsliv.

5.9.2 Ansvarsfordeling

Spørsmålet om skolen har et ansvar i forhold til studentmediene, ble nevnt under det første fokusgruppemøtet. Det var en stor enighet om at skolen burde være med på en oppfølging. Dette kan gi studentmediene et ”dytt” som de gjerne trenger. Det at skolen viser interesse for studentene på denne måten, er også viktig i forhold til hvor seriøst studentmediet blir oppfattet av andre. Det er en vinn-vinn-situasjon for studentene, «Mediehuset» og skolen. Studentene vil få praktisk erfaring, samtidig som «Mediehuset» får inn innhold på siden. Å ha et godt studentmedium kan være med på å gi Høgskolen i Gjøvik god omtale, og kan i beste fall være med på å bidra til at flere søker seg til HiG.

5.10 Innlandsuniversitetet

«Mediehuset» og Innlandsuniversitetet var de to konseptene det stod mellom i en periode under Bacheloren. Vi tenkte en stund at Innlandsuniversitetskonseptet kunne skape engasjement blant studentene på skolen. Dette er på grunn av det mulige samarbeidet som kan oppstå mellom alle høgskolene som er involvert i prosjektet. Problemet var at dette konseptet ikke kunne løse resultatmålet som ble satt, men løse en eventuell fremtidssituasjon. Dette var årsaken til at det ikke ble videreført i prototype-fasen, men ble mer sett på som en anbefaling senere om Innlandsprosjektet ble fullført. Innlandsprosjektet gikk ut på at høgskolene i Gjøvik, Lillehammer og Hedmark skulle bli til ett samlet universitet, og at høgskolene ble til campuser.

Konseptet gikk ut på å ha et samlet studentmedium for alle Høgskolene som gikk under Innlandsuniversitetet. Studentmediet skulle fungere som en nettside i Wordpress, for å gjøre publisering og organiseringen enklere. Det at tre høgskoler er involvert i et slikt studentmedium, kan resultere i økt ressurser. Øker ressursene, kan engasjementet også øke, med tanke på at arbeidet kan bli fordelt på flere studenter. Det at målgruppen blir større ved bruk av dette konseptet, gjør også at mange studenter gjerne ser, leser og hører på det som blir laget, og på den måten kan motivasjonen og engasjementet for den arbeidende student øke betraktelig. Er man en del av et større studentmedium, kan det gi mye erfaring som er nyttig for en fremtidssituasjon.

5.10.1 Resurser

I starten av dette konseptet, trengte vi mye informasjon for i det hele tatt å kunne tenke oss hvordan et samlet studentmedium ville fungert over ett så stort område. For å få litt informasjon om hvordan man kunne organisert et slikt studentmedium, kan det være lurt å ha en oversikt over hvilke ressurser man har til rådighet. For å finne ut hvilke ressurser og studentmedier vi stod igjen med, evaluerte vi studentmediene ved Høgskolen i Lillehammer, og fant ut hvilke ressurser Høgskolen i Hedmark hadde, ettersom de ikke har studentmedier den dag i dag. Høgskolen i Lillehammer har både studentavis, studentradio og student-TV.

- *Studentavis*

Alle høgskolene har mulighet til å produsere saker for en avis, men da kun for en eventuell nettutgave. Årsaken til dette er at ved en trykt studentavis møter man mange problemer som kanskje er unødvendige. Hvor skal avisen produseres? Skal man bruke en leverandør for å få levert avisen ut til alle campusene? Slike problemer kan man unngå ved å kun ta i bruk en nettutgave. Skulle nettradioen, avisen og student-TV bli et samlet studentmedium, ville det vært enklest om vi kun hadde hatt en nettutgave. En annen løsning kunne vært at skolene hadde sine egne studentaviser, hvor da de viktigste sakene ble lagt ut på nett for alle campusene.

- Studentradio

Å evaluere studentradioen ved HIL er ekstremt vanskelig, med tanke på at de er i startfasen. Nettsiden er ikke ferdig utformet, men radioen starter automatisk når man går inn på nettsiden(20). Høgskolen i Lillehammer har ressurser til å utføre nettradio som et studentmedium med tanke på at de allerede har en studentradio og det utstyret som trengs for å produsere sendinger. Høgskolen i Hedmark kan bidra med å bruke journaliststudenter til å lage reportasjer med opptaksutstyret sitt. HiG har også studentradio og de ressursene som trengs for å produsere studentradio. Skal studentradio fungere for alle campusene, bør man podcaste radiosendingene, slik at man øker tilgjengeligheten. Da må man ikke være ledig til et eksakt tidspunkt, men man har muligheten til å høre på sendingene i senere tid.

- Student-TV

Høgskolen i Lillehammer har allerede student-TV, men som er studieintegrert. Dette vil si at studentmediet alltid kommer til å fungere, fordi studentene er nødt til å lage student-TV for å få godkjent studiet sitt. De har studieretninger innenfor TV-produksjon og har da ressurser som studenter, utstyr og fagpersoner. Høgskolen i Hedmark har også ressurser som TV-produksjonsfag og i tillegg journalistikk. Og i år er det to studenter som lager grunnlaget for student-TV på HiG. Med andre ord har alle høgskolene mulighet til å utføre student-TV på nett. Det har mye å si hvordan en tolker student-TV også. Det kan være reportasjer som blir lagt ut etter hvert, og teoretisk sett trenger man kun en kameratelefon for å få til dette. Tenker man stort har man ukentlige sendinger, med en programleder og et helt mannskap. Dette blir vanskeligere å få til over et så stort areal som Innlandsuniversitetet er ment til å operere over.

- Resultat

Evalueringen viser at alle høgskolene har noe å bidra med, og at et samlet studentmedium kan fungere i fremtiden, om organiseringen og utformingen av studentmediet er bra nok. Man hadde hatt mange ressurser til å lage et stort studentmedium som kunne ha dekket studentmedier som studentavis, student-TV og studentradio. Problemet med å ha et samlet studentmedium, er spredningen i areal. For å ta et godt eksempel på spredning, er Høgskolen i Hedmark fordelt utover områder som Rena, Elverum, Hamar og Evenstad. Det var vanskelig for oss å sette opp en ordentlig måte å organisere på, og dermed var dette kun et forslag i fra vår side, på hvordan studentmediet kunne opereres.

5.10.2 Organisering

Man bør ha organiserte redaksjoner på hver skole, som har egne PR- ansvarlige, som er gode til å formidle at dette er til for alle. Har man organiserte redaksjoner, kan det bli lagt frem på redaksjonsmøtene, de sakene som er viktigst å ta med. Da kan man øke kvaliteten av innholdet, noe som er meget viktig for å få lesere, seere og lyttere.

Redaksjonene bør helst bestå av mediestudenter som har erfaring fra før av, både når det gjelder design og innhold. De vil også komme lengre med en slik redaksjonserfaring i sitt senere arbeidsliv. For at andre studenter også skal føle seg som en del av dette, kan de som vil, være faste journalister og bli ført opp som ansatt på nettsiden. Da kan de vise til sine fremtidige arbeidsgivere at de har organisert seg i frivillig arbeid, noe som alltid vil hjelpe på. Motivasjonen kan da også øke, så lenge man får noe igjen for det selv.

Redaksjonen på hver skole kan ha en som er ansvarlig for å få inn saker for avisen, en for student-TV og en for radio. For avisen vil man da ha en ansvarlig redaktør på hver av campusene. Når det gjelder student-TV kan hver redaksjon ha en produsent, som har ansvar for å gå gjennom reportasjer og publisere dem. Og ved radioen kan man ha en ansvarlig redaktør som publiserer podcaster fra de forskjellige sendingene. Blir det for mye arbeid for en person, kan man tilrettelegge med to studenter senere om det er nødvendig. Redaksjonene bør også ha en webansvarlig, som opprettholder sin hovedmeny og passer på at alt fungerer som det skal. På hver skole vil dette bli en redaksjon på rundt fem personer i begynnelsen, når man også inkluderer en PR-ansvarlig.

Et problem kan være at Hedmark har forskjellige campuser, som kan gjøre det vanskelig for dem å organisere. De må ha engasjerte studenter, som er villig til å samle inn saker fra alle campusene, slik at deres hovedmeny på nettsiden ikke blir tom. Klarer man ikke løse dette problemet, kan det fort ende med at det er kun campus Gjøvik og campus Lillehammer som har hver sin meny, og da forsvinner meningen bak konseptet, som er å samle skolene og studentene.

5.10.3 Avslutning

Innlandsuniversitetskonseptet ble et lite sidespor i prosjektet. Dette var ikke meningen i fra starten, for da var jobben vår å finne det konseptet som virket best. Vi brukte lang tid på dette konseptet, ettersom vi ikke hadde mye informasjon rundt det. Vi tenkte også at det ville være bra for hovedkonseptet vårt, som var å samle studentmediene ved HiG, om det ble sett i en større sammenheng. Da ville vi også finne ut om det var mulig å utvikle konseptet videre. Etter veiledning og diskusjon innad i gruppen, fant vi ut at vi skulle fokusere på et konsept som hjalp studentmediene i dag. Dette resulterte i at konseptet rundt Innlandsuniversitetet ble teoretisk, og skrevet som en anbefaling. For å lese forslag til utforming, finnes dette i vedlegg 15, side 123.

6.0 Konklusjon

6.1 Resultatet

I prosjektet kom vi frem til at studentmediene stod ovenfor et stort problem når det gjaldt engasjement. Vår løsning på dette problemet var å lage et studentmedium der vi skulle samle Fiber, GSR og GSTV. Det viktigste med denne løsningen var å få redaksjonene involvert og engasjert til å jobbe videre med dette, slik at «Mediehuset» kunne bli en realitet. Resultatet vårt ble en prototype av en nettside. Prototypen ble utviklet i Wordpress for å gjøre videreføring og deling lettere når studentmediene tok over prosjektet, men også for å vise de hvor enkelt det var å opprette en slik nettside. I tillegg til å lage en prototype, laget vi også et teoretisk konsept for videreutvikling av konseptet, om det skulle bli noe av sammenslåingen mellom høgskolene i innlandet. Denne delen av prosjektet ble en stund sett på som et eventuelt sluttprodukt, men ble lagt vekk og gjort om til et teoretisk konsept, ettersom det ikke kunne løse resultatmålet vårt i dag.

Prototypen av «Mediehuset» sin nettside ble sluttresultatet. Vi oppnådde suksess, ettersom Fiber og GSR jobber med konseptet og nettsiden den dag i dag. Vi hadde møter med dem helt frem til midten av mai for å hjelpe de i gang, og fortsatte å ha kontakt helt frem til semesterslutt. Vi kom også frem til at studieintegrering er en vei å gå. Med dette vil vi involvere studiene ved høgskolen i Mediehuset. Ved å analysere Gimlekollen og Volda, forstod vi at studentmediene ble høyt prioritert på høgskolene, og var med på å øke kvaliteten over det som ble laget. Dette er noe som kan øke engasjement både for studiene og for studentmediene. Siden studiene våre inneholder en del emner rundt produksjon av medier, vil dette passe inn. Gjennom studieintegreringen vil studentmediene og studiene kunne tilby nye studenter relevant erfaring i forhold til jobb etter endt studie. Vi har også laget konkrete forslag til videre arbeid for de som driver studentmediene.

Det har kommet fram at vår løsning helt klart har skapt nytt engasjement blant de som jobber i studentmediene. De har også tatt til seg vår prototype og vil jobbe videre for å utvikle den. Ved å gjøre alle studentmediene tilgjengelige på samme sted vil det samlede mediet oppdateres oftere. Dette er noe som kan øke antallet lesere og lyttere for studentmediene og samtidig øke engasjementet.

6.2 Samarbeid

Det at ikke alle kjente hverandre før prosjektstart ga oss mye lærdom. Det å ikke kjenne hverandre før et så stort prosjekt starter, er en risiko. To av oss kom på skolen hver dag, mens den tredje personen bodde utenfor Gjøvik, og kunne derfor ikke dette. Det ga utfordringer i slutten, hvor vi gjerne skulle vært samlet opptil flere ganger i uken. Allikevel ordnet vi mye gjennom å kommunisere via Facebook. Vi har også vært flinke til å motivere hverandre, spesielt i tyngre perioder, hvor vi kanskje har vært usikre på veien videre i prosjektet. Nå når prosjektet er ferdig er vi godt fornøyd med egen innsats, og samarbeidet som var i gruppen. Det var også mye sykdom og migrene i prosjektet, som gjorde at analyse-perioden måtte utvides en uke. Dette gikk selvsagt utover den tiden vi hadde til prototypen, men ettersom vi var flinke å motivere hverandre, jobbet vi ekstra hardt de to siste sprintene, både i ukedagene og i helgene.

7.0 Litteraturliste

1. Schwaber K, Sutherland J. Scrum. 2010 [20.05.2012]; Available from: [http://www.scrum.org/storage/scrunguides/Scrum Guide - NO.pdf - view=fit](http://www.scrum.org/storage/scrunguides/Scrum%20Guide%20-%20NO.pdf-view=fit).
2. Samset K. Prosjekt i tidligfasen: Valg av konsept: Trondheim : Tapir akademisk forlag; cop. 2008. 344 p.
3. Online RI. Research info. 2005 [20.05.2012]; Available from: <http://www.researchinfoonline.com/research-methods.html>.
4. Fiber. Fiber - studentavisen i Gjøvik. 2011 [18.05.2012]; Available from: <http://www.fiber.hig.no>.
5. Fiber. Nettutgaven til Fiber. 2011 [updated Mars 2011]; Available from: <http://fiber.hig.no>.
6. Studentradio G. Radioprogrammer høsten 2011. 2011 [updated U.D20.05.2012]; Available from: <http://radio.hig.no/>.
7. Peikestokken. Nettutgave for Peikestokken. 2012 [20.05.2012]; Available from: <http://peikestokken.no/>
8. Peikestokken. Arkivet. 2012 [20.05.2012]; Available from: <http://www.peikestokken.no/arkivet/>.
9. Peikestokken. Studentavisa i Volda. 2011 [20.05.2012]; Available from: <http://www.facebook.com/Peikestokken>.
10. Studentradioen. Volda Studentradio. 2012 [updated 06.03.2012]; Available from: <http://www.voldastudentradio.no/>
11. Volda S-t. Student-tv i Volda. 2012 [updated 26.04.201220.05.2012]; Available from: http://stvolda.no/?page_id=2.
12. Student-TV. Student-TV i Volda. 2012 [20.05.2012]; Available from: <http://stvolda.no/?p=1772>.
13. Volda S-t. Arkiv. 2012 [updated 26.04.201220.05.2012]; Available from: http://stvolda.no/?page_id=2.
14. Unikum. Unikum Studentavisen. 2012 [20.05.2012]; Available from: <http://www.unikumnett.no>.
15. Studentradioen. Studentradioen. 2012 [20.05.2012]; Available from: <http://www.studentradioen.no>.
16. Brukertest.com. Prototyping. Brukertest; U.D [updated U.D20.05.2012]; Available from: <http://brukertest.com/interaksjonsdesign/prototyping>.
17. Tveter C. Hvilke egenskaper må et verktøy ha når du lager prototype? Hva er HOTog hva er NOT? 2010 [20.05.2010]; Available from: <http://www.kuttisme.no/2010/10/27/hvilke-egenskaper-ma-et-verkt%C3%B8y-ha-nar-du-lager-prototype-hva-er-hotog-hva-er-not/>.
18. Wordpress. wordpress.org. 2012 [20.05.2012]; Available from: <http://www.wordpress.org>.
19. Wikstrøm M. Typografi på web. 2008 [22.05.2012]; Available from: <http://increo.no/aktuelt/post/typografi-pa-web>.
20. Lilleradioen. Studentradioen ved Høgskolen i Lillehammer. 2012 [20.05.2012]; Available from: <http://student.hil.no/lilleradio>.

7.1 Støttelitteratur:

Schwaber, K. Agile project management with Scrum: Microsoft Press; cop.2004.192 p.

Vedlegg

Revitalisering av studentmedier ved Høgskolen i Gjøvik

Innholdsfortegnelse

VEDLEGG 0.1: INTERVJU MED GURO WANG ØVERLI	88
VEDLEGG 0.2: INTERVJU MED REDAKSJONEN I STUDENTRADIOEN	90
VEDLEGG 0.3: INTERVJU MED REDAKSJONEN I FIBER	91
VEDLEGG 0.4: INTERVJU MED LIV IREN HOGNESTAD	92
VEDLEGG 0.5: NOTATER FRA ALLMØTE, INNLANDSUNIVERSITET.	93
VEDLEGG 0.6: SPØRSMÅL TIL FOKUSGRUPPEMØTE 1	95
VEDLEGG 0.7: SPØRSMÅL TIL FOKUSGRUPPEMØTE 2	96
VEDLEGG 0.8: VEILEDNINGSMØTER	97
VEILEDNING 1: NOTATER	97
VEILEDNING 2: NOTATER	98
VEILEDNING 3: NOTATER	100
VEILEDNING 4: NOTATER	102
VEILEDNING I OSLO: NOTATER	102
VEILEDNING 6: NOTATER	103
VEDLEGG 0.9: REFERAT FRA INTERVJU MED GSR	106
VEDLEGG 10: SPRINTMØTER	107
VEDLEGG 11: INTERVJU MED JØRN WROLDSEN OG MARIA LILLEMOEN	109
VEDLEGG 12: FYLDIG REFERAT FRA FOKUSGRUPPEMØTENE	111
VEDLEGG 13: FORSLAGSOVERSIKT	115
VEDLEGG 14: OVERFØRINGSdokument	118
VEDLEGG 15: FORSLAG TIL UTFORMING AV KONSEPT 2	123
VEDLEGG 16: SKISSER AV PROTOTYPE	125
VEDLEGG 17: SKJERMBILDER AV PROTOTYPEN	128
VEDLEGG 18: PROSJEKTPLAN	131
VEDLEGG 19: PRODUKTKØ	139
VEDLEGG 20: SPRINTKØ	140
VEDLEGG 21: DIAGRAM – ARBEIDSMENGDE	143

Vedlegg 0.1: Intervju med Guro Wang Øverli

Navn: Guro Wang Øverli

Informasjon om Øverli:

Hovedansvar for rekruttering, markedsmateriell, profilering, studentmottak, annonsering, strategi og analysearbeid innen markeds-og informasjonsenheten. Jobber også med web og annet informasjonsarbeid.

