



BACHELOROPPGAVE

TITTEL

Tekniske og sosiale faktorer
for drift av Gjøvik Student-TV

FORFATTERE: HÅVARD GJEISKLID ISACHSEN OG
CHRISTOFFER SUNDBY

Dato: 23.05.2012

Sammendrag

Tittel:	Tekniske og sosiale faktorer for drift av Gjøvik Student-TV	Dato: 23.05.2012
Deltakere	Håvard Gjesklid Isachsen Christoffer Sundby	
Veiledere:	Kjell Are Refsvik Terje Stafseng	
Oppdragsgiver:	Høgskolen i Gjøvik, ved Kjell Are Refsvik	
Stikkord:	Engasjement, motivasjon, studentmiljø, medieproduksjon, student-TV	
Antall sider: 78	Antall vedlegg: 13	Publiseringsavtale inngått: ja
Kort beskrivelse av master/bacheloroppgaven:		
<p>I dette prosjektet har gruppen etablert et studio for videopodcastproduksjon og live-streaming. Gruppen har vurdert mulighetene for å etablere en student-TV på Høgskolen i Gjøvik og hva som må til for å skape en dynamisk og interaktiv informasjonskanal for studentene på HiG. De har da funnet ut at engasjement og motivasjon er grunnpilarene for å rekruttere og engasjere studenter. Gjennom forskning har de funnet ut at man kan skape en sirkeleffekt av resultat og innhold. Ved å presentere innhold på en dynamisk og engasjerende måte skaper man, hvis man legger til rette for det, interaktivitet som igjen vil skape materiale for nytt innhold.</p>		

Abstract

Title:	Tenchnical and social aspects in running Gjøvik student television	Date :	23.05.2012
Participants:	Håvard Gjeisklid Isachsen Christoffer Sundby		
Supervisors:	Kjell Are Refsvik Terje Stafseng		
Employer:	Gjøvik Univeristy Collage represented by Kjell Are Refsvik		
Keywords:	engagement, motivation, student environment, media production, student television channel		
Number of pages: 78	Number of appendix: 13	Availability: Open	
Short description of the bachelor thesis:			
<p>In this project the group has established a studio for video podcast production and live streaming. The group has discussed the possibilities of creating a student-TV for the students at Gjøvik University College and researched what is required to create a dynamic and interactive TV-channel. They have discovered that engagement and motivation is the key to recruitment and involving students in their social life. Through research and interpretation they have found that you can create a circular chain effect by creating a dynamic and interactive production of content which will engage the viewer to participate in the broadcast, in the respect that this will feed the channel with new material.</p>			



Tekniske og sosiale faktorer for drift av Gjøvik Student-TV

Bacheloroppgave

Forfattere:

Håvard Gjeisklid Isachsen og Christoffer Sundby

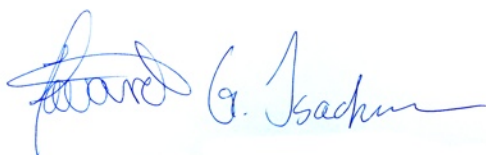
Dato:

23.05.2012

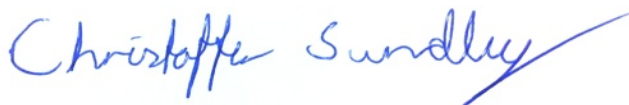
Forord

Dette er en oppgave som er utført i forbindelse med vår bacheloroppgave ved medieproduksjon på Høgskolen i Gjøvik. Prosjektet gikk ut på å rigge opp og tilrettelegge for oppstarten av en student-TV-kanal på HiG og skulle ta for seg de tekniske aspektene. Vårt mål var å gjøre veien fra dette prosjektet til en ferdig TV-kanal så kort og enkel som mulig. Vi ville forske på hvordan man kan få studenter til å bli engasjerte og motiverte til å bli med på en slik kanal. Et annet mål for oss var å legge tilrette for et sted hvor teknisk kreative studenter skulle få arbeidsrom også utenfor skolens regi.

Vi vil gjerne takke våre veiledere Kjell Are Refsvik og Terje Stafseng for god støtte under alle prosjektets faser. Vi vil også takke Jens Inge Furu som har vært til stor hjelp og har vært en god samarbeidspartner under utformingen, riggingen og testingen av studioet og alle som ble med på produksjonen av prøvesendingene.



Håvard G. Isachsen



Christoffer Sundby

Innholdsfortegnelse

1 Innledning.....	4
1.1 Prosjektet.....	4
1.1.1 Hovedmål.....	4
1.1.2 Resultatmål.....	4
1.1.3 Effektmål.....	5
1.2 Problemstilling	5
1.3 Avgrensning.....	5
1.4 Målgruppe	6
1.5 Deltagernes faglige bakgrunn.....	6
1.6 Kommunikasjonsflyt	7
1.7 Ressurspersoner	7
1.8 Bakgrunnen for prosjektet.....	8
1.8.1 Fremtidsutsikter for mediepublisering.....	8
1.8.2 Mediekonvergens.....	9
2 Metoder	11
2.1 Prototyper	11
2.1.1 Nettside.....	11
2.1.2 Prøvesending.....	12
2.1.3 Fokusgruppe.....	12
3 Teori.....	13
3.1 Netcast/webcast	13
3.2 Streaming	13
3.3 Wirecast	13
3.4 Final Cut Pro.....	13
3.5 Podcast	14
3.6 RSS	14
3.7 Videokomprimeringsformater	15
3.7.1 H.264	15
3.7.2 MP4	15
3.7.3 Mov	16

3.7.4 iTunes.....	16
3.8 Kommunikasjon og interaktivitet	16
3.8.1 Sosiale medier.....	16
3.8.2 Wikier.....	17
3.8.3 Kommentarer.....	17
3.9 Google Analytics	17
3.10 Andre student-TV kanaler	17
3.10.1 STiN - Student-TVene i Norge.....	18
3.11 WordPress	18
3.12 Motivasjon.....	19
3.13 Interaktivitet	20
3.14 Dynamikk	21
3.14.1 Bildekomposisjon = dynamikk	22
3.15 Markedsføring.....	23
4 Resultat og Drøfting.....	24
4.1 Prototype: Nettside.....	24
4.1.1 tv.hig.no	24
4.1.1.1 Første plan.....	25
4.1.1.2 Andre plan.....	25
4.1.1.3 Design.....	26
4.1.1.4 Endringer i WP	26
4.1.1.5 Plugins.....	27
4.2 Studio og regi.....	28
4.3 Prototype: Prøvesendinger	29
4.3.1 Første prøvesending	29
4.3.1.1 Utstyr.....	29
4.3.1.2 Evaluering	29
4.3.1.3 Lyd	30
4.3.2 Andre prøvesending.....	31
4.3.2.1 Evaluering	32
4.3.2.2 Statistikk	33
4.4 Hvordan skape en dynamisk TV-sending.....	33
4.4.1 Programledere	33
4.4.2 Forsøk	34
4.5 Interaktivitet	35

4.6 Opptak av podcast.....	36
4.7 Filformat på ferdige sendinger	37
4.8 Lagring	38
4.9 Fordeler og ulemper med podcasting.....	38
4.10 Mediehuset	39
4.11 GSR.....	40
4.12 Andre student-TV-kanaler.....	40
4.13 Hvordan skape engasjement.....	42
4.14 Motivasjon.....	43
4.15 Markedsføring.....	44
4.15.1 Rekruttering.....	47
4.16 Integrering i Bachelor i Medieproduksjon	47
5 Utstyrsspesifikasjon	49
5.1 Patchesystemet.....	49
5.2 Video	50
5.3 Lyd	50
5.3.1 Eksterne produksjoner	51
6 Konklusjon	52
6.1 Drømmescenario.....	52
6.2 Egevaluering	53
6.3 Videre arbeid	54
6.3.1 Utstyr videre utvidelse av studioet.....	54
Kilder	55
Vedlegg	60

1 Innledning

1.1 Prosjektet

I dette prosjektet vil vi se på mulighetene for å opprette en student-TV for å få en mer tidsriktig informasjonskanal for studentene på HiG. For å få til dette har vi satt oss noen mål.

1.1.1 Hovedmål

Hovedmålet ved denne oppgaven er å få i gang opprettelse av en student-TV-kanal ved HiG. Videre i oppgaven vil denne kalles GSTV. Vi vil legge til rette for at denne kanalen kan drives videre til høsten ved å klargjøre de tekniske aspektene. I tillegg vil vi forske på hvordan den bør drives for å få igang en motor som skaper innhold slik at kanalen kan gå av seg selv.

1.1.2 Resultatmål

Vi vil legge et teknisk og administrativt grunnlag for opprettelse av en dynamisk og interaktiv TV-kanal på Høgskolen i Gjøvik, drevet av studenter.

Delmål

Vi vil bygge opp et studio i A-bygget til bruk for podcast og livesendinger i regi av skolen og GSTV.

Vi vil opprette en prototype for hjemmeside som integrerer GSTV med de andre mediene på HiG.

Det skal produseres prototyper i form av prøvesendinger for å kartlegge muligheter og begrensninger i utstyret og lokalene.

1.1.3 Effektmål

Til slutt ønsker vi å ende opp med en selvdrivende studentkanal for informasjonsspredning og diskusjon rundt aktiviteter på HiG. En kanal hvor det jevnlig blir produsert og publisert kvalitetssendinger av og for studenter som oppnår suksess ved at den blir anerkjent og skaper engasjement på sosiale medier. Vi vil også heve praksisarbeidet på BMP og skape en fast og ubestridelig publiseringskanal for studentene på denne linjen.

1.2 Problemstilling

Hvordan kan vi starte en motor med infrastruktur og teknikk som fremmer informasjonsflyt og kommunikasjon i en student-TV-kanal ved HiG?

1.3 Avgrensning

Gruppen vil i denne oppgaven etablere et effektivt og brukervennlig studio i A-bygget med midler fra skolen, som skal fungere som podcast- og streamingstudio. Så vil vi vurdere situasjonen, og gjøre tester for å se på de tekniske og administrative muligheter til å etablere en student-TV på HiG. Vi vil forske på hvordan å lage seervennlig TV med tanke på dynamikk og interaktivitet. Desverre vil vi ikke klare å etablere en ferdig student-TV, til det er tiden for knapp, men vi vil prøve å inkludere 1. og 2. års studenter i prosjektet, slik at vi har noen etterfølgere som tar det siste steget til høsten. Målet vårt er altså at det tekniske og delvis markedsføringen ligger klart for GSTV for oppstart til høsten.

Vi har sett på mulighetene og utfordringene ved å etablere en student-tv i ukentlig drift. Og i hovedtrekk er denne delen av oppgaven å prøve å finne en metode som gjør at kanalen har en selvgående motor. Det vi mener med det er at engasjementet kanalen skaper gir grunnlag for tilbakemeldinger og diskusjon og dermed også til videre produksjon. Da har vi en kanal som driver seg selv.

Vi har også sett på relevanse for å få BMP inn i studio for å holde den daglige driften. For å underbygge dette har vi vurdert historie opp mot dagens teknologi for publisering av medieinnhold for å få en idé om hvilken vei publiseringsteknologien går. Da har vi også sett på hvordan sosiale medier kan implementeres i produksjoner både til markedsføring og interaktivitet i selve produksjonen.

1.4 Målgruppe

Målgruppen for denne rapporten er studenter og ansatte som har lyst til å videreføre vår visjon om GSTV som hovedkanalen for informasjon på HiG. Rapporten er egentlig ment som en manual og inspirasjon for studentene som eventuelt vil ta opp tråden vår, men vil også fungere som en direkte rapport så våre etterfølgere kan lære av våre feil og erfaringer, og på grunnlag av disse, ta egne velvurderte valg.

1.5 Deltagernes faglige bakgrunn

Deltagerne har gjennom prosjekter ved Høgskolen i Gjøvik (HiG) vært gjennom mye teknisk arbeid som har lagt grunnlaget for gjennomføringen av denne oppgaven. Vi har begge ved flere anledninger vært sentrale personer i streamingproduksjoner på nett. Som en del av forberedelsen var også et av medlemmene med på en større «live on tape» produksjon på Lillehammer før påske, i regi av studenter ved HiL, for å lære mer om hvordan man burde planlegge og gjennomføre en slik produksjon.

Oss i mellom har vi inngående erfaring fra web, kamerabruk, regi, lys, lyd og lydmiiks, i tillegg til mye teknisk erfaring fra opprigg av diverse tekniske løsninger. Det vi ikke har så mye erfaring fra er redaksjon- og administrasjonsarbeid.

1.6 Kommunikasjonsflyt

Kommunikasjonsflyt er meget viktig i et prosjekt som dette, og da gruppen kun er bestående av to personer har det ikke vært problemer med hvordan kommunikasjonsflyten skulle foregå. Dersom eksterne personer skulle kontaktes ble dette gjort via e-post, og den andre personen ble alltid kopiert inn, slik at begge til en hver tid var oppdaterte på den tilgjengelige informasjonen. Det ble opprettet en felles Dropbox-mappe for alt av referansedokumenter, figurer, bilder og annet som kunne være relevant. Selve bacheloroppgaven ble skrevet i Google Dokumenter slik at begge kunne redigere dokumentet samtidig, og alltid ha den nyeste versjonen. All øvrig informasjon mellom gruppemedlemmene forgikk via SMS, telefonsamtaler og ansikt til ansikt.

1.7 Ressurspersoner

Ressurspersonene under er personer som hele veien har, gjennom sine respektive fagfelt, hjulpet oss underveis med problemer og lignende som vi ikke hadde kunnskapen, grunnlaget eller muligheten til å løse på egenhånd.

Kjell Are Refsvik har vært vår veileder fra starten av og har vært den vi har hatt kontinuerlig kontakt og samarbeidet med på det som angikk rigging og konstruksjon av studio og regi. I begynnelsen av prosjektet var han også den vi konsulterte med ang. hvilken retning vår oppgave skulle ta, etter at podcast-studioet var ferdig. Dessverre ble han sykemeldt i midten av April.

Etter Kjell Are ble sykemeldt, tok vi kontakt med Terje Stafseng som deretter tok over som veileder, og er den vi har forholdt oss til ang. rapporten frem til innlevering.

Under den tekniske utformingen av studioet har vi samarbeidet tett med Jens Inge Furu. Sammen med Jens har vi bygget og utformet studio og regi, produsert sendinger og samarbeidet rundt videreføringen av GSTV.

For å få nettsiden opp og gå var vi i kontakt med IT-tjenesten og har deretter hatt direkte kontakt med Einar Jørgen Haraldseid, for å få hjelp til alt som har med dette å gjøre.

1.8 Bakgrunnen for prosjektet

Det var tre grunner til at vi hadde lyst til å gjennomføre dette prosjektet. Den første grunnen var skolens ubrukte patchesystem mellom medierommene i A-bygget. Da vi fant ut at dette systemet eksisterte ble vi forbauset over at dette ikke ble benyttet. Den andre grunnen er at skolen har nylig gått til innkjøp av utstyr for å etablere et podcast-studio og som en gir enda en grunn til å aktivt bruke patchesystemet. Den tredje grunnen er at vi har sett en klar utvikling i mediebildet de siste årene etter at båndbredder som tillater overføring av større mengder data, ble allemannseie (se avsnitt 1.8.1). Disse tre grunnene ga oss en klar tanke for hvilken teknikk vi ville jobbe med og la dermed grunnlaget for den videre utviklingen av problemstilling.

1.8.1 Fremtidsutsikter for mediepublisering

Inntoget av Internett og web 2.0 gjorde at alle kunne publisere materiale på Internett og få det sett av millioner. Dette var noe som i gamle dager var forbeholdt kanaler som hadde tilgjengelig infrastruktur for kringkasting til masser, som for eksempel TV-kanalene NRK og TV2. Det krevdes tidligere store ressurser og dyrt utstyr for å produsere videomateriale for publisering for masser. I dag kan man eksempelvis kjøpe en iPhone og gjøre akkurat dette, filme, redigere og publisere for hele verden. TV-kanalene har også fått mulighet til å få programmene sine sett av flere ved hjelp av «On-demand»-tjenester som podcaster, YouTube og digital-TV. Det negative for TV-kanalene i denne

sammenheng er at dette også har gitt brukerne muligheter og makt. Vi kan se på hva som skjedde med musikkmarkedet for ca. 10 år siden, for å få en idé om hva teknologi kan gjøre med etablerte infrastrukturer. Da Napster kom på banen i 1999 med sin løsning for å forenkle måten vi finner og tilegner oss musikk på, fikk plateselskapene nye utfordringer. I stedet for å omfavne teknologien og kjøpe den fra Napster, gikk de til absurde søksmål og ville få teknologien forbudt (King 2002). Idag baserer verdens største musikkbutikk, iTunes Store, seg på noen av de samme prinsippene, nedlasting av musikk, med mulighet for én og én sang.

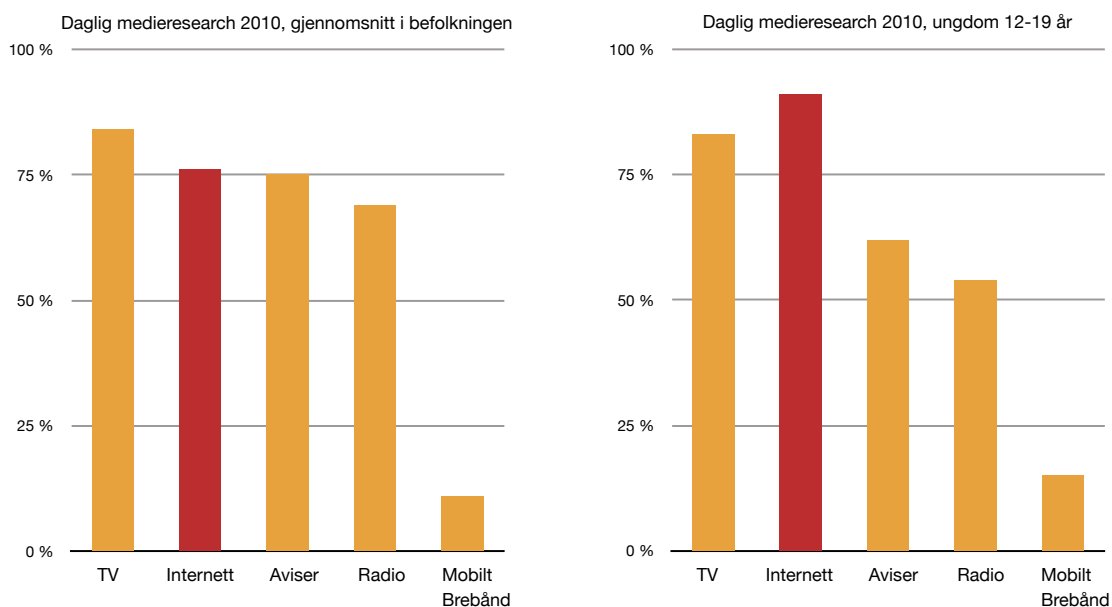
TV-kanalene kan selvfølgelig ikke saksøke noen for å publisere egenprodusert materiale på YouTube, men de burde muligens omfavne mulighetene alminneliggjøringen av videoproduksjon og publisering gir. Hvilke muligheter åpner seg f.eks. hvis man får alle som er på et arrangement til å logge seg på en tjener og streame kameraene sine direkte dit, slik at TV-kanalene kan bruke disse kildene i sin produksjon. Dette åpner potensielt for at vi ikke lenger bare har flerkameraproduksjon, men tusentallskameraproduksjon. Hvordan man skal klare å holde orden på alle disse kildene og kvalitetssikre de er en annen sak, og en problemstilling man vil måtte finne en løsning på. Dette er ikke noe vi kommer til å ta for oss i denne oppgaven.

