

Troldepejlet som crossmedia platform

Overgangen fra TV til Internet

Af:

Kasper Lavlund Bornø Jensen

130390 – klbj@itu.dk

2. Semester - forår 2010

Fag: **Crossmedia – medier på tværs**

Vejledere: **Anders Colding-Jørgensen**

Troels Fibæk Bertel

Tegn: **23566 tegn**

9,8 normalsider af 2400 tegn

Link: **<http://kaw911.com/?p=241>**



Inholdsfortegnelse

Indledning/Problem afgrænsning:.....	3
Troldspejlet på tværs af TV og website:	3
Historiemæssig og funktionel tværmedialitet:.....	4
Konceptuel tværmedialitet:.....	4
Navigational tværmedialitet:.....	4
Translativ tværmedialitet:	4
Troldspejlets generelle tværmedialitet:	4
Oplevelser på tværs af Troldspejlet:	5
Metode:	6
Kvalitativt interview med webmaster og vært fra Troldspejlet:	7
Databehandling af kvantitativt survey:	8
Konklusion:	10
Litteratur liste:	11
Bilag:	12
Bilag 1:	12
Bilag 2:	15
Bilag 3:	15
Bilag 4:	16
Bilag 5:	16
Bilag 6:	16
Bilag 8:	16
Bilag 9:	17
Bilag 10:	17
Bilag 11:	21
Bilag 12:	21
Bilag 13:	22
Bilag 14:	22



Troldspejlet som crossmedia platform

Indledning/Problem afgrænsning:

TV programmet Troldspejlet har eksisteret i over 20 år, hvilket gør det til et af DR's ældste stadig kørende programmer. Programmet anmelder film, spil, bøger og arrangementer der har interesse for børn.

I dag bliver Troldspejlet sendt på DR1 tidligt om lørdagen og på børne TV kanalen DR Ramasjang, der har målgruppen 3-10 år (<http://www.dr.dk/DigitaltTV/artikler/20090318115737.htm>). Troldspejlet har også en website hvor at man kan, ud over at se klip fra programmet, finde flere anmeldelser, diskutere programmet, finde information der ikke er direkte relateret til Troldspejlet og skrive i sidens fantasy encyklopedia: Trold-o-pedia.

Efter at have set en undersøgelse lavet på troldspejlets hjemmeside, hvor ca. 70 % af brugerne svarede at de begyndte at se troldspejlet før 1996 (<http://www.dr.dk/DR1/Troldspejlet/Jubi/Trold20>), kan man antage at der findes en stor mængde seere der er uden for den primære målgruppe for DR Ramasjang (og dermed troldspejlet). Denne udvidede målgruppe giver anledning til tanker over hvordan Troldspejlet udnytter dette bedst. Man kunne forestille sig at Troldspejlet bruger en bestemt platform til en bestemt målgruppe, men dette kan ikke ske helt uden komplikationer da de i stor grad stadig er bundet af den primære målgruppe for Troldspejlet i TV.

Vi synes derfor det kunne være interessant at undersøge hvad der tiltrækker denne ældre brugergruppe til websiden, og hvad Troldspejlet gør for denne målgruppe. Derudover vil vi gerne undersøge om denne ældre brugergruppe stadig ser TV programmet eller om de er flyttet videre til Websitet.

Dette har vi kocht sammen til en mere specifik problemformulering:

Hvilke tværmediale relationer der er mellem TV-programmet og websiden? Hvordan bruger de ældre brugere websiden og er websiden med til at skabe en ældre brugergruppe for TV programmet, eller står TV programmet og websiden som to separate produkter?

Troldspejlet på tværs af TV og website:

Ved brug af flere medier til et koncept er det vigtigt at brugerne bliver gjort opmærksom på de forskellige platforme der er til rådighed, for at konceptet bliver bedst udnyttet. Men udelukkende at gøre brugerne opmærksomme på disse nye platforme er sjældent nok til at fastholde dem. Derfor er det vigtigt at give dem en forbedret, ny, anderledes, etc. oplevelse på disse platforme, da det ellers ikke ville give mening at bruge mere end én af platformene.