Kontaktinformasjon:

E-mail: guro.oeverli@hig.no

Telefonnr: +47 61 13 51 26

Tema: Informasjonsformidling ved HiG

Deltakere fra gruppen: Heidi Bang Eikesdal

Tidspunkt: 22 februar 2012, klokken 14.00

Sted: Kråkereiaret (grupperom på HiG)

Kommentar (25.02.2012): Dette intervjuet skulle avdekke om HiG kunne ha et samarbeid med studentmediene, og det skulle avdekke litt om informasjonsformidling ved HiG, kun for å få et innblikk i hvordan de delte ut informasjon. Informasjonen ble ikke brukt i rapporten, fordi det var kun til vår egen fordel, med tanke på at vi ønsket god bakgrunnskunnskap.

Spørsmål:

1. Mener dere at aktuell informasjonen ved Høgskolen kommer frem til studentene?
2. Hva er hovedinformasjonskanalen på skolen mener dere?
3. Hvilken informasjon er viktigst for dere å få ut til studentene?
4. Ville én enkel nettside, med informasjon rettet mot studentene, vært en god løsning på alle de forskjellige informasjonskanalene skolen har i dag?
5. Hvem tar seg av informasjonen som må ut til studentene? Og hvor legger dere ut informasjonen?

6. Får studenter som jobber med fiber eller studentradio noen økonomisk støtte for jobben de gjør?
7. Er det studentenes oppgave å holde i gang fiber og studentradioen?
8. Hvor stor del av informasjonen som går ut er det studentene som jobber med å få ut?
9. Hvorfor har ikke en felles informasjonskanal blitt tatt i bruk tidligere? Det er jo lagt til rette for det i bacheloroppgaver osv.
10.
Har dere andre ideer til hvordan studentene kan få en ryddig oversikt over ting som skjer på skolen for studentene?

Vedlegg 0.2: Intervju med redaksjonen i studentradioen

Navn: Per Andreas Stange, ansvarlig redaktør for Gjøvik studentradio

Informasjon om Stange: Per Andreas Stange er student ved Høgskolen i Gjøvik, og studerer spill programmering. Han går nå andre året, og er ansvarlig redaktør for GSR.

Dato: 21.02.2012

Sted: Kantinen

Intervju til ansvarlig på studentradioen

1. Hvordan er ansvarsfordelingen i studentradioen? Hvor mange er dere som driver den?
2. Hvordan har utviklingen vært de siste par årene?
3. Hvordan ser dere for dere fremtiden for studentradioen?
4. Hvor mye aktuell informasjon mener du studentene får ved å høre på studentradioen?
Er det en av programmene som dekker ting som skjer på skolen litt mer enn de andre?
5. Blir radiosendingene podcastet?
6. Få høre hva de tenker om ideen om at podcastene blir lagt ut på en felles nettside for all skolerelevant materiell.
7. Hvordan fungerer studentradioen den dag i dag?

Vedlegg 0.3: Intervju med redaksjonen i Fiber

Navn: Tone Skrederbakken

Informasjon om Skrederbakken: Studerer andre året, medieproduksjon, og er ansvarlig redaktør for Fiber.

Dato: 01.03.2012

Sted: Kjelleren i K-bygget

1. Hvordan er situasjonen i Fiber i dag?
Oppfølgingsspørsmål: Hvor lenge har Fiber vært ute av drift?
2. Hvor mange ansatte er dere?
3. Hva er din jobb?
4. Hva motiverer deg til å fortsette?
5. Hvordan skal dere få Fiber i drift igjen?
6. Ønsker dere å ha papiravis og nettutgave?
7. Hva har skjedd med nettutgaven?
8. Hvordan vil dere motivere andre?
9. Hva er det største problemet Fiber står ovenfor i dag, om du kun skal bruke et ord?

Vedlegg 0.4: Intervju med Liv Iren Hognestad

Fra: Elling Brandvold (elling.brandvold@hig.no)

Sendt: 06.03.2012, 20:57

Til: Liv Iren Hognestad

Kommentar: Liv Iren Hognestad arbeider ved Mediehøgskolen, Gimlekollen, og er den som sitter på informasjon rundt studentmediene der.

Spørsmål:

- Har dere separert nettutgaven og papirutgaven? og på hvilken måte i så tilfelle.
- Hvor mange lesere har dere?
- Hvilken type informasjon dekker dere? Både skolerelatert og sosial relatert informasjon?
- Hvor ofte kommer avisen ut?
- Hvor ofte blir nettavisen oppdatert?
- Tjener dere noe på det selv? Attest fra skolen/penger?
- Hvorfor tror du at deres studentavis er oppe og går enda?
- Hvordan er redaksjonen delt opp?
- Utfører dere noen gang en brukerundersøkelse for å bedre innholdet?
- Hvordan er arrangementet rundt avisen?

Vedlegg 0.5: Notater fra allmøte, Innlandsuniversitet.

Dato: 29.03.2012 klokken 11.30

Sted: Eureka

Deltakere fra gruppen: Heidi Bang Eikesdal og Elling Brandvold

Statsråden burde gjort mer i prosessen?

Status:

HIL og HIG har hatt hyppig dialog med OFKs ledelse siden 28.02.2012.

HH har ikke ønsket dialog i 4 uker (høgskolen i hedmark)

HH har i media kjørt en stor kampanje mot oppland generelt.

HIG har valgt en svært lav medieprofil/valgt å ikke svare på krasse usaklige innlegg (men innlegg sendt nå)

Følsomt å skrive i media. Svare på den type opplegg i media er vanskelig.

Høgskolene i vestfolk, buskerud og østfold: Blir ingen sammenslåing mellom høyskolene der. (de har gjort en bedre prosess enn oss)

Forskjellig syn om mål og visjon, valgte de å velge bort fusjonsarbeidet.

Utfrodringen: Klimaet mellom partene svært vanskelig

HIL har i styremøtet 19.03 gått inn for en alternativ modell, ref.leserinnlegg fra stenseng og christie og HILS rektorat. (alternativ måte å jobbe på,modellen er ulovlig)

Åsland ønsker ikke gripe inn, men mener vi bør bygge et felles fundament

KUF fondet krever enighet fra høgskolene "innen kort tid". Ellers trues med nedlegging av fondet.

Setter full trykt på å utarbeide faglige prosjekter og administrative prosjekter for å bygge oss sammen.

Felles IKT system (må gjøres, og er gunstig)

Mye sterkere faglige prosjekter

En sterk minister ville sagt at det skal fusjoneres i innlandet men nå er det slik som

Åsland sier: lag fusjoner om dere vil, eller gjør det dere vil.

Innlandet sier: vi gjør alt vi kan for å få universitet.

Kanskje tre år eller fem år. 5 doktorgrader nå, vi må vise vi har robuste doktorgrader.

Ingen av høgskolene har sagt de ikke tror på et universitet.

Trenger en ny tilnærming: hva gjør KUF fondet med det? De ønsker en felles tilbakemelding fra høgskolene på hvordan vi kan få til en utvikling nå i arbeidet(?).

Ingen sikkerhet (gå ut i fra dette når vi skriver)

Vedtak 28.03.12 (få av rektor?)

Styringsstruktur for å sikre fremdrift.

Ikke prøvd på dette tidligere (3 selvstendige høgskoler og over flere byer)

Kanskje prosessen er vanskelig fordi det ikke har blitt prøvd før? Spør rektor.

Frivillige fusjoner mellom 3 høyskoler kjenner vi ikke til.

Å få et universitet har lavere verdi, enn å få flere arbeidsplasser og prestisje (personlig synspunkt).

Problemet: er det kommunikasjon?

Roper på en sterk leder?

(høgskolen i Gjøvik sitt styre) Hva har styret gjort feil? Styret har ikke fulgt mandatet. Styret sier selv de ikke har gjort en god nok jobb. Må komme frem til en avtale. Vi har ikke oppfulgt mandatet. (hvilket mandat er det snakk om?)

Har skrevet en samarbeidsavtale om hva ups skal gjøre. De skal ta tak i strategi, men har ikke gjort det. Styret og ledelsen burde vært klare på å gjøre ferdig et punkt til å begynne med. Enkelt å være etterpåkløkt.

Hvorfor har vi ikke fundamentet?

For mye påstander. Styret kan gå inn i seg selv: hvorfor vil vi dette? (personlig kommentar)

Endre delegasjoner.. de vil ikke fortsette på den måten som de har gjort de siste 6 mnd. 20 april skal HH komme med hva de syns. Ingen vedtak før denne datoen. Eneste seminaret den 28, forklarer litt.

Felles it tjeneste ble prøvd for 8 år siden, hva skjedde?

Gjøre noe med makten. De som vektlegger mye, må få mer makt.

Vedlegg 0.6: Spørsmål til Fokusgruppemøte 1

Dato: 20. April, klokken 12

Deltakere fra gruppen: Birgitte Aarebrodt, Heidi Bang Eikesdal, Elling Brandvold

Deltakere fra fokusgruppe: Tone Skredderbakken (redaktør for fiber), Ingeløw Kopperud (erfaring fra studentmedier og student) og Thea Thorstensen (erfaring fra studentmedier og student)

Fravær: Per Andreas Stange (ansvarlig redaktør for Gjøvik student radio) Kort intervju den 26.04.2012.

Spørsmål skrevet ned på forhånd:

- Fiber

Hvorfor tror dere at Fiber ikke har fungert det siste året?

Hvordan burde en slik side holdes i gang?

- GSR

Hvilke tanker har dere rundt studentradioen? Hva fungerer og fungerer ikke?

- GSTV

- Hvilke tanker har dere rundt dette nye studentmediet? Hvem vil engasjere seg her?

- Har dere noen tanker rundt hvordan et samarbeid mellom Fiber, GSR, og GSTV kan være? Noen ulemper/fordeler?

- Tror dere at vår løsning vil engasjere studentene til å jobbe med nettsiden og følge med på den?

Lag et eksempel på en site-map som du synes dekker behovene til de to målgruppene?

Kom med forslag til meny og undermenyer?

- Design, farger?

- Hvordan ser dere for dere at redaksjonen for Mediehuset kan være?

- Ta eksemplene vi har laget i slutten, og la dem diskutere hvilke løsninger de liker på hver av dem?

- Hvordan kan vi markedsføre nettsiden?

- Forslag til navn på nettsiden? Bør alt være nytt, eller skal vi holde oss til Fiber, GSR, GSTV, (eller avis, radio, tv)?

Intervju med Peer Andreas 26.04.12

- Nøyaktig, hvor mange radioprogrammer blir sendt per dags dato?

- Kan du gi oss en bedre beskrivelse for teknologien, ShoutCast og Digital radio?

- Hvordan målte dere lyttertallet i 2011?

- Hva synes du om å samle studentmediene?

- Forslag til utforming?

Vedlegg 0.7: Spørsmål til Fokusgruppemøte 2

Dato: 26. April, klokken 11.00-12.00

Deltakere fra gruppen: Birgitte Aarebrodt, Heidi Bang Eikesdal, Elling Brandvold

Deltakere fra fokusgruppe: Marie Fasteraune (sykepleierstudent) og Lars Eriksen (mediemanagement)

Fravær: Joakim Arntsen (teknologidesign og ledelse)

Spørsmål skrevet ned på forhånd:

1. Bruker dere studentmediene? Hvorfor/hvorfor ikke?
2. Hva skal til for at dere ønsker å bruke de?
3. Hvordan bør de strukturere innhold?
4. Hvilket innhold er viktig å fokusere på?
5. Har dere noen forslag til hvordan man kunne engasjert flere studenter som ikke er mediestudenter?
6. Hva tenker dere om "Mediehuset"?
7. Er dette noe som kunne være interessant for dere?
8. Hadde dere ønsket å bidra med noe for et slikt studentmedium?

Vedlegg 0.8: Veiledningsmøter

Veiledning 1: Notater

Dato: 24 januar 2012 klokken 10.00

Veileder: Anders S. Løvlie

Deltagere: Heidi Bang Eikesdal og Birgitte Aarbrodt

Teknologi: Skype

Tolking av oppgaven

Hva gjør vi med underskrift på avtalen?

Skal vi fokusere på nye og/eller?

Må vi levere prosjektbeskrivelse? Eller skal vi ha den slik den er? Avgrense problemet, velge vekk det vi ikke skal gjøre.

Hva skal prosjektplanen inneholde? Hvilke måte skal vi skrive den på? skal kjell are ha disse dokumentene?

Tips til hvordan vi kan ta fatt på oppgaven/ skal vi fokusere mest på de mediekanalene som er eller fokusere på å finne nye løsninger?

Er det lurt å lage markedsundersøkelse om hva folk mener om de mediekanalene som er?

Madrid, forskningsprosjekter.

Mål, tema med avgrensning, ansvar

Forhold, ressurser, fremtidsplan. Utdype hva vi ønsker å gjøre.

Kikke på hva folk har gjort før. Studentradio og studentavis, våren 2010 bachelor.

Hvilke problem prøvde de å løse, hvordan gjorde de det? Har de klart det? Hva kan være fornuftig å gjøre i dag. Snakke med avis og radio i dag, hva de har gjort siden 2010?

Hva er situasjonen i dag? Vi skal lage den nye mediekanalen som skal ta over. Fokuser på en ting.

Rette oss mot hvem? Lage noe som er arrangerene for studentene på høgskolen i gjøvik.

Begrunn dette. Studentene på høgskolen. Mangel på arrangement.

Hvor mye tid har vi til å gjøre undersøkelse? Kvalitativ undersøkelse. Få en bedre forståelse av hvorfor de ikke bruker det. Begynn med oss sjøl. Omtrentelig beskrivelse av hva problemet er. Teste beskrivelsen ved å prate med de som er aktive i studentmediene. Gjøre intervjuer med andre studenter.

Prosjektmetodikk. Tenker på det i dag. Ha et bevisst forhold til det. Unngå å lage alt for mye unødig byråkrati for dere selv. Smidige metoder, scrum? Sette oss inn i dette.

Problemstilling: to ting: problemet vi skal løse, hva vi skal få til i prosjektet? Prøv også å tenke mer generelt, hva kan vi lære av dette? Teoretisk sammenheng. Hvordan er dette relevant for andre forskere som jobber med det samme problemet? I forhold til medievitenskap. Hvordan bruke sosiale medier til å bygge community? Spesifikk konkret ting og en mer generell problemstilling.

Finne ut hva vi skal gjøre nå først, fremdriftsplan. Fredag klokken 12.

Veiledning 2: Notater

Dato: 28 februar 2012

Klokken 10.00

Veileder: Anders S. Løvlie

Deltagere: Heidi Bang Eikesdal, Birgitte Aarebrodt og Elling Brandvold

Teknologi: Skype

Spørsmål: hvilke informasjon skal vi fokusere på? Sosial eller bare informasjon for skolen.

Alle mediekkanaler som face ol, eller kun skjermer, radio og avis.

Facebook stenger ute folk.

Scrum! Ser det ok ut? Skrive mer om metodikk? Tenke på det man skal gjøre. Dele opp i sprint. To ukers sprinter? Relativt små oppgaver som skal gjøre i en sprint.

Sprint 1: lage en grundig beskrivelse av problemet

- Hva opplever de som står bak avisen osv

- Hva opplever studentene, brukerne, hva ønsker de ut av en avis? Hvilken type informasjon?
- Hva er situasjonen andre steder? HIL

Sprint 2: Konsept for et nytt system

Sprint 3: Prototype av en ny mediekkanal, evaluering? Skal vi teste den ut? Først lage og så teste? Kontinuerlig testing underveis? Smart med kontinuerlig. Man lager skisse på papir først, før man gjør det på en datamaskin.

Grov inndeling øverst. Så skal vi planlegge første sprint, og så dele opp i mindre ting som vi skal lage i første sprinten. Ting vi skal LAGE!!! Ikke gjøre.

Nettsteder, darling, hig. Fiber.no

Lage prototype av en ny nettside? JA!

Hjelp til punkt 5 på prosjektplanen.

Studentene er målgruppa, tenk hva de vil ha!

Er fiber finansiert av høgskolen?

Uavhengig medium?

- Velg en målsetting: endre effektmålet. Hvor har vi tenkt å ende opp? Lage en prototype som er egnet for å bli brukt mer, enn det som foreligger i dag.

Tydelig beskrivelse av hva vi nå tror er problemet? Ingen leser aviser, ingen hører på radioen, nettsidene er uheldig designet, dårlig promotering. Skriv det på det første punktet.

Ta prat med studentradio og avisen. Få en forståelse for hvorfor d ikke har fungert!

Ta og kikk på konkurrentene. HIL. Et sted det fungerer bra.

Medie for studentene!! Eller for skolen generelt?

Ikke konkluder for tidlig.

Skikkelig research.

Snapshot av utviklingen.