1.8.2 Mediekonvergens

Vi ser i dagens mediasamfunn at stadig flere klienter, altså enhetene brukerne benytter seg av, konvergerer til å kunne gjøre det samme. For ikke mange år siden var en mp3-spiller en bærebærbar spiller som kunne spille musikk, en mobiltelefon var en bærbar telefon og en datamaskin var noe du hadde stående hjemme og på kontoret, som du kunne surfe på nett med og skrive dokumenter på. I dag kan man gjøre omtrent det samme med alle disse enhetene. Du trenger ikke lenger sette deg ned på hjemmekontoret ditt for å lese aviser på nett, du kan sitte på bussen og lese nettavisen på telefonen mens du hører på musikk på den samme enheten. I Sosiale medier i all offentlighet (Brandtzæg mfl. 2011, s. 16–17), peker

forfatterne på at denne konvergensen mellom enhetene vi konsumerer medieinnhold på, også fører til konvergens i hvordan kanalene opererer. Markedene til NRK og VG konvergeres, det samme gjør da aktørene NRK og VG. Du leser ikke nødvendigvis en avis i papirform og ser på nyheter på TV – du gjør begge deler på Internett med telefonen din. Før hadde NRK og VG forskjellige markeder, mens de i dag kjemper om de samme leserne og seerne. Nå kan for eksempel VG og NRK kjempe om de samme rettighetene til å sende fotballkamp (Tufto 2010).

Thomas Moen publiserte i 2011 en undersøkelse som viser hvilke aldersgrupper som bruker hvilke medier i 2010, og den viser, ikke overraskende, at unge mennesker i alderen 12-19 år hovedsakelig bruker Internett som sin mediekanal (se figur 1). Dette kan man se på som en utvikling som kommer til å vedvare. De som vokser opp med teknologi har også lettere for å bruke den. Dermed vil vi se at Internett stadig blir en viktigere mediekanal, og som figuren viser, kommer Internett trolig til å ta over for TV som primærkanalen.



Figur 1. En undersøkelse av det norske folks daglige medieresearch. Kilde: (Moen 2011)

2 Metoder

Vi vil først sette oss inn i det tekniske utstyret skolen har for å kartlegge de rent tekniske begrensningene, og ikke minst, mulighetene vi har. Dette har vi gjort ved å delta aktivt i oppriggingen av det nye utstyret og deltatt i anskaffelsen av det. Å rigge opp og bruke utstyr er den beste måten å lære seg mulighetene og begrensningene utstyret byr på.

Etter dette har vi satt oss inn i teori om podcast, streaming og RSS. Vi regnet med at etterhvert som oppgaven formet seg, ville det bli behov for å sette seg inn i mer, men dette var teorien vi følte vi måtte ha som grunnlag for videre arbeid. Vi har sett på hvordan andre student-TV-kanaler blir drevet og hva de produserer for å kunne gjennomføre en mer reflektert drøfting av hvordan vi på HiG kan drive en student-tv.

2.1 Prototyper

En prototype lages for å teste en modell eller et konsept i et tidlig stadie. En prototype vil typisk sett inneholde alle eller så mange aspekter som mulig av den ferdige løsningen (Bailey 2011). Grunnen til at vi benytter oss av prototyping i denne oppgaven er at vi da kan teste en rekke aspekter av de ferdige produktene slik vi ser det for oss.

2.1.1 Nettside

For å ha et sted vi kan teste ut forskjellige momenter og kunne vise frem det som produseres trengte vi en prototype på en nettside. Denne skulle være enkel å vedlikeholde, bruke og endre, og fungere som GSTV sitt ansikt utad. Her skulle vi også kunne publisere prøvesendingene. Ettersom det er det produksjonsmessige og de tekniske publiseringsløsningene som er vårt hovedfokus, vil ikke utforming av design på denne nettsiden være vår hovedprioritet. Det er mer en nødvendighet for å teste det overnevnte.

2.1.2 Prøvesending

Selv om kanalen ikke vil komme opp å gå for fullt i løpet av vårt prosjekt, skal vi legge tilrette for at det kan begynne å produseres sendinger til høsten. Vi skal derfor sette opp studio og undersøke hvilke komprimeringsformater og metoder som egner seg best. På bakgrunn av dette vil vi lage noen prøvesendinger for GSTV, med de elementer som er mest aktuelt; flerkameraproduksjon i studio, preproduserte innslag og evaluere arbeidsflyt.

I tillegg til det overnevnte vil det hjelpe oss med å kartlegge, og forhåpentligvis trigge motivasjonen til andre studenter som da kan plukke opp tråden når vi er ferdige her. For å få til dette, vil vi også få testet markedsføringskanalen(e) vi tenker oss at kanalen skal basere seg på. Vi må markedsføre disse sendingene og prøve å vekke interesse hos studentene.

2.1.3 Fokusgruppe

Vi valgte å jobbe med fokusgruppe i den forstand at alle som var med å lage prøvesendingene var med å utvikle kanalen og sendingen. På slutten av produksjonsdagene tok vi en gjennomgang i plenum om hvordan deltakerne synes det gikk, og åpnet for tilbakemeldinger og synspunkter. Fokusgruppen skulle være en aktiv arbeidsgruppe som kom med sine vurderinger og synspunkter til hvordan sendingen skulle formes. Både innhold, produksjon og publisering.

Grunnen til at vi valgte denne metoden er at vi vil fokusere på den tekniske delen av kanalen. Vi vil skape et sted av og for studenter som vil ha et sted de kan utfolde seg teknisk og kreativt, og vi vil at studioet skal være tilrettelagt for læring. Vi hadde lyst til å ha en spørreundersøkelse blant alle studentene på skolen for å kartlegge interessen blant publikum. Dette satt vi i andre rekke og vurderte heller muligheten for å sende ut en spørreundersøkelse sammen med prøvesendingen, men det ble ikke noe av da vi kom såpass sent i gang med produksjonen av prøvesendingene.

3 Teori

3.1 Netcast/webcast

Netcast/webcast er en løsning hvor man streamer på nett, enten live eller on demand. Man kan si at det er kringkasting over Internett. Webcast kan være både lyd og bilde. Fordelen med denne typen publisering er at mottakeren ikke trenger å laste ned mediet (Wikipedia A 2012).

3.2 Streaming

Streaming er en overføring av data, video eller lyd til en mottaker. Streaming baserer seg på å laste ned informasjonen akkurat når mottakeren skal se/høre den, og så kaste den etterpå. Man trenger derfor ikke stor lagringskapasitet for å se/høre innholdet. Forutsatt en viss båndbredde, er det ingen ventetid på å se innholdet. Den vil uansett en brøkdel av tiden man ville ha brukt for å laste ned hele filen. En ulempe med denne teknikken er at det krever stor båndbredde fra avsender, og hvis mange klienter ser filmen samtidig, må de dele på båndbredden (Skrindo 2001).

3.3 Wirecast

Wirecast er et program som lar brukerne produsere live hendelser kun ved hjelp av et kamera, Internettilgang og en datamaskin. Programmet kan både streame og ta opp til disk og er et billig alternativ til en fullformat streamingserver og tilhørende software (Telestream 2012).

3.4 Final Cut Pro

Final Cut Pro (FCP) er et videoredigeringsprogram utviklet Macromedia Inc. og senere av Apple Inc. og er et populært verktøy til videoredigering både blant

amatører og profesjonelle. I FCP har man også mulighet til å ta opp en ekstern videokilde live ved hjelp av capture (Wikipedia B 2012).

3.5 Podcast

Podcast er et lyd eller videoopptak som blir lagt ut på nett og kan lastes ned og abonneres på ved hjelp av RSS. Navnet Podcast er en sammenslåing av iPod og kringkasting. Begrepet «podcast» dukket for første gang opp i en artikkel i The Guardian av Ben Hammersley og ble brukt som et synonym for lydblogg (Arthur og Schofield 2006). New Oxford American Dictionary kåret «Podcast» til årets ord i 2005 og definerte ordet som «... *a digital recording of a radio broadcast or similar program, made available on the Internet for downloading to a personal audio player*» (Oxford University Press 2005). De senere årene har podcasting blitt mer og mer vanlig og utviklet seg til å bli en enkel måte å dele medieinnhold på, og ikke minst en enkel måte for forbrukere og tilegne seg innholdet. Podcast er en «On demand»-tjeneste som gjør at brukeren kan lytte til eller se på sitt favorittprogram når man måtte ønske, og dermed slippe å måtte benke seg ned foran et viss medium til et gitt tidspunkt. Podcaster må derimot ikke lastes ned men kan også streames gjennom noen tjenester.

3.6 RSS

RSS står for **R**eally **S**imple **S**yndication, og er en måte man kan motta forenklet informasjon. Dersom en daglig eller ukentlig går igjennom store mengder med nyheter, blogginnlegg, podcastepisoder eller andre publikasjoner kan man gjennom RSS gjøre denne prosessen enklere enn å måtte sjekke alle nettsidene for nye saker, innlegg og episoder. Dette gjøres ved at den nevnte informasjonen blir sendt til brukeren. Når noen oppdaterer det som går inn i strømmen vil dette automatisk oppdateres på RSS strømmen, og man kan da bli varslet om nyheten. Dette fører til at brukeren ikke trenger å besøke et titalls nettsteder for å motta

informasjon fra de, men kan heller forholde seg til én tjeneste med samlet informasjon (Horgen 2007).

I tillegg kan man som webutvikler hente opp RSS fra en ekstern nettside og pakke dette inn i sitt eget ønsket utseende, og benytte de kildene man vil. På denne måten oppnår man en selvtilpasset informasjonskanal som kan gi deg det innholdet du selv vil ha fra flere hold. Et eksempel på hvordan RSS kan brukes til å lage en spesialtilpasset visningsmåte for nyheter er tjenester som Feedly (nettleaserbasert) og Flipboard (iOS). Her har en utvikler laget et system der brukeren kan laste inn et ønsket antall RSS strømmer og få disse levert på en ny visuell måte som viser innhold fra flere steder.

3.7 Videokomprimeringsformater

3.7.1 H.264

Også kjent som MPEG-4 part 10 og AVC (Advanced Video Compression) er et standardisert kodek for komprimering av video. Teknologien støttes av de aller fleste kommersielle containerformater og avspillere. Kodeket kan pakkes inn i flere forskjellige containerformater som for eksempel mp4, m4v og mov. Det er grunnen til at det er den absolutt mest brukte kodeken for komprimering av podcast (Wikipedia C 2012). Fordelen med H.264 er at måten den komprimerer på tillater en lavere bitrate enn andre kodeker. Du får altså bedre kvalitet ved lavere bitrater enn de aller fleste andre komprimeringskodeker. (Kitamura 2012)

3.7.2 MP4

MP4, også kjent som MPEG-4 del 14, er et containerformat som kan pakke inn video som er komprimert med kodeket H.264 og lyd som er komprimert med kodeket AAC (Standardiseringsportalen 2010). Formatet blir støttet av de aller fleste avspillere på markedet både til Mac, Windows og andre avspillingsplattformer.

3.7.3 Mov

Containerformat utviklet av Apple for deres Quicktime Media Player. Fordi dette er en standard som er utviklet av Apple, krever denne at Windows brukere laster ned og installerer Quicktime for å kunne se filen (Wikipedia C 2012).

3.7.4 iTunes

iTunes er en online musikkbutikk og har også en podcastkatalog, og fungerer både på PC og Mac. M4v er iTunes sitt standard videoformat, dvs. at det er det formatet Apple har på sine filer i iTunes store, men det støtter også mp4 og mov. iTunes kan også være en katalog som linker til podcasten du abonnerer på. Når det kommer til lydpodcaster støtter iTunes mp3 og m4a (Apple Inc. 2012).

3.8 Kommunikasjon og interaktivitet

3.8.1 Sosiale medier

Medier i denne sammenheng er «instrumenter for kommunikasjon», noe som gjør sosiale medier til et sosialt instrument for kommunikasjon. Et sosialt medie er ikke bare en nettside der du mottar generisk informasjon, men heller en nettside der du som bruker kan interagere med andre og motta informasjon derfra. Sosiale medier er et virtuelt nettsamfunn der man bygger nettverk med andre aktører. Det kan være så enkelt som at nettverket gir deg mulighet til å kommentere og dele dine meninger med andre i nettverket, eller så komplisert at brukeren mottar informasjon basert på interesser, hvem man har interagert med og interessene til de man interagerer med (Nations 2012). Man kan se på vanlig media, slik som aviser, TV, og bedriftsnettsider som enveisformidling med små deltakelsesmuligheter for andre enn de som sitter i redaksjonen. Derimot er sosiale medier en toveisformidling der de som ikke er en del av redaksjonen også har muligheter til å delta (Brandtzæg mfl. 2011, s. 18–19). Sosiale medier er altså medier som tillater brukerne å interagere med hverandre og på den måten skape

innhold. Noen av de beste eksemplene på dette er Facebook, Twitter og Digg (Nations 2012).

3.8.2 Wikier

Wikier er sider på Internett hvor brukere kan oppdatere og redigere innholdet på siden. Man kan si det er sider laget i samarbeid med alle som vil. Man kan lage en plattform, så kan brukere selv gå inn å redigere innholdet. «Wikipedia» er blitt verdens største nettbaserte leksikon ved bruk av denne teknologien. Alle kan bli medlemmer og alle medlemmer kan oppdatere og redigere innholdet. Wikipedia har også bevist at brukerskapt innhold også kan være pålitelig (Brandtzæg mfl. 2011, s. 42).

3.8.3 Kommentarer

«Kommentarer» i denne sammenheng vil si kommentarfelt under artikler eller videoer publisert på nett som gjør det mulig for brukeren og legge igjen sine synspunkter på saken eller innholdet. Det som vanligvis kreves av brukeren er mailadresse og et kallenavn.

3.9 Google Analytics

Dette er en gratis tjeneste som tillater deg å få statistikk om dine nettsider. Gjennom Google Analytics kan man få informasjon som sidevisninger, hvordan besøkende fant nettsiden, hvordan de navigerte på nettsiden og mye mer (Google 2012).

3.10 Andre student-TV kanaler

I Norge finnes det student-TV kanaler i Bergen, Oslo, Stavanger, Trondheim og Volda. Disse er alle uavhengige av skolen i form av at de er egne bedrifter (Brønnøysundregistrene 2012). Dette gir dem bestemte fordeler som at de er helt uavhengige av skolen og ikke under skolens regi, og får dermed en fullstendig

frihet til å gjøre som de vil. De er drevet av studenter ved de universitetene og høyskolene i sitt område og det er disse som står for alt av innhold, styring og promotering. Gjennom å drive med dette får studentene erfaringer som ikke bare er rettet mot produksjon av innhold til en slik kanal, men også driften av den. Dette er erfaringer som vil være meget relevante i jobbsøkersammenheng, da studentene har et mer helhetlig bilde av hvordan en slik kanal fungerer.

3.10.1 STiN - Student-TVene i Norge

STiN er en fellesorganisasjon for student-TVene i Norge. Målet deres er «å arbeide for utvikling og bevaring av norske student-tv stasjoner, støtte etablering av nye student-TVer i Norge, og delta i offentlig mediepolitikk for å fremme de norske student-tv stasjoners interesse.» (Student-TVene i Norge 2012). De har seks student-TVer som medlemmer; Studentmediene i Stavanger, student-TV i Trondheim, Bergen student-TV, Oslo student-TV, student-TV Volda og student-TV Bodø.

3.11 WordPress

WordPress startet i 2003 med et par linjer kode for å forbedre den typografiske presentasjonen av daglige skriverier. På den tiden var det meget få personer som deltok i prosjektet og det har siden den tid vokst seg til å bli såpass stort at det brukes på flere millioner nettsider og daglig blir sett av over ti millioner mennesker. Nå er det hundrevis av personer som deltar i prosjektet på verdensbasis, noe som i de fleste tilfeller er mange flere enn de kommersielle alternativene (WordPress A 2012). WordPress brukes i dag til en rekke typer nettsider, alt fra blogger, nyhetssider og andre nettsamfunn, til å hoste bedriftshjemmesider og porteføljer. Det er akkurat denne allsidigheten som har gjort WordPress til et så kraftig og mye brukt verktøy innen nettpublisering. I tillegg til å være så mye brukt har WordPress også den fordel av at det er så enkelt i bruk. Du trenger ingen store kunnskaper innen webdesign eller nettpublisering for å kunne bruke og forstå WordPress. Er du en uavhengig person eller bedrift som skal ta i bruk WordPress har du også flere tusen temaer å velge i,

og det er kun om du teller med de som er gratis å finne på WordPress sine egne hjemmesider (WordPress B 2012). I tillegg til disse er det mange som er å finne som kan kjøpes, og det er ikke alle de som er gratis som er listet opp på nettsidene til WordPress. Totalt sett er det ikke usannsynlig at det finnes fra hundre tusen til flere millioner slike temaer, men dette er ikke noe det finnes dokumenterte tall på (Chapman 2010).

3.12 Motivasjon

Motivasjon kan deles inn i to underkategorier, indre og ytre motivasjon. Indre motivasjon er motivasjon som kommer av individets egen nysgjerrighet og deres ønske om å lære. Et eksempel på indre motivasjon kan være å pleie sine interesser, slik som å spille musikk, kun fordi man selv ønsker det. Ytre motivasjon baserer seg derimot ikke på denne type aktiviteter, men heller på aktiviteter som hos individet motiveres av resultater som forventes av andre og som gjør at individet får en eller annen form for belønning for sin utførelse (Ulleberg 2002). Slike belønninger kan eksempelvis være hvis et barn spiser grønnsakene sine vil han få dessert .

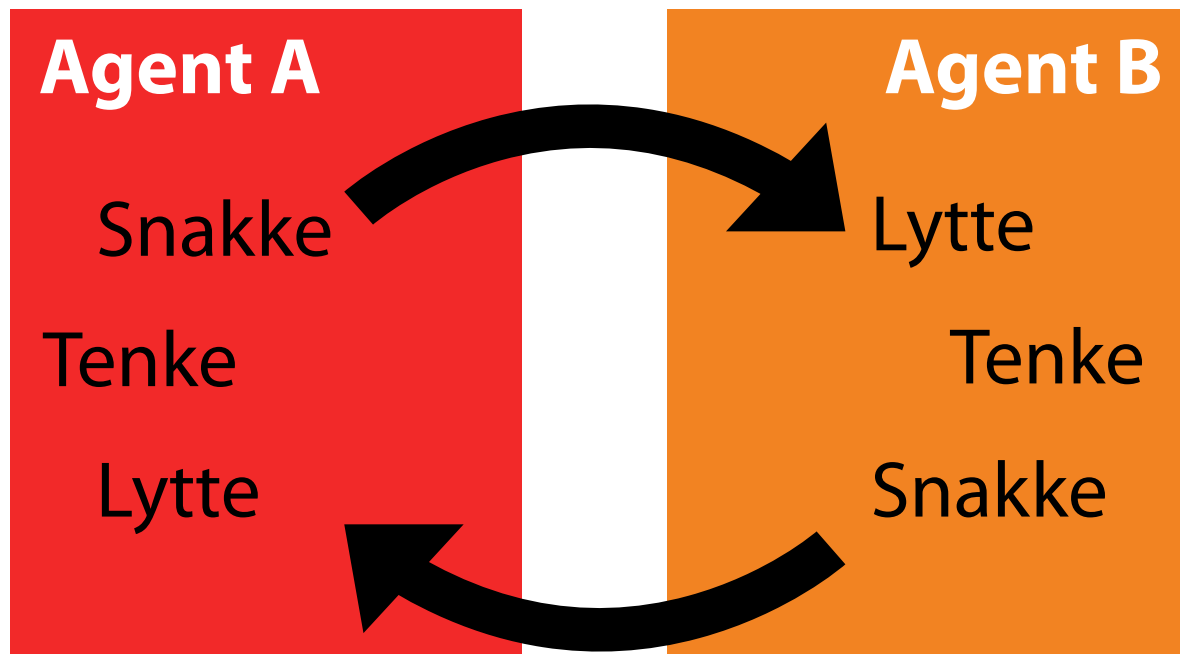
Børresen og Håland (2010) presenterer i sin utgivelse, «med motivasjon i baklomma», *Ryan og Deci* selvbestemmelsesteori som omhandler menneskets medfødte trang til å søke nye utfordringer og lære. I den sammenheng definerer de menneskets tre grunnleggende faktorer for å stimulere motivasjon.