Det er derfor relevant at gå ind og se på hvordan Troldspejlet binder deres forskellige platforme sammen ved at se hvilke tværmediale træk som de besidder (Petersen, 2007). Undersøgelserne er foretaget på baggrund af www.dr.dk/DR1/Troldspejlet og udsendelsen der blev vist første gang 10/04 – 2010.



Historiemæssig og funktionel tværmedialitet:

Troldspejlet benytter sig meget af kloning og genbrug. Det meste indhold der findes på websitet er klip fra tv programmet uden nogen form for redigering. Websitet har dog en gang i mellem noget indhold der kun kan findes på websitet. TV programmet har intet indhold som ikke kan findes på websitet.

De skrevne anmeldelser der findes på websitet er, med få undtagelser, en transskribering af hvad der bliver fortalt i klippet.

Konceptuel tværmedialitet:

Troldspejlet benytter et gennemgående tema på både website og TV program, men med hver deres unikke præg. En af de første ting man lægger mærke til på websitet er headeren som består af et billede med nogle animationer og Troldspejlets logo. Dette billede/animation bliver også brugt som baggrund for 'info-banneret' i TV programmet som dukker op en del gange i løbet af en udsendelse. Det ses også i introen til TV programmet som er en større og mere avanceret udgave af denne animation.

Websitet er dog, designmæssigt, ikke bare en online udgave af TV programmet og benytter sig visse steder af et lidt andet designvalg. Dette ses bl.a. ved skifttypen på websitets menu som er markant anderledes, men også den generelle tekst er en anden type end den brugt i programmet.

Navigational tværmedialitet:

Troldspejlet bruger ikke ret mange eksplicite referencer på hverken websitet eller i TV programmet. I TV programmet vises kun en lille taleboble med adressen til websitet, mens værten fortæller om hvad der skal ske i næste uges udsendelse. Websitet bliver på ingen måde nævnt i resten af udsendelsen, og der sker derfor heller ingen forankring.

På websitet findes der på forsiden en boks oppe i højre hjørne der viser hvor og hvornår programmet bliver vist i TV.

Translativ tværmedialitet:

Da siden primært består af klip fra TV programmet er det naturligt at websitet designmæssigt låner nogle træk fra TV. Dette ses bl.a. ved DR's TV logo som bliver brugt oppe i hjørnet af websitet hvilket kan give indtryk af at man er nu ser på et stort interaktivt TV. Dette understøttes dog ikke andre steder end i klippene hvor det kun sker delvist, hvilket gør at dette indtryk er meget svagt. Klippene ses mere som traditionelt video på nettet (som fx YouTube.com) end som video- og TV platformen. Dette ses ved at klippene er meget afgrænsede og korte og uden nogen intro eller outro. Det ses også ved at de har en skæv og asymmetrisk ramme omkring sig og de bliver vist direkte på hjemmesiden (og ikke i et pop-up vindue), hvilket indikere at klippene ikke skal ses som net TV, som det fx ses på DR's eget net TV hvor det også er muligt at se hele afsnit af Troldspejlet. Dette betyder dog ikke at klippene distancerer sig helt fra TV platformen. Kvaliteten af klippene er forholdsvist høj og der er mulighed for at gøre dem 'fullscreen'. Derudover bliver navigations baren hurtigt gemt væk så den ikke generer.

Troldspejlets generelle tværmedialitet:

Troldspejlet benytter sig kun af meget få eksplicite referencer hvilket ikke giver indtrykket af at disse to platforme skal bruges sammen. Der bliver dog benyttet en del andre former for tværmedialitet som giver



indtryk af dette. Dette ses fx ved det konceptuelle tværmedialitet som Troldspejlet benytter sig meget af, og skaber et indtryk af websitet og TV programmet som en helhed.

Alt i alt benytter Troldspejlet sig af nogle tværmediale træk og enkelte eksplicitte referencer, hvilket betyder at det kan kategoriseres som tværmedialt – dog ikke i stor grad.