Dokumentasjon: kontinuerlig, dokumenter resultat? Lag en kort rapport ut av resultat etter hvert.

Standardbruk: bruk av webstandarden. Visse standarder, html, css og java. Åpne standarder. I tilfelle andre skal bruke det, er de gode i java? Eller bør man velge en åpen standard? Skal vi bruke wordpress, wordwiki? Kilde kode eller ikke. Ikke tilgjengelig.
Suksess: finne ut hvordan det er i dag, fiasko: om vi ikke finner det ut.
Suksess: at vi får gode tilbakemeldinger på prototypen, fiasko: sitter et helt semester med prototypen og får dårlige tilbakemeldinger.
Fiasko: tidsbruk.
Ny risikoevaluering.

Produktkø og sprintkø, burndown charge. Prosjektstyring. Gjett hvor lang tid det tar. List ting vi skal lage, ikke gjøre. Gjør om fremdriftsplanen. Lage to grafer. Ikke vits å lage gantt-skjema!
Poenget med burndowncharge: hvordan ligger vi an? Ved slutten av hver sprint. Et møte, disse tingene var i sprintkøen, hva er vi ikke ferdige med? Det vi ikke blir ferdige med, må vi overføre til neste sprint, på et tidspunkt å finne ut hva vi kan utelukke.

Scrum

Lage intervju guide

Sprint- sprint backlog: de viktigste tingene ut i fra produktkø.

- En analyse av problemet: skrive det ut.
- Et konsept
- En prototype

Tydligere forhold til mediekanal eller massemedium?

Hva er kriteriene for å lage et studentmedium på et lite sted?

La være å tenke på burndowncharge i første omgang.

Formuler målsettingen tydeligere.

Gjerne mer enn en skole, helst 2

Veiledning 3: Notater

Tidspunkt: Torsdag 8 Mars, Klokken 10.00

Deltagere: Heidi Bang Eikesdal, Birgitte Aarebrodt og Elling Brandvold

Spørsmål: hvilke informasjon skal vi fokusere på? Sosial eller bare informasjon for skolen.

Alle mediekkanaler som face ol, eller kun skjermer, radio og avis.

Facebook stenger ute folk.

Scrum! Ser det ok ut? Skrive mer om metodikk? Tenke på det man skal gjøre. Dele opp i sprint. To ukers sprinter? Relativt små oppgaver som skal gjøre i en sprint.

Sprint 1: lage en grundig beskrivelse av problemet

- Hva opplever de som står bak avisen osv

- Hva opplever studentene, brukerne, hva ønsker de ut av en avis? Hvilken type informasjon?
- Hva er situasjonen andre steder? HIL

Sprint 2: Konsept for et nytt system

Sprint 3: Prototype av en ny mediekkanal, evaluering? Skal vi teste den ut? Først lage og så teste? Kontinuerlig testing underveis? Smart med kontinuerlig. Man lager skisse på papir først, før man gjør det på en datamaskin.

Grov inndeling øverst. Så skal vi planlegge første sprint, og så dele opp i mindre ting som vi skal lage i første sprinten. Ting vi skal LAGE!!! Ikke gjøre.

Nettsteder, darling, hig. Fiber.no

Lage prototype av en ny nettside? JA!

Hjelp til punkt 5 på prosjektplanen.

Studentene er målgruppa, tenk hva de vil ha!

Er fiber finansiert av høgskolen?

Uavhengig medium?

- Velg en målsetting: endre effektmålet. Hvor har vi tenkt å ende opp? Lage en prototype som er egnet for å bli brukt mer, enn det som foreligger i dag.

Tydlig beskrivelse av hva vi nå tror er problemet? Ingen leser aviser, ingen hører på radioen, nettsidene er uheldig designet, dårlig promotering. Skriv det på det første punktet.

Ikke kopier tekst fra prosjektbeskrivelsen uten å skrive at man har tatt det fra prosjektbeskrivelsen. Skriv om. I prosjektbeskrivelsen står d bla bla...Mer konkret i denne sammenhengen betyr d...

Forklar hvorfor vi har droppet tv-skjermer.

Hva er årsaken? Finn den! Er d teknologi? Late studenter? Økonomi? Organisering?

Konsept? Mengden av studenter?

Ta prat med studentradio og avisen. Få en forståelse for hvorfor d ikke har fungert!

Ta og kikk på konkurrentene. HIL. Et sted det fungerer bra.

Medie for studentene!! Eller for skolen generelt?

Ikke konkluder for tidlig.

Skikkelig research.

Snapshot av utviklingen.

Dokumentasjon: kontinuerlig, dokumenter resultat? Lag en kort rapport ut av resultat etter hvert.

Standardbruk: bruk av webstandarden. Visse standarder, html, css og java. Åpne standarder. I tilfelle andre skal bruke det, er de gode i java? Eller bør man velge en åpen standard? Skal vi bruke wordpress, wordwiki? Kilde kode eller ikke. Ikke tilgjengelig.

Suksess: finne ut hvordan det er i dag, fiasko: om vi ikke finner det ut.

Suksess: at vi får gode tilbakemeldinger på prototypen, fiasko: sitter et helt semester med prototypen og får dårlige tilbakemeldinger.

Fiasko: tidsbruk.

Ny risikoevaluering.

Produktkø og sprintkø, burndown charge. Prosjektstyring. Gjett hvor lang tid det tar.

List ting vi skal lage, ikke gjøre. Gjør om fremdriftsplanen. Lage to grafer. Ikke vits å lage gantt-skjema!

Poenget med burndowncharge: hvordan ligger vi an? Ved slutten av hver sprint. Et møte, disse tingene var i sprintkøen, hva er vi ikke ferdige med? Det vi ikke blir ferdige med, må vi overføre til neste sprint, på et tidspunkt å finne ut hva vi kan utelukke.

claus 90552389

Scrum

Lage intervju guide

Sprint- sprint backlog: de viktigste tingene ut i fra produktkø.

- En analyse av problemet: skrive det ut.
- Et konsept
- En prototype

Tydeligere forhold til mediekanal eller massemedium?

Dette kan vi lære!

Hva er kriteriene for å lage et studentmedium på et lite sted?

Et av forskningsspørsmålene

La være å tenke på burndowncharge i første omgang.

Formuler målsettingen tydeligere.

Gjerne mer enn en skole, helst 2

Veiledning 4: Notater

Tidspunkt: Tirsdag 20 Mars.

Deltagere: Heidi Bang Eikesdal og Birgitte Aarebrodt.

mye ble sagt på veiledning: Blant annet at vi MÅ komme med en skikkelig grunn til hvorfor vi skal lage nettside.

Noe annet som ble nevnt, er å ta for oss innlandsuniversitetet og konsentrere oss om det, slik at vi får en helt unik bacheloroppgave (dette kan være interessant) Vi trenger alle å møtes nå! Kan folk møtes på fredag???

VI skal ta for oss et samlet studentmedium for innlandsuniversitetet i konseptdelen i stedet for kun HIG. På den måten har vi en unik bacheloroppgave, som tenker frem i tid. I følge analysen vår har vi IKKE funnet løsning på hvorfor vår nettside for kun HIG skal fungere denne gangen, og det vi har kommet frem til i analysen er at vi har et engasjement problem. Vi kan løse engasjementet ved å involvere andre skoler, vi får flere som kan arbeide med studentmediene, bedre økonomi, osv... dette var anders sitt innslag egentlig, men vi innser nå at det er bedre å vinkle oppgaven mot et slikt scenario.

Det som må gjøres nå er å få tak i studenter ved lillehammer og hedmark, for å få deres meninger. Kanskje ta kontakt med redaksjonene for radio og avisen på Lillehammer, og kanskje få tak i en journalist person ved høgskolen i Hedmark. Jeg setter deg, Elling og deg, Birgitte på den oppgaven, fordi jeg trenger å fokusere på at analysen blir helt rett når jeg sender den til Anders. Er en del ting som må endres der for å si det sånn.

Veiledning i Oslo: Notater

Tidspunkt: 16 April 2012

Deltagere: Anders S. Løvlie, Heidi Bang Eikesdal, Birgitte Aarebrodt og Elling Brandvold.

Sted: Forskningsparken

Hva er problemet? Hva har vi lest oss ut i fra. Ta bacheloroppgaven i 2010.

Metode: hva er det vi skal gjøre? Konkret hva vi skal gjøre. Konkrete valg her.

Hva fikk vi ut av intervjuene? Hva fikk vi vite?

Savner i starten, den enkleste informasjonen om radioen, avisen. Hvor mange problemer? Hvorfor heter det nettradio? Sendeskjema er ikke opplagt.

Hva er det som har forandret seg? Mange skylder på kvalitetsreformen.

Formell referanse ved sitat.

Tydelig på hva vi ikke vet. Lyttertall f.eks

Ikke vær redd for å gjenta i konklusjonen.

Muligheter for å åpne opp for å publisere reportasjer.

Presentasjonen: til slutten.

Innholdet av nettsiden er vanskelig å skisse.

Hvor mye skal vi oppnå?

Fokusgruppe for medieproduksjonsstudenter, fordi det er de som skal arbeide med det.
Hva medium kunne de tenke seg å jobbe med?

Rammene/verktøyene

Skisser noe vi tenker oss. Hvor mange journalister klarer vi å trekke inn? Hvor mange trenger vi?

Skisser hva det skal bli til. Ideen må være tydelig.

Struktur til møte. Versjon testes. Så ny fokusgruppe ny versjon.

Velge andre års studenter i stedet for.

2 runder hvor vi legger frem skisser.

Veiledning 6: Notater

Tidspunkt: 30.04.2012

Status:

Hatt fokusgruppemøter, snart ferdig med prototypen, redaksjonsmøte på fredag, drøfting og konklusjon igjen.

Spørsmål:

- hva skal vi drøfte?
- Ukelogg?
- Viktigste vedlegg? Problemer?
- **Sprint back log, product back log (heidi har skrevet mye på rapporten, og jobbet med den hver dag, hvordan få inn dette?)**
- Og konseptet: vi har jo utkastet 1 av konseptet før fokusgruppe, og nå har vi jo fått inn noen endringer etter møtene, bør vi ha et avsnitt som forteller om dette? Eller hvordan skal vi gjøre det?
- Er det vits i å skrive om andre programmer vi kan lage prototypen i?
- Hvilke bilder kan være inni teksten, og hvilke kan ikke?
- **Hvilket diagram skal vi ha til slutt? Burn down shart? Eller hva trenger vi?**
- Når må du ha inn sluttrapporten for å få tid til å lese alt?
- Hva av prosjektplanen skal inn i vedlegg med tanke på at innledning i rapporten er mange av de samme punktene?

Bruke burn down chart. Hvor mange timer når vi begynte på tida? Etter 2 sprint, hvor mange timer har vi igjen da. Kor lage me burn down chart? Vise frem ærlig hvordan vi i starten hadde planlagt det, og ikke skjule noe. Produktkø og sprintkø: ting vi skal lage.

Lage første versjon av prototype, andre versjon av prototype. Skrive fokusgruppe delen av rapporten.

Skrive om at i har missforstått scrum. Fokus på det vi har laget, hvor mye vi har igjen å lage.

Litt mer info på rapportstruktur.

Vanlig innholdsfortegnelse, programmet lager det automatisk.

Arbeidsmetode

Prosjektstyringsmetode

Alle valgene vi må ta for å komme i mål: metode.

Kanskje ta med spørreundersøkelse hvis det har gitt oss noen gode svar. Forklare hvis ikke.

Scrum blir brukt til store og små prosjekter. Komplekse prosjekt: scrum. Prosjekter hvor det er mye som er usikkert, mye usikre elementer. Prosjekter som er vanskelige å planlegge i starten.

Ikke oppgaver: elementer, ting som skal lages. Features. Hvorfor bruker vi scrum?

Forklar litt mer at vi har hatt to ganger i uken, og at det er samme møtet, men ikke tatt det så ofte.

Sprintprosess: snakk heller om elementer.

Få eksempler på estimat, at estimatet gikk bedre senere, og ikke tidlig i prosjektet.

Nevne hvorfor vi har prosjektleder under scrum metoden.

Hvilken informasjon tar vi inn, hvilken informasjon tar vi ikke inn. Være konkret på hvorfor vi har gjort det, og ikke på en annen måte.

Lage burn down i excel. Låne boka på ny.

Sitat: fokusgrupper (siste avsnitt)

Innrykk til venstre mot høyre, mindre linjeavsnitt. I boka..... skriver forfatteren ole hansen, at fokusgrupper er en form.

Fiks dette over alt. Hvor vi bruker vi fokusgruppe? Ikke ha teori her.

Hva gir fokusgruppe oss?

Litt mer detaljert om hva vi gjorde.

Skrive om at vi spør hver enkelt i stedet for.

Feedbacken vi får fra våre skisser. Hva har vi lagt frem? Hovedmomenter i rapport?er det relevant å ha med i teksten?

Hva er nytt med dette konseptet?

Hvilke grep må vi gjøre? Hva består nettsiden av?

Få inn i rapporten feedbacken, og skrive om endringer.

Drøfting: forklare svakhetene med vårt eget prosjekt. Tydelig hva har vi funnet ut? Hva har vi oppnådd? Hvor mye mangler?

Hvor stor grad dere har tro til at prototypen kan fungere. Vil det ikke være nok?

Studieintegrering. Prototypen. Hva består den av? Hvordan er den nye løsning? Hvorfor fungerer den, hvorfor ikke.

Wordpress brukermanual har en berømt del : hvordan sette opp wordpress på 5 min? Vi har gjort research rundt temaer.

Hvordan er den logiske oppsetingen av nettsiden? Man legger ut programmer, høre live? Hvordan står tekst artikler. Hvordan har vi lagt det opp i prototypen. Hvordan fungerer nettsiden? Kan den bli tatt i bruk?drøfting. hva har vi klart å legge inn i prototypen? Hva mangler?

Ikke ukelogg, heller lage en oversikt overfor sprintene. Hvilke forandringer?

Vedlegg: prosjektplanen.

Effektmål og resultatmål: tekst helst, hva er det viktigste målet. Hovedmålet under hvert punkt.

Nevn at du kan lage prototype i andre programmer.

Når skal vi levere inn rapporten? 8 mai. Innen 11 mai får vi den tilbake.

Drøfting kan være lang. Kutt ned andre plasser. Stramme inn en del.

Kutte ned innlandsuniversitet. Ikke spekuler på om det blir. Utforming er relevant.

Hvordan kan vi lage et medium som er samlet? Skisser og div.

Vedlegg 0.9: Referat fra intervju med GSR

Sted: Kantinen

Deltakere: Birgitte Aarebrodt, Heidi Bang Eikesdal og Elling Brandvold

Radioen var det første massemedium vi hadde i Norge. Det vil si at når radioen ble til, var det første gang det gikk an å sende et budskap til alle på direkten. I dag vil noen si at radioen er et utdatert massemedium, som krever visse forhold for å få lyttere.

Forholder som nyttig informasjon, faste innslag med humor og tilgjengelighet er meget sentralt. God tilgjengelighet er nødvendig for å få studentene til å høre på radioen. Hvor kan lytterne finne radioprogrammene? Krever det tilleggsprogrammer?

Studentradioen ved HIG sliter med lyttertall. Etter et intervju med Per Andreas Stange, redaktør for studentradioen, får vi opplyst at lyttertallet ligger på gjennomsnittlig 20 til 40 personer, hvor vi i alt er 2700 studenter på HIG. Mesteparten av lytterne er mediestudenter, og årsaken til det kan være interesse for media og radio generelt.

Med tanke på at radioen ikke har noen PR-ansvarlige, kan det være vanskelig for studentene å finne ut informasjon om de forskjellige programmene som blir sendt fra GSR (Gjøvik Studentradio). Promotering er en stor del av arbeidet, og studenter trenger å bli påminnet om sendingstider, fordi dem har som regel mye annet å tenke på.

På nett finner man heller ingen informasjon om hvordan man kan høre på radioen. Informasjon som avspillingsprogram, sendetider, temaer for dagens sending og lignende er viktig for å få lyttere.

Flere problemer som kan hemme lyttertallet er kommunikasjonen mellom IT-tjenesten og GSR. IT-tjenesten kunne ha støttet dem i reklame når det kommer til informasjonsskjermene som er rundt om på HIG. En liten reklamesnutt eller en plakat der kan minne studentene på at det er sending. HIG kunne også ha linket til radio.hig.no på HIG sin hjemmeside. Motivasjon er også en viktig faktor, med tanke på at studentene gjør en jobb uten å få noe igjen for det. De kan ta til takke med kunnskapen og erfaringen de får ut av dette, men det hadde nok skapt mer interesse om studentene faktisk visste at de fikk en attest som kan brukes ved senere jobbsøking.

Junes bryster har vært det mest populære radioprogrammet som GSR har sendt ut. Lyttertallene lå rundt 60 på det høyeste, men nå er plutselig programmet borte. Det å ikke legge ut noe informasjon rundt dette, kan skape missnøye blant de som hørte aller mest på programmet, og troverdigheten rundt GSR kan forsvinne.

Tidligere har det vært slik at radioprogrammene har hatt sin egen facebook side, der folk kan kommentere saker midt i sendingen. Dette blir som regel tatt opp, og diskutert rundt, og noen av lytterne får på den måten en slags nærhetsfølelse. De føler at de er med, og derfor engasjerer noen seg. Det man må tenke på i sånne tilfeller, er at man ekskluderer de studentene som ikke har facebook. Hva med gjestebok på nettsiden til hvert program? Da kan alle som vil, komme med råd og tips, samt være med på diskusjonen.