- (1) Behov for kompetanse. Mennesker har en medfødt lyst til å få god kompetanse på en eller flere områder.
- (2) Behov for autonomi, som vil si menneskets behov for frihet. Ryan og Deci viser til klasseromsstudier som viser at elever som blir satt under strenge retningslinjer og regler blir initiativløse og lite selvstendige (Børresen og Håland 2010).

- (3) Behovet for tilhørighet. Sosiale behov (jmf. maslows behovspyramide 3.15).
Alle mennesker har sosiale behov som kjærlighet og vennskap og å føle at de er en del av et fellesskap.

3.13 Interaktivitet

Chris Crawford definerer interaktivitet som en sirkulerende aktivitet mellom to eller flere agenter der hver agent vekselvis lytter, tenker og snakker (Crawford 2006). Med lytte, tenke og snakke, er det ikke nødvendigvis kun disse verbene det er snakk om, men betydningene til disse kan overføres til andre aktiviteter. Man kan bytte ut en av disse personene med et hvilket som helst annet substantiv. Eksempelvis vil du kunne interagere med en datamaskin ved at agent A, personen, snakker i form av å flytte på musepekeren og klikke, agent B, datamaskinen, vil deretter lytte ved å motta klikket, tenke hva dette betyr at den skal gjøre og deretter gjennom å utføre handlingen, snakke tilbake til agent A. I figur 2 ser vi en grafisk fremstilling av Crawford sin definisjon.



Figur 2. En grafisk fremstilling av Crawfords definisjon av interaktivitet.

Interaksjon i en TV-sending vil fungere på samme måte, men her vil da partene være mennesker som interagerer virtuelt med hverandre ved hjelp av

kommunikasjonsteknologi. Typisk kjedehandling vil da være at personen foran kamera (agent A) kommer med et utsagn, som en person foran TV-skjermen (agent B) vil lytte til, tenke på og vurdere, for så å komme med et svar tilbake personen foran kamera. Man vil altså med hjelp av teknologi kunne ha en interaksjon uten å måtte være i samme fysiske rom.

3.14 Dynamikk

Dynamikk er et ord som blir brukt i mange forskjellige sammenhenger og det er vanskelig å finne en ensbetydende definisjon på hva det faktisk er. Vi vil derfor forklare vår egen definisjon av ordet i vår sammenheng ved å se på hvordan det blir definert i andre teorier. Dynamikk ifølge no.thefreedictionary.com er en *dynamisk person* en «pulserende og initiativrik person», mens *dynamisk elektrisitet* defineres «som har karakter av bevegelse, som gjelder bevegelse, som er i bevegelse», og motsetningen defineres som «statisk». Definisjonen kan sammenlignes med definisjonen for dynamikk i musikk hvor det er en betegnelse på nivåforskjeller i musikken som skaper et mer pulserende og levende lydbilde (Wikipedia D 2011). Hvis vi ser på disse definisjonene og overfører dem til medieinnhold, kan vi forstå det i den retning at det er en levende og vibrerende måte å presentere innhold på. Man kan sammenligne avis og TV. TV er en levende og vibrerende mediekanal med bevegelse, lyd, farger, mens en avis er en død ting, som ikke endrer seg.

Dynamikk gjør presentasjonen av innholdet mer spennende å se på. Det gjør at man kan få innhold som kanskje i utgangspunktet ikke er interessant for alle til å bli mer interessant. Dette er krav som stilles til en produksjon i produksjonsfasen. Presentasjon av innhold med levende bilder gjør det ikke automatisk dynamisk og mer spennende og se på. Sammenligningen vår mellom avis og TV, var for å få frem den dynamiske fordelene TV har i forhold til en avis, men aviser kan også ha forskjellige grader av dynamikk i publiseringen med tanke på typografi, bruk av bilder osv. Dynamikk må vurderes i sammenhengen uttrykket blir brukt. På

samme måte kan TV-sendinger være mer eller mindre dynamisk, det er fullt mulig å lage en meget lite dynamisk TV-sending. En person som snakker inn i kamera hvor bakgrunnen er hvit og hvor det ikke er noen grafikk vil være meget lite dynamisk TV. For å oppnå suksess når den potensielle seergruppen er smal må man presentere innholdet på en måte som engasjerer seerne og her vil god dynamikk og interaktivitet være avgjørende. Det viktigste for kanalen vil være å tilegne seg seere på denne måten. Bruke farger, grafikk, innslag og engasjerende personer foran kamera som gjør sendingen interessant og se på, uavhengig av hva innholdet er.

3.14.1 Bildekomposisjon = dynamikk

Bildekomposisjon er en viktig faktor i hvordan seeren opplever dynamikken i sendingen. Feil bildekomposisjon kan få seeren til å spore helt av, mens på den andre siden kan det gjøre sendingen mer spennende og engasjerende. Dette skjer mer eller mindre ubevisst fra seerens side. Det kan være tydelig distraherende elementer i bildet som får seeren til å miste interessen fra det som egentlig er hovedfokuset i bildet, eller det kan være så lite som uheldig lyssetting eller fargebruk. Det gjelder å komponere spennende bilder samtidig som man ikke drar seerens oppmerksomhet vekk fra hovedelementet i bildet. (Jacobsen 2007, s. 14–19)

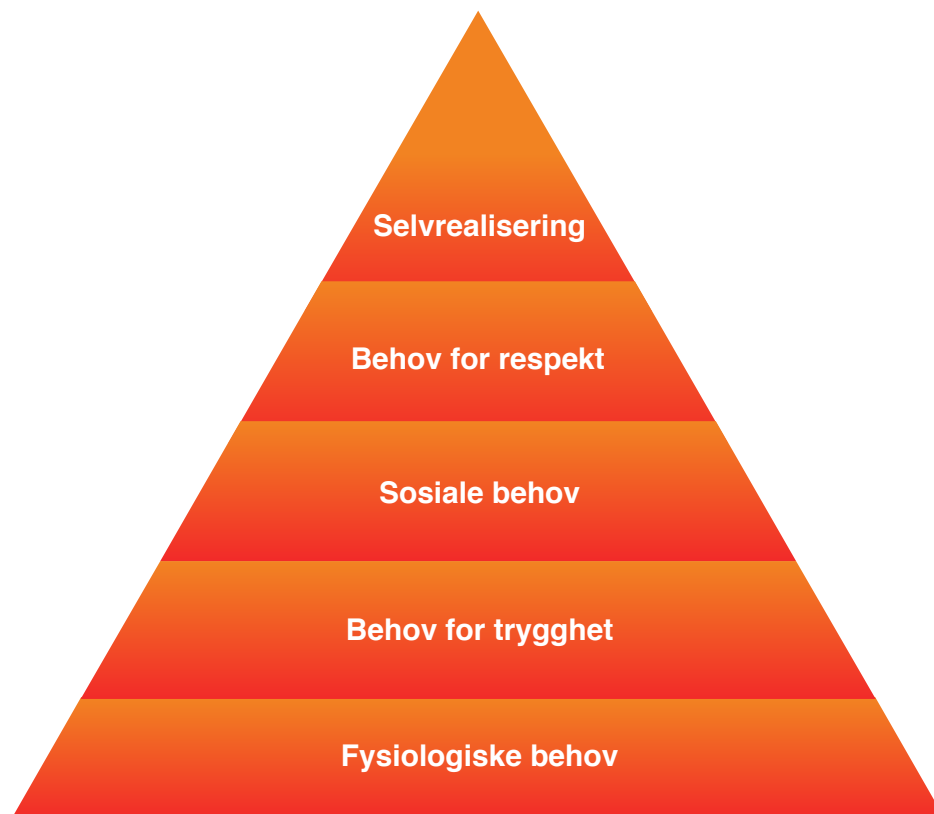
Å skape dybde i bildet er en grunnleggende faktor i bildekomposisjon. Man deler gjerne bildet opp i tre dybdefaktorer: forgrunn, mellomgrunn og bakgrunn. Dette er med på å bygge opp romfølelsen og skape dybde i bildet. Å bruke hardt lys på personer og soft lys på bakgrunnen vil bidra til å skille hovedfokuset fra bakgrunnen (se vedlegg J). Man kan også lyse opp bakgrunnen med farger. Dekorasjoner i forgrunnen vil også skape dybde i bildet. (Jacobsen 2007, s. 14-19)

I intervjusituasjoner bør man passe på hvordan utsnittene til de forskjellige kameraene passer sammen. Matchende mengde luft over hodet, like store utsnitt skutt fra lik høyde, passe på luft i synsretning og unngå å kutte av halve kropper

med bildekanten. For å unngå at klippingen blir kjedelig er det viktig å variere utsnittene. Veksle mellom total og nært, og å filme handlingen. (Jacobsen 2007, s. 14–19).

3.15 Markedsføring

Abraham Maslow hadde et ønske om å kartlegge hvorfor mennesker i bestemte situasjoner ledes av bestemte behov. Gjennom sitt arbeid med dette lagde han det som kalles for Maslows behovshierarki eller behovspyramide. Her har han delt inn menneskers behov hierarkisk og gradert dem etter viktighet i rekkefølgen fysiologiske behov, trygghet, sosiale behov, respekt og anseelse og selvrealisering. Mennesker vil tilfredsstille sine primærbehov først, så når det disse behovene er innfridd vil de neste behovene tre i kraft (Kotler 2005, s. 158–159).



Figur 3. Maslows behovspyramide.

4 Resultat og Drøfting

4.1 Prototype: Nettside

Ved å gjøre nettsiden så automatisert som overhodet mulig, vil dette sørge for at deler av nettsiden konstant oppdaterer seg, noe som vil føre til at brukerne vil besøke nettsiden hyppigere. Dersom en nettside oppdaterer seg sjelden, vil du som bruker trolig besøke den like sjelden, noe som vil føre til at trafikken gradvis minker helt til nettsiden blir glemt. Dette er noe en hver nettsideinnehaver vil unngå at skal skje, derfor er man nødt til å gi de besøkende en grunn til å komme tilbake. Begrunnelsen kan være en rekke faktorer og kan basere seg på innhold i form av læringsverdi, samtaleverdi og om det er aktuelt stoff. Det vil sannsynligvis ikke bli publisert dagsaktuelle saker på denne nettsiden, men heller ukes- og månedsaktuelle saker. Det som er viktig her er at nettsiden i seg selv innbyr til besøk og at de besøkende blir en stund og ønsker å komme igjen. Publiseringfrekvens og innhold er med andre ord hovedfaktorene for å holde GSTV sine hjemmesider interessante for studentene på skolen.

4.1.1 tv.hig.no

For å kunne teste ut om GSTV er en drøm som kan realiseres hadde vi behov for et sted der vi kunne publisere og kommunisere ut mot verden, med andre ord en nettside. Dette måtte være en nettside som kunne driftes raskt og enkelt, uten inngående kunnskaper i webdesign og drift av nettsider. Det naturlige valget falt da på en nettside drevet av WordPress (WP), da dette er et oppsett med et enkelt brukergrensesnitt, men som fremdeles har de avanserte mulighetene som kan være ønskelige. Ettersom vi i gruppen ikke har inngående kunnskaper om hvordan designe et WP tema fra bunnen av, og dette ikke var vårt fokus, bestemte vi oss for å gå for et ferdiglaget tema, endre dette til vi endte opp med et utseende vi var fornøyd med. Etter litt research endte vi på to alternativer, temaene Magazineen og Arras. Formatet på disse to temaene var begge ganske like, og hadde

to spalter med mulighet for widgets i sidekolonnen. Til å begynne med valgte vi Magazeen, fordi vi da hadde en noe annerledes plan for publisering av informasjon, men til slutt falt valget på Arras, da vår plan endret seg underveis.

4.1.1.1 Første plan

Den første planen var å benytte seg av RSS fra en rekke nettsider som er relevante for studentene på Gjøvik, slik at innholdet på siden kunne oppdateres automatisk. Ved å bruke plugins ville en ny sak i en RSS strøm skape et nytt innlegg som ble plassert under en kategori for det nettstedet den representerer. Et nytt innlegg hos Darling.no ville dermed bli lagt i kategorien Darling. Disse kategoriene ble så brukt i en selvkonfigurert meny slik at besøkende bare kunne se saker fra én kilde. Dette var en løsning som både hadde positive og negative sider. På den positive siden blir dette en veldig dynamisk nettside hvor det ofte ville være oppdateringer og flyt av informasjon, men denne hyppigheten ville også føre til at hovedinnleggene på denne siden ikke kom til å komme like godt frem. GSTV sine sendinger og saker ville bli publisert blant alle de andre kildene og kunne på den måten forsvinne inn i mengden. Ettersom dette er GSTV sin nettside og det er deres innhold som skal være hovedfokuset, så var ikke dette den løsningen vi var ute etter.

4.1.1.2 Andre plan

Dette resulterte i at vi måtte finne en annen løsning, slik at vi fikk fremhevet GSTV som hovedelementet på nettsiden. I den anledningen valgte vi også å gå for et annet og litt mer stilrent tema, da vi til slutt ble enige om at Magazeen ikke var helt det vi var ute etter likevel. Vi valgte Arras, fordi det har et mye mer minimalistisk preg over seg og vi så på den som lettere og redigere til et utseende og en stil som var mer i tråd med det vi var ute etter. Vi var fremdeles interessert i å vise informasjon fra de andre kildene, men ikke på like dominerende vis. Gjennom å bytte til Arras fikk vi muligheten til å konfigurere forskjellige rader på forsiden og hva slags innhold de skulle ha. Dette tillot oss å dele den inn i tre forskjellige seksjoner som kunne dedikeres til informasjon fra tre forskjellige

steder. Den første av disse ble sendingene til GSTV, og disse vil bli vist med Arras sin innebygde slideshow funksjon. Sakene som blir publisert av GSTV, men som ikke inneholder sendinger, vil så komme på rad nummer to med et miniatyrbilde. På den nederste raden er det lagt opp slik at vi gjennom en plugin, RSS Poster, henter inn innlegg fra forskjellige kilder, som kategoriseres etter hvor de kommer fra og blir vist som en liste. På denne måten kom hovedfokuset på GSTV, men vi fikk samtidig integrert de andre informasjonskanalene til skolen.

4.1.1.3 Design

Fordi dette kun er en prototype for hvordan den ferdige nettsiden kan se ut i fremtiden, så har vi ikke gått dypt inn i å designe den ned til hver minste detalj, men vi har likevel tatt noen overliggende designgrep. Fargene er endret for å passe til logoen, søkefeltet er flyttet ned i menylinjen for best mulig oversikt, en tilpasset meny for de forskjellige kategoriene er lagt til og det har blitt lagt til en linje øverst med linker til de forskjellige linjeforeningene, høyskolen og andre relevante sider. I tillegg er det lagt til to knapper på høyre side slik at brukerne kan abonnere på GSTV sine podcasts, enten gjennom en XML fil eller med en direkte link inn i iTunes. Fargene på disse knappene gjenspeiler fargene på de forskjellige stedene de er koblet til, blå for iTunes og oransje for XML (RSS).



Bilde 1. Oransje er den fargen som som oftest representerer RSS og XML

4.1.1.4 Endringer i WP

For å kunne endre på utseende til Arras slik at det ble som vi ønsket, så var vi nødt til å endre en del til i temaets design.

CSS

I WP temaet Arras er det lagt tilrette for at brukere skal kunne endre stilarkene ved at det er et eget stilark, `user.css`. I dette stilarket kan man legge inn egen CSS, slik at de endringene man skriver inn her overstyrer temaets underliggende stiler. På denne måten kunne vi endre det vi ønsket av farger og fasonger, og vår `user.css` ser ut som på bilde 2.


```

1  /* This CSS file is created for you to create or override any of the existing CSS
   styles used in this theme */|
2  a, a:link, a:visited { color: #288e8e; text-decoration: none; }
3  a:hover { color: #CC0000; }
4  #header { background: #20353E; border-bottom: 5px solid #288e8e; }
5  .blog-description { font-size: 11px; color: #288e8e; margin-left: 12px; margin-
   top: -7px; }
6  .searchform { border: solid 1px #20353E; }
7  #nav { background: #20353E; }
8  #nav .sf-menu a:hover, #nav .sf-menu li:hover, #nav .sf-menu li.sfHover,
   #nav .sf-menu ul li { background: #288e8e; }
9  #nav .sf-menu a { color: #288e8e; }
10 #searchbar { margin: 1px 0px 0px 0px; }
11 #main, #footer { border-bottom-left-radius: 10px; -moz-border-radius-bottomleft:
   10px; -webkit-border-bottom-left-radius: 10px; border-bottom-right-radius:
   10px; -moz-border-radius-bottomright: 10px; -webkit-border-bottom-right-radius:
   10px; border-top-left-radius: 10px; -moz-border-radius-topleft: 10px; -webkit-
   border-top-left-radius: 10px; border-top-right-radius: 10px; -moz-border-
   radius-topright: 10px; -webkit-border-top-right-radius: 10px; }

```

Bilde 2. Skjermdump av CSS koder brukt for å endre Arras.

Linje 2, 3, 5 og 9 tar for seg skrift i form av farge og posisjon og linje 10 tar for seg posisjon på søkefeltet. Linje 4, 6, 7 og 8 tar for seg bakgrunnsfarger og kantlinjer på forskjellige elementer og linje 11 er CSS3 og gir avrundede hjørner på boksen innholdet er i og på footeren. Med disse elleve linjene fikk vi endret utseende på nettsiden til å se ut slik som vi ønsket med farger som var relevante og et utseende som så mer ut som det vi ønsket.

PHP

For å kunne endre posisjonen på de forskjellige elementene slik at de blir plassert der vi ønsket å ha de, måtte vi endre posisjonen deres i PHP-dokumentet. Det beste eksempelet på dette er søkefeltet, der vi kun flyttet en linje med kode ned til et annet sted i dokumentet for å omplassere det.

4.1.1.5 Plugins

For å kunne automatisere så mange prosesser som mulig, optimalisere brukervennligheten og forhindre spam på nettsiden tok vi i bruk en rekke plugins som kunne gjøre alt dette.

Blubrry PowerPress

«Blubrry PowerPress» er en plugin som gir WP installasjonen en mulighet til å skape en separat XML-fil for en podcast som har fullstendig iTunes integrasjon og gjør det enkelt å integrere sendinger som legges ut i denne podcasten.

RSS Poster Free Version

«RSS Poster Free Version» er en plugin som automatisk henter inn elementer slik som innlegg, lydspor og video fra eksisterende RSS-strømmer og gjør disse om til egne innlegg i en gitt kategori. Denne applikasjonen har vi brukt for å hente innlegg fra Huset, HiG.no, MTL Bloggen og Darling med fire timers mellomrom (WordPress C 2010).