Oplevelser på tværs af Troldspejlet:

Som sagt er det også vigtigt at brugerne får en anderledes oplevelse når de bruger den ene platform frem for den anden. Dette sker i mange tilfælde af tv-serier med tilknyttet website naturligt, da selve serien foregår i TV og alt uden om foregår på websitet, men pga. af Troldspejlets genre, som et faktisk anmelder program, sker dette ikke ligeså let. TV-delen af et koncept normalt fungerer som primær tekst og websitet som sekundær og tertiær tekst der anmelder, diskuterer osv. den primære tekst (Haastrup, 2007). I dette tilfælde fungerer både TV programmet og websitet som både primær og sekundær tekst og websitet også som tertiær tekst. Dette sker da programmet i sig selv er en sekundær tekst i forhold til emnet der bliver anmeldt og på den måde er den primære tekst. Indholdet på websitet og i TV programmet bliver derfor nemt ret ens, da de skal formidle det næsten det samme. Det vil derfor være relevant at se på hvor og hvordan websitet adskiller sig for TV programmet.

Websitet fungerer som en ankerfunktion (Haastrup, 2007) for TV programmet, da det giver brugeren mulighed for hele tiden at kunne finde det nyeste indhold fra Troldspejlet. På den måde giver det også websitet en ajourførende funktion der hele tiden kan holde brugen up-to-date i modsætning til TV programmet der kun formår dette i det tidsrum det bliver sendt i TV. Websitet fungerer også som en ekstrasfilmisk identifikationspraksis (Haastrup, 2007) i form af de ekstra elementer der også er til stede. Udover klippene og anmeldelserne indeholder websitet også en række elementer, så som 'Krystalkuglen', der kun kan findes der. Disse elementer giver for alvor brugeren mulighed for at få adgang til nyt indhold der komplementerer Troldspejlet som koncept, og til dels skabe sit eget indhold for Troldspejlet. Dette ses fx på 'Trold-o-pedia' som er Troldspejlets egen fantasy-encyklopædi. Her kan brugerne oprette et 'univers'¹ om fx en bog eller et spil, hvorefter andre brugere kan gå ind og redigere i disse universer, meget i stil med wikipedia.org. Et andet eksempel er 'spilskolen' der er en sektion på med nogle tutorials hvor igennem man kan lære nogle basale egenskaber for at kunne programmere i GameMaker².

Man kan antage at websitets primære indhold stadig er anmeldelserne og ikke dette webspecifikke indhold, da det stadig er anmeldelserne der primært bliver opdateret, hvorimod de andre dele kun sjældent bliver det. Spilskolen kan derfor ikke ses som værende en del af det primære indhold for Troldspejlet, men stadig værende med til at involvere brugerne i 'spil universet' som de promoverer i anmeldelserne. Dette er igen med til at inddrage brugerne i Troldspejlet som koncept frem for Troldspejlet som TV program. Nogle af disse elementer, så som spilskolen og net-tjek, bliver dog kun opdateret meget sjældent, hvis ikke aldrig, og sidste opdatering kan godt være flere måneder gammel.

Umiddelbart synes alle klippene at stamme fra TV programmet og dermed udelukkende være genbrug, men få af klippene adskiller sig ved at være eksklusive for websitet, som det fx ses med anmeldelsen af

¹ Et indlæg med samme format som en encyklopædisk artikel

² GameMaker er et program designet til den mindre erfarne spilprogrammør til at lave computer spil



'God of War III'. Der er dog ingen eksplicite forklaring på websitet for hvordan og hvorfor denne udvælgelse foregår. Derudover er der, ligesom for alt andet på websitet, mulighed for at kommentere på klippene. Websitet indeholder også nogle elementer som kan antages værende rettet mod en lidt ældre målgruppe. Sektionen 'Superhelte' indeholder en række interviews med kendte mennesker indenfor fantasy verdenen. Disse interviews foregår primært på engelsk, men uden danske undertekster, hvilket kan være lidt modsigende i forhold til deres målgruppe på 7 – 12 år, der ikke nødvendigvis forstår flydende engelsk. Websitet indeholder også en sektion med gamle udsendelser, hvor der man kan finde udsendelser helt tilbage fra programmets start i 1989. Denne sektion udvider også målgruppen en del da disse udsendelser ikke længere har nogen reel nyheds værdi og man derfor kan antage at de primært ses af nostalgiske årsager.