Hovedproblemet for studentradioen ligger nok mye i engasjement blant studentene. Attesten man får fra GSTUD er det ikke alle som vet om, så da tenker man kanskje at

man gjør mye arbeid for veldig lite. Et annet problem er tiden en student har til overs. Å lage et program, og gjennomføre en sending hver uke er hardt arbeid. Løsninger på dette kan være å kutte ned sendingene til en times tid eller man kunne gått litt flere sammen og skape et godt samarbeid om et program eller to, i stedet for å ha flere.

Vedlegg 10: Sprintmøter

Deltakere: Birgitte Aarebrodt og Heidi Bang Eikesdal

Første sprint: 06.02.2012-11.03.2012

Hva har vi gjort?

- Vi har gjort en analyse, og funnet ut at det er et behov for opprydning i både radioen og avisen. Vi fant ut at det er et stort problem med engasjement både blant lesere/lyttere og de som jobber i studentmediene. Vi har også kommet frem til at vi trenger et nytt konsept.

Utfordringer?

- Det er vanskelig å få svar fra alle vi trenger svar fra. Mangler enda noe vi kommer til å plote inn etter hvert. Finne skoler som virket bedre enn oss. Vi har også tenkt konsept før analysen, noe som gjorde at vi satt litt fast på den ideen. Sykdom har vært en stor utfordring. Ting har dermed tatt lengre tid enn forventet. Scrum har definitivt vært en stor utfordring, med tanke på at dette var en ny metodikk for oss. Motivasjon var også en utfordring, men vi har vært flinke til å støtte hverandre og kom i land.

Hva skal vi gjøre videre?

Nå skal vi utvikle to konsepter, et for HIG og et om det skulle bli noe innlandsuniversitet. I forhold til konsept skal vi nå finne ut hvilke elementer vi trenger på hver av de, hva innholdet bør være, og rett og slett utformingen generelt.

Andre sprint: 12.03.2012-15.04.2012

Hva har vi gjort?

- Vi har kommet frem til to konsepter, hvor det ene skal bli brukt videre i arbeidet, mens det andre er et mer teoretisk konsept som kan bli tatt i bruk i fremtiden.
- Innlandsuniversitet kunne ikke bli gjort noe mer med, fordi prosessen i prosjektet Innlandsuniversitetet hadde stoppet opp. Etter samtale med rektor og Rigmor fant vi ut at fremtiden var usikker for Innlandsuniversitetet og derfor valgte vi heller å videreutvikle konseptet, "mediehus".
- Brukt studenter til å komme med tilbakemeldinger på hva de synes om begge konseptene, slik at det blir enklere for oss å utvikle noe som studentene vil ta i bruk.
- Reist til Oslo for veiledningsmøte med Anders S. Løvlie.

- Satt oss inn i Wordpress, for å finne ut hvilke muligheter vi har der til å utvikle konseptet videre.

Utfordringer?

- Mye sykdom, og derfor har oppdatering på oppgaven vært vanskelig for noen.
- Vanskelig å se for seg hvordan konseptet blir seende ut, og vanskelig å få prøvd å organisere alt uten all informasjon på bordet.
- Få samlet en fokusgruppe. Mange studenter jobber med eksamener og bachelorprosjekter selv, og har derfor lite tid til å bidra med tilbakemeldinger.
- Det var en utfordring å finne alle mulighetene for Wordpress, fordi vi hadde lite erfaring fra før av. Dette gjorde at vi måtte begrense mulighetene for nettsiden inntil videre.

Hva skal vi gjøre videre?

- Videreutvikle konseptet som ble valgt, og lage en prototype. Her skal vi ta først i bruk saks, lim og papir, hvor fokusgruppene skal få se de første skissene, og begrunne hva de liker og ikke liker. De skal hjelpe oss med brukervennlighet til å begynne med, for så å konsentrere oss mer om designet.
- Vi skal sette ordentlig i gang med wordpress, hvor resultatet skal bli en prototype av en nettside.
- Vi skal også videreføre ideen og prototypen til de som allerede sitter i redaksjonen i Fiber og GSR. Grunnen til dette, er at de har erfaring og ressurser, og er de som på best mulig måte kan få ideen vår ut til interesserte studenter.

Tredje sprint: 16.04.2012- 13.05.2012

Hva har vi gjort?

- laget skisser og prototype, hatt fokusgruppe møter, hatt 2 redaksjonsmøter, skrevet rapport, jobbet med vedlegg, testing av prototypen.

Utfordringer?

- Fokusgruppene kunne ikke delta på flere møter, pga eksamener og bacheloroppgaver. Redaksjonene viser ikke så mye engasjement. Forsinkelser.

Hva skal vi gjøre videre?

- Fortsette videreføringen av resultatet.
- Levere fra oss prototypen til redaksjonene.
- Ferdigstille rapporten og levere.
- Lage plakat og gjøre klar fremføring.

Vedlegg 11: Intervju med Jørn Wroldsen og Maria Lillemoen

Tidspunkt: 29.03.2012 klokken 14.00

Deltagere: Heidi Bang Eikesdal og Elling Brandvold

1. Hvordan er situasjonen i dag?
2. Hva er tanken bak et innlandsuniversitet? Hvordan oppstod ideen? skrevet masteroppgave om dette før. Oddvard norli på 80 tallet. prosjektet begynte i 2000.
3. Hva er hensikten med å slå sammen høgskolene til et innlandsuniversitet?
4. Vil sammenslåingen ha noen innvirkning på studentmediene som allerede eksisterer ved høgskolen i dag?
hvilken studentgruppe, starte ny organisasjon som kan løfte noe felles for alle studentene.
vet ikke noe om pengestrømmen. det er ikke blitt avgjort noe.
5. På hvilke måter vil studentene merke endring?
man vil studere på et universitet, tilhøre campus gjøvik, faglige utviklingen har allerede gått fort, i 2000/2001 hadde man lite professorer. fagprofiler og studier blir lokalisert på hvert sitt campus.
6. Hva vil skje med ressursene som Studentparlamentet fordeler utover aktivitetsgruppene? Vil det øke, minske eller forbli noenlunde likt som i dag.
7. Hvordan vil fronter og slike verktøy fungere? Alle vil ha samme innleveringsside? ingen beslutning på dette. et mål å samkjøre å få mest mulig felles.
8. tror dere personlig at det blir et innlandsuniversitet?
9. Hva har det å si for prosjektet, at det ikke er blitt prøvd å sammenslå 3 høgskoler i forskjellige byer, før?
vanskelig, ikke sikkert det kunne ha blitt sammenlignet uansett. oslofjordaliansen.
10. Hvorfor er viktig å få et universitet? Er et universitet det som bør prioriteres i Innlandet?
hovedgrunn utenom d faglige: et universitet har større faglige fullmakter, kan selv bestemme om de vil opprette master eller ikke, samme faglige krav, rett til å bestemme det sjøl. Nå lager man søknader og går gjennom en stor prosess.
11. Når startet hele prosjektet for første gang?
12. Hvordan vil dere fortsette nå?
13. Hvordan er arbeidet delt utover høgskolene? Er det kun høgskolen i Gjøvik som arbeider flittig for å få til dette prosjektet?
14. Er kommunikasjon mellom høgskolene dere største problem nå?
15. Hva tenker dere om engasjementet blant høgskolene?
16. Hva kunne en sterk leder gjort med prosjektet? tror dere at prosjektet hadde blitt

enklere å utvikle med en sterk leder?

en utfordring at det ikke er noen vedtatt politikk for dette. frivillighet. mer demokratisk, vi som jobber her får være med å bestemme. demokratisk prosess.

18. Hva er deres prioriteringer nå?

komme i dialog. bli enig om prosessen videre.

19. Hvor mye fokuserer dere på studentene?

I denne delen har det vært mye fokus på organisasjonsmodell, viktig å informere studentparlamentet.

20. Felles IT-tjeneste ble prøvd for 8 år siden, hvorfor tror dere det vil fungere denne gangen?

for alle tre høgskolene. sendt til styrene- felles saksfremlegg, HH sa nei, alle måtte vedta. kanskje man ser fordelene mer nå , mer digitalisering,

21. Har dere mål som blir lagt til underveis?

tidlig satt opp mål, de første målene: få på plass mastergrader fort. utvikle 10 mastergrader. PED på lillehammer kom rundt 2001. første samarbeidsavtale 2005. ikke en felles visjon. faglig utvikling viktig. må ha en felles visjon: hva skal universitet symboliserer.

Vedlegg 12: Fyldig referat fra fokusgruppemøtene

Utforming av nettsiden

Navigering

Jentene var enige i at de forskjellige kanalene burde ha hver sin menyknapp, og en "om oss"-knapp hvor informasjon om "Mediehuset" og kontaktinformasjon for de forskjellige redaksjonene kom inn. De var enige om at en "bli med"-knapp også burde være på siden, hvor de som ønsker å melde seg inn i gruppen kunne gjøre det. De mente også en "hjemknapp" var lurt å ha, slik at det til en hver tid var klart hvordan man kom seg tilbake til forsiden. Banneret med "Mediehuset"-logoen var ikke en åpenlys "hjemknapp" for alle mente de. Ellers burde siden være lett å navigere seg rundt på, vi burde følge tre-trykk-metoden, at man ikke skal måtte trykke på mer enn tre knapper fra forsiden for å komme inn på forskjellige sider eller elementer på siden. Man mister raskt interessen om man må trykke på veldig mange knapper for å komme inn på siden man er på let etter. I forhold til dette bør vi unngå for "tunge" sider som tar alt for lang tid å laste opp. Dette retter seg spesielt mot GS-TV hvor de er nødt til å komprimere filene som blir lagt ut, slik at man ikke må sitte å vente på at videoen er ferdig bufret.

Deling

En delingsmulighet er veldig primært for en god nettside i dag. Dette går også hånd-i-hånd med å engasjere studenter og få flere tilhengere både innenfor og utenfor skolens vegger. Man ønsker jo tross alt å få flest mulige til å se, høre og lese alt som legges ut på nettsiden. Da må deling på de sosiale mediene, slik som Facebook og Twitter, være mulig.

Innhold

Fokusgruppen var enige om at en kalender med oversikt over hva som skjer i uken fremover på studenthuset, på skolen (slik som gjesteforelesere og kurs), og ellers i Gjøvik, ville være et bra element på fremsiden.

De ønsket en nettside med friske farger. Navneforslaget "Mediehuset Høgskole i Gjøvik", syntes de var litt traust og kjedelig. De ville ha noe som ikke var så seriøst, og kom med forslag som DUPH (Denne Uken På Hig), og DUM (Denne Ukens Media). De foreslo også

det å ikke ha et banner med logo, men heller fremme de tre kanalene der. De foreslo nye navn på radioen og nett-TV, som Desibel og Pixel, og Fiber som da holder på sitt gamle navn.

Engasjement

Thea, Ingeløw og Tone hadde forskjellige forslag til hvordan man kan engasjere studentene på tidlige stadier. Første uken på skolen er en utmerket uke å opplyse studentene om viktigheten rundt det å engasjere seg. Det er viktig å informere om dette på et tidlig stadium. Gruppen foreslo forskjellige aktiviteter som kunne skje under fadderuka for å engasjere og rekruttere studenter til "Mediehuset".

Første dag av fadderuken samles alle førsteårsstudentene i teltet for taler fra representanter fra skolen, her kan "Mediehuset" komme inn å holde en motivasjonstale. Når studentene får tildelt fadderne sine kan de også snakke "varmt" rundt det å jobbe under "Mediehuset". Senere i fadderuken vil fadderne ta med seg fadderungene på aktivitetdagen hvor de går innom alle gruppene og lagene på skolen. Thea Thorstensen nevnte at de i fjor hadde prøvd å få til en obligatorisk motivasjonsdag for å få studentene til å engasjere seg i aktiviteter utenfor vanlig skoletid. De ønsket å få inn Harald Rønneberg til å fortelle om viktigheten rundt dette temaet på en morsom og inspirasjonsrik måte. Dette kunne i bunn og grunn ha vært en meget god løsning på å informere studentene om akkurat dette. De kunne også slått sammen denne obligatoriske motivasjonsdagen sammen med aktivitetdagen, slik at de visste at de fleste nye studenter ville komme. Da kunne de ha delt studentene i større grupper, kanskje linjevis, slik at en morsom person med mye engasjement kan vinkle motivasjonstalen sin mot de forskjellige linjene. Både før og etter dette, bør det være mulighet for at studentene kan ta runden sin rundt på de forskjellige aktivitetspostene. På postene under "Mediehuset" bør de legge til rette for at gruppene kan få en oppgave på hver post, slik som for eksempel Studentradioen har gjort før, å lage en kort radiosending. Den beste radiosendingen kan for eksempel vinne en premie.

Fordeler er et viktig trekkelement for mange. Gruppen hadde forskjellige forslag til noen fordeler som kunne være aktuelle, slik som attest fra rektor, jobberfaring, og noe å skrive på en CV. De foreslo også at "Mediehuset" kunne være et 5-poengs valgfag.

Et "Mediehus" hadde ingen ulemper mente jentene. Det ville konstant komme inn saker hver uke, og selv om en av kanalene ikke fikk publisert noe på en uke trodde de ikke at det ville ha samme effekten som om de hadde hatt hver sin nettside. Det vil virke som alle tre kanalene er oppe og går. Ved å ha et "Mediehus" vil de være mange flere i det å rekruttere og engasjere studentene på skolen. At studentene som ønsker å engasjere seg har mulighet til å *ha ben i flere leirer*, kan gjøre jobben mer attraktivt. Først av fremst skal det å jobbe for et studentmedium bare være gøy og lærerikt! Når det finnes så mange ulike kanaler som avis, radio, TV, webutvikling, fotografering og lignende, kan det ikke være vanskelig å finne noe for en hver smak, selv for dem som ikke har valgt en linje innenfor media.

Redaktør i Fiber, Tone Skredderbakken, kom også med et forslag om å få flyttet Fiber-lokalene opp sammen med radio- og TV-lokalene. Hun mente at lokalet de har i kjelleren ligger veldig avgrenset til, og hvis det skal bli et samlet "Mediehus" bør disse i hvert fall ligge i samme etasje. Da blir også Fiber synligere, og bare det kan få studentene nysgjerrig. Vi hadde et møte med Peer Andreas Stange, ansvarlig redaktør i Studentradioen, kort tid etter møtet. Han også nevnte det å samle Fiber, GSR, og GSTV nærmere hverandre. Fra før av har radioen et lokale i 2. etasje i A-bygget, og ved siden av var regirommet og studio som GSTV evt. vil ha til rådighet. Rommet ved siden av studioet var før et rom som medieproduksjon hadde til rådighet. Dette er i dag et tomt rom som brukes som grupperom. Dette kan bli det nye lokalet til Fiber, samt GSTV. Disse to kommer til å samarbeide tett i forhold til sakene sine. Ved å få inn maskinene som var der før, kan Fiber ha ene delen av rommet hvor de kan skrive sakene sine, og andre delen av rommet kan være datamaskiner som brukes av GSTV til å redigere sakene sine.

Redaksjonen

Peer Andreas syntes løsningen med å ha et hovedstyre var lurt, altså en sjefsredaktør som har siste ordet, økonomisk ansvarlig som tar for seg felles utgifter for de tre kanalene, og to web-ansvarlige. De to web-ansvarlige vil få inn ferdige saker fra Fibers redaktør, som er klare til å legges ut, derfor kan det være lurt å fordele arbeidsmengden fordelt på to. GSR og GSTV bør kanskje ordne seg selv på dette området, og bør kanskje ha noen som har ansvaret for å publisere podkastene deres.

Redaksjonen under GSR burde ha sin egen redaktør, en økonomisk ansvarlig som tar for seg utgiftene for GSR, og en teknisk ansvarlig som kan hjelpe om det blir problemer med utstyret under for eksempel en sending. Han ønsket også ha to under PR, disse to kan samarbeide sammen med de andre som jobber med PR under de andre kanalene. De måtte også ha en musikkansvarlig som kunne ta i mot musikk fra nye artister som ønsker å få musikken sin spilt.

Fokusgruppemøte 2

I dette fokusgruppemøtet skulle vi kartlegge hvilke tanker brukerne hadde rundt "Mediehuset", og hvilke ønsker og krav de hadde til et samlet studentmedium. På grunn av sykdom var det bare to studenter som stilte opp, Maria Fasteraune og Lars Eriksen. Maria går tredje året på en bachelor i sykepleie og Lars går andre året og tar en bachelor i mediemanagement. Det var spesielt viktig for oss å få en kandidat fra sykepleien til å stille opp, mest fordi det er veldig mange av dem på skolen, og hva sykepleierstudenter ønsker å se, høre eller lytte på er viktig for oss å vite før vi setter i gang med prototypen.

Hva bør nettsiden hete?

Navnet på nettsiden burde enten være et navn som vekker oppsikt, eller så burde det være profesjonelt. Skal man ta et navn som studentene ikke helt skjønner med det samme, bør en helst ha mye promotering av navnet og betydningen bak det slik at studentene forstår hva denne nettsiden inneholder.

Hva vil engasjere studentene?

Sykepleierne bor i sin egen lille boble, og har nok mye med at de har et eget sykepleier bygg, og da blir det også til at mange av sykepleierne holder seg mest sammen med sine egne medstudenter. Det er ikke slik at sykepleierne har mer å gjøre enn andre, mente Marie, men det er kanskje en del som tenker at det ikke er så relevant for deres studieretning. Marie mener likevel at det er viktig for alle studenter, uansett linjevalg, å engasjere seg på skolen, og det vil jo kanskje vise tverrfaglighet også.