Spam Free Wordpress

«Spam Free Wordpress» er en applikasjon som ved å be de som kommenterer om å kopiere et passord, forhindrer kommentarspam. Her er det trolig mer hensiktsmessig å benytte Aksimet dersom GSTV sine hjemmesider blir aktivt brukt, da Aksimet ikke krever at brukerne kopierer passord, og på den måten får ett mindre steg å gjennomføre for å kommentere. Grunnen til at vi ikke benytter Aksimet er at denne koster penger dersom den er til ikke personlig bruk og i en testfase som denne er ikke dette nødvendig.

4.2 Studio og regi

Skolen fikk som nevnt innledningsvis nytt utstyr levert iløpet av våren 2012. En naturlig del av vår oppgave var da å rigge opp dette studioet til et fungerende innspillingsstudio for podcaster og livesendinger for nett. Dette skjedde litt etter litt siden utstyret kom til ulike tider gjennom hele vårsemesteret, noe som gjorde at oppgaven vår ble litt oppdelt, og førte bl.a. også til at vi kom senere i gang enn planlagt med prototyping i form av prøvesendinger. Premissene fra arbeidsgiver var at det skulle være et fleksibelt flerbruksstudio for innspilling av podcast og livesendinger. Det skulle også være enkelt å rigge om for å lære studenter teknikken og å ta det med seg ut i felt.

Utfordringen for oss var å koble dette utstyret (se del 5 om utstyrsspesifikasjon) sammen for å lage en god arbeidsflyt for operatørene i studio. Vi har i utgangspunktet sett for oss tre stasjoner i regi: Lyd, bilderegi og grafikk. Denne jobben innebar å koble sammen alt utstyret og kalibrere de forskjellige enhetene så

de samarbeider på en god måte. Dette medførte også en total revurdering av patchesystemet mellom studioene i A-bygget. Dette ble gjort for å skape en mest mulig kompromissløs og enkel routing for alle bruksmåter, med det mål at man så langt det går, ikke skal trenge å patche om.

4.3 Prototype: Prøvesendinger

4.3.1 Første prøvesending

Første prøvesending ble gjennomført torsdag 26. april. Planen var å holde en workshop der hvem som helst kunne komme innom å bli med å lage sendingen helt fra bunnen av. Vi satte oppmøte klokken 08:00, og sending var planlagt og skulle være klokken 14:00.

4.3.1.1 Utstyr

Vi brukte 3 kameraer på denne sendingen. To stykk AG-AF101E (AG-AF) og en HVX-201AE (HVX). AG-AF sender SDI 1080i direkte fra kamera, men det gjør ikke HVX kameraene som sender enten kompositt SD, SD-SDI gjennom Miranda DV-Bridge Cam eller komponent som kan konverteres til HD SDI, for sistnevnte bør scaleren (AJA FS-1) stå i studio for å slippe å sende tre BNC kabler gjennom patchen. Den metoden vi benyttet oss av denne gang var kompositt, da vi ikke visste om den siste av de tre løsningene. HVX kameraet ga en mye blassere fargegjengivning enn AG-AF kameraene. Vår spekulasjon er at dette kommer av signaltypen og generelt forskjellige innstillinger på kameraet. Grunnet begrenset tid på produksjonsdagen, er ikke dette noe som ble møysommelig undersøkt da.

4.3.1.2 Evaluering

Planen var å gjennomføre denne sendingen før påske, men på grunn av forsinkelser i leveringen av utstyret til studioet ble dette utsatt til etter påske. Formålet med sendingen var å prøve å skape engasjement hos studenter til å bli med på produksjonen. Det fikk vi ikke helt til, og det var ingen som møtte opp. Dette tar vi på vår kappe da vi fikk vite at det var veldig få som hadde fått med

seg at vi skulle ha innspilling den dagen. Vi hadde skrevet det på facebook-siden til GSTV, postet det på høgskolens Facebookside og på våre private profiler. En av grunnene til at folk, på tross av dette ikke fikk høre om det, kan være at Facebook automatisk selekterer hvilke feeds den viser i livefeeden etter hva den tror brukeren er interessert i. Dermed er det langt fra sikkert at man faktisk når ut til alle som «liker» siden. Vi hadde heller ikke laget noen «event» for dagen. Nesten umiddelbart etter denne sendingen lagde vi et «event» for produksjon påfølgende torsdag.

En annen ting som må bedres er kommunikasjon og samspill mellom regi og kameraoperatører. I første sending var det mye kluss her. Det burde blitt avtalt og øvd på hvem skulle filme hva, hvor skulle programlederen se, og hva skulle regi vise. Kameraoperatørene bør ha faste oppgaver som avtales på overgangsprøver i forkant av sendingen. Overgangsprøver er vanlig i TV-produksjoner som skal spilles inn live og innebærer at man tester overganger mellom f.eks. band og programleder og inngang av gjester, for å finne utsnitt, lydskifter, regiklipp, supring og hvilke kameraer som filmer hva og samkjøre dette.

4.3.1.3 Lyd

Vi erfarte at den nye ATEM2 switchen fra Blackmagic forårsaket en betydelig forsinkelse i bildet, og lyden kom derfor lenge før bildet. Først så var ikke lyden kjørt gjennom switchen, men rett inn i Wirecast-maskinen. Vi trodde derfor at vi kunne ta lyden gjennom switchen og at den da ville bli synkronisert med bildet der, men det fungerte heller ikke. Dette var overraskende for oss. Vi hadde forventet at en switcher med I/O for både lyd og bilde ville klare å synkronisere kildene den fikk, men det gjorde den ikke. Vi prøvde da å sette forsinkelse på lyden i mikseren inne på regi, men det viste seg etterhvert at dette heller ikke ville fungere. Da vi la på en delay-effekt på mikseren la den på masse «romklang» som en musikalsk effekt, og forsinket ikke lyden slik vi var ute etter. Vi bestemte oss da for å se på dette problemet senere og heller denne gangen synkronisere i FCP i etterarbeidet.

En annen ting som viste seg å bli et problem var sprengt lyd fra bandet. Vi hadde lagt på kompressor på noen kilder fra bandet. Disse kompressorene var tydeligvis ikke så veldig gode så de «sprang» lyden voldsomt. Lyden ble også sprengt inn i Wirecast, så vi måtte skru ned bandets utsignal fra mikseren, noe som løste problemet delvis, men det var fortsatt sprengt. Problemet var at innstillingene på skjermkortdriveren, som var lydinnngang i maskinen, var satt til å justere lyden opp, så peakmeteret ikke stemte overens med den faktiske lyden. Vi prøvde da å presse lyden opp for å få peakmeteret til referansepunktet 0 dB i WC, og siden vi var så få var det ingen som monitorerte lyden i Wirecast denne gangen, så vi ble ikke klar over problemet før etter sendingen. Vi er klar over at husband kanskje ikke er det som vil bli mest brukt, men vi syns likevel det er viktig og teste det fordi dette kan gi en sending en ekstra dimensjon, i tillegg er det viktig å kartlegge begrensninger som kan skape utfordringer senere.

4.3.2 Andre prøvesending

Prøvesending nr. 2 ble gjennomført 3. mai, og vi benyttet det samme utstyret som i første prøvesending. Vi hadde invitert rundt 80 personer på et «event» på facebook, hvorav 12 sto oppført at de skulle møte opp, og markedsført med statusoppdateringer, likevel møtte det bare opp 3 personer. Tidspunktet for sendingen var nok ikke optimal med tanke på at eksamenstiden var i gang. I tillegg kan det nok være vanskeligere å engasjere folk til å bli med på produksjonen når man ikke kan vise til tidligere arbeider slik at folk faktisk vet hva man driver med. Vi var i utgangspunktet for få mennesker til å bemanne alle stasjonene, og vi måtte derfor hente inn folk vi kjente for å operere f.eks. kamera og lys. Siden vi brukte ett HVX-kamera i denne sendingen også var vi nødt til å finne ut av hvordan vi kunne sende et HD-signal til switchen. Det var mellom sending én og sending to at vi fant ut at det var mulig å bruke AJA FS-1 til dette, ved å konvertere et komponentsignal til HD-SDI.

For å løse alle lydproblemene fra første sending koblet vi Pro Tools-labben (PT) til regilabben. Dette gjør at man kan mikse lyden med stor frihet og kvalitet gjennom profesjonelt utstyr. I PT brukte vi en plugin som heter *Ekstra Long delay II*, denne lot oss styre forsinkelse som vi ville ha det i millisekunder. Vi fant ut at i Final Cut var bildet ca. 8 fps forsinket. Det ga oss dette regnestykke:

$$1000 \text{ ms} \div 25 \text{ fps} = 40 \text{ ms pr. frame}$$

$$40 \text{ ms} \times 8 \text{ frames} = 420 \text{ ms}$$

Etter å ha testet denne forsinkelsen med opptak av både lyd og bilde viste det seg at dette var litt for mye forsinkelse, så etter litt testing kom vi fram til at det var 260 ms forsinkelse, eller 6,5 frames, som var det riktige i PT.

Problemet med denne løsningen, ved siden av at lydmiksing blir gjort fra et annet rom enn bildemiks og grafikk, er at mikseren i PT-labben ikke er en livemikser og derfor ikke har en main out, men kun monitorutganger. Vi splitter monitorsignalet i PT-labben og kjører to monospor (høyre og venstre) inn i streamen. Dette bør ikke by på store problemer så lenge man holder monitorlyden konstant. Å bruke PT-labben gir oss store muligheter for miksing av livelyd siden vi kan legge på digitale effekter på hvert enkelt spor, noe som gir oss store muligheter for å tilpasse lyden til en rekke forskjellige behov og ønsker, og samtidig utvider læringsmulighetene ved å delta i GSTV.

4.3.2.1 Evaluering

Denne sendingen var ment som en videreføring av det vi lærte under første prøvesending. Under første prøvesending skortet det såpass mye på teknikken at vi etterhvert vurderte det dithen at det ville være mer skadelig for kanalen, særlig med tanke på rekruttering, å publisere den enn å vente til neste sending. Det ble derfor tidlig testet ut nye løsninger og planlagt hvordan dagen skulle gjennomføres for å løse problemene som oppsto under første sending. Vi så på

hvilke elementer som hadde ødelagt for første sending og planla løsninger og aktiviteter for å trene på disse punktene og sørge for at de ikke oppsto på nytt. Vi la opp til grundig gjennomgang av overgangene i sendingen. Dvs. at vi testet overgangene mellom band og studio med tanke på kameraføringer, utsnitt, lyd og lys.

Igjen var innholdet i sendingen ikke det viktigste for oss. Vi ville først og fremst få teknikken opp og gå. Dette påvirker derimot kvaliteten i sendingen ved at det er vanskelig å skape ordentlig dynamikk. Innholdet i sendingen besto av en programleder som intervjuet et par gjester. Vi hadde ingen preproduserte innslag og vise, til det var tiden for knapp. Selv om vi laget en lite dynamisk sending, lærte vi mye om hvordan man kan skape dynamikk i en sending ved å studere den, stille oss selv kritiske spørsmål om hva som kunne forbedret sendingen, med tanke på å fortelle en historie mer engasjerende (se avsnitt 4.4).

4.3.2.2 Statistikk

I vår nettsideprototype har vi implementert Google Analytics. I denne anledning er det sidevisninger og unike sidevisninger som er mest relevant. Hvis vi ser på vedlegg C, som er statistikk for siden til sending én, så kan vi se at den har hatt 72 sidevisninger og 49 unike besøkende fra 3. mai (publiseringsdagen) til 12. mai. Utifra dette kan vi anta at det er rundt 50 personer som har sett sendingen, og da primært på publiseringsdagen og dagen etter. I tillegg viser dette et grunnlag for kanalens eksistens, ved at omtrent 50 personer har sett første sending, til tross for at markedsføringen for denne sendingen ikke var den beste.

4.4 Hvordan skape en dynamisk TV-sending

4.4.1 Programledere

Det er mange måter å lage en TV-sending på. Du kan lyse opp et studio med hvitt lys på hvit bakgrunn og sette aktørene (programleder og gjest) i sendingen i totalutsnitt midt i bildet. Dette vil gi en kjedelig og lite dynamisk sending, og

seertallet vil sannsynligvis bli deretter: lavt. En måte å lage en mer dynamisk sending på, er for eksempel og ha flere programledere som utfyller hverandre på en spennende måte. At det er god kjemi mellom dem vil spre en god stemning i studio og vil få eventuelle gjester til å åpne seg og føle seg mer komfortabel. At de foran kamera er komfortable i situasjonen bidrar til en lettere og bedre opplevelse for seeren og vil også være mye mer engasjerende. Det er dog fallgruver ved å ha flere programledere. De vil kreve mer plass i bildet og faren for å miste fokuset fra gjesten med tanke på bildekomposisjon er klart tilstede. I tillegg er det lett for to programledere og bli revet med av hverandre som kan føre til at fokuset går bort fra gjesten i studioet, og det er noe man unngå. Gjesten skal være i fokus i en intervjusituasjon. Men risikoen kan veie opp for hva man får igjen av to dyktige programledere som utfyller hverandre godt. Dette er en vurdering som må tas når man har flere variabler på plass.

4.4.2 Forsøk

Vi har vært i studio og testet forskjellig lyssetting og bildeutsnitt for å skape dynamikk i scene og klipp. Da tilegnet vi oss en del erfaringer om hvordan man best kunne komponere bilder med like og ulike utsnitt sammen. Vi oppdaget da at det er en hårfin grense mellom for ivrig veksling og variasjon og for lite av det. Det kan fort bli for mye veksling mellom store variasjoner så det blir vanskelig å følge med på hva som skjer. Dette er for såvidt ikke noe revolusjonerende, men dog viktig å ha i bakhodet når man skal prøve å skape dynamikk i utsnitt og kameraføring. Variasjon er bra, men alt med måte.

Et annet verktøy som kan være nyttig for å skape litt spenning i bildet er kamerabevegelser. På stillestående objekter eller personer skal man være veldig forsiktig med å bruke tilt eller pan da dette strider med hvordan øyet fungerer. Øyet klipper ved å blunke når man panorerer eller tilter (Jacobsen 2007). Det man derimot kan bruke er en dolly. En dolly er et verktøy som lar kamera gli jevnt i en retning. Dette gjør at man får en veldig behagelig bevegelse i bildet. Denne type

kameraføringer kan brukes litt mer ukritisk siden den er av en litt mer kunstnerisk karakter enn panorering og tilt.

4.5 Interaktivitet

Vårt ønske for GSTV i fremtiden er at dette skal være en interaktiv kanal som skal bedre studentmiljøet på Gjøvik. Så hvordan skaper man en interaktiv student-TV-kanal? Den enkle måten å forklare interaktiviteten til GSTV, er dersom noen kommenterer på innlegg og på den måten interagerer og gir tilbakemelding på det som publiseres. På denne måten vil alle elementene i Crawford sitt syn på interaktivitet være oppfylt. Den som har skrevet saken eller laget og publisert videoen har trolig lyttet på hva folk vil se (lytte), tenkt hvordan han kan gi det som ønskes og laget det (tenke) og publisert det (snakke). På den andre siden har den som kommenterer lyttet ved å lese innlegget, tenkt på det og kommentert det. Dette er den enkle måten å si at GSTV vil være interaktiv på.

Tar man derimot dette et steg videre vil ikke interaktiviteten stoppe ved kommentaren. Agent A vil motta beskjeden, tenke over den og handle basert på den nye erfaringen. Dersom kommentaren er at innholdet i den forrige sendingen var for irrelevant for studentene på høyskolen, vil agent A ta dette opp til vurdering og gjøre noe med det til neste gang. Denne «løkken» av interaksjon er noe som vil kunne foregå helt til en av agentene ikke lenger gjennomfører en av de tre stegene. Det er denne kontinuerlige «løkken» av samhandling som vil føre til at GSTV blir en interaktiv kanal, og så lenge denne løkken opprettholdes vil kvaliteten på det som blir produsert bli bedre for hver gjentakelse. Det er viktig og poengtere at det ikke er nok å legge teknikken tilrette for at man skal kunne være interaktiv, men man er også nødt til å sørge for at det skjer. For oppnå dette kreves det at man motiverer personer til å delta i interaksjonene. Det gjør man ved å tilpasse innholdet etter hva målgruppen er interessert i og engasjere dem på den måten. Ved å gjøre dette kan man produsere relevant innhold som folk ønsker å interagere med, være med på og se på. I et studentmiljø vil det typisk være

aktuelle reportasjer om hva som skjer, har skjedd og skal skje i studentsamfunnet, som vil være det mest relevante. Eksempler på dette kan være spesielle hendelser ved skolen som spesielle gjesteforelesninger, markeringer, hendelser på studenthuset og relevante hendelser i byen eller nærmiljøet.

Vi vil også ha interaktive sendinger i form av diskusjon og meningsutvekslinger. Et av ønskene våre er at dette skal være en inkluderende kanal. Vi vil åpne for mulighetene til å ha diskusjon mellom seerne, programleder og øvrige personer i studio. Dette kan løses ved å ha en rute med «Twitter» i skjermen. Dette åpner for en enkel og rask kommunikasjonsrute mellom seer og studio. Det kan også brukes andre medier som for eksempel Facebook, hvor du får seerne til å sende inn og dele sine meninger, og det siste som er en «gammel» metode er e-mail og telefon.

Når man skal lage podcast blir dette et problem, for hvordan skal man kunne kommunisere med seeren når sendingen ikke er i sanntid? Dette er nok et problem som vanskelig lar seg løse. Eventuelt kan man åpne diskusjonsfora til programmet så kan aktørene som er med i sendingen svare på spørsmål og være med i diskusjon med seeren på den måten. Det vil nødvendigvis måtte ha en begrenset levetid siden aktørene ikke kan være ansvarlige for å svare på det forumet i all fremtid.

4.6 Opptak av podcast

Wirecast og FCP gjør i utgangspunktet to forskjellige ting, Wirecast streamer til nett og FCP er ment for klipping. Til podcastopptak derimot kan begge brukes.

I FCP har man mulighet til å ta opp direkte fra en inputkilde (capture). Dette gjør at man kan ta opp lyd og bilde ukomprimert direkte fra ATEM-switchen. Fordelen med å bruke FCP er hvis man har tenkt til å redigere podcasten i ettertid. Da slipper man et steg med potensielle problemer kontra og ta opp i WC og deretter importere det til FCP, selv om dette i utgangspunktet ikke skal by på noen

problemer. I tillegg har man flere valgmuligheter når man skal eksportere og komprimere. Det kan også være en fordel i seg selv at man kan ta valgene om komprimering etter innspillingen. FCP kan ikke kjøre grafikk når man tar opptak, dermed kan man ikke ta opp *live on tape* med FCP. Derimot har ATEM-switchen en mulighet til å kjøre denne grafikken, men så lenge grensesnittet til bildemiks er softwarebasert, vil dette gi et ekstra stressmoment til den som kjører bilderegi.

Ettersom Wirecast er et program for livestream over nett hersker det ingen tvil om at det er dette den er best egnet for. Dog er muligheten for opptak også tilstede. Fordelene med dette er at du kan gjøre opptak og livestream uten å introdusere et ekstra program i produksjonsprosessen. Dersom man kjører grafikk, slik som supringer, tekstplakater og rulletekster gjennom Wirecast så er dette noe som vil legges på i dette leddet og slik studioet er satt opp nå, er det ikke tilrettelagt noen måte å sende signalet til Wirecast videre til andre kilder, som f.eks. FCP.