Alt dette viser at der er grundlag for en ældre bruger gruppe der søger mere indhold end det som findes i TV programmet. Dette understøttes af at nogle elementer er på engelsk og at nogle anmeldelser kun kan ses online hvilket tyder på at Websitet fungerer som en platform med en lidt ældre målgruppe.

Metode:

For at påvise nogle af alle de hypoteser vi udarbejdede i analysen af websitet og TV programmet, valgte vi at lave et kvalitativt interview med webmasteren fra Troldspejlet og Jakob Stegelman som er vært på Troldspejlet, og derefter et kvantitativt online survey blandt brugerne af Troldspejlets website og et på papir som vi ville dele ud blandt kunderne i Faraos cigarer.

Efter analysen websitet stod vi tilbage med en del spørgsmål om hvad meningen med websitet set fra Troldspejlets side var som skulle besvares før vi kunne udarbejde et spørgeskema som vi ville kunne få brugbare data ud fra (se bilag 1). Vi besluttede derfor at den nemmeste måde at få mere information om dette, var ved at interviewe dem der stod bag websitet. Til dette valgte vi at møde dem og snakke ansigt til ansigt og benytte en spørgeguide. Vi valgte at mødes med dem og være alle tre til stede. Dette gjorde vi fordi vores spørgsmål var meget åbne og det på den måde ofte giver en mere åben stemning. Af samme grund valgte vi at lave en spørgeguide i stedet for en liste af lukkede spørgsmål, for på den måde at åbne op for perspektiver vi ikke selv havde set på forhånd.

Vi ville også gerne undersøge hvordan den reelle brug af websitet var hvilket det kvalitative interview kun vil give en formodning om. Denne undersøgelse ville bestå af 'hårde' data, dvs. fx hvornår respondenterne sidst så Troldspejlet og hvilke dele af websitet de bruger. Vi valgte derfor også at lave en online kvantitativ survey for at undersøge hvordan brugerne bruger websitet. Vi valgte en kvantitativ survey fordi denne form for undersøgelse er god til at indsamle generelle data om vaner, modsat en kvalitativ tilgang der ville være bedre til at fx finde ud af hvad brugerne synes om de enkelte dele af websitet. Grunden til vi valgte at lave den online er fordi brugerne ikke kan findes i fx en bestemt bydel men derimod er spredt ud over hele Danmark, og det ville blive meget svært at skulle finde disse brugere. Derudover er disse brugere i forvejen online i forbindelse med brug af websitet, og det vil derfor formentlig være til mindre besvær end hvis vi skulle dele det via fx mail.

Til vores formål valgte vi at lave spørgsmålene ud fra det positivistiske paradigme (Boolsen, 2008 – s. 37) da vi var mere interesserede i de 'hårde' data dvs. deres reelle brug af websitet og ikke hvad de synes om det. Da vi skulle udforme spørgsmålene var vi meget bevidste om at de ikke skulle kunne misforstås på nogen



måde og de skulle være objektive. Generelt prøvede vi at få dem til at opfylde de 10 anbefalinger (Boolsen, 2008 – s. 58) bedst muligt. Efter at have udformet spørgsmålene valgte vi at lave en pilot test på nogle der ikke var en del af projektet hvor vi fik en masse kritik. Denne kritik viste at en del af spørgsmålene blev misforstået og nogle fik nogle irrelevante spørgsmål, hvilket gjorde at vi delte spørgeskemaet op et par steder så man undgik at svare på nogle af spørgsmålene hvis man fx ikke havde været på Troldspejlets website før og fik rettet nogle spørgsmål til så de blev forstået rigtigt.