Å trekke inn studenter som ikke går på medielinjene på skolen i sakene som blir lagt ut kan være løsningen for å få engasjerte brukere på nettsiden for alle studentene på

skolen. Skriv artikler, få dem som gjester i radioen, lag serier eller reportasjer som andre enn IMT kan få utbytte av. Bildeserier fra arrangementer, ha 5 på gata, lage en serie som viser hvordan det er å bo i et kollektiv var eksempler på saker som de mente alle kunne få utbytte av.

Ønsker studenter fra andre linjer enn IMT å engasjere seg er det bra, men det viktigste er at de sakene som blir lagt ut er interessant for de fleste. Det skader likevel ikke å prøve å engasjere alle studentene på skolen til å bidra på nettsiden. Marie og Lars kom med et par eksempler på hvordan "Mediehuset" kunne promotere nettsiden, som for eksempel å opprette en gruppe på Facebook, lage reklamefilm som kunnes spilles av på skjermene rundt på skolen, henge opp plakater overalt og ha en Kick-off fest på Huset.

Vedlegg 13: Forslagoversikt

Promotering rundt "Mediehuset" er kritisk for å få rekruttert inn studenter under "Mediehuset", få studenter til å ville ta i bruk nettsiden og det den har og tilby, og det er viktig i forhold til å vedlikeholde lesertallet oppe. Gjennom konsept og prototypedelen har vi fått inn mange forslag til hvordan promotere nettsiden og "Mediehuset" i den forstand at den engasjerer studentene ved Høgskolen i Gjøvik. Nedenfor vil alle forslagene vi mener vil øke brukerantall og som vil skape mest engasjement komme, med en forklaring hvorfor akkurat disse forslagene vil gjøre nytten.

- Rekruttering av førsteårsstudenter

Talen første skoledag

Under åpningen av skoleåret for de nye studentene vil det være taler fra opp til flere representanter fra skolen og ellers, og her kunne det vært lurt og hatt en representant fra "Mediehuset" som kan gi en liten motivasjonstale om alle godene ved å engasjere seg i "Mediehuset", hvor viktig det er med jobberfaringen når man skal søke jobb senere, og fokusere på at det er for alle, at det ikke er vanskelig, og til slutt hvor gøy og sosialt det er. Å få til en slik tale første skoledag hvor alle førsteårsstudenter er til stede er en god mulighet til å påvirke studentene før de har satt seg en mening om "Mediehuset".

Førsteårsstudentene er de som er viktigst å få med inn under "Mediehuset", har man studentene i alle de tre årene de er studenter ved Høgskolen i Gjøvik, vil det oppstå en

kontinuerlig flyt. Ved å ha en god, organisert rekrutteringsplan slipper "Mediehuset" mange bekymringer hvert år når tredjeårsstudentene uteksamineres, hvor de hele tiden har arbeidskraft.

- Fadderne

Fadderne bør ha et større ansvar i forhold til å informere studentene om gruppene og lagene på skolen, og vi ønsker spesielt at de skal snakke "varmt" om "Mediehuset".

"Mediehuset" bør få i gang et samarbeid med blåfadderne, i bytte mot at "Mediehuset" dekker arrangementene i fadderuken, gjerne før og etter. Oppgaven til fadderne bør da være å oppfordre fadderungene til å bli med på aktivitetsdag. Fadderne vil ta med fadderungene rundt på de forskjellige postene til gruppene og lagene på skolen.

"Mediehuset" vil fremme seg som i front av de tre studentkanalene, Fiber, GSR og GSTV.

Her er det viktig å legge inn litt ekstra arbeid på planleggingen av hvordan de skal fremme seg. Det kan legges til rette en aktivitet/konkurranse på hver av disse postene, slik at studentene kan få en morsom opplevelse. Det vil forhåpentligvis vise studentene at det å være med under "Mediehuset" ikke er vanskelig, at det er gøy, sosialt og læringsrikt. Har man ikke mulighet til å ha en aktivitet, kan man for eksempel lage en opplysende og morsom promoteringsfilm. Grunnen til at denne dagen er så viktig er fordi her har både gruppene og lagene mulighet til å få inn nye gruppemedlemmer, og studentene har mulighet til å finne en aktivitet utenfor skolen. "Mediehuset" har mulighet til å nå ut til mange denne dagen.

I starten av Mediehuset

- Plakater og reklamefilm

I oppstartfasen er det viktig at alle vet hva et "Mediehus" innebærer og at alle vet om den nye nettsiden. Å pryde skolen med stilige og oppsiktsvekkende reklameplakater er en metode studentene ved Høgskolen i Gjøvik bruker mye, og det er en metode vi også ville tatt i bruk.

Grunnen til dette er at alle på skolen skal være klar over den nye nettsiden. "Mediehuset" kan ha to forskjellige plakater, hvor den ene tar for seg brukerne og den andre tar for seg av rekrutteringen av nye gruppemedlemmer. Det er viktig å ha en plakat som vekker oppsikt, man kan for eksempel komme med et utsagn om at *90% av arbeidsgivere ser bare på jobberfaring. "Mediehuset" sikrer din fremtid.*

En innbydende reklamefilm på tv-skjermene rundt om på skolen gjør mye det samme som plakater, men forskjellen er at en plakat er lett å gå forbi, men en reklamefilm er vanskelig å la være å se.

- Konkurransen

En konkurranse som kan engasjer studentene i oppstartfasen. Konkurransen bør være enkel slik at flest mulig studenter gidder å ta seg tid til å gå inn på nettsiden for å gjennomføre konkurransen. Ved å dele nettsiden på Facebook, er de med i trekning om et gavekort fra Mjøs bok, HiGs bokhandel, eller middagskort i kantinen. Ved å ha en slik konkurranse blir nettsiden delt ut over store områder på Facebook, og da er det mulig nettsiden får mange nye trykk. Sponser Mjøs bok eller Matrix, HiG kantinen, kan vi enten gi dem en sponsorknapp nederst i banneret på siden, samt de får et godt omdømme blant elevene.

- Kick-off fest på Huset

En stor åpningsfest for "Mediehuset" på Studentenes hus "Huset" i løpet av de første ukene er en strategi for å skape et godt omdømme for "Mediehuset". Arrangementet kan for eksempel ha et spennende kostyme-tema. Studenter elsker tema-fester, og det er alltid godt oppmøte. "Mediehuset" kan for eksempel gå ut tidlig med at det vil bli utdelt premie til beste kostyme. Det er viktig at tema-festen ikke overskygger at det er åpningsfest for "Mediehuset", så her må det planlegges litt for å gjøre arrangementet til en minneverdig kveld som studentene husker lang tid fremover. Dette kan gjentas hvert år hvis det første gang blir en suksess.

- Opprettholde brukerne

Det er viktig at studentene ved HiG blir minnet på nettsiden flere ganger i året, gjennom for eksempel å henge opp plakater, vise reklame- og promoteringsfilm på tv-skjermene. På denne måten opprettholder vi brukerantallet på nettsiden.

Facebook

De fleste har i dag Facebook, og det er derfor viktig at "Mediehuset" har en profil der også. Hver nye post på nettsiden vil deles videre på facebookgruppen, da vil alle grupped medlemmene være klar over at det er kommet et nytt innlegg, noe som fører til at medlemmene i gruppen sjekker nettsiden oftere.

Stands

"Mediehuset" bør helst ha to stands per halvår i kantinen, med de ulike studentkanalene under, Fiber, GSR og GSTV på hver sitt bord. Her kan de fremme hvilke type arbeid de driver med, og hva som er positivt ved å bli med i gruppen. Her er det bare å være kreativ, og selge seg selv på best mulig måte. En promoterningsfilm for "Mediehuset" kan vises i forkant av standen, som da kan legge til rette for at studentene som er i kantina ønsker å komme bort for å få mer informasjon.

Fotografering

På ulike arrangementer på skolen, på studenthuset eller ellers i Gjøvik bør "Mediehuset" ha et par fotografer som kan ta bilder. Disse kan legges ut på nettsiden i ettertid. Mange vil dermed sjekke ut nettsiden for å se om bildet av seg eller venner ligger ute.

Vedlegg 14: Overføringsdokument

Dato: 04.05.2012

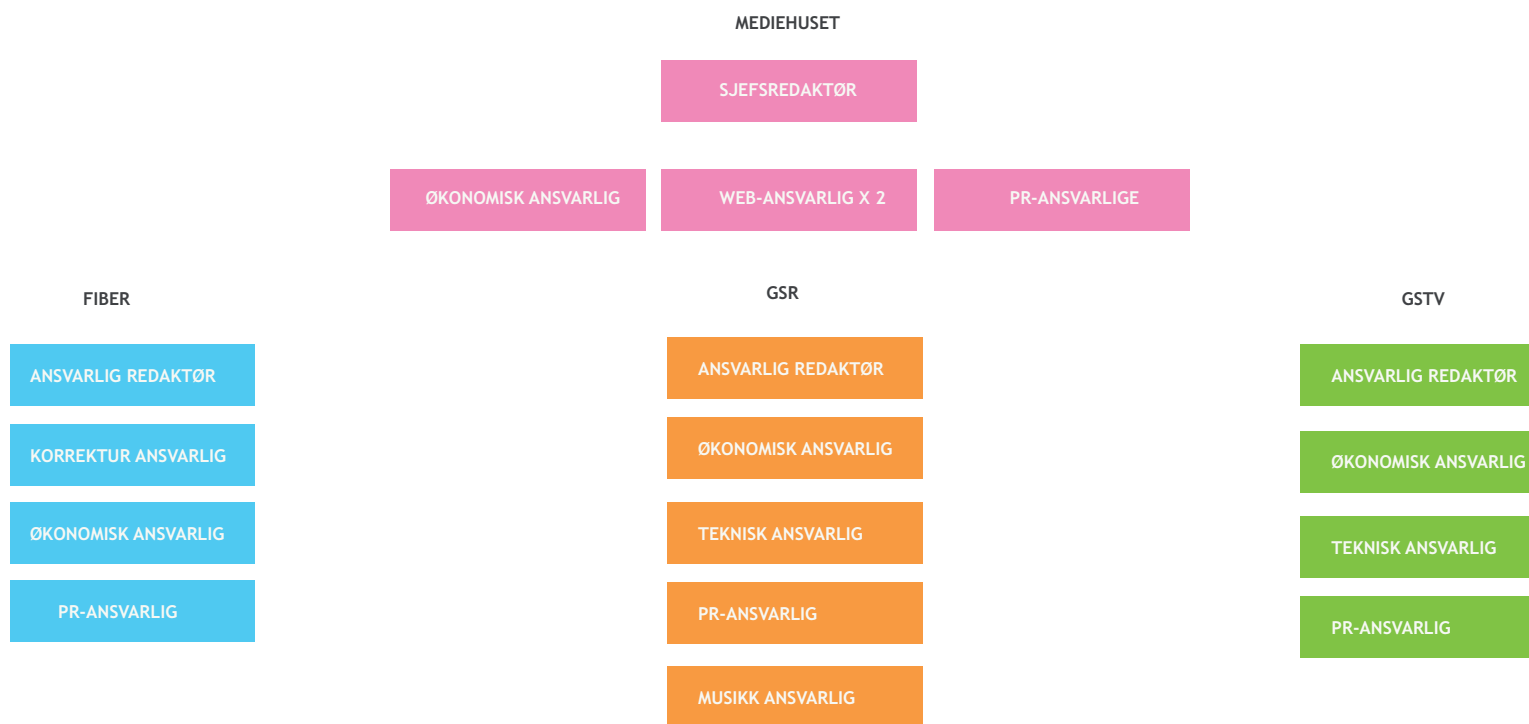
Sted: Innovatoriet

Konseptet:

Som en løsning på engasjement problemet ønsker vi å legge til rette for et "Mediehus" på Høgskolen i Gjøvik. I stedet for at GSR (Gjøvik studentradio) og Fiber skal ha hver sin gruppe gjennom studentparlamentet på skolen, vil disse to gruppene og eventuelt en kanal for nett-tv samles inn i en samlet gruppe. Den skal ha forskjellige avdelinger innenfor avis, radio og tv, hvor studentene kan jobbe med for eksempel å lage en artikkel til avisen, et radioprogram, eller en reportasje. Alt som blir laget blir lagt ut på en samlet nettside for disse tre kanalene. I et slikt samarbeid vil studentene i gruppen jobbe sammen mot et samlet mål. Målet er å opprettholde et stabilt studentmedium som skal oppdateres flere ganger i uken.

Produkt: Samlet nettside i WordPress

Forslag til organisering etter bruk av fokusgrupper:



Forslag til utforming av nettsiden:

Foksusgruppe 1 (erfarne mediestudenter) var enige i at de forskjellige kanalene burde ha hver sin menyknapp, og en "om oss"-knapp hvor informasjon om "Mediehuset" og kontaktinformasjon for de forskjellige redaksjonene. De var enige om at en "bli med"-knapp også burde være på siden, hvor de som ønsker å melde seg inn i gruppen kunne gjøre det.

De mente også en "hjem-knapp" var lurt å ha, slik at det til en hver tid var klart hvordan man kom seg tilbake til forsiden. De mente det ikke er alle som vet at banneret er en åpenlys forside-knapp.

Ellers burde siden være lett å navigere seg rundt på, vi burde følge tre-knappsmetoden, at man ikke skal måtte trykke på mer enn tre knapper fra forsiden for å komme inn på forskjellige sider eller elementer på siden. Man mister raskt interessen om man må trykke i en evighet for å komme inn på siden man er på let etter. I forhold til dette bør vi unngå for "tunge" sider som tar alt for lang tid å opplaste. Dette retter seg spesielt mot GS-TV hvor de er nødt til å komprimere filene som blir lagt ut, slik at man ikke må sitte å

vente på at videoen er ferdig bufret.

Deling

En delingsmulighet er veldig primært for en god nettside i dag. Dette går også hånd-i-hånd med å engasjere studenter og få flere tilhengere både innenfor og utenfor skolens vegger. Man ønsker jo tross alt å få flest mulige til å se, høre og lese alt som legges ut på nettsiden. Da må deling på de sosiale mediene, Facebook og Twitter, være mulig.

Innhold

Fokusgruppene var enige om at en kalender med oversikt over hva som skjer i uken fremover på studenthuset, på skolen (slik som gjesteforelesere og kurs), og ellers i Gjøvik, ville være et bra element på fremsiden.

De ønsket en nettside med friske farger. Navneforslaget "Mediehuset Høgskole i Gjøvik", syntes de var litt traust og kjedelig, De ville ha noe som ikke var så seriøst, og kom med forslag som DUPH (Denne Uken På Hig), og DUM (Denne Ukens Media). De foreslo også det å ikke ha et banner med logo, men heller fremme de tre kanalene der. De foreslo nye navn på radioen og nett-tv, som Desibel og Pixel, og Fiber som da holder på sitt gamle navn.

Forslag til økt engasjement:

Fokusgruppene hadde forskjellige forslag til hvordan man kan engasjere studentene på tidlige stadier. Første dag på skolen er en utmerket dag å opplyse studentene om at det er lurt å engasjere seg. Det som skjer første dagen, er at alle aktivitetsgruppene har en stand, og prøver å rekruttere nye medlemmer.

På denne dagen har man også taler fra forskjellige fagpersoner, som ofte kan bli traust og kjedelig å høre på. Hva med å bruke en "kul" person som kan prate om engasjement og fremme viktigheten for dette temaet.

I starten av året har de nye studentene også faddere som skal informere de om ting som skjer rundt skolen. De kunne nok vært enda flinkere på å fremme dette med studentmedier, i hvert fall til mediestudenter. Studentene er nye og de ser gjerne opp til fadderne sine, og derfor er dette en perfekt tid å kunne påvirke dem til å bli med på

aktivitetsdagen hvor de får et innblikk inn i hvordan studentavisen, studentradioen og eventuelt student-tv virker.

Thea Thorstensen nevnte at de i fjor hadde prøvd å få til en obligatorisk motivasjonsdag for å få studentene til å engasjere seg i aktiviteter utenfor vanlig skoletid. De ønsket å få inn Harald Rønneberg til å fortelle om viktigheten rundt dette temaet på en morsom og inspirasjonsrik måte. Dette kunne i bunn og grunn ha vært en meget god løsning på å informere studentene om akkurat dette. De kunne også slått sammen denne obligatoriske motivasjonsdagen sammen med aktivitetsdagen, slik at de visste at de fleste nye studenter ville komme. Da kunne de ha delt studentene i større grupper, kanskje linje vis, slik at en morsom person med mye engasjement kan vinkle motivasjonstalen sin mot de forskjellige linjene. Både før og etter dette, bør det være mulighet for at studentene kan ta runden sin rundt på de forskjellige aktivitetspostene.

Et "Mediehus" hadde ingen ulemper mente jentene. Det ville konstant komme inn saker hver uke, og selv om en av kanalene ikke fikk publisert noe på en uke trodde de ikke at det ville ha samme effekten som om de hadde hatt hver sin nettside. Det vil virke som alle tre kanalene er oppe og går. Ved å ha et "Mediehus" vil de være mange flere i det å rekruttere og engasjere studentene på skolen. At studentene som ønsker å engasjere seg har mulighet til *å ha ben i flere leirer*, kan gjøre jobben mer attraktivt. Først av fremst skal det å jobbe for et studentmedium bare være gøy og lærerikt! Når det finnes så mange ulike kanaler som avis, radio, tv, webutvikling, fotografering og lignende, kan det ikke være vanskelig å finne noe for en hver smak, selv for dem som ikke har valgt en linje innenfor media.