En siste mulighet er opptak gjennom ATEM-switchen. Denne har nemlig mulighet for opptak gjennom en USB 3.0 port, men dette er ikke noe vi fikk testet da vi ikke hadde tilgang til noen harddisk med USB 3.0. Skal man derimot bruke denne løsningen må grafikkavvikling skje via ATEM-switchen.

4.7 Filformat på ferdige sendinger

For at en sending som publiseres skal kunne sees av så mange som mulig er det viktig at den blir tilrettelagt for dette. Da spesielt med tanke på hvilket format den lagres i og hvilken kodek den komprimeres med, slik at den kan spilles på flest mulig enheter, og på tvers av operativsystemer på disse enhetene. I vedlegg A har vi tatt for oss hvilke formater og kodeker som støttes av en rekke forskjellige enheter. I denne tabellen har vi valgt å ikke ta med datamaskiner og deres operativsystemer da det er meget programvareavhengig hvilke formater og kodeker de støtter og ikke støtter, og de kan i teorien derfor støtte alt det som enhetene i vedlegg A støtter. Slik det kommer frem i vedlegget så støtter alle

enhetene videokodeket H.264 for video og AAC for lyd. Samtlige enheter støtter også MPEG-4 som videokodek, men valget vil likevel falle på H.264 da dette er en kodek som kan levere video med bedre kvalitet på en lavere bitrate enn hva MPEG-4 kan (Kitamura 2012). Hva angår containerformatet på sendingene så er det to formater som er relevante, mov og mp4. Mov er et veldig utbredt format og er støttet av mange avspillere, men er en standard som er utviklet for bruk i Apple Quiktime og krever også Quiktime for å spilles av, noe som gjør den mindre aktuell, i tillegg er den ikke støttet av Android. Dette betyr at valget faller på mp4, da dette er støttet av samtlige enheter i tabellen.

4.8 Lagring

Lagring av video er noe som krever stor plass. Dersom GSTV skal bli en realitet krever dette en del lagringsplass som må være tilgjengelig på Internett. I denne anledningen har vi vært i kontakt med IT-tjenesten for å finne ut hva som skal til for at GSTV skal få tildelt denne plassen. Dette var noe de ikke kunne tilby per dags dato, da dette ville kostet penger og krevet innkjøp av lagringsplass til IT-tjenestens servere. Dette er penger hverken IT-tjenesten eller GSTV har for hånden til dette formålet og det kreves derfor en alternativ løsning for å få til dette. Vårt forslag er som følger. På medielageret står det flere eldre G4 og G5 Mac Pro maskiner som sjelden eller aldri blir brukt. Dersom vi kan ta en av disse, og nødvendig hardware, kan dette brukes som en midlertidig løsning frem til GSTV, skolen eller IT-tjenesten får de midlene som kreves for en fullverdig løsning. Vi var i kontakt med IT-tjenesten og luftet denne ideen. Deres svar var at dette kunne la seg gjøre som en midlertidig løsning dersom GSTV stilte med det som trengtes av hardware og software.

4.9 Fordeler og ulemper med podcasting

Det at man kan abonnere på en podcast gjør at brukeren selv slipper å oppsøke nye episoder, men heller får de «pushet» inn på ønsket enhet. Det være seg

datamaskin, mp3-spiller eller en smarttelefon. Ettersom publiseringen av dette er en prosess som kan automatiseres gjennom Blubrry PowerPress, så krever ikke dette nødvendigvis kunnskap om hvordan skrive XML og blir derfor en enkel måte å få sine produksjoner ut på Internett. Ulemper med podcasting er derimot også tilstede. Dersom GSTV produserer mange sendinger vil alle disse kreve stor lagringskapasitet, og spesielt dersom produksjonene er i HD. Alternativene her vil være å få tildelt lagringsplass fra IT-tjenesten eller gå til innkjøp av et eget webhotell. Med alternativer som Vimeo og YouTube kan GSTV lagre sine filmer på deres servere og dermed ikke behøve å tenke på lagringskapasitet. Vimeo har også betaltjenester som gir kunden mer lagringsplass og andre fordeler til en overkommelig årlig sum. Dette er slik Volda student-TV har valgt å gjøre det (se vedlegg D). Dette var på grunn av at de ikke hadde tilgang til serverplass til å gjøre det slik vi har som mål å gjøre det. Dessverre betyr slike løsninger som dette at det ikke blir mulig for brukeren og laste ned filene og se dem de selv ønsker. Med løsninger som dette må videoen streames hver gang brukeren ønsker å se den, dette unngår man ved å podcaste sendingene. En annen ulempe er at brukeren må laste ned sendingene og det krever lagringsplass hos brukeren. Dette er særlig et problem på bærbare enheter som har begrenset lagringskapasitet.

Ved å podcaste sendingene sine vil GSTV kunne trekke fordeler ved å legge ut sin podcast på Apple sin online butikk, iTunes Store. iTunes store er en av verdens største musikkbutikker (Cheng 2010) og er derfor et fordelaktig sted å ha sin podcast. I tillegg til dette har Apple solgt 316 millioner enheter som kjører iOS (Dediu 2012), og alle disse vil da ha tilgang til GSTV sin podcast gjennom iTunes.

4.10 Mediehuset

Vi har i møter med GSR og Fiber (se vedlegg E) diskutert mulighetene for et bredere samarbeid mellom kanalene. På denne måten kan redaksjonene utveksle erfaringer og stoff til å fylle kanalene. For eksempel vil et nært samarbeid mellom Fiber og GSTV kunne utvikle begge kanalers redaksjonelle innhold og forbedre

publiseringen. Vi ble enige med Fiber om at vi skulle ha et tettere samarbeid og fordele oppgavene sånn at GSTV tar de mest aktuelle sakene som har «holdbarhetstid», altså saker som fort går ut på dato og derfor ikke kan vente til neste utgave av Fiber sin papirutgave.

4.11 GSR

Vi har også sett på muligheten for å fornye radioen med videooverføring. Det er idag blitt en sjanger å lage tv-sendinger av radiosendinger. For eksempel er den populære netcast og podcast kanalen «Twit.tv» et eksempel på dette. Det er en enkel løsning hvor deltagerne i sendingen sitter rundt et bord med hver sin mikrofon i det som tilsynelatende ser ut som et radiostudio. Det er på mange måter en krysning av radio og TV, og nå som vi har koblet opp patchesystemet er dette en enkel sak og få til. Det er bare å patche om signalene og gjøre akkurat det samme som man gjør ved sending fra studio. Dette utvider ytterligere mulighetene vi har med studioene, og gjør det mulig for GSR til å fornye seg og og skape et nytt type medium og dermed rekruttere en ny generasjon lyttere/seere. Det åpner da for at GSR kan nå et større publikum ved å legge ut podcast både med og uten video. Dette fører dog til noen endringer for GSR som kanskje ikke er så ønskelige hos de etablerte medlemmene av GSR. De vil trolig blant annet bli nødt til å gå bort fra sin originale server og over på matata.hig.no som også er i stand til å sende video, men dette har ikke vi inngående kunnskap i og vil heller ikke fokusere mer på. I tillegg kreves større serverplass for lagring av videopodcaster.

4.12 Andre student-TV-kanaler

Vi har sett på de andre student-TVene i landet og dannet oss et bilde av hvordan de fungerer. Det er stort sett de største studentbyene i Norge som har student-TV, med unntak av Høgskolen i Volda, som er på omtrent samme størrelse som HiG. Vi arrangerte et Skype-møte med lederen for STiN for å finne ut litt mer om

hvordan disse kanalene fungerte, og felles for de fleste er fokus på å lage programmer om det som skjer i studentsamfunnet som for eksempel Uka-TV, fadderuka, men i tillegg til dette ha noen andre kreative programmer som realityserier og matlaging. Dette er jo i stor grad det konseptet vi tenker for GSTV også. Vi vil lage noen faste store produksjoner som dekker de viktigste begivenhetene i året, men i tillegg ha dørene åpne for at alle kan komme med ideer og være en del av produksjonen. Vi vil ha åpne dører for alle som vil være med, det er grunnsteinen i vår kanal.

I samtalen med STiN snakket vi også om publisering og markedsføring for å vekke engasjement, og en ting vi fant ut at i liten grad var prøvd ut, var å vise sendingene på skjermer rundt på skolen. Her på HiG har vi mange store TV-skjermer rundt omkring på skolen som bør utnyttes til vår fordel. For eksempel har vi lyst til å ha livesendinger under UKA og fadderuka, og dersom de hadde blitt vist på disse skjermene i skoletiden, ville man kunne nå ut til mange flere, kontra det å kun legge de ut på nett for streaming eller nedlasting og markedsføre det på Facebook.

Noe de sa var et gjengangsproblem var rekruttering og engasjement, det gjelder særlig de små stedene. Vi tok derfor kontakt med Student-TV i Volda (STVolda), siden det er den skolen som best kan sammenlignes med vår, med tanke på størrelsen på studentmiljøet. Av dette møtet kom det frem en god del paralleller til hvordan studentmiljøet på disse skolene var. Student-TV i Volda preges av at det er vanskelig å få studenter til å bli med på produksjoner og drives stort sett av noen få ildsjeler. Disse få personene er de som tar på seg rollen som ledere for produksjoner og får dyttet det hele i gang. STVolda har som filosofi at alle som vil, kan få være med på produksjoner, men de har også flere teknikere som da deltar, slik at de som ikke er like trygge på det tekniske kan få støtte og dra lærdom av å delta. De gangene det er lengre arrangementer som går over et par dager, slik som student-uker og festivaler, så dekker STVolda dette.

Vi har sett på hvordan vi best burde fylle kanalen med innhold og hvordan det har blitt gjort tidligere i studentmediene på HiG. GSR har en åpen løsning hvor alle som vil kan få en kort opplæring i teknikken og så stå fritt til å lage hva de vil. Dette kan være en god løsning for å gi studentene en kreativ frihet ved å ikke legge noen føringer på hva og hvordan de skal lage sendingene sine.

Det som kanskje er en ulempe ved denne åpne løsningen er at det kanskje vil senke den rent produksjonskvalitative siden ved kanalen, og det kan i sin tur påvirke hvordan folk oppfatter kanalen. Man kan falle mellom to stoler ved å på den ene siden være en seriøs kanal med gode produksjoner som for eksempel UKA-TV, og en kanal hvor alle kan komme inn å gjøre som de vil. Man bør kanskje se på muligheten for å lage en ordning som er midt i mellom disse to, slik at man kan få de energiske og uforpurrede tankene til den vanlige student opp på skjermen, uten å ødelegge kvaliteten på sendingene. Man kan f.eks. ha en fast rekke med teknikere og regifolk fra BMP.

4.13 Hvordan skape engasjement

Vi må lage en motor i kanalen som sørger for at kanalen i seg selv generer innhold og interesse. Dette henger sammen med motivasjon og engasjement for kanalen. Uten engasjement vil kanalen død ut. Engasjement skaper man ved å produsere materiale som er relevant og interessant for studenter på HiG. Og ved å se på teorien om dagens mediesituasjon og spådommer for fremtiden, er vi sikre på at veien å gå er gjennom sosiale medier og Internett for å treffe målgruppen vår. I tillegg kan markedsføring gjennom sosiale medier være helt gratis.

En annen viktig faktor og ta med i betraktningen er interaktiviteten man potensielt kan få gjennom sosiale medier. Her kan målgruppen kommunisere med kanalen og få frem sine synspunkter. Dette bør skje gjennom åpne plattformer for diskusjon som gir målgruppen en enkel vei til å uttrykke sine meninger og

engasjement. Det vi håper er at denne interaktiviteten skal kunne drive kanalen gjennom engasjementet som dette gir. Engasjement er motoren som kan få denne kanalen til å fungere.

4.14 Motivasjon

Når det kommer til å motivere studentene ved skolen til å aktivt delta i GSTV, så vil dette være en ytre motivasjon som vil basere seg på blant annet deres læringsmuligheter, fellesskapsfølelse og referansemuligheter i fremtiden. Ved å benytte slike ytre motivasjonsfaktorer vil dette på sikt føre til at studentene som deltar, gjør det av deres egen interesse om å lære og deres egen nysgjerrighet. Ettersom at indre motiverte handlinger sjelden forekommer i ren form hos mennesker, (Børresen og Håland 2010, s. 17) er det meget viktig at de ytre motivasjonene som benyttes i markedsføringen fremmer forekomst av indre motivasjon. Dersom studentene får indre motivasjoner til å delta i GSTV, vil det føre til at deres ønske om å delta smitter over til andre og vil til slutt skape engasjement rundt GSTV.

Ryan og Deci peker på de tre grunnleggende faktorene som stimulerer motivasjon hos mennesket:

(1) Behovet for kompetanse. Dette kan GSTV tilfredsstillende ved å kunne tilby tilgang til godt og fleksibelt utstyr og studio. Her ligger det tilrette for å tilegne seg masse læring og erfaring.

(2) Behov for autonomi. Dette kan være et nøkkelpunkt. Selv om kanalen kanskje vil etablere en nisje eller en viss linje for produksjonene sine, er det viktig å ikke legge for strenge retningslinjer på studentene om hva de skal lage. Dette peker *Ryan og Deci* på at kan være en ødeleggende faktor for motivasjon og initiativ. Det er derfor viktig at GSTV skaper et åpent miljø hvor studentene føler seg trygge

med å komme med ideer, og ikke et sted hvor de bare kommer og blir fortalt hva de skal gjøre av noen få ledere. (Børresen og Håland 2010, s. 16)

(3) Behovet for tilhørighet (jmf. avsnitt 3.15 om maslows behovspyramide)

Gjennom å bruke Google Analytics til å føre statistikk på nettsiden vil man også kunne få statistikk på hvor mange som ser sendingene. Dette er en tydelig fordel, da denne statistikken vil kunne vise hva seerne ønsker å se mest av, og er en god tilbakemelding som kan motivere de som produserer sendingen til å fortsette. Når vedlegg C viser at sendingen er sett av 49 unike besøkende så er dette en motivasjonsfaktor da det allerede i oppstartfasen, med en så mangelfull markedsføring er så mange som har sett sendingen. Dersom statistikken i fremtiden viser tilsvarende oppslutning vil også dette kunne brukes som en motivasjonsfaktor for å få personer til å delta og aktivt produsere innhold.

4.15 Markedsføring

For å vekke interesse hos studentene må vi definere målgruppen vår. Hvem vil vi treffe? I første omgang trenger vi teknisk kunnskap og folk som vil engasjere seg i en TV-produksjon. Dette er markedsføringen som først må fungere. Hvis ingenting blir produsert, vil heller ingen se på. Deretter må vi definere målgruppen for sendingene og de som vil se på.

«Selling to people who actually want to hear from you is more effective than interrupting strangers who don't» - Seth Godin (Moen 2011)

Målgruppe 1. Teknisk mannskap og redaksjon

På HiG har vi en medieproduksjonslinje som faller naturlig under denne delen av markedsføringen. I tillegg til dette kan det være aktuelt å treffe teknologistudenter som vil jobbe med komprimeringsformater, publisering, webutvikling, mobile applikasjoner og andre ting som kan bli aktuelt.

Samtidig er det viktig og få frem i markedsføringen at alle er velkomne. Poenget er at det er denne gruppen som fremstår som mest relevant for å rekruttere folk.

Målgruppe 2. Mottagere av produksjonen

Dette er potensielt alle studenter ved Høgskolen i Gjøvik. Dette er markedsføringen som redaksjonen må treffe med, for å få seere og forhåpentligvis generere meninger og engasjement som kan mate kanalen med ideer og stoff å lage sendinger om. Gjennom markedsføringen i sosiale medier vil det også bli åpnet en kommunikasjonsvei tilbake til kanalen.

Det er viktig at GSTV er klar over hvilke av behovene i Maslows behovspyramide de kan oppfylle og hva som er kanalens styrker og svakheter. Som student i Norge vil dine fysiologiske behov, slik som mat, vann og husly, være oppfylt. Trygghet og sosiale behov er noe GSTV kan sikte seg inn på å fylle. Alle mennesker har behov for vennskap og en sosial tilhørighet de føler seg trygge i, slik at man kan utfolde seg praktisk (Kotler 2005, s. 158–159). Dette er avgjørende for selvrealisering og for å kunne utvikle kompetanse i de neste stegene av pyramiden. De neste to stegene, respekt og selvrealisering, må GSTV kunne tilby studentene. Det er derfor viktig at det i markedsføringen spilles på hva studenter kan få ut av å være med i GSTV. Som en fullt fungerende student-TV-kanal vil GSTV gi studenter en kanal der de selv kan stå for innholdet. Gjennom å være en del av dette vil studentene opparbeide seg kunnskaper om hvordan å planlegge og produsere fullverdige sendinger fra start til slutt. Dette vil gi dem en mulighet til å arbeide journalistisk og gjøre dem trygge på software og hardware som brukes i disse sammenhengene. Dette vil gi dem muligheten til å delta i et sosialt miljø og dermed føle seg respektert og anerkjent i miljøet på Gjøvik, samtidig som det kan oppfylle deres behov for selvrealisering gjennom å lære nye ting, og bli trygge på disse. I tillegg vil det å engasjere seg for noe som er relevant for studiene sine være noe som kun kan ha en positiv innvirkning i jobbsøkersammenheng senere i livet. Spesielt

innen TV bransjen er teknisk erfaring helt uvurderlig for en videre jobb (Reiten og Jakobsen 2009).

Når det kommer til hvordan GSTV skal nå ut til studentene er det viktigste at det kommer frem hvorfor de bør være med i GSTV, og på hvilken måte det kan gi dem relevant erfaring og kunnskap. For å nå oppnå dette må GSTV møte folk, ansikt til ansikt, ikke bare bruke sosiale medier hvor brukerne sitter foran hver sin skjerm i forskjellige rom.

Faren med å støtte seg for mye på sosiale medier er at man kan få inntrykk av at man har mye engasjement og mange fans fordi man får mange «likes». Som kommunikasjonseksperter Kjell Terje Ringdal forteller i en artikkel på aftenposten.no er engasjementet som uttrykkes med «likes» utrolig grunt. Artikkelen omhandler Kony-kampanjen 2012 som floppet voldsomt over hele verden (Langset 2012). På sosiale medier var det en braksuksess og videoen ble sett av 100 millioner mennesker på noen få dager (Rønneberg 2012), men når aksjonen skulle iverksettes var det veldig få i de største byene som møtte.

«–Sosiale medier er asosialt, men det kan være en god start sammen med den gamle kunnskapen om at det er mennesker som ser hverandre, som sitter i møter og drikker den dårlige kaffen, som skaper dype engasjement. Kony-aksjonen trodde det var mulig å skape en verdensbevegelse på tre kvarter, men det trengs tid, engasjement må feste seg og krever tålmodighet» sier Ringdal (Langset 2012).

Vi kan på mange måter trekke paralleller fra Kony-kampanjen til vår drift av GSTV. De brukte sosiale medier til å skape engasjement, det samme skal vi. Da kan det være avgjørende at vi ser på tidligere kampanjer på sosiale medier. Det holder altså ikke å få «likes» på Facebook. Man kan få et riktigere bilde av hvor mange engasjerte brukere man har ved å se på annen aktivitet på siden;

kommentarer og innlegg kan gi et mer riktig bilde av hvor mange engasjerte brukere man har.