Vi var godt klar over at vi ikke ville kunne få svar fra alle brugerne af Troldspejlets website, og det var derfor vigtigt at udvælge det rigtige sample. Vi valgte derfor at skrive et indlæg på Troldspejlets website og facebook gruppe, da brugere af disse platforme aktivt interesserer sig for Troldspejlet online. Derudover ville vi gerne dele papir udgaver ud i Faraos Cigarer, da kunderne her interessere sig for fantasy og der derfor ville være en chance for at de også så Troldspejlet. Her fik vi dog langt fra nok svar og blev derfor nødsaget til at sende spørgeskemaet ud til de studerende på ITU. Dette gør dog at surveyet mister sin validitet, da samplet kommer til at vise en meget bestemt slags mennesker i en bestemt aldersgruppe som kun er en lille del af den målgruppe vi søger. Surveyet havde dog været validt hvis problemformuleringen fx lød på "Hvordan bruger de ældre brugere på ITU websiden". Vi besluttede at droppe uddele spørgeskemaer i Faraos cigarer primært to grunde. Den første var at vi på ingen måde havde nogle beviser for at brugere af Troldspejlet går i Faraos cigarer, og det derfor ville ødelægge samplet. Den anden grund var at ved at dele ud til de ITU studerende havde vi allerede ødelagt samplet men havde nok besvarelser til at få nogle data.

Kvalitativt interview med webmaster og vært fra Troldspejlet:

For at få et bedre indblik i tankerne bag Troldspejlet lavede vi som sagt et kvalitativt interview med Rune Mielonen Grassov som er webmaster for Troldspejlets website og Jakob Stegelman som er vært for TV programmet og redaktør for Troldspejlet.

Selvom troldspejlets officielle målgruppe er 7 – 14 år er redaktion godt klar over denne gruppe af seere uden for målgruppen. Derudover har de også haft problemer med anmeldelserne af nogle uhyggelige/voldelige spil som de ikke føler bør vises på TV, men som alligevel er så gode og relevante for Troldspejlets seere at de gerne anmelde det (se bilag 2). Dette har resulteret i at Troldspejlet ifølge redaktionen uofficielt arbejder med to forskellige målgrupper for hhv. websitet og TV programmet. Websitet operer derfor med en lidt ældre målgruppe da de mener at tolerancen på nettet er større over den slags (se bilag 3). Derudover fungerer websitet samtidig som et testområde, hvor de anmeldelser hvor der er tvivl om hvorvidt de kan tillade sig at vise dem på TV, kan blive prøvet af. Et eksempel på dette var filmen 'Kick-ass', som de på premiere dagen lagde ud på websitet, men først efter at have observeret hvordan andre medier modtog og forstod filmen tog de den med i TV programmet (se bilag 4).

Et andet problem ifølge redaktionen som Troldspejlet har haft er at TV er et medie der bliver mere og mere fragmenteret og de føler sig nødsaget til at udvikle og udvide sig, hvilket de har gjort i form af oprette et website og ved at sende på fem forskellige tidspunkter i løbet af ugen på to forskellige kanaler (se bilag 4). Websitet bliver derfor også prioriteret forholdsvis høj, hvilket kan ses ved at premiererne på anmeldelserne også sker på websitet. Videoindholdet er dog også det der er prioriteret højest på websitet (se bilag 5). De er dog også i gang med at udvikle projekter der ikke har direkte relation til Troldspejlet, som



fx en stop-motion skole og få genoplivet det populære Pixels som før er blevet sendt i Troldspejlet. Disse og et par andre projekter regner de med at have klar i 2011. De har også eksperimenteret lidt med e-sports konkurrencer med fx deres DM i "Fifa", men føler stadig at det er for konkurrence præget hvilket de ikke ønsker. En anden ting de gerne vil støtte med websitet er muligheden for at diskutere og skabe brugergeneret indhold. Dette kan bl.a. ses på Trold-o-pedia hvor brugerne kan oprette et univers, uden at redaktionen retter andet end direkte faktuelle fejl (se bilag 6).

Generelt prøver de på at give brugeren en bedre samlet oplevelse ved at bruge de forskellige platforme sammen.