WordPress

Til å begynne med må wordpress installeres. Guider til hvordan dette gjøres finnes på www.wordpress.org. Deretter gjelder det å finne et tema som passer våre behov.

Temaet vi har valgt til prototypen heter Suffusion. Dette er et avansert tema med mange muligheter for publisering. Å sette opp dette er ganske enkelt i begynnelsen.

Hovedmenyen er laget ved å sette opp sider for hvert av studentmediene. Disse må deretter kobles opp mot en meny i kontrollpanelet for temaet. Her finner man et eget

menyvalg hvor man kan styre menyene slik man måtte ønske. Undermenyer kan også legges til i temaets kontrollpanel. Temaet tilbyr mange forskjellige fargekombinasjoner og forskjellige layoutstiler. I prototypen valgte vi å følge de fleste standard instillingene for temaet.

Vi har også valgt å legge inn en rekke plugins. Det disse gjør er å gi oss muligheten til å legge inn arrangement, videoer, radio og podcasts. Alle de pluginsene vi har valgt ut som forslag kommer med en god guide.

Blubrry powerpress er en video, radio og podcast plugin. Denne gir mulighet til å linke til video og musikk. Men også muligheten til å legge ut disse fra en egen server. Den gir også mulighet for å lenkes opp mot iTunes. Noe som burde passe studentradioen bra. Det er også lagt inn en plugin for arrangement. Denne gir mulighet til å vise dette enten som en liste eller en kalender. Vi har valgt å vise dette som en liste. Dette er gjort for å skille mellom radio/tv programmene og hva som skjer på campus. Disse er sortert etter dato og klokkeslett. Pluginen heter event organiser.

Category page er en plugin som setter opp de forskjellige sidene på nettstedet til kun å vise poster fra en bestemt kategori. Slik vil f. eks fiber sine poster kun komme på hjem siden og fiber sine sider. Dette gjøres enkelt ved å åpne settings for category page plugin og velge riktig page for hver kategori.

Alle plugins har en veiledning man kan lese etter å ha blitt installert. Derfor skal det ikke kunne oppstå store problemer. I tillegg til disse veiledningene er det alltid svar å få på wordpress.org sine forumsider om noe skulle gå galt.

Det er også lagt inn egne valgmuligheter for bruk av tekst/bilder i footer og header på siden. Alt dette styres fra kontrollpanelet til temaet. Det vil her være mulig å legge inn logoene til darling, huset osv. I tillegg til at logoen på siden kan settes inn som bilde eller tekst med bakgrunnsfarger. Det er også mulig å legge inn tekst på selve logoen slik vi har tenkt når vi skal forklare hva mediehuset er.

Dette er kun et forslag fra vår side, som dere selvsagt må jobbe mer med, ettersom tiden vår var knapp til å gjøre prototypen veldig detaljert og bra.

NB! Går dere sammen om nettsiden, bør en utgift være å ha premium versjon av Wordpress. Da får dere ekstra lagringsplass, som dere kommer til å trenge, pluss flere valgmuligheter rundt verktøyet. (dere vil også da unngå reklame)

Forslag til videre arbeid:

Før sommeren:

- Start med et samlet redaksjonsmøte
- Planlegg promotering fremover
- Rekrutter studenter til hver redaksjon
- Finn ut om mjøsbok eller andre kan sponse dere, og prøv å inngå et samarbeid der
- Bør få opp wordpress siden snart

Etter sommeren:

- Ha så et samlet redaksjonsmøte igjen etter sommeren
- Lag en fremdriftsplan for høstsemesteret 2013
- Tenke over krav til saker og lignende for å øke kvaliteten på innholdet.

Vedlegg 15: Forslag til utforming av konsept 2

- Web

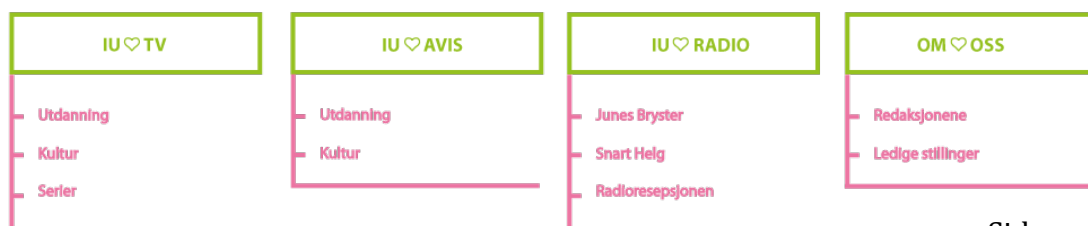
For å lykkes i å samle studentmediene på en plass, kan man ta i bruk web for å gjøre studentmediet mer tilgjengelig. Web er den eneste løsningen som ikke trenger å koste noe, hvor studentmediet kan være tilgjengelige for alle studenter over et så stort areal. Høgskolen i Lillehammer og Hedmark tilbyr ikke webfag, men det gjør Høgskolen i Gjøvik. Det at ikke alle skolene har god nok bakgrunn innenfor koding av HTML og CSS kan man enkelt løse ved å bruke publiseringsverktøyet, Wordpress. Dette vil bli den enkleste løsningen for alle, enten en har mye eller lite erfaring med web fra før av.

- Oppsett

Denne nettsiden vil bestå av en hovedside som presenterer studentmediet, med forklaring på hvordan studentmediet nå fungerer og hvordan man kan sende inn saker

og lignende. Hovedmenyen på siden vil ha tre menyer som er IU- Nettavis, IU-Nettradio og IU-Nett-TV.

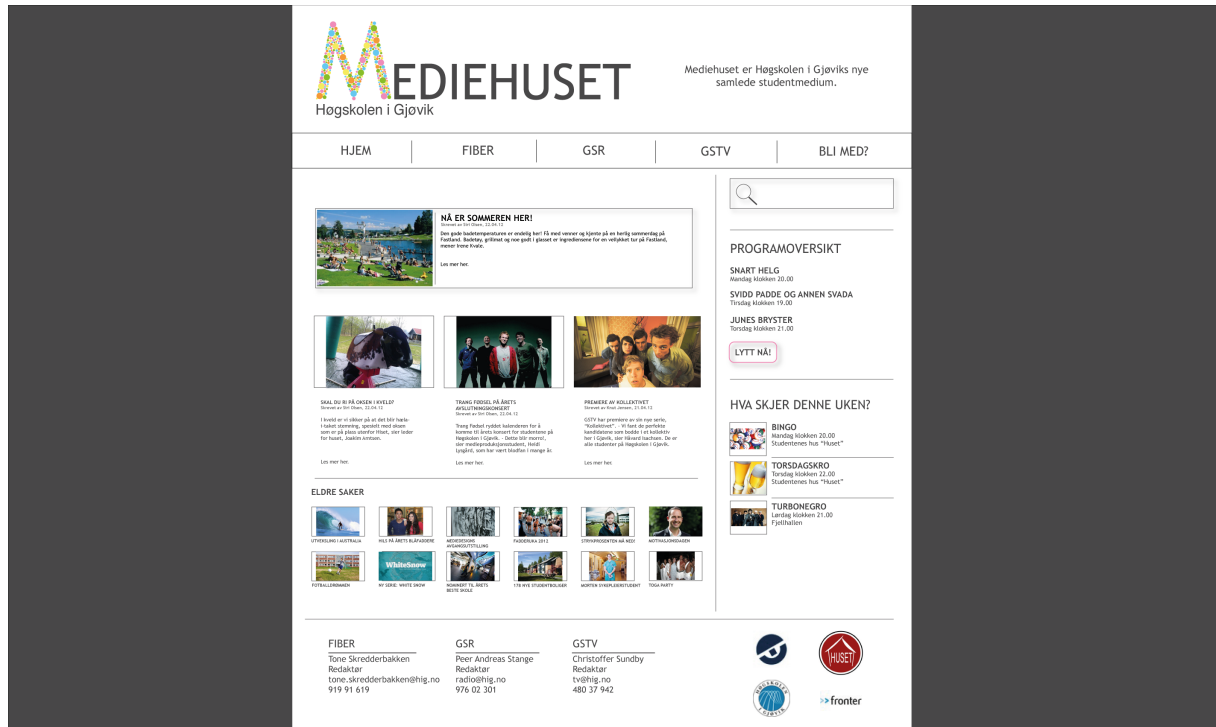
Hovedmenyen vil bestå av tv, avis, radio og om oss. Det som skal skje når man trykker på hovedmenyene, er at man får opp “undermenyer” som skal kategorisere innholdet, som for eksempel kultur, sport, nyheter og aktuelt. Dette er hva vi tenker om oppsettet teoretisk.



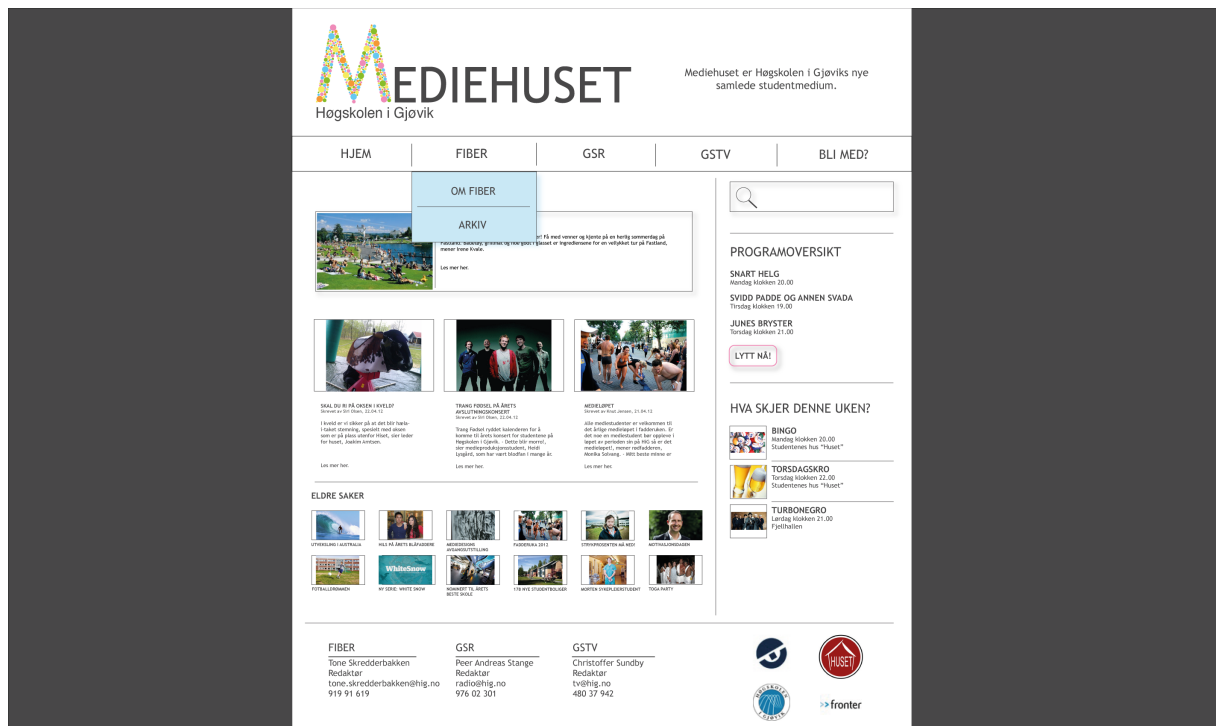
Sidemenyen

her vil bestå av tre menyer, Campus Gjøvik, Campus Lillehammer og Campus Hedmark. Når man klikker på for eksempel Campus Gjøvik, vil det komme opp de siste sakene som er publisert fra studenter på Gjøvik. Det vil også være en miniatyr kalender på siden, hvor man kan klikke en gang på den å få den forstørret. Kalenderen vil vise når gjesteforelesere kommer, når det skjer arrangement utenfor skoletiden og lignende. Vi har tidligere nevnt bedriften, Huset, og dette er blant annet noen av arrangementene som skal komme i kalenderen.


Vedlegg 16: Skisser av prototype



Forside



Forside med fiber dropdown



MEDIEHUSET
Høgskolen i Gjøvik

Mediehuset er Høgskolen i Gjøviks nye samlede studentmedium.

HJEM
FIBER
GSR
GSTV
BLI MED?

ARKIV

2013

- April** ■ Praksisglass litt utenom det vanlige
Skrrevet av Tone Skredderbakken, 21. april, 2013
- Mars** ■ Vant 2 millioner
Skrrevet av Aleksander Karlsm, 21. april, 2013
- Februar** ■ Reisebrev fra Uganda
Skrrevet av Anders Svartens, 19. april, 2013
- Januar** ■ ABC-fest på Huset til helga
Skrrevet av Tone Skredderbakken, 18. april, 2013

2012

- Desember** ■ Sommerfeeling
Skrrevet av Aleksander Karlsm, 15. april, 2013
- November** ■ Innlandsuniversitetet høsten 2015
Skrrevet av Tone Skredderbakken, 12. april, 2013
- Oktober** ■ Freelancehelvetet
Skrrevet av Heidi Bergesen, 10. april, 2013
- September** ■ Personal branding
Skrrevet av Christiana Skerret, 8. april, 2013
- August** ■ Ny serie: Hjemme hos
Skrrevet av Aleksander Ludvigsen, 6. april, 2013
- Juli** ■ 20 nye grupperom til høsten
Skrrevet av Tone Skredderbakken, 4. april, 2013
- Juni** ■ Et møte med filmskaperen Tommy Wirkola
Skrrevet av Aleksander Karlsm, 2. april, 2013
- Mai**
- April**
- Mars**
- Februar**
- Januar**

PROGRAMOVERSIKT

SNART HELG
Mandag klokken 20.00

SVIDD PADDE OG ANNEN SVADA
Tirsdag klokken 19.00

JUNES BRYSTER
Torsdag klokken 21.00

LYTT NÅ!

HVA SKJER DENNE UKEN?

BINGO
Mandag klokken 20.00
Studentenes hus "Huset"


TORSDAGSKRØ
Torsdag klokken 21.00
Studentenes hus "Huset"

TURBONEGRO
Lørdag klokken 21.00
Fjellhallen


FIBER
Tone Skredderbakken
Redaktør
tone.skredderbakken@hig.no
919 91 619

GSR
Peer Andreas Stange
Redaktør
radio@hig.no
976 02 301

GSTV
Christoffer Sundby
Redaktør
tv@hig.no
480 37 942




Fiber arkiv




MEDIEHUSET
Høgskolen i Gjøvik

Mediehuset er Høgskolen i Gjøviks nye samlede studentmedium.


HJEM
FIBER
GSR
GSTV
BLI MED?




SNART HELG



JUNES BRYSTER



SVART ARBEID



JERNBERGS LOVER

NYESTE PODCASTER

LAST MED JUNES BRYSTER
Torsdag 3. mai 2012

Partystemmen med hardrockerne i up, and coming Stein Das, reportasje fra helgens VILLE party i Christian Wichesens gate og ikke minst en fet NORCEPREMERE.

LAST MED SNART HELG
Mandag 7. mai 2012

I denne episoden ska vi starte "Operasjon Date" med en av våre programledere.

LAST MED SVART ARBEID
Tirsdag 8. mai 2012

RUSSETID! - Hva er ditt beste minne under russetiden? Hva er det sprøeste du gjorde? Ikke minst, var det feil?

ELDRE PODCASTER

PROGRAMOVERSIKT

SNART HELG
Mandag klokken 20.00

SVIDD PADDE OG ANNEN SVADA
Tirsdag klokken 19.00

JUNES BRYSTER
Torsdag klokken 21.00

LYTT NÅ!

HVA SKJER DENNE UKEN?

BINGO
Mandag klokken 20.00
Studentenes hus "Huset"


TORSDAGSKRØ
Torsdag klokken 21.00
Studentenes hus "Huset"

TURBONEGRO
Lørdag klokken 21.00
Fjellhallen

FIBER
Tone Skredderbakken
Redaktør
tone.skredderbakken@hig.no
919 91 619


GSR
Peer Andreas Stange
Redaktør
radio@hig.no
976 02 301

GSTV
Christoffer Sundby
Redaktør
tv@hig.no
480 37 942



GSR-hovedside

Revitalisering av studentmedier ved Høgskolen i Gjøvik



Mediehuset er Høgskolen i Gjøviks nye samlede studentmedium.


HJEM
FIBER
GSR
GSTV
BLI MED?

JUNES BRYSTER

Junes bryster er HIG-radios flaggskip. Programmet ledes av Håvard, Jørgen og Euben, akkompagnert av Ole Martin som sidekick.

Junes bryster fokuserer hovedsakelig på musikk, men krydres av samfunnsengasjerte diskusjoner om bryster og annet snacks.

OPPDRA
Junes bryster fokuserer hovedsakelig på musikk, men krydres av samfunnsengasjerte diskusjoner om bryster og annet snacks.



PROGRAMOVERSIKT

SNART HELG
Mandag klokken 20.00

SVIDD PADDE OG ANNEN SVADA
Tirsdag klokken 19.00


JUNES BRYSTER
Torsdag klokken 21.00

LYTT NÅ!