4.15.1 Rekruttering

Vaner er noe alle mennesker utvikler, og som kan utvikles på to måter. Ved gjentakelser og ved at handlinger stimulerer belønningsentere i hjernen (News in Health 2012). Når et menneske har kommet inn i en vane er det derimot det å få dem ut av denne som kan være et problem. Mennesker har en tendens til å leve i tiden som er nå, og ikke tenke langsiktig (Bryner 2008). Med tanke på dette vil det derfor være enklere å rekruttere de studentene som ikke har gått her så lenge og allerede har innarbeidede vaner, altså de som begynner på første året til høsten. For å fange disse kan man sørge for å få pratet med dem og vist seg frem allerede første dagen, slik at de allerede da får vekket en interesse for å delta. Derfor burde rekrutteringen av disse foregå så tidlig som første dagen, når hver studieretning har samtale med studieprogramansvarlig.

Ved å skape oppmerksomhet rundt GSTV vil folk oftere og oftere assosiere seg med dette. Ved å ha jevnlig stands der det vises frem hva studentene kan tilby GSTV og hva GSTV kan tilby dem, så vil deres forhold til GSTV gradvis assosieres mer og mer mot det positive. På disse standene kan det også være en idé og tilby kaffe, kake eller twist slik at det styrker deres assosiasjoner og stimulerer deres belønningsentere i hjernen. Denne formen for vane er den som er vanskeligst å bryte (News in Health 2012) og vil derfor plassere GSTV med en fordel i deres kognitive kategorisering (Samuelsen, Peretz og Olsen 2010, s. 99).

4.16 Integrering i Bachelor i Medieproduksjon

I og med at det er ganske få studenter på HiG innser vi at det kan bli vanskelig å holde en jevn flyt med informasjon og produksjoner kun fra frivillig innsats, og vil derfor vurdere mulighetene for å integrere deler av medieproduksjon i kanalen. Studiet medieproduksjon er en skapende linje som ved flere anledninger i løpet av

studietiden produserer livesendinger og jobber med videoproduksjon og publisering. Disse har tidligere ikke hatt en dedikert kanal til å publisere og streame produksjonene sine på, men brukt nye domener, under hig.no domenet, til hver livesending, og stort sett ellers publisert materiale på YouTube eller andre lignende publiseringstjenester. Hvis vi ser på emnebeskrivelsen for linjen står det at studentene skal jobbe med publisering, og da kan det være aktuelt for BMP og ha en dedikert kanal for publisering av disse produksjonene. Da er det også lettere å finne tilbake til disse produksjonene i ettertid. GSTV har også ambisjoner om å lage live magasinprogrammer under de større studentarrangementene på Gjøvik, som for eksempel UKA-TV under studentuka. Dette er noe også faget «medieproduksjon for events» kunne sett på mulighetene for å bidra i da dette kunne blitt en produksjon som passer godt til emnebeskrivelsen til faget.

5 Utstyrsspesifikasjon

For at GSTV skal kunne produsere en livesending kreves det en del utstyr, og den kommende drøftingen tar utgangspunkt i utstyret høgskolen har gått til innkjøp av og patchesystemet som allerede er installert i de aktuelle rommene.

5.1 Patchesystemet

I de aktuelle rommene i A-bygget på høgskolen er det satt opp et patchesystem der bokser merket med ULAB er koblet sammen til skapet A212G slik at alle rommene som vil være i bruk for en livesending vil kunne kobles sammen uten å måtte trekke kabler fysisk fra rom til rom. Det ble satt opp av Claus Aase Knudsen i 2008 og skulle bli brukt til hennes doktorgrad om k-loopen og presence forskning innen fjernsynsproduksjon. Men etter at han/hun dro til HiL har dette for det meste stått ubrukt. Ved å benytte disse boksene kan signaler som går gjennom BNC-, XLR-, Ethernet- og fiberoptiske kabler rutes fra en ULAB-boks til en annen ULAB-boks i skapet A212G. Dette er noe vi testet ekstensivt og på bakgrunn av prøvesendingene kom vi opp med en koblingsforslag (se vedlegg B). I dette forslaget er alt av innganger og utganger i de forskjellige ULAB-boksene koblet slik at de fungerer med den løsningen vi kommer frem til i løsningen på problemene med synkronisering av lyd og bilde (se avsnitt 4.3.2). Denne løsningen gir oss muligheten til å koble lyd fra studioet, inn i PT, fra PT og inn på streamingmaskinen. Vi har også lagt tilrette for at lydteknikeren som sitter i PT har en skjerm med samme multiviewer som regi har, slik at gardinene kan trekkes for og lydteknikeren trenger ikke bli forvirret av å se hendelser med forsinket lyd. Det er også koblet opp såpass mange kilder fra regi og inn i studio at det er mulig å ha to skjermer der med preview og program skjerm, slik at de i studioet vet hvilket kamera som sendes og hvilket som kommer til å sendes.

5.2 Video

Når alt av signaler er tilrettelagt i ULAB-systemet er utstyret for å produsere livesendingen det neste som kreves. Til dette trengs det først og fremst kameraer. For best mulig signal burde disse sende SDI-signaler da det er dette video-switchen er laget for, og ULAB-systemet kan håndtere HD-SDI-signaler. Det neste signalet møter er da den nyinnkjøpte Blackmagic ATEM 2 video-switchen, og denne krever at alle signalene som kommer inn er like, så alle kilder inn i denne må være samme oppløsning og samme antall bilder pr. sekund. Panasonic AG-AF101E (AG-AF) kameraene har mulighet for SDI ut, og kan sende 1080i signal på 25 fps. Panasonic AG-HVX201AE (HVX) kameraene derimot, har ikke SDI ut. Derimot er det tre måter man kan sende signalet videre, kompositt via BNC, konvertere FireWire signalet til SD-SDI eller via komponent. De to første måtene vil kun gi et SD signal og ikke et HD signal slik som AG-AF gir, noe som vil gi en uønsket vekslende effekt mellom HD og SD. Ved å benytte den nyinnkjøpte AJA FS-1 scaleren kan man derimot konvertere det sistnevnte signalet, komponent, til HD-SDI som kan sendes til switchen, men denne scaleren kan kun ta en kilde om gangen. Avspilling av VB'er og andre lengre videoklipp kan ikke gjøres gjennom grensesnittet til switchen, og må derfor gjøres på annet vis, eksempelvis gjennom en ekstern maskin. Ved hjelp av den nyinnkjøpte Matrox Convert DVI enheten kan man konfigurere den slik at den kan kobles til en DVI kilde og vise denne som en SDI- eller HDMI-kilde som kan gå inn i mikseren. Med tredjeparts videoavspillingsprogramvare kan dette fungere for avspilling av VB'er og andre lengre klipp.

5.3 Lyd

Slik som vi kan se på ULAB2 i vedlegg B er alle lydkilder fra denne koblet til ULAB6 inne på rommet der PT er. Dette er et resultat vår løsning på problemene med lydforsinkelse som drøftes under avsnittet om lyd i første prøvesending (se avsnitt 4.3.2). Ved å plassere alle lydinn ganger på denne siden av rommet vil det

bli vesentlig mye lettere å skjule kabler ved at disse kan strekkes bak dukene som henger på denne siden av rommet, det gjør det også lettere å holde kablene skilt fra videokabler, noe som gir bedre oversikt.

5.3.1 Eksterne produksjoner

Løsningen i dette koblingsskjemaet er ment for produksjoner som vil foregå på skolen og er ikke optimal dersom man skal ha eksterne produksjoner, da det blir mye utstyr å frakte. Derfor kan lydforsinkelsesproblemene løses på en annen måte. Gjennom å utelate PT vil løsningen være å koble lyden inn i den nyinnkjøpte live lydmikseren Behringer Xenyx X2222, som deretter kobles til den maskinen som kjører WC gjennom dens linjeinngang. I WC kan man gjennom innstillinger for lyd legge på lydforsinkelse slik at lyd og bilde er synkronisert. Denne løsningen kan så klart også benyttes på produksjoner som foregår på skolen også, men har den ulempen at lyden ikke er synkronisert med bildet på multivieweren og gir ikke den samme store muligheten som bruk av PT gir, slik som drøftet under avsnitt 4.3.2 om lydproblemene under første sending.

6 Konklusjon

Gjennom teoristudier og praktisk testing har vi fått opp et velfungerende og brukervennlig studio som er fleksibelt og kan brukes i mange forskjellige situasjoner. At studio er brukervennlig og fleksibelt fremmer ideen om at redaksjonen i GSTV skal kunne forme sine sendinger til å bli dynamiske og innholdsrike, og det er grunnlaget for å skape engasjement rundt kanalen. Vi har gjennom rekrutteringen av en ny leder som skal ta over GSTV plantet ideer om en åpen og aktuell kanal som skal støtte oppunder studentenes kreative kvaliteter ved bruke å *Ryan og Decis* tre prinsipper for motivasjon som en grunnpilar i kanalen. Gjennom å være åpen for kreativitet vil man også oppnå dynamikk og godt innhold. Dynamikk og interaktivitet er det som skal til for å drive denne kanalen. Kanalen skal ha en åpen løsning som slipper inn alle som vil bidra, men det må være en teknisk gruppe som kan ta det tekniske ansvaret. Ved å gi redaksjon og teknikere kreativ frihet vil kanalen kunne tilby en dynamisk og spennende form for informasjonspublisering som i sin tur skaper engasjement og interaktivitet. Engasjementet blir kanalisert tilbake til kanalen gjennom åpne medier og vil føre redaksjonen med nytt stoff. Alle disse elementene må til for å at motoren for informasjonspublisering drives.

6.1 Drømmescenario

På bakgrunn av konklusjonen nevnt over har vi sett for oss et drømmescenario. En hårete, men ikke umulig tanke er å utvikle landsdekkende podcastprogrammer med emner som dekker masterlinjene ved Høgskolen. HiG er Norges ledende fakultet for informasjonssikkerhet (Norwegian Information Security laboratory 2012) og det kan være meget interessant å se på mulighetene for å utvikle et program rundt denne linjen. Dette emnet er brennhett tema i dagens teknologiske samfunn hvor «alle» er på diverse sosiale medier og lagrer til tider meget sensitiv informasjon digitalt. Potensialet for å lage et nasjonalt anerkjent

aktualitetsprogram rundt disse temaene er helt klart tilstede og HiG har teknikken og kunnskapen til det.

6.2 Egenevaluering

Gjennom å jobbe med utviklingen av studioet og GSTV har vi lært hvordan vi kan rigge opp et studio fra bunnen av med en moderne fullformats løsning for streaming og produksjon av podcast. Løsningen er utformet for å være mest mulig effektiv og ha en god arbeidsflyt. Tiden i begynnelsen av prosjektet ble ikke disponert så effektivt som den burde ha blitt, da utstyret kom én måned senere enn først antatt. Dette gikk veldig utover våre muligheter til å sette oss inn i hvordan utstyret fungerte slik at vi kunne komme i gang med å teste dets muligheter og begrensninger. Denne tiden kunne også blitt disponert anderledes fra vår side. Vi ble litt sittende på vent i denne perioden i stedet for å sette igang med forskningsdelen i større grad. Da hadde vi hatt litt mer tid til prøvesendingene når utstyret faktisk kom.

Vi føler dog vi har lært ganske mye om hvordan man burde drive en studentorganisasjon fra et administrativt hold. Hvilke faktorer man burde konsentrere seg om når man skal rekruttere folk og hvordan man holder motivasjon, humør og kreativitet oppe i en arbeidsgruppe. Samt hvordan dette burde tilnærmes av den framtidlige ledelsen. Det handler om hvilke behov som skal dekkes for at mennesker skal være motivert og engasjert.

Innad i gruppa har vi ikke hatt noen problemer med oppmøte, kommunikasjonsflyt eller store uenigheter. Har vi vært uenige har dette løst seg med saklig argumentasjon og overveielser av fordeler og ulemper. Vårt håp er at GSTV blir en aktiv del av studenthverdagen på Høgskolen i Gjøvik og at den blir studentenes kanal ut mot verden.

6.3 Videre arbeid

Videre arbeider fra nå og utover kan være å forske på hva slags innhold en slik kanal burde fylles med for å fenge flest mulig av høyskolens studenter. Hvilke TV-formater er det studentene på HiG ønsker å se, og hvilke som vil gi dem et ønske til å delta i GSTV.

6.3.1 Utstyr videre utvidelse av studioet

Gjennom vårt arbeid med studioet har vi gjort oss en oppfatning av hvilket utstyr som burde komme på plass dersom det skal komme en videre utvidelse av studioet. Det vi ser som førsteprioritet er et hardwarepanel til videoswitchen. Dette vil gjøre bildemiksen mye enklere å gjennomføre ved at man kan føle seg frem til knappene og på denne måten kunne bruke øynene til å se på multivieweren og ikke på skjermen for å være sikker på at man treffer riktig knapp med musepekeren.

En ny løsning for kommunikasjon mellom regi og studio. Slik det er i dag løsningen for kommunikasjon mellom regi og studio ikke optimal. Den baserer seg på å bruke utstyr som ikke er ment for denne bruken og det hadde derfor vært en fordel med et dedikert kommunikasjonssystem.

Myggene som skolen har nå bruker frekvenser som er innenfor 800 MHz til 820 MHz, dette frekvensområdet skal staten stenge for denne bruken og det skal brukes til mobilnett i fremtiden (Wikipedia E 2012). På bakgrunn av dette bør skolen gå til anskaffelse av mygger som arbeider utenfor dette frekvensområdet slik at de ikke bryter loven.

Lampene som er kjøpt inn henger nå i taket, det ville vært fordelaktig å få stativer til disse så de kan forflyttes på en lettere og tryggere måte. I tillegg til at flere lamper også ville vært en fordel.

Kilder

Apple Inc. (2012) *iTunes – fra A til Å*. [online]. URL <http://www.apple.com/no/itunes/features/>

Arthur, C. og J. Schofield. (2006) *Short Shift*. URL: <http://www.guardian.co.uk/technology/2006/jan/12/guardianweeklytechnologysection3>

Bailey, B. (2011) *Prototypes: What is a prototype?* URL: <http://www.eetimes.com/electronics-blogs/eda-designline-blog/4230796/Prototypes--What-is-a-prototype->

Brandtzæg, P. B. mfl. (2011) *Sosiale medier i all offentlighet*. Oslo: Kommuneforlaget.

Bryner, J. (2008) *Bad Habits: Why We Can't Stop*. URL: <http://www.livescience.com/1191-bad-habits-stop.html>

Brønnøysundregistrene (2012) *Nøkkelopplysninger fra Enhetsregisteret*. [online]. URL <http://w2.brreg.no/enhet/sok/treffliste.jsp?navn=student+tv&orgform=0&fylke=0&kommune=0&barebedr=false>

Børresen, I. A. og A. Håland. (2010) *Med motivasjon i baklomma - Effekter på motivasjon og mestring gjennom forebyggende veiledning*. URL: <http://ntnu.diva-portal.org/smash/get/diva2:418268/FULLTEXT01>

Chapman, C. (2010) *Are Too Many WP Theme Sites Hurting the Industry?* URL: <http://www.webdesignerdepot.com/2010/11/are-too-many-wp-theme-sites-hurting-the-industry/>

Cheng, J. (2010) *iTunes sells 25% of all music in the US, 69% of digital*. URL: <http://arstechnica.com/apple/news/2009/08/itunes-sells-25-of-all-music-in-the-us-69-of-digital.ars>

Crawford, T. (2006) *What Is Interactivity?* URL: <http://thcrawford.blogspot.com/2006/11/what-is-interactivity.html>

Dediu, H. (2012) *Apple sold more iOS devices in 2011 than all the Macs it sold in 28 years*. URL: <http://www.asymco.com/2012/02/16/ios-devices-in-2011-vs-macs-sold-it-in-28-years/>

Google (2012) *What is Google Analytics?* [online]. URL <http://support.google.com/googleanalytics/bin/answer.py?hl=en&answer=55591>

Horgen, S. A. (2007) *RSS - en innføring av Svend Andreas Horgen*. URL: <http://aitel.hist.no/~svendah/veiledere/rss.php>

Jacobsen, F. (2007) *Videologi, håndbok i video- og filmproduksjon*. 'http://books.google.no/books?id=86HjYbspMgC&lpg=PT18&ots=IYkXtaClOp&dq=bildegkomposisjon%20i%20tv&hl=no&pg=PT14#v=onepage&q&f=false.

King, B. (2002) *The Day the Napster Died*. URL: <http://www.wired.com/gadgets/portablemusic/news/2002/05/52540?currentPage=all>

Kitamura, Y. (2012) *Video compression technology - H.264 explained* URL: <http://www.sourcesecurity.com/news/articles/co-3289-ga.2806.html>

Kotler, P. (2005) *Markedsføringsledelse*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

- Langset, K. G. (2012) *Kony-kampanje floppet verden over*. URL: <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/Kony-kampanje-floppet-verden-over-6811696.html#.T6UqUEz6kj4>
- Moen, T. (2011) *Hvordan skape og måle engasjement i sosiale medier*. URL: <http://www.slideshare.net/thomasmoen/hvordan-skape-og-mle-ekte-engasjement-i-sosiale-medier>
- Nations, D. (2012) *What is Social Media?* URL: <http://webtrends.about.com/od/web20/a/social-media.htm>
- News in Health (2012) *Breaking Bad Habits - Why It's So Hard to Change*. [online]. National Institutes of Health, USA. URL <http://newsinhealth.nih.gov/issue/jan2012/feature1>
- Norwegian Information Security laboratory (2012) *NISlab - Norwegian Information Security laboratory*. [online]. URL <http://nislabs.no/>
- Oxford University Press (2005) *«Podcast» is the Word of the Year*. [online]. URL http://www.us.oup.com/us/brochure/NOAD_podcast/
- Reiten, M. og K.-A. Jakobsen. (2009) *Avgjørende praksis*. URL: http://old.studvest.no/kultur.php?art_id=10121
- Rønneberg, K. (2012) *Ny Kony-video offentliggjort*. URL: <http://www.aftenposten.no/nyheter/uriks/Ny-Kony-video-offentliggjort-6800043.html#.T6UsB0z6kj5>

Samuelsen, B. M., A. Peretz og L. E. Olsen (2010) *Merkevareledelse på norsk 2.0*:

Cappelen Akademiske Forlag.