Databehandling af kvantitativt survey:

Efter at have afsluttet surveyet og indsamlet data, havde vi fået en del mails der brokkede sig over fejl i spørgeskemaet og det gik derfor op for os at der på trods af forberedelse og pilottest stadig var fejl og mangler i spørgeskemaet. Et eksempel er spørgsmålet "Hvor mange kommentarer har du skrevet på Troldspejlets hjemmeside?" hvor svar muligheden "ingen" var forsvundet, hvilket gør dette spørgsmål helt ubrugeligt, da alle pludselig kan kategoriseres som aktive brugere. Et andet eksempel er spørgsmålet "Hvor ser du oftest Troldspejlet" hvor vi havde glemt svarmuligheden 'podcast', som er en oplagt platform at bevæge sig hen på hvis man går væk fra TV, som svarmulighed, hvilket igen gør spørgsmålet langt mindre anvendeligt.

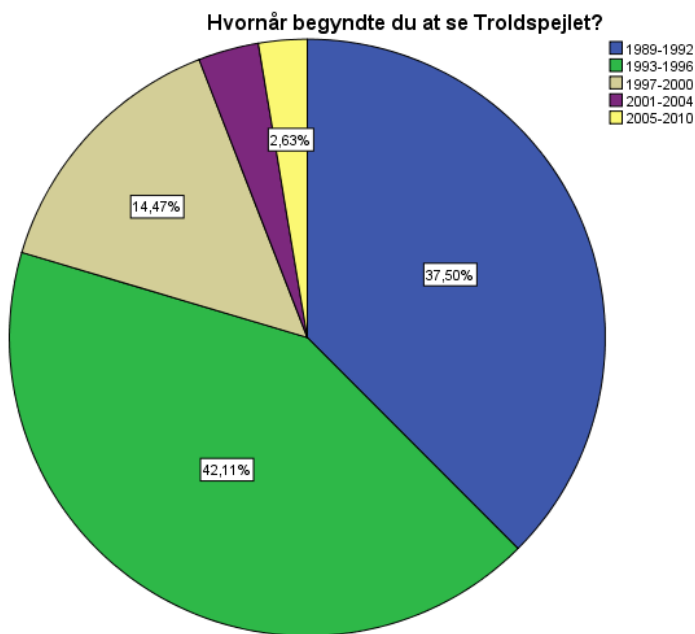
Ved spørgsmålet "Hvorfor ser du Troldspejlet" havde vi også tilføjet svarmuligheden "andet", hvilket resulterede i at vi kunne tilføje to nye svar grupper: "pga. Jakob Stegelman" og "Jeg ser det sammen med min kæreste" som dog udelukkende bestod af kvinder.

Selve data'ene er som sagt også forholdsvis ubrugelige til at få besvaret vores problem da besvarelserne primært består af studerende fra ITU. For at få nogle data vi kan behandle, 'forestiller' vi os derfor at disse data fra vores survey er valide. Vi fik også nogle data fra DR om brugerne af websitet som jeg vil referere til hvor det er muligt (se bilag 7).

Surveyet bliver lavet for primært at besvare to spørgsmål: "Hvad tiltrækker den ældre målgruppe til websitet, og hvordan bruger de ældre brugere websitet" og "Er websitet med til at skabe en ældre brugergruppe for TV programmet, eller står TV programmet og websitet som to separate produkter"