PODCASTER

<p>2011</p> <ul style="list-style-type: none"> Junes Bryster - 19. september 2011 Junes Bryster - 12. september 2011 Junes Bryster - 5. september 2011 Junes Bryster - 29. august 2011 Junes Bryster - 28. mars 2011 Junes Bryster - 21. mars 2011 Junes Bryster - 14. mars 2011 Junes Bryster - 28. februar 2011 Junes Bryster - 21. februar 2011 Junes Bryster - 14. februar 2011 Junes Bryster - 7. februar 2011 Junes Bryster - 31. januar 2011 Junes Bryster - 24. januar 2011 	<p>2010</p> <ul style="list-style-type: none"> Junes Bryster - Best of Høsten 2010 Junes Bryster - 29. november 2010 Junes Bryster - 22. november 2010 Junes Bryster - 15. november 2010 Junes Bryster - 8. november 2010 Junes Bryster - 1. november 2010 Junes Bryster - 25. oktober 2010 Junes Bryster - 18. oktober 2010 Junes Bryster - 11. oktober 2010 Junes Bryster - 4. oktober 2010 Junes Bryster - 27. september 2010
---	--

<p>FIBER</p> <p>Tone Skredderbakken Redaktør tone.skredderbakken@hig.no 919 91 619</p>	<p>GSR</p> <p>Peer Andreas Stange Redaktør radio@hig.no 976 02 301</p>	<p>GSTV</p> <p>Christoffer Sundby Redaktør tv@hig.no 480 37 942</p>
---	---	--




GSR- underside Junes bryster



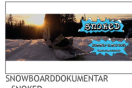
Mediehuset er Høgskolen i Gjøviks nye samlede studentmedium.

HJEM
FIBER
GSR
GSTV
BLI MED?


[REPORTASJER](#) |
 [SERIER](#) |
 [TV-SENDINGER](#) |
 [SKOLEPRODUKSJONER](#)




PREMIERE: WHITE SNOW




SNOWBODDOKUMENTAR
- SNOKED




MUSIKKVIDEO
SPRÅ MED ROMAR - LITT MER




REISESERIE FRA AUSTRALIA



EPISODE 2 - KOLLEKTIVET



GOD STEMNING PÅ HUSET



MØT GUTTA BAK KILPIS

ELDRE SAKER

PROGRAMOVERSIKT

SNART HELG
Mandag klokken 20.00

SVIDD PADDE OG ANNEN SVADA
Tirsdag klokken 19.00

JUNES BRYSTER
Torsdag klokken 21.00

LYTT NÅ!


HVA SKJER DENNE UKEN?

BINGO
Mandag klokken 20.00
Studentenes hus "Huset"

TORSDAGSKRO
Torsdag klokken 22.00
Studentenes hus "Huset"

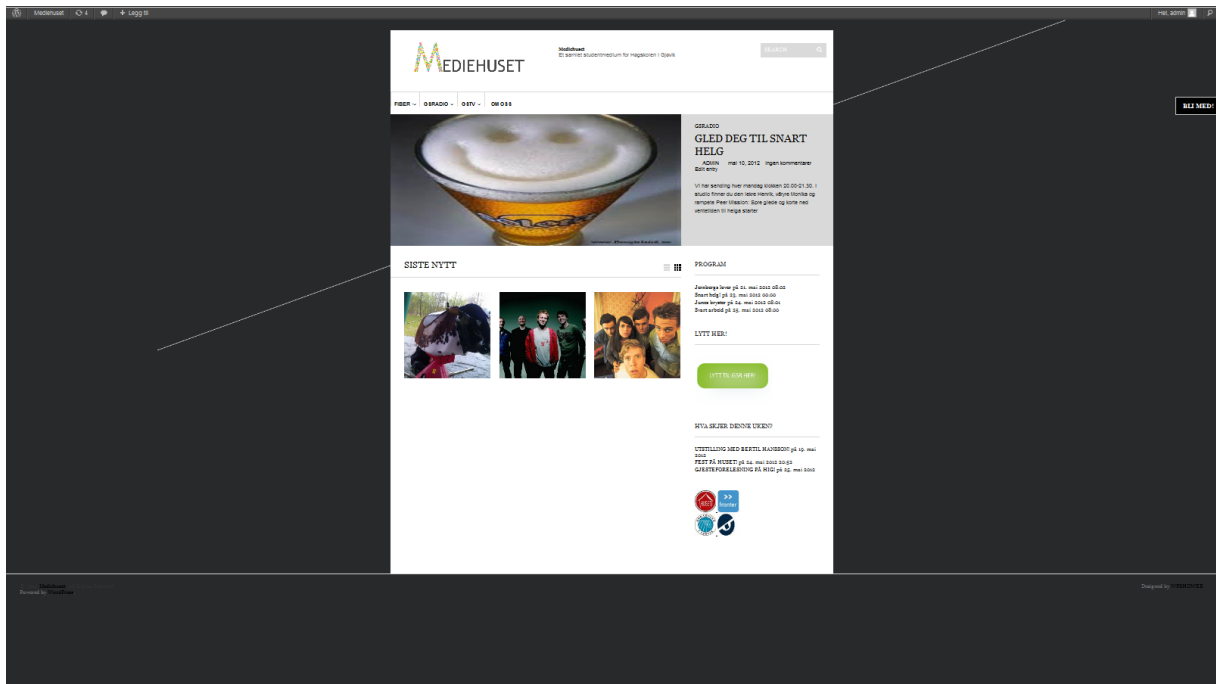
TURBONEGRO
Lørdag klokken 21.00
Fjellhallen

<p>FIBER</p> <p>Tone Skredderbakken Redaktør tone.skredderbakken@hig.no 919 91 619</p>	<p>GSR</p> <p>Peer Andreas Stange Redaktør radio@hig.no 976 02 301</p>	<p>GSTV</p> <p>Christoffer Sundby Redaktør tv@hig.no 480 37 942</p>
---	---	--