Skrindo, A. B. (2001) *Streaming - Hva er det?* URL: <http://www.it-avisa.uio.no/nyheter/2001/streaming-hva-er-det.html>

Standardiseringsportalen (2010) *MP4 - MPEG-4 del 14*. [online]. URL <http://www.standard.difi.no/forvaltningsstandarder/standard/mp4/mp4>

Student-TVene i Norge (2012) *Om STiN*. [online]. URL <http://stinorge.no/om.php>

Telestream (2012) *Webcasting Software - Wirecast 4 Overview*. [online]. URL <http://www.telestream.net/wire-cast/overview.htm>

Tufto, J. (2010) *BT og VG mister fotballrettighetene*. *BT.no*. URL: <http://www.bt.no/bergenpuls/media/BT-og-VG-mister-fotballrettighetene-1789311.html#.T46N-Ex69ao>

Ulleberg, H. P. (2002) *Motivasjon*. URL: <http://www.sv.ntnu.no/ped/hans.petter.ulleberg/motivasjon.htm>

Wikipedia A, (2012). *Webcast*. [online] URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Webcast>

Wikipedia B, (2012). *Final Cut Pro*. [online] URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Final_Cut_Pro

Wikipedia C, (2012). *QuickTime File Format*. [online] URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/.mov>

Wikipedia D, (2011). *Dynamikk (musikk)*. [online] URL: [http://no.wikipedia.org/wiki/Dynamikk_\(musikk\)](http://no.wikipedia.org/wiki/Dynamikk_(musikk))

Wikipedia E, (2012). *Digital Audio Broadcasting*. [online] URL: http://no.wikipedia.org/wiki/Digital_Audio_Broadcasting#L-b.C3.A5ndet

WordPress A (2012) *About*. [online]. URL <http://wordpress.org/about/>

WordPress B (2012) *Free WordPress Themes*. [online]. URL <http://wordpress.org/extend/themes/>

WordPress C (2010) *RSS Poster*. [online]. URL <http://wordpress.org/extend/plugins/rss-poster/>

Vedlegg

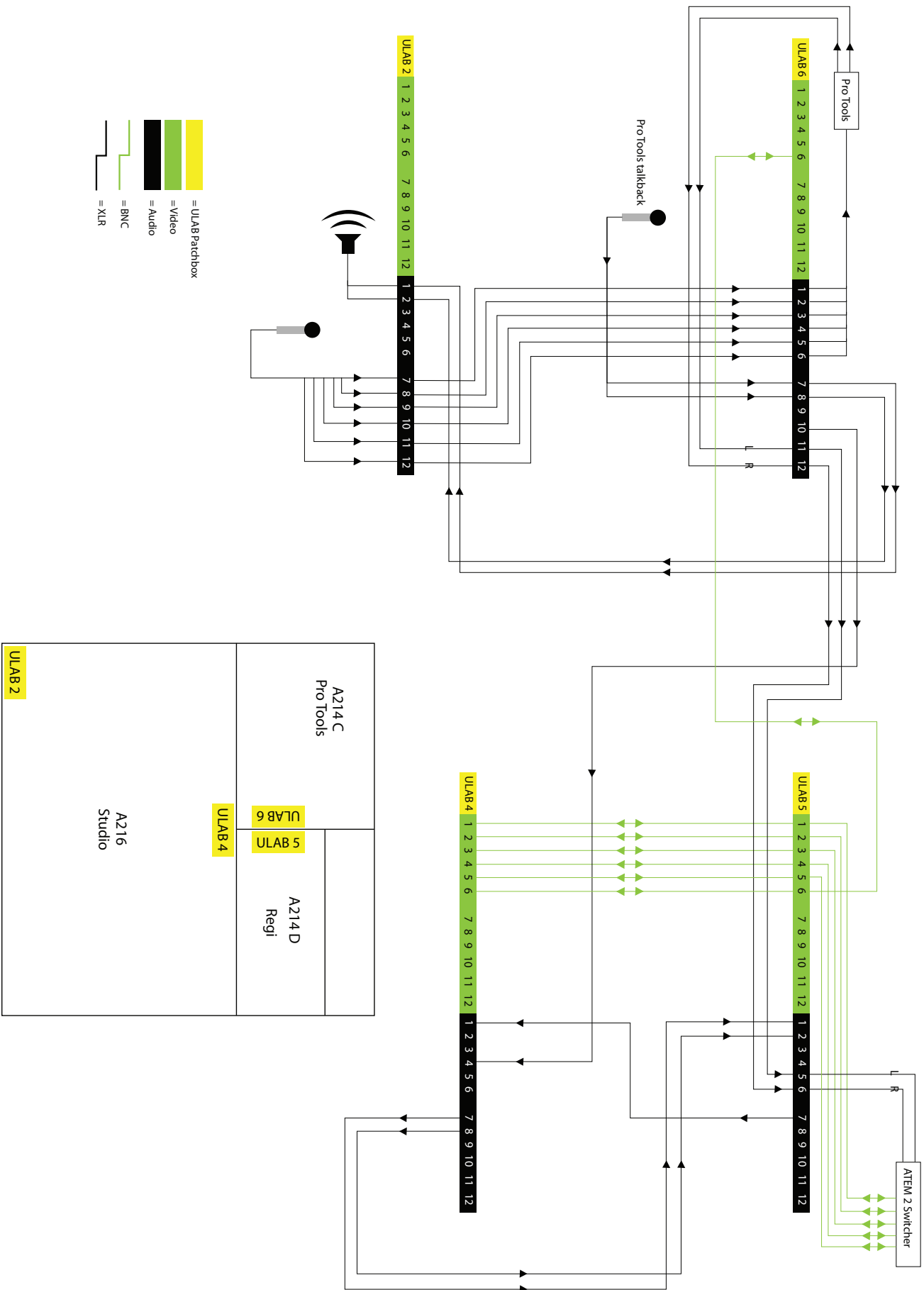
Vedlegg A: Kompatibilitetstabell for enheter	61
Vedlegg B: Koblingsskjema for ulab	62
Vedlegg C: Google Analytics statistikk for sending én	63
Vedlegg D: Møtereferat Student-TV Volda og STiN	64
Vedlegg E: Møtereferat fra møter om Mediehuset	65
Vedlegg F: Veiledning med Kjell Are, 11. januar	66
Vedlegg G: Veiledning med Kjell Are, 9. mars.....	67
Vedlegg H: Veiledning med Terje, 2. mai.....	68
Vedlegg I: Veiledning med Terje, 11. mai.....	69
Vedlegg J: Bilder fra forsøk på lyssetting i studio.....	70
Vedlegg K: Logg.....	71
Vedlegg L: Forprosjektrapport.....	75
Vedlegg M: Prosjektavtale	77

Vedlegg A: Kompatibilitetstabell for enheter

	Video Codec	Filformat	Oppløsning	Bitrate	FPS	Lyddcodec	Bitrate	Profil
iPhone 3G/3GS								
	H.264	.mov, .m4v, .mp4	640 x 480 px	1,5 Mbps	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Low-Complexity version of the Baseline Profile
	H.264	.mov, .m4v, .mp4	320 x 240 px	768 kbps	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Baseline Profile up to
	MPEG-4	.mov, .m4v, .mp4	640 x 480 px	2,5 Mbps	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Simple Profile
iPod Touch								
	H.264	.mov, .m4v, .mp4	640 x 480 px	1,5 Mbps	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Low-Complexity version of the Baseline Profile
	H.264	.mov, .m4v, .mp4	320 x 240 px	768 kbps	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Baseline Profile up to
	MPEG-4	.mov, .m4v, .mp4	640 x 480 px	2,5 Mbps	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Simple Profile
iPhone 4/4S								
	H.264	.mov, .m4v, .mp4	1280 x 720 px	n/a	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Main Profile level 3.1
	MPEG-4	.mov, .m4v, .mp4	640 x 480 px	2,5 Mbps	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Simple Profile
	Motion JPEG (M-JPEG)	.avi	1280 x 720 px	35 Mbps	30 FPS	ulaw, PCM stereo audio	n/a	
iPod Touch								
	H.264	.mov, .m4v, .mp4	1280 x 720 px	n/a	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Main Profile level 3.1
	MPEG-4	.mov, .m4v, .mp4	640 x 480 px	2,5 Mbps	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Simple Profile
	Motion JPEG (M-JPEG)	.avi	1280 x 720 px	35 Mbps	30 FPS	ulaw, PCM stereo audio	n/a	
iPad 1-2								
	H.264	.mov, .m4v, .mp4	1280 x 720 px	n/a	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Main Profile level 3.1
	MPEG-4	.mov, .m4v, .mp4	640 x 480 px	2,5 Mbps	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Simple Profile
	Motion JPEG (M-JPEG)	.avi	1280 x 720 px	35 Mbps	30 FPS	ulaw, PCM stereo audio	n/a	
AppleTV								
	H.264	.mov, .m4v, .mp4	1280 x 720 px	n/a	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Main Profile level 3.1
	MPEG-4	.mov, .m4v, .mp4	640 x 480 px	2,5 Mbps	30 FPS	AAC-LC audio	160 kbps	Simple Profile
	Motion JPEG (M-JPEG)	.avi	1280 x 720 px	35 Mbps	30 FPS	ulaw, PCM stereo audio	n/a	
Android								
	H.264	.3gp, .mp4, .ts	Avhengig av enhet	n/a	n/a	AAC LC/LTP HE-AACv1 (AAC+) HE-AACv2 (enhanced AAC+)	160 kbps	Baseline Profile
	H.263	.3gp, .mp4	Avhengig av enhet	n/a	n/a	AAC LC/LTP HE-AACv1 (AAC+) HE-AACv2 (enhanced AAC+) AMR-NB (kun .3gp) AMR-WB (kun .3gp)	160 kbps 4.75 til 12.2 kbps 6.60 til	n/a
	MPEG-4	.3gp	Avhengig av enhet	n/a	n/a	AAC LC/LTP HE-AACv1 (AAC+) HE-AACv2 (enhanced AAC+) AMR-NB (kun .3gp) AMR-WB (kun .3gp)	160 kbps 4.75 til 12.2 kbps 6.60 til	n/a
	VP8	.webm .mkv (Android 4.0+)	Avhengig av enhet	n/a	n/a	Vorbis (kun .mkv)	n/a	Streamable only in Android 4.0 and above

Informasjonen til tabellen er hentet <http://developer.android.com/guide/appendix/media-> <http://www.apple.com/itunes/>

Vedlegg B: Koblingskjema for ulab



Vedlegg C: Google Analytics statistikk for sending én



gstv - http://tv.hig.no
gstv Standard

3. mai 2012 - 12. mai 2012

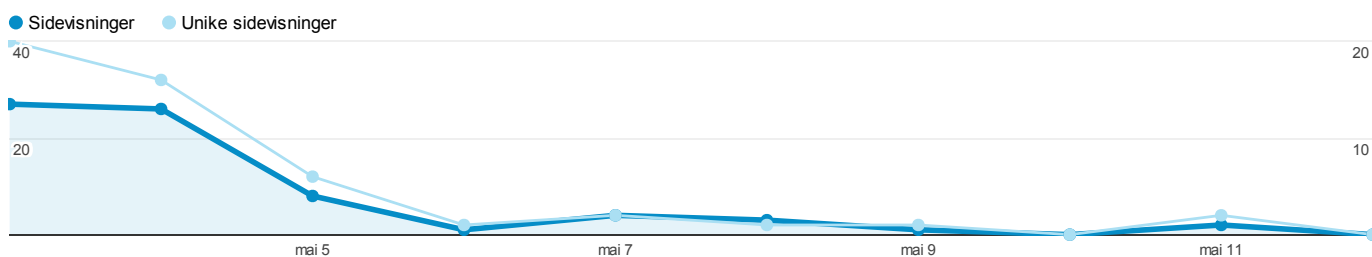
Sider

ALLE » SIDE /2012/05/03/297

38,92 % av summen sidevisninger

Utforsker

Nettstedbruk



Sidevisninger

72

% av summen: 38,92 % (185)

Unike sidevisninger

49

% av summen: 40,83 % (120)

Gj.sn. tid på side

00:02:06

Nettstedgj.sn: 00:01:09 (82,95 %)

Fluktfrekvens

61,29 %

Nettstedgj.sn: 38,33 % (59,89 %)

% Utgang

58,33 %

Nettstedgj.sn: 32,43 % (79,86 %)

Side	Sidevisninger	Unike sidevisninger	Gj.sn. tid på side	Fluktfrekvens	% Utgang
1. /2012/05/03/297	72	49	00:02:06	61,29 %	58,33 %

Rad 1 - 1 av 1

Vedlegg D: Møtereferat Student-TV Volda og STiN

Møtereferat fra møte med Student-TV Volda (STVolda) og Student-TVene i Norge (STiN)

Onsdag den 2. mai var vi i møte med lederen for STVolda og STiN over Skype.

Det første av møtene var med STVolda. Her snakket vi med lederen om hvordan STVolda fungerer. Her kom det frem at Gjøvik og Volda er ganske like i studentmiljøsammenheng. Det er omtrent 3500 studenter i Volda og 2700 i Gjøvik noe som plasserer oss ganske likt. Ser man på student-TV i Bergen, Trondheim, Stavanger, Oslo som er de største i Norge på student-TV. I Volda sliter de med å ha nok engasjerte studenter og lederen her er konstant nødt til å pushe slik at noe blir produsert. Det var dog også de som villig produserer ting, men for det meste hadde de det som kan kalles støttemedlemmer, som er med, men ikke produserer så mye. STVolda er nå uavhengig av skolen, men var til å begynne med under Høgskulen i Volda. Slik det er nå så eier STVolda alt utstyret de har, og ikke skolen sitt, enkelte ganger lånes det utstyr av skolen på tilnærmet samme måte som her på HiG. Pengene får de fra sponsorer, fond og gjennom studentsamskipnaden. Lederen for STVolda vet at rekruttering er viktig og har planer om å kapre de nye studentene i løpet av de første ukene slik at han får dem engasjert så tidlig som mulig. Han mente at måten å få produsert ting på er å ha en som er ansvarlig for produksjonen. En som kan dytte de deltakende i riktig retning slik at produksjonen finner sted. Uten en slik person vil ikke alltid produksjonene skje på den måten de først var ment til å skje.

Det andre møtet var med STiN. STiN er en organisasjon for å samle student-TVene i Norge som arbeider for å utvikle og bevare student-TVene i Norge og som hjelper nyetablerte student-TVer. De støtter ikke student-TVene med penger og lignende midler, men én gang per semester, altså to ganger i året, arrangerer de et møte der de samler alle student-TVene i Norge i noen dager for å dele erfaringer og samle de som engasjerer seg for kanalene. STiN har også opprettet en Wiki der de på sikt ønsker å legge ut brukerveiledninger og dermed kunne hjelpe andre kanaler i Norge.

Vedlegg E: Møtereferat fra møter om Mediehuset

Møtereferat fra møter om Mediehuset

Vi har hatt to møter med de andre mediekanalene på HiG, Fiber og GSR. På disse møtene har vi diskutert mulighetene for et tettere samarbeid mellom kanalene med tanke på innhold og rekruttering. I tillegg har vi diskutert muligheten for å lage en felles webside som henter nyheter fra de forskjellige mediene. Vi tror det vil fungere bedre om kanalene deler markedet mellom seg på en god måte, enn om alle prøver å dekke de samme behovene.

Vi i GSTV ser på det å rekruttere teknisk mannskap som noe som burde være en grei sak. Det er linjer på skolen som retter seg inn på omtrent alle de tekniske stillingene i kanalen, da med flesteparten på medieproduksjonslinjen. Det som kan bli en utfordring for oss er materiale å lage sendinger om. Vi er interessert i at GSTV innholdsmessig skal bli en slags mellomting mellom GSR og fiber. Vi kan dele kanalene inn i tre kategorier med hver sin rolle i studentmedieverden, hvor GSR blir en åpen mic løsning hvor alle som vil kan lage sendinger om hva de vil. Vil de sitte å snakke løst og fast om ting i en time eller to skal de få lov til det. Vi mener, med bakgrunn i *Ryan og decis* teorier om autonomi, det vil være skadelig for rekruttering og motivasjon å legge for mye retningslinjer og regler på medlemmene. Norges mest populære radioprogram er "radioresepsjonen" og det er ikke noe mer enn 3 karer som snakker tull. Vi mener det er det radio har blitt redusert til etter inntoget av TV og Internett. Skal man sjekke nyheter ser man heller på Internett eller TV enn radio.

Fiber er den mer dagsaktuelle, redaksjonelle og "seriøse" aktøren i markedet som tar opp viktige diskusjoner om hva som skjer i og rundt studentens hverdag.

GSTV kan passe fint som en mellomting, men kanskje nærmest fiber. Man kan slippe til studenter som har lyst til å lage underholdningsprogram og ha programmer hvor man tar opp dagsaktuelle temaer.

På bakgrunn av dette har vi vært i samtaler med fiber om samarbeid på redaksjonelle biten av kanalen. Det går fint an å lage en skriftlig sak med en tilhørende videoreportasje om temaet. Også gjerne bruke journalistene fra avisen som reportere i for GSTV.

Vedlegg F: Veiledning med Kjell Are, 11. januar

Veiledning med Kjell Are Refsvik 11.01.2012

Vi snakket om hva vi så for oss at denne oppgaven skulle dreie seg om. Vi påpekte at det vi var mest interessert i å drive med var det tekniske aspektet ved en student-TV. Vi ville rigge opp studioet og prøve å lage podcastsendinger.

Veileder sa at det er rart at det ikke er noen studentkanal på høgskolen som gjør det bra. Det er mange studenter her og det bør være marked for slike kanaler. Han mente det er nok aktivitet på Internett og i studentmiljøet til at man burde kunne sope opp dette og få det inn i en pakke av en studentkanal.

Vi snakket om hvordan all aktiviteten på skolen kan være en direkte drivkraft for kanalen ved å kanalisere meningene gjennom de riktige kanalene. En motor som blir drevet av informasjonen som studenter spyr ut på nettet ved å kanalisere det gjennom kanalen.

Vi påpekte at engasjementet til studenter på skolen er elendig og det praktisk talt er ingen som involverer seg i aktiviteter. Dette engasjementet må ligge i bunn for å få igang en slik kanal. Vi burde derfor forske på hvordan å vekke engasjement og motivasjon.

Vedlegg G: Veiledning med Kjell Are, 9. mars

Veiledning med Kjell Are, 9. mars

I dette møtet tok vi opp tråden fra forrige veiledning og snakket om hva som krevdes for å drive motoren som skal drive GSTV. Først og fremst må folk engasjeres til å delta og deretter må vi finne en måte å kartlegge hvordan den kan fortsette å gå.

Vi burde se på om det lar seg integrere i noen av fagene på skolen, da i hovedsak medieproduksjon. Burde kanalen drives utelukkende av medieproduksjon eller kan det være lurt med en åpen løsning. Finn fordeler og ulemper med disse to alternativene.

Videre snakket vi om utformingen av studioet og hva som gjenstod og som måtte bli gjort før vi kunne kalle det ferdig.

Vedlegg H: Veiledning med Terje, 2. mai

Referat fra veiledning med Terje Stafseng 02.05.2012

Vi har nå kommet ganske langt med rapporten vår og trenger i den anledning litt veiledning for å høre om vi går i riktig retning og hvordan vi burde legge opp vegen videre.

Vi har skrevet litt om dynamisk informasjonspublisering og interaktivitet som faktorene for engasjement. Dette var veileder enig i og foreslo at vi skulle fokusere enda mer på dette. Veileder påpekte også at interaktivitet kan utvikle kanalen med tanke på brukeropplevelser ved at det er lett for brukerne å komme i kontakt med, og gi tilbakemeldinger til avsenderen.

Veileder kommenterte også at vi burde skrive mer om ressurspersonene våre og det var tips vi vil ta til etterfølge.

Vedlegg I: Veiledning med Terje, 11. mai

Veiledning med Terje Stafseng 11.05.2012

En siste veiledning før rapporten skal ferdigstilles og leveres. Målet med veiledningen var egentlig bare å få noen utenforstående til å se på den og komme med kommentarer.

Vi slet med oppsettet av rapporten. Oppgaven vår har mange forskjellige elementer som gir resultater som skal drøftes og vi slet derfor med hvordan standard oppsettet var med resultat og drøfting som to separerte deler. Det var først en oppramsing av alle resultatene og prøvene våre, så mange sider lenger ned en drøfting av de resultatene. Dette følte ikke vi passet til vår oppgave. Veileder informerte oss da om at rapporten ikke måtte se sånn ut, men at vi kunne tilpasse den til vårt tema. Vi ble da enige om at en bedre løsning for oss vil være å slå sammen resultat og drøfting slik at vi under hvert resultat kunne drøfte hva vi hadde funnet ut i prøvene.

Vedlegg J: Bilder fra forsøk på lyssetting i studio



Eksempel på en lyssetting med lys fra kun én lyskilde plassert over personene.



Eksempel på en lyssetting der lysene er plassert i en trepunkts lyssetting med et hovedlys, et sekundærlys og et hårllys, i tillegg til at bakgrunnen er lyst opp.