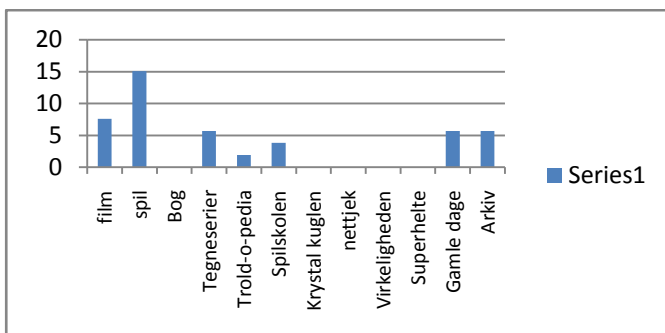
Det første der er relevant at se på er om respondenterne overhovedet er 'den ældre målgruppe' eller om den oprindelige undersøgelse fra Troldspejlets website var en tilfældighed. I spørgeskemaet inkluderede vi spørgsmålene "Hvor gammel er du?" og "Hvornår så du Troldspejlet første gang" til at svare på dette. Ud fra disse spørgsmål kan det ses at gennemsnits alderen for respondenterne er mellem 27 og 28 år (se bilag 8), hvilket er en del ude for Troldspejlets målgruppe. Ligesom den oprindelige undersøgelse fra websitet viser vores undersøgelse også at størstedelen, kan det også ses at ca. 80 %, (se bilag 9 og figur 1) af brugerne begyndte at se Troldspejlet før 1996. Dette stemmer også overens med dataene fra DR som viser at der ikke er særligt mange brugere i aldersgruppen 15 – 20 år, men der er kun en smule (ca. 13 %) færre brugere i aldersgruppen 21 – 40 år end der er i 7 – 14 års gruppen. Det skal så samtidig siges at 7 – 14 års gruppen i gennemsnit bruger 10 minutter mere på websitet, hvilket kunne tyde på at denne gruppe er en smule mere aktiv.





Figur 1

For at se på hvad der tiltrækker de ældre brugere til websitet inkluderede vi spørgsmålene: "Hvorfor ser du Troldspejlet?" og "Hvor meget bruger du de enkelte dele af websitet?"³. Det første spørgsmål skabte dog en del problemer da dataene skulle behandles. Først meget sent i processen opdagede vi at dataene var tastet forkert ind i SPSS og derfor kun viste resultatet af det første hver respondent havde svaret, og gjorde derfor svarene ubrugelige. Dette spørgsmål er dog kun relevant i forhold til konceptet som helhed, da det ikke siger noget om websitet specifikt. Det andet spørgsmål ser på hvor meget respondenterne bruger de enkelte dele af websitet. Blandt brugere over 20 år som har brugt websitet ses det at bruger til spørgsmålet om hvor ofte de bruger delene af websitet har svaret "ofte" eller "meget ofte" til primært spilanmeldelserne og sekundært film- og tegneserieanmeldelserne, Spilskolen, Gamle dage, Arkiv og Trold-o-pedia (se Figur 2 og se bilag 10).



Figur 2

Vi har kun fået meget få data fra brugere under 20 år og kan derfor ikke sammenligne disse resultater, med vanerne for denne aldersgruppe. Det ville også være relevant at se på hvor mange kommentarer disse

³ I spørgeskemaet respondenterne bedt om at vurdere hvor meget de brugte de enkelte dele af websitet på en skal fra "aldrig" til "Meget ofte"



brugere har skrevet, for at se hvor aktive de er, men dette er ikke muligt da der opstod fejl i dette spørgsmål.

Disse resultater kunne pege på at disse brugere stadig primært bruger websitet til det indhold som også findes i TV programmet, men også udnytter de andre elementer på websitet og derfor ikke bare bruger websitet som en ny platform at se det samme indhold som findes i TV på.

For at se på om websitet fungerer som en separat platform for de ældre er det relevant at se på hvor meget disse brugere (igen respondanter over 20 år og som har brugt websitet) bruger Websitet i forhold til TV programmet. Her ses det at 13,2 % (se bilag 11) bruger websitet et par gange om måneden eller mere, hvorimod 35,8 % (se bilag 12) ser TV programmet et par gange om måneden eller mere. Dette kunne tyde på at websitet bliver brugt som et supplement til TV programmet. Dette kan også ses ved at 30,2 % (se bilag 13) af disse brugere svarer "enig" eller "meget enig" i udsagnet "anmeldelserne på tv giver mig lyst til at læse mere på hjemmesiden". Dette er også tilfældet den anden vej rundt da 37,7 % (se bilag 14) svarer "enig" eller "meget enig" til udsagnet "hjemmesidens indhold giver mig lyst til at se tv programmet". Det kan derfor antages at TV programmet og websitet supplerer hinanden.

Konklusion:

Troldspejlet som helhed fungerer som et tværmedialt koncept. Dette gør det dog ikke til fulde da der mangler en masse eksplicite referencer til at gøre brugeren opmærksom på de forskellige sammenhænge mellem TV programmet og websitet. Selve indholdet på websitet tilbyder dog en række elementer som ikke er anmeldelser hvilket giver brugeren en større oplevelse af Troldspejlet som helhed. Dette kommer de formentlig også til at udvide med bl.a. stop-motion skolen. Noget af dette indhold peger stærkt på en ældre målgruppe, da det fx ikke kan forventes at en 7-årig kan forstå flydende engelsk, og at det er lavet for at tiltrække denne ældre målgruppe. Dette understøttes også af det kvalitative interview hvori redaktionen bag Troldspejlet oplyser at websitet har en lidt ældre målgruppe end TV programmet.

Da den kvantitative survey ikke blev valid nok hvilket resulterer i at det udtalelser på baggrund af surveyet heller ikke er valide. Data fra surveyet sammen med dataene fra DR tyder dog på at denne bruger-/seergruppe findes. Dataene peger også på at brugerne stadig primært bruger websitet til at læse anmeldelser, og som supplement til TV programmet.

Alt i alt tyder det på at TV programmet og websitet ikke kun fungerer som to separate produkter, og websitet er heller ikke udelukkende rettet mod en ældre målgruppe, men som et tværmedialt koncept der ikke er helt udnyttet endnu. Dog peger det på at websitet fungerer som et sted at placere det indhold som er vigtigt for den ældre målgruppe, men som ikke falder ind under den officielle målgruppe og som ikke kan vises i TV. Derudover tilbyder websitet en række elementer som ikke er anmeldelser, men som udvider brugerens oplevelse om fantasy universet generelt.



Litteratur liste:

Anja Bechmann Petersen & Steen K. Rasmussen 2007: "På tværs af medierne" Udgivet af forlaget Ajour

Tekster herfra:

Bo Hovgaard Thomsen: Tværmedial kommunikation i flermedie-koncepter

Helle Kannik Hastrup: oplevelser på tværs – en tværmedial analyse af relationen mellem tv-serie og website

Lennard Højbjerg: den digitale tværmedialitet

Steen K. Rasmussen: Konvergenskydsfeltet

Fra kompendiet:

Lena Mossberg (2007): "At skabe oplevelser ved hjælp af storytelling" i *Oplevelsesøkonomi – produktion, forbrug, kultur* (side 321 – 340) forlaget Samfundslitteratur

Kjetil Sandvik (2010): "At tale med flere medier". Unpublished / forestående

Boolsen, Merete Watt (2008): "Spørgeskemaundersøgelser" Udgivet af forlaget Hans Reitzels Forlag

Tekst herfra:

Kapitel 2, 3, 5

Valerie M. Sue & Lois A. Ritter 2007: "Conducting online surveys" Udgivet af forlaget Sage

Tekst herfra:

Kapitel 4



Bilag:

Bilag 1:

Køn

- Mand
- Kvinde

Alder

Har du brugt Troldspejlets hjemmeside?

- Ja
- Nej

Hvordan ser du Troldspejlet?

- På TV
- På DR's hjemmeside
- Som klip på Troldspejlets hjemmeside

Hvornår begyndte du at se Troldspejlet?

- 1989 - 1992
- 1993 - 1996
- 1997 - 2000
- 2001 - 2004
- 2005 - 2010
- Jeg har aldrig set Troldspejlet

Hvor ofte ser du Troldspejlet?

- Hver uge
- Et par gange om måneden
- En gang om måneden
- Mindre end en gang om måneden
- Aldrig

Hvornår så du sidst Troldspejlet i TV?

- Mere end 2 måneder siden
- Mere end 6 måneder siden
- Mere end 1 år siden
- Mere end 3 år siden
- Mere end 5 år siden



- Mere end 10 år siden

Hvorfor