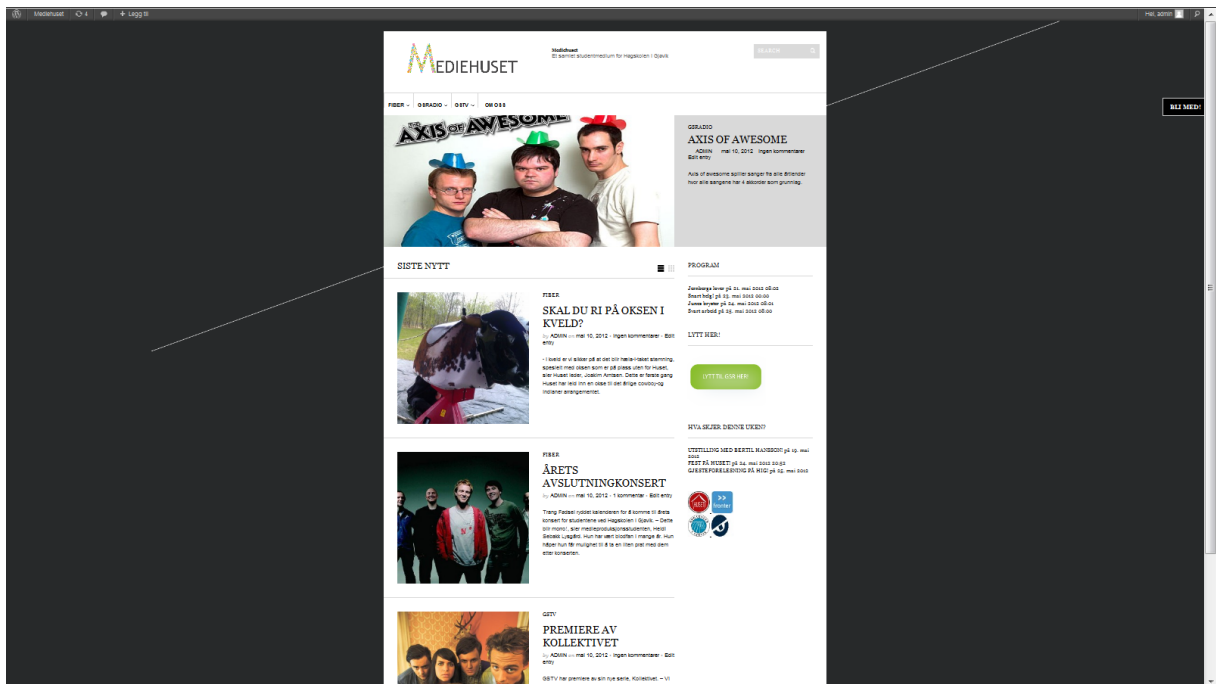


GSTV- hovedside

Vedlegg 17: Skjermbilder av prototypen

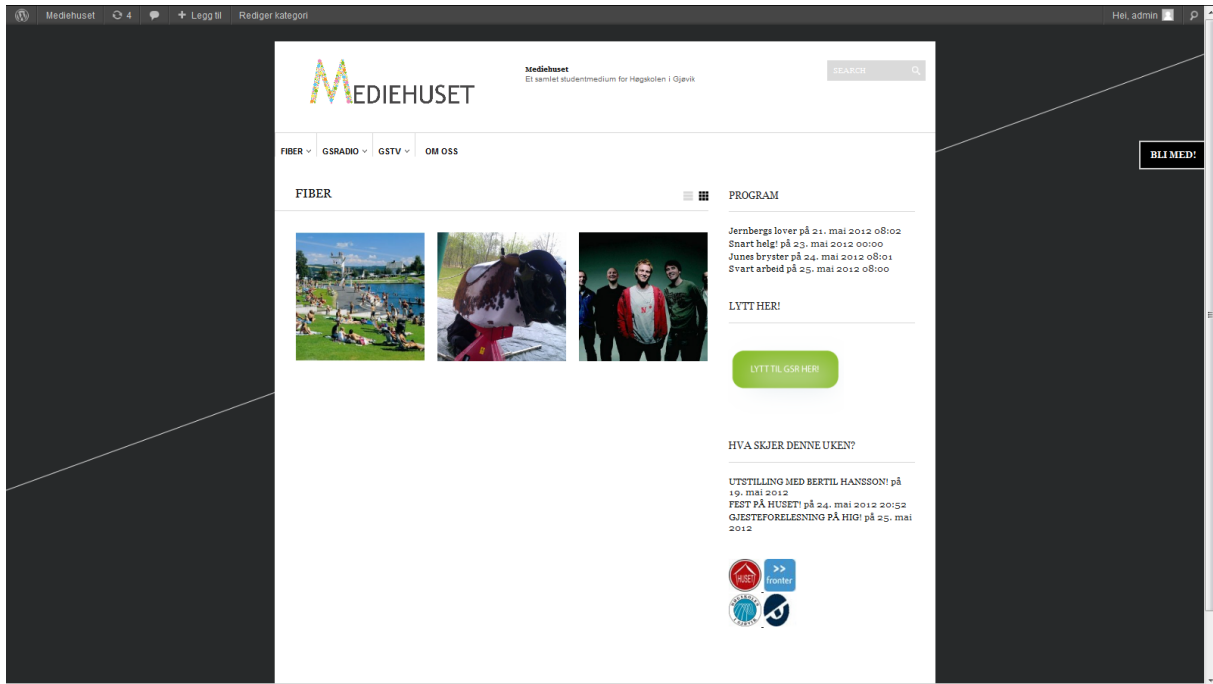


Forside visning 1

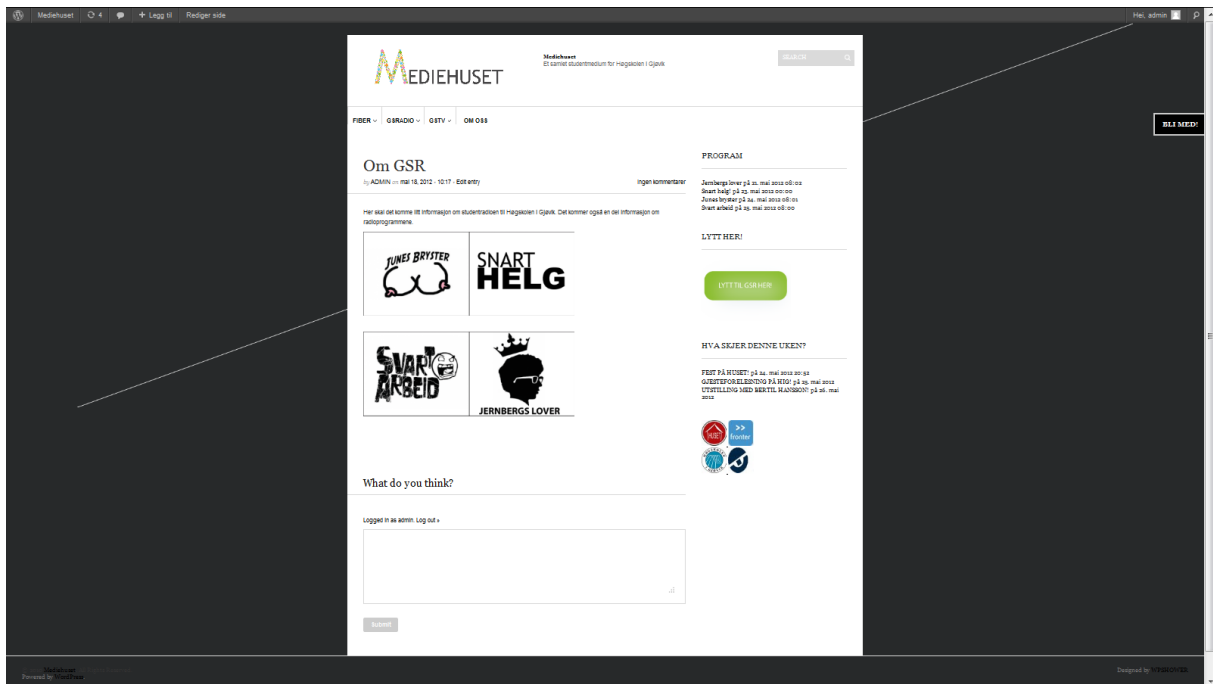


Forside visning 2

Revitalisering av studentmedier ved Høgskolen i Gjøvik

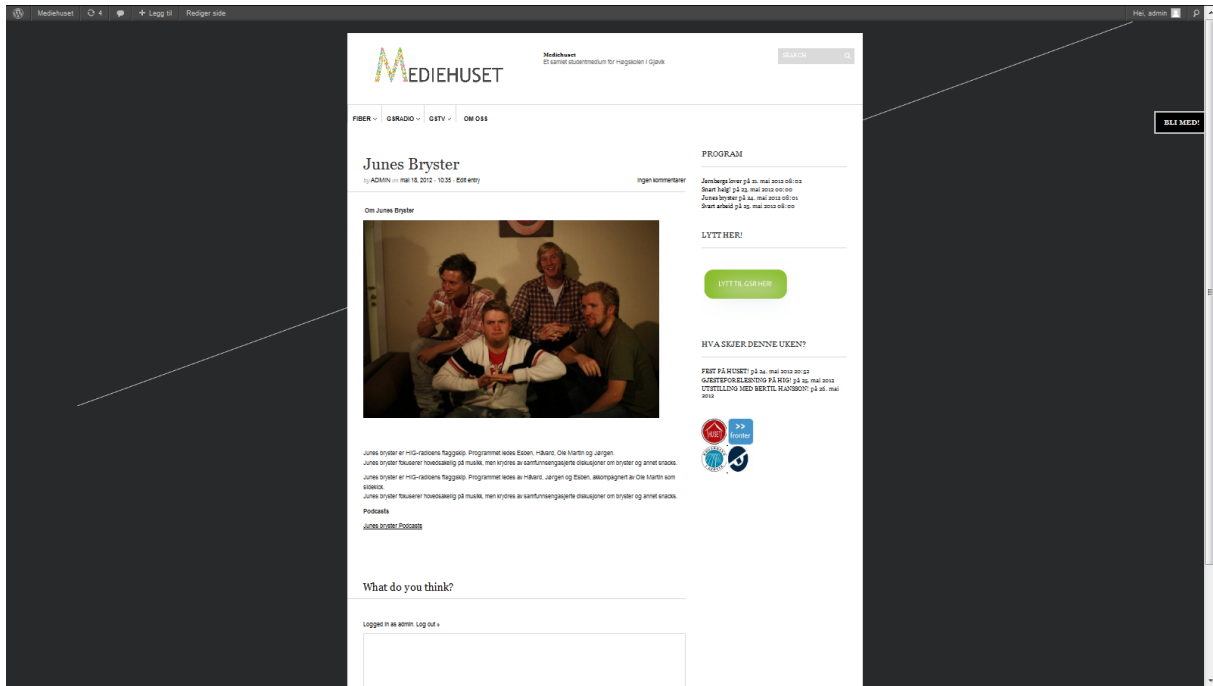


Underside nivå 1

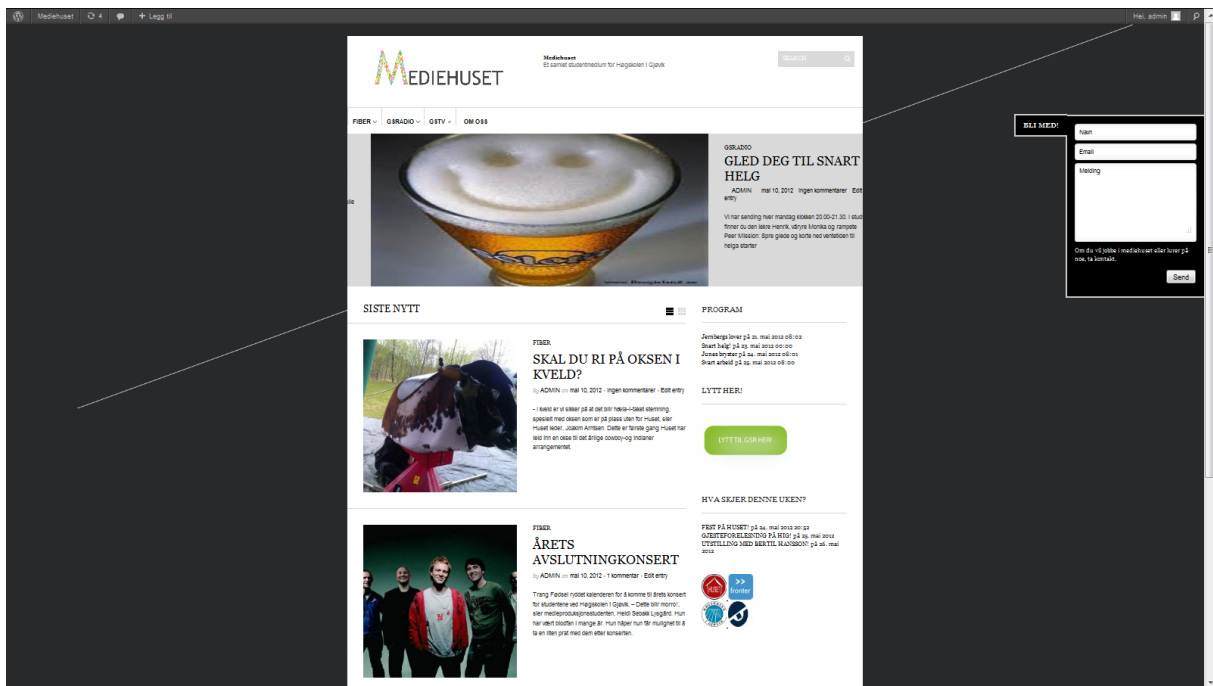


Underside nivå 2

Revitalisering av studentmedier ved Høgskolen i Gjøvik



Underside nivå 3



Forside med bli med kontaktskjema

Vedlegg 18: Prosjektplan

PROSJEKTPLAN

**Heidi Bang Eikesdal
Birgitte Aarebrodt
Elling Brandvold**

1. MÅL OG RAMMER

1.1. Bakgrunn

Høgskolen i Gjøvik har opptil flere mediekanaler ved skolen, som studentavisen Fiber og studentradioen med flere forskjellige radioprogrammer. Tanken bak disse mediekanalene er å få frem informasjon angående skolen og det sosiale, men i senere tider blir de mest brukt til underholdning. Dette gjelder mest for studentradioen. Avisen blir publisert svært sjeldent, noe som gjør denne mediekanalen lite oppdatert. I dagens samfunn vil disse mediekanalene virke både utdaterte og vil ikke være optimale for formidling av aktuell informasjon. Når det gjelder nettsider har Studentenes hus, Huset, sin egen nettside som dekker de sosiale eventene sine. Vi har Fiber med egen nettside, og radioen med egen nettside. Hvis vi skal følge dagens mediekonvergens/sammensmelting bør informasjonen for studenter komme fra et og samme sted for å gjøre det lettest mulig å tilegne seg informasjon.

1.2. Prosjektmål (Effektmål og Resultatmål)

Resultatmål:

Sammensmelte studentmediene ved HiG, for å øke antall studenter i redaksjonene, og øke brukertallet.

Effektmål:

- *Studentene skal øke bruken av studentmediene.*
- *Flere skal ønske å arbeide med studentmediene.*
- *Øke kvaliteten på innholdet, ved å innføre bedre struktur.*

Forskningsspørsmål:

- Hva er de praktiske egenskapene ved disse kanalene?
- Hva er det som hemmer og fremmer de mediekanalene som finnes ved HIG i dag?
- Hvilke premisser kunne ha fremmet utviklingen og driften av en slik kanal?

1.3. Rammer

1.3.1 Rammebetingelser

Mediekanalene som skal evalueres må operere innenfor følgende rammebetingelser:

- Mediekanalene skal være tilgjengelige for alle studenter
- Mediekanalene skal være informative
- Mediekanalene skal være et godt verktøy for studentene

1.3.2 Vurderingskriterier

Mediekanalene skal evalueres på følgende grunnlag:

- Nøyaktighet
- Pålitelighet
- Tilgjengelighet
 - Internett, Fiberoppslag på skjermene, o.l.
- Økonomi

2. OMFANG

2.1. Oppgavebeskrivelse

I dag har Høgskolen i Gjøvik mye informasjon som skal ut til studentene, enten om det er sosialt- eller skolerelatert informasjon. Informasjonen ligger spredt på alle mediekanalene, som radioen, fiber-avisen, tv-skjermene og facebook. Dette medfører

problemer når det gjelder innsamling, bearbeiding og formidling av ny informasjon. Ettersom antallet mediekkanaler er så stort, er det et visst behov for samarbeid mellom disse. Slik situasjonen er i dag, er disse veldig separert og har lite samspill. Dette medfører forvirring i hvor informasjon best kan innhentes av studentene og redundans.

Vi ønsker å ha full fokus på studentmedier, og den informasjonen som passer inn her. Løsningen vi har kommet frem til er å lage en prototype som samler all informasjon som er gunstig for studentene. Hovedfokuset vårt blir da på sosialrelatert informasjon, med noen få innslag fra HIG sin nyhetsfront. Studentene skal slippe å bruke forskjellige mediekkanaler for å finne informasjon om de sosiale aktivitetene. Tilgjengeligheten for å høre på radio, og lese nettavisen skal bli bedre ved å kun ha et studentmedie. Mediekkanalene må være lett tilgjengelige om studentene i det hele tatt skal orke å bruke dem. Vi ønsker med dette prosjektet å ta utgangspunkt i at denne prototypen skal være det første studentene ved HIG sjekker når de vil høre på radio, lese avisen, sjekke eventer og lignende.

2.2. Utførelse

For å finne ut hva som er problemet med de nåværende studentmediene på HIG skal vi:

- Personlig intervju de ansvarlige for studentradioen og studentavisen.
- Personlig intervju GSTUD, som da er den økonomiske støtten for studentmediene.
- Utføre en markedsundersøkelse på nett for alle studentene ved HIG. Dette for å finne ut hva studentene mener er problemet, slik at vi kan utforme konseptet vårt best mulig.

Disse metodene skal få frem hvordan de når fram til studentene, og hva de gjør for å forbedre mediekkanalen selv. Vi vil høre med studentene om de mener det er en god idé og lage en felles studentmediekkanal som både kan brukes til formidle informasjon om det som skjer på skolen, både sosialt og skolerelatert. Er dette i det hele tatt mulig, eller må man skille skole relatert informasjon og sosial relatert informasjon helt?

Vi skal se på andre høgskoler som har bedre studentmedier enn HIG, og finne ut hvordan de har fått det til. Resultatet her kan man bruke både i analysen vår av problemet, og man kan få inspirasjon til ideer når det gjelder vår prototype.

2.3. Avgrensning

- Kun ta for oss hovedproblemene som studentmediene står ovenfor.
- Analysere studentmediene, Fiber og Gjøvik studentradio.
- Analysere to andre høgskoler i Norge.
- Analysere en Bacheloroppgave i fra 2010.
- Ved spørreundersøkelser eller opprettelse av fokusgrupper, skal kun studenter ved HIG kunne delta.
- Lage en prototype av en nettside.

3. PROSJEKTORGANISERING

3.1. Ansvarsforhold og roller

Heidi er utnevnt prosjektleder, og har siste ord i uenigheter, og skal holde motivasjonen oppe og ha ansvar for å lese gjennom rapporten hver uke.

Oppgaven vår er relativt stor, så vi deler opp små oppgaver som hver enkelt har ansvar for gjennom hver sprint.

Gruppereregler under Bacheloroppgave

Gjelder fra: 10. januar til 10. Juni 2012

Gruppede medlemmer:

Birgitte Aarebrodt, 090817

Heidi. B. Eikesdal, 080583

Elling Brandvold, 080930

1. Gruppereregler

- a. Gruppede medlemmene skal jobbe 32 timer hver uke.
- b. Gruppede medlemmene skal delta aktivt når vi jobber med bachelor.
- c. Gruppen skal møtes hver tirsdag klokken 9.00 frem til vi føler oss ferdig med alt vi må få unnagjort den dagen. Gi beskjed så tidlig som mulig om en ikke har mulighet til å komme.
- d. Alle må møte til veiledning hver tirsdag klokken 10.00, og ha satt seg inn i det som allerede er gjort i bacheloroppgaven og ha klar aktuelle spørsmål til veileder. Gi beskjed så tidlig som mulig om en ikke har mulighet til å komme.
- e. Logg skal skrives ukentlig med beslutningsavgjørelser, hva som er utført fra uken som var, og hva vi skal gjøre videre til neste møte.
- f. Gruppede medlemmene skal ha gjort ferdig oppgavene til hvert møte på tirsdagene, slik at gruppen kan gå gjennom det som er gjort. Vet en at en ikke får gjort ferdig alt i tide, må en gi beskjed god tid før slik at noen andre medlemmer i gruppen kan ta over, evt. gi utsettelse til gruppede medlemmet.
- g. Ved faglige uenigheter skal gruppen forsøke å komme til enighet, evt. fattes en flertallsavgjørelse som det kreves lojalitet til.
- h. Gruppen plikter tidlig å informere dersom de ikke er fornøyd med innsatsen til enkelte gruppede medlemmer.

2. Rutine ved ("alvorlige nok") brudd på reglene:

- a. Samtale(r) mellom alle gruppedeltagerne om problemet.
- b. Deretter en skriftlig advarsel fra de andre (evt. bare lederen) der:
 - i. regelbruddet blir påpekt.
 - ii. konkret (tidsfrister, forventet arbeid(sinnsats), m.m.) om hva som kreves for å "bøte på skaden".
 - iii. konkret om konsekvensene (samtale m/faglærer/veileder, ekskludering o.l.) av manglende kravoppfyllelse.
- c. Så: samtale mellom hele gruppen og faglærer/veileder o.l.
- d. Til slutt: skriftlig ekskludering fra gruppen via dekanen. Faglærer informeres. **NB:** Ingen ekskludering de 10 siste dagene før innleveringsfristen!

3. Prosjektlederens rolle (Heidi B. Eikesdal)

- a. Skal ha siste ord i uenigheter.
- b. Skal holde motivasjonen oppe i gruppen
- c. Skal lese gjennom det som er skrevet underveis.

Signeres av gruppedlemmene:

Birgitte Aarebrodt

Birgitte Aarebrodt

Heidi Bang Eikesdal

Heidi B. Eikesdal

Elling Brandvold

Elling Brandvold

4. PLANLEGGING, OPPFØLGING OG RAPPORTERING

4.1. Hovedinndeling av prosjektet

- Valg av SU-modell/prosesserammeverk med argumentasjon

Ved valg av metodikkmetode, går vi ut i fra hvordan vi ønsker å arbeide. Og hvilken metode som passer for vårt prosjekt. Scrum er en av de metodene som egner seg best for vårt prosjekt. På grunnlag av at teorien for scrum beskrives slik: Teorien er basert på empirisk prosesskontroll og fordrer at man jobber inkrementelt og iterativt og at selve utviklingsjobben utføres av tverrfaglige, selvstyrte team. Vi er selvdrevne med fullmakt til å nå definerte mål vi har satt for prosjektet. Vi har også møter, hvor vi diskuterer hva som er blitt gjort, og hva som må gjøres til neste møte. Med tanke på at definisjonen av videre arbeid ikke kan avklares før resultatene av undersøkelsene er analysert, krever ikke scrum detaljert planlegging av arbeidsoppgavene, som da også viser at scrum er den metodikken vi bør bruke.

Vi skal ha sprints som foregår fire uker om gangen, med produktkøer som beskriver hva vi skal lage.

Product backlog:

	Nr.	Beskrivelse	Estimat
Høy prioritering			
	1.	Lage prosjektplan	70
	2.	Lage analyse av HIG's mediekkanaler	100
	3.	Lage konsept og prototype til en ny løsning	100
	4.	Lage evaluering av prototypen	30
	5.	Lage rapport	200
Medium prioritering			
	6.	Ferdigstille prototypen	40
			Total: 540

* Estimat viser timeantall hvert medlem gjennomfører.

Sprint 1: 2. feb - 1. mars

Sprint 2: 1. mars - 29 mars

Sprint 3: 29. mars - 27. april

Sprint 4: 27. april - 18. mai

5. ORGANISERING AV KVALITETSSIKRING

5.1. Dokumentasjon, standardbruk og kildekode

Om noen ønsker å overta vår ide og løsning er det viktig å bruke et system som de fleste er kjent med og kan bruke. Vi vil da ta i bruk HTML og CSS og kode ut i fra disse systemene. De kan også følge vårt menykart, som viser hva de forskjellige menyvalgene vil inneholde. I kodingen vil vi også forklare de forskjellige elementene vi har tatt i bruk slik at det er lettere å forstå kodingen vår.

5.2. Risikoanalyse (identifisere, analysere, tiltak, oppfølging)

Kritiske suksessfaktorer

Suksess

- At vi klarer å lage en god nok løsning som kan formidle informasjon på en god måte.
- At vi får fullført gode kontinuerlige tester på vår prototype

Fiasko:

- At løsningen vår ikke er godt nok gjennomtenkt, og da vil få negativ tilbakemelding.
- At tiden renner ut, og at vi ikke får nok tilbakemelding i prosessen av prototypen.

Risikoevaluering

Den største risikoen vi står overfor er tiden. Selv om vi har avgrenset oppgaven, er tiden knapp for å utføre alt vi ønsker. Vi må da være flinke til å ta bort oppgaver som er mindre prioritert, og utføre de store oppgaven med effektivitet og grundighet. En annen risiko er at vi starter på et konsept som svært få ønsker, og derfor må vi analysere resultatene fra intervjuene og markedsundersøkelsen grundig.

Vedlegg 19: Produktkø

PRODUKTKØ

Oppgavebeskrivelse

Høy prioritet

Lage prosjektplan
Lage Produktkø
Lage Sprintkø
Lage analyse av bacheloroppgave av tidligere studenter
Lage analyse av studentradioen
Lage analyse av Fiber
Lage konsept av nettside, «Mediehuset»
Lage analyse av Gimlekollen
Lage analyse av Volda
Lage referat av fokusgruppemøtene
Lage prototypen i WordPress
Lage analyse og konsept av nettside til Innlandsuniversitet

Middels prioritet

Lage skisser og illustrasjoner for prototypen
Lage innhold til fokusgruppemøter
Lage sprintmøtereferat

Lav prioritet

Oppdatering produktkø og sprintkø
Lage innhold og referat ift. redaksjonsmøter

Vedlegg 20:
 sprintkø

SPRINT 1							
Oppgavebeskrivelse	Ansvarlig	Utført oppgave	1	2	3	4	5
Lage referat av intervju til Guro Wang Øverli, Kommunikasjonsrådgiver ved HIG	Heidi	X	5	3			
Lage intervju til ansvarlig redaktør i Studentradioen	Birgitte	X	3				
Lage analyse av studentradioen, GSR	Heidi	X	25	21	15	3	
Lage intervju til ansvarlig redaktør i Fiber	Elling	X	3				
Lage analyse av Fiber	Birgitte	X	14	17	8	16	30
Lage analyse av bacheloroppgave av tidligere studenter	Birgitte	X	15	15	22	16	
Lage intervju til redaksjonene i studentmediene på Høgskolen i Volda	Heidi	X		5			
Lage analyse av studentmediene på Høgskolen i Volda	Heidi	X			10		
Lage intervju til Liv Iren hognestad; faglig leder for journalistikk v/ Høgskolen i Gimlekollen	Elling	X		5			
Lage analyse av studentmediet ved Høgskolen i Gimlekollen	Elling	X		15	25	25	10
Lage en analyse av et eventuelt innlands Universitet	Heidi	X			5	30	30
Lage sprintmøtereferat	Heidi	X					0.5

SPRINT 2						
Oppgavebeskrivelse	Ansvarlig	Utført Oppgave	1	2	3	4
141 Lage 1. utkast konsept 1 - Samlet studentmedium ved Høgskolen i Gjøvik	Birgitte	X	40	25		
141 Lage utkast konsept 2 - Innlandsuniversitet	Heidi	X	38	41	43	44
Lage intervju til Eddie Damn, Studentparlamentet	Heidi	X	0,5			
Lage intervju til Rigmor Øvstetun, rådgiver ved HiG	Heidi	X	0,5			
Lage intervju til Rektor Jørn Wroldsen og Maria Lillemoen informasjonsrådgiver ved Hig	Heidi	X	3		5	
Lage referat til Allmannamøte Innlandsuniversitetet	Heidi	X				
Lage 2. utkast av konsept 1 - Samlet studentmedium ved HiG	Birgitte	X			40	25
Lage sprintmøterefert	Heidi	X				0,5

SPRINT 3						
Oppgavebeskrivelse	Ansvarlig	Utført Oppgave	1	2	3	4
Lage skisser til prototypen	Birgitte/Heidi	X	6			
Lage innhold til fokusgruppe 1	Birgitte/Heidi	X	3			
Lage referat av fokusgruppe 1	Birgitte	X	15	16		
Lage innhold til fokusgruppe 2	Birgitte / Heidi	X		3		
Lage referat til fokusgruppe 2	Birgitte	X		16	30	
Lage nye skisser under utviklingen av prototypen	Alle	X			2	
Lage illustrasjoner av prototype i Adobe Illustrator	Birgitte	X	15	20	8	16
Lage prototype i WordPress	Elling	X	20	40	45	45
Lage overføringsdokument	Heidi	X	5			
Lage innhold til redaksjonsmøte	Heidi	X	3		5	
Referat av møte med redaksjonen	Heidi	X	8	5		
Lage sprintmøtereferat	Heidi	X				0,5

Vedlegg 21: Diagram – Arbeidsmengde