Vedlegg K: Logg

Logg

11. jan

Var i møte med Kjell Are ang. avgrensning av oppgaven.

17. jan

Testet patchesystemet mellom rommene i A-bygget for å se om det var i stand til å sende SDI. Koblet et kamera med BNC inn i inngang 1 på A216 og ut av inngang 1 på A214 D. Gjennom å koble de to valgte BNC inngangene i skapet på A212 G2 så fikk vi signal fra kamera og inn på en skjerm i A214 D. Kameraet vi brukte var Panasonic AG AF101E, som sendte ut et SDI signal. Først benyttet vi "downconv." som konverterer ned signalet til SD. Da dette funkete benyttet vi 720p / 1080i. Dette fungerte også.

De gule patchboksene i hvert av rommene i a bygget går gjennom boksen på a212G og kan routes til andre gule bokser. De røde er internt i hvert rom.

Skrevet på forprosjektrapport og gjort oss litt bedre kjent med patchesystemet som er på skolen her.

20. jan

Var på lynkurs med Kjell Are. Skrev på forprosjektrapporten, og sendte mail til Kjell Are ang. møte i uke 4.

23. jan

Møttes på skolen for å skrive på forprosjektrapporten. Avtalte med Kjell Are om å møtes i morgen rundt klokka 10.

24. jan

Møtte på skolen og dro i møte med kjell are. Fikk avgrenset oppgaven i samarbeid med han og utformet senere forskningsspørsmål.

26. jan

Christoffer jobbet med nettsiden for gruppa fra 14:00 til 17:00. Sett på relevant teori og satt oss inn i hva vi har å velge mellom med tanke på filformater, publiseringsløsninger og lignende. Vi har også lest om utstyret venter på.

31. jan

Møtte på skolen halv 11, gjorde ferdig nettsiden for bachelorgruppa. Gjorde research ved å se på forskjellige programmer på TWiT.tv. Satt til klokken 16. Håvard har sett på teorier om motivasjon og engasjement.

1-3 feb

Hver av oss satt hjemme og så podcaster fra forskjellige kanaler for å få en større innsikt i hvordan dagens store podcastkanaler fungerer.

6. feb

Møte med Kjell Are klokken 13 ang. bestilling av utstyr og status på dette. Fikk vite at det i morgen skulle sendes av gårde en bestilling til det tilbudet som ble valgt. Hadde sammen med Kjell Are en befaring av regirom samt lydredigeringsrom. Idémyldret om hvordan oppsett av de to rommene kunne løses på best mulig måte. Lydredigeringsrommet var det kun snakk om ansiktsløft, ettersom vi allerede var i gang med å pusse opp naborommet. Satt på skolen til rundt 16

7. feb

Møttes på skolen klokka 12. Dro nedennom til IT-tjenesten for å høre om det var mulig å få opprettet en nettside for tv.hig.no som informasjonskanalen kunne befinne seg på. Sendte så mail med ønske om opprettelsen av denne.

24. feb (fredag)

Vi bygde studio.

Uke 8–12

Det er lenge siden vi har logget nå, men for det meste har vi jobbet med studioet og byggingen av det.

Vi har jobbet med de tekniske løsningene i studioet. Hvordan vi får lyd og bilde fra studio og inn i regi, også videre inn i macen som har ansvaret for streamen. Vi har også prøvd å få en *talkback* mic og hvordan det skal løses. Lydmikseren er litt snau for hva vi har lyst til å gjøre med den, så mulighetene er litt begrenset. Men med vår gode trening i improvisasjon burde det gå bra.

Vi har også jobbet teoretisk i denne perioden ved å se på hvilke faktorer som kan drive en kanal. Det er for oss ingen tvil om at det er engasjement som er utfordringen. Hvordan få folk til å bli med og bry seg om kanalen og studentlivet. Hva bør fokuseres på i markedsføringen for å få fram dette. Kjell Are har i møter sagt at det ikke er feil å fokusere litt på engasjement og motivasjon.

Uke 13.

Denne uken skulle vi egentlig produsere og publisere prøvesendinger, men alt utstyret var ikke på plass så det falt bort.

Denne uken har Håvard vært på Lillehammer for å være med på produksjonen til "tett på Amandus". Her har han hentet mye kunnskap om hvordan man gjennomfører en Live on Tape produksjon med overgangsprøver osv. Håvard var i Lillehammer hver dag.

Christoffer var bortreist.

Uke 14.

Påske.

Uke 15.

Den nye switchen kom rett før påske, den er nå koblet opp og klar, men vi føler vi burde skrive litt og bruker denne uken til det.

Uke 16

Vi begynner å planlegge og tenke ut hvordan vi skal lage prøvesendingene. Hva er målet med de? Vi vil teste det nye utstyret i praksis, men vi vil også prøve å engasjere andre til og bli med så vi kan få litt engasjement rundt kanalen. Særlig vil vi ha med første- og andreårsstudenter som skal være her til høsten. Det bør ikke være vanskelig å rekruttere teknisk personell med tanke på fagområdene vi har på skolen. Vi har en facebookside vi vil bruke til markedsføring og rekruttering. Vi vil arrangere dagen som en "workshop-aktig" dag, hvor alle som vil får være med å leke med utstyret. Resultatet er ikke i hovedfokus, men heller å prøve å skape et godt sosialt samvær og teste utstyr.

Noterer at vi har allerede flere "likes" på siden vår enn både GSR og Fiber. Dette behøver selvsagt ikke si oss så mye, men det er fortsatt en liten indikasjon på interessen.

Vi jobber også litt med rapporten vår.

Uke 17.

Første prøvesending blir gjennomført på torsdagen. Oppmøte er ikke veldig bra, og vi blir opplyst om at det er mange som har frister på oppgaveinnleveringer og derfor ikke kan møte. Inntrykket vi får av de vi har snakket med er at de ville vært med dersom de hadde hatt tid. Vi noterer også at det er mange som ikke har hørt om dagen. Der tar vi selvkritikk. vi burde ha markedsført bedre og jobbet hardere med å møte folk og snakke med dem for å få de med.

Sendingen ble ikke så veldig bra. Vi hadde store problemer med lyden, særlig fra bandet. Det var trolig noen feilinnstillinger i blackmagic skjermkortet som gjorde at peakmeterne i Wirecast ikke viste riktig og lyden ble sprenget. Det var også delay på bildet som gjorde at lyd og bilde ikke var i sync, som gjorde at vi skulle gjøre det i etterarbeid. Dette skal vi fikse til neste gang.

Vi lager event på facebook til produksjonen av neste sending, som blir satt til neste torsdag, og inviterer over 100 personer til å bli med.

Uke 18

Vi fortsetter å planlegge neste sending og løser problemene vi hadde i første sending. Vi har funnet delay-løsning i Pro tools, noe som gjør at vi nå kjører lyden fra studio gjennom protools laben før den går til regi og stream. Vi er veldig fornøyde med denne løsningen da det gir oss store muligheter for redigering/mixing av lyd, ulempen er at det ikke er særlig mobilt.

Vi hadde veiledning på rapporten med Terje Stafseng på onsdag. God veiledning hvor han pekte på spesifikke ting vi burde fokusere på fremover. Han mente det var lurt å fokusere på dynamikk og interaktivitet.

Vi hadde også skype-møte med lederen for STiN og student-TV Volda. Vi snakket med han om hvordan han jobbet for rekruttering og hvordan de jobbet for

engasjement og motivasjon. Skolen i Volda er på ca. lik størrelse som HiG, så vi følte vi kunne få tips og høre hvordan de drev sin redaksjon. De hadde problemer med rekruttering og engasjement og vi er redde for at vi får de samme utfordringene. Han sa STiN organiserte et møte med alle student-tv-kanalene hvert semester hvor de utveklset erfaringer og tips og triks. Vi har også fått en stående invitasjon til å bli medlem av STiN.

På torsdag hadde vi prøvesending. Det var ca. 10 stk. som sa de skulle komme på facebook-eventet, men ingen dukket opp. Igjen må vi innse at markedsføringen vår på facebook har slått feil. Vi ser også at tidspunktet ikke er helt optimalt med tanke på eksamener og innleveringer. Vi fikk likevel gjennomført sendingen ved hjelp av venner og bekjente som ble med på produksjonen.

På fredag hadde vi møte med de andre studentkanalene på HiG, GSR og Fiber. Møtet dreide seg om sammenslåing av studentkanalene under en paraplyorganisasjon, et mediehus. Istedet for å konkurrere mot hverandre mener vi det vil være fornuftig om kanalene kan samarbeide mer og dekke forskjellige deler av markedet. I tillegg kan man samarbeide om markedsføring og rekruttering. Særlig var vi interessert i å få til et redaksjonelt samarbeid med fiber slik at vi kan hjelpe hverandre med saker og mannskap. Konstruktivt møte.

Vi har parallelt med alt dette også jobbet med rapporten.

Uke 19.

Mandag. Møte med Aleksander som vil ta over kanalen etter oss. Vi snakket om våre visjoner for kanalen og hva vi mener bør satses på med tanke markedsføring, rekruttering og innhold. Rekruttere førsteklasinger når de kommer til høsten er viktig! Snakket om å ha livesendinger i lønsjen hver dag under fadderuka som vises på TVene i kantina. Vi avtalte også møte for å vise han det tekniske i studio og regi. Det er mye å sette seg inn i, men da får han hvertfall et overblikk.

Vi jobber med rapporten hele uka.

Fredag er det nytt møte med mediehuset. Vi fortsetter der vi slapp forrige gang. Avtaler nytt møte etter vi har levert bachelorrapporten hvor vi skal begynne å designe forskjellige reklamekampanjer som skal brukes til høsten. F.eks. trailer og annonse i Fiber.

Uke 20.

Ferdigstilling av rapport og alt som skal leveres.

Vedlegg L: Forprosjektrapport

1 Bakgrunn

Vi ser at det på HiG er liten flyt av informasjon om de forskjellige aktivitetene som skjer på skolen. Både i skolens regi og studentenes i form av studentaktiviteter. Høgskolen har gått til innkjøp av teknisk utstyr for rundt 160 000 kr, for å utforme et podcaststudio som også skal fungere som to separate fotostudioer til bruk i det nye fotoemnet som er under utarbeidelse.

“Fiber” fungerer ikke slik den er i dag, verken på nett eller i papirform. Skolen trenger en informasjonskanal som går av seg selv. Dette får man til ved å skape en interaktivitet i kanalen slik at produksjonen får tilbakemelding og skaper grunnlag for nye diskusjoner og dermed nye produksjoner. På denne måten kan man få en kanal som går av seg selv ved at gamle saker skaper nye.

2 Oppgavebeskrivelse

Gruppen vil rigge opp dette studioet og alt det nye utstyret som kommer og prøve å skape en modell for informasjonspublisering som går av seg selv. Både ved hjelp av fag som eksisterer på skolen fra før, engasjerte mediestudenter, men også se på mulighetene for en student-tv-kanal der de som ønsker kan gå inn og produsere egne sendinger.

For å finne ut av hvordan vi kan etablere en slik kanal vil vi undersøke en rekke spørsmål:

1. Hva slags teknikk brukes hos de ledende podcast-kanalene?
2. Hva er dagens situasjon for nyhetsformidling på HiG? (Differansen mellom profesjonelle kanaler og HiG)
3. Hvordan kan fag som fins på HiG være med å drive en slik kanal?
4. Hvordan kan utstyret konfigureres til å fremme bruk?

3 Problembeskrivelse

Hvordan kan vi starte en motor med infrastruktur og teknikk som fremmer informasjonsflyt og kommunikasjon i en HiG-TV?

4 Grupperegler

1. Ved uenighet i gruppa forsøkes dette løst ved saklige argumentasjoner. Dersom dette ikke løser problemet vil det løses med best av tre i stein-saks-papir, da det kun er to medlemmer i gruppa.
2. Gruppens prosjektleder er Håvard Isachsen, nestleder er Christoffer Sundby.
3. Gruppens medlemmer møter til avtalt tid, som senest avgjøres klokken 22.00 dagen før. Dersom et gruppemedlem ikke møter til avtalt tid to ganger skal dette gruppemedlemmet kjøpe lunsj til den andre. Her gjelder det 30 min forsinkelse som å ikke møte til avtalt tid.
4. Dersom gruppemedlemmet ikke møter gjentatte ganger, kontaktes veileder og en eventuell ekskludering fra gruppen vil bli vurdert.
5. Hvert medlem forplikter seg til å levere avtalt arbeid til avtalt tid.
6. Begge gruppemedlemmene har retten til å signere på vegne av gruppen.

5 Fremdriftsplan

Faser	Aktiviteter	Ansvar	Utover	Milepæl	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23			
1. Planlegging	Skrive forprosjektrapport og prosjektplan	H+C	H+C	Levere forprosjektrapport og prosjektplan 27. jan	X	X																						
		H+C	H+C																									
2. Gjennomføring	Uiforme Webstide Utforske hvordan andre kanaler fungerer Uvikle nettside for publisering av Podcast og integrere RSS og sosiale medier Utforske og bestille utstyr Studie skal være faglig opp og være godt kjent med det Uvikle en mal på hvordan utstyret kan brukes mest effektivt Uvikle logoer og andre standarder for supling Planlegge/bedømme innholdet i kanalen Planlegge første prøvesending Produsere prøvesendinger og publisere. [1] Ferdigstille rapport	H+C	C	Fått webstide av IT		X																						
		H+C	H+C																									
		H+C	H+C	Utsyrt har kommet																								
		H+C	H+C	Utsyrt har kommet																								
		H+C	H+C																									
		H+C	H+C																									
		H+C	H+C																									
		H+C	H+C																									
		H+C	H+C																									
		H+C	H+C																									
3. Dokumentasjon	Loggføring	H+C	H+C		X	X																						
		H+C	H+C																									
	Skrive på ferdige rapporten	H+C	H+C			X																						

Raf
levé
23
Mail

Vedlegg M: Prosjektavtale



HØGSKOLEN I GJØVIK

PROSJEKTAVTALE

mellom Høgskolen i Gjøvik (HiG) (utdanningsinstitusjon),

_____ (oppdragsgiver), og
Christoffer Sundby og Howard Gjeisklid
Isachsen

_____ (student(er))

Avtalen angir avtalepartenes plikter vedrørende gjennomføring av prosjektet og rettigheter til anvendelse av de resultater som prosjektet frembringer:

1. Studenten(e) skal gjennomføre prosjektet i perioden fra 01/01-2012 til 6/6-2012.

Studentene skal i denne perioden følge en oppsatt fremdriftsplan der HiG yter veiledning.

Oppdragsgiver yter avtalt prosjektbistand til fastsatte tider. Oppdragsgiver stiller til rådighet kunnskap og materiale som er nødvendig for å få gjennomført prosjektet. Det forutsettes at de gitte problemstillinger det arbeides med er aktuelle og på et nivå tilpasset studentenes faglige kunnskaper. Oppdragsgiver plikter på forespørsel fra HiG å gi en vurdering av prosjektet vederlagsfritt.

2. Kostnadene ved gjennomføringen av prosjektet dekkes på følgende måte:
 - Oppdragsgiver dekker selv gjennomføring av prosjektet når det gjelder f.eks. materiell, telefon/fax, reiser og nødvendig overnatting på steder langt fra HiG. Studentene dekker utgifter for trykking og ferdigstilling av den skriftlige besvarelsen vedrørende prosjektet.
 - Eiendomsretten til eventuell prototyp tilfaller den som har betalt komponenter og materiell mv. som er brukt til prototypen. Dersom det er nødvendig med større og/eller spesielle investeringer for å få gjennomført prosjektet, må det gjøres en egen avtale mellom partene om eventuell kostnadsfordeling og eiendomsrett.
3. HiG står ikke som garantist for at det oppdragsgiver har bestilt fungerer etter hensikten, ei heller at prosjektet blir fullført. Prosjektet må anses som en eksamensrelatert oppgave som blir bedømt av faglærer/veileder og sensor. Likevel er det en forpliktelse for utøverne av prosjektet å fullføre dette til avtalte spesifikasjoner, funksjonsnivå og tider.
4. Den totale besvarelsen med tegninger, modeller og apparatur så vel som programlisting, kildekode, disketter, taper mv. som inngår som del av eller vedlegg til besvarelsen, gis det en kopi av til HiG, som vederlagsfritt kan benyttes til undervisnings- og forskningsformål. Besvarelsen, eller vedlegg til den, må ikke nyttes av HiG til andre formål, og ikke overlates til utenforstående uten etter avtale med de øvrige parter i denne avtalen. Dette gjelder også firmaer hvor ansatte ved HiG og/eller studenter har interesser.

Besvarelser med karakter C eller bedre registreres og plasseres i skolens bibliotek. Det legges også ut en elektronisk prosjektbesvarelse uten vedlegg på bibliotekets del av skolens Internett-sider. Dette avhenger av at studentene skriver under på en egen avtale hvor de gir biblioteket tillatelse til at deres hovedprosjekt blir gjort tilgjengelig i papir og nettoutgave (jfr. Lov om opphavsrett). Oppdragsgiver og veileder godtar slik

offentliggjøring når de signerer denne prosjektavtalen, og må evt. gi skriftlig melding til studenter og dekan om de i løpet av prosjektet endrer syn på slik offentliggjøring.

5. Besvarelsens spesifikasjoner og resultat kan anvendes i oppdragsgivers egen virksomhet. Gjør studenten(e) i sin besvarelse, eller under arbeidet med den, en patentbar oppfinnelse, gjelder i forholdet mellom oppdragsgiver og student(er) bestemmelsene i Lov om retten til oppfinnelser av 17. april 1970, §§ 4-10.
6. Ut over den offentliggjøring som er nevnt i punkt 4 har studenten(e) ikke rett til å publisere sin besvarelse, det være seg helt eller delvis eller som del i annet arbeide, uten samtykke fra oppdragsgiver. Tilsvarende samtykke må foreligge i forholdet mellom student(er) og faglærer/veileder for det materialet som faglærer/veileder stiller til disposisjon.
7. Studenten(e) leverer oppgavebesvarelsen med vedlegg (pdf) i Fronter. I tillegg leveres et eksemplar til oppdragsgiver.
8. Denne avtalen utferdiges med et eksemplar til hver av partene. På vegne av HiG er det dekan/prodekan som godkjenner avtalen.
9. I det enkelte tilfelle kan det inngås egen avtale mellom oppdragsgiver, student(er) og HiG som nærmere regulerer forhold vedrørende bl.a. eiendomsrett, videre bruk, konfidensialitet, kostnadsdekning og økonomisk utnyttelse av resultatene.

Dersom oppdragsgiver og student(er) ønsker en videre eller ny avtale, skjer dette uten HiG som partner.
10. Når HiG også opptrer som oppdragsgiver trer HiG inn i kontrakten både som utdanningsinstitusjon og som oppdragsgiver.
11. Eventuell uenighet vedrørende forståelse av denne avtale løses ved forhandlinger avtalepartene i mellom. Dersom det ikke oppnås enighet, er partene enige om at tvisten løses av voldgift, etter bestemmelsene i tvistemålsloven av 13.8.1915 nr. 6, kapittel 32.
12. Deltakende personer ved prosjektgjennomføringen:

HiGs veileder (navn):

Kjell Are Refsvik

Oppdragsgivers
kontaktperson (navn):

Student(er) (signatur):

Stavros G. Isachm
Christoffer Sundby

dato 24/1-2012

dato 24/1-2012

dato _____

dato _____

Oppdragsgiver (signatur):

dato _____

IMT Dekan/prodekan (signatur):

[Signature]

dato 15/2-2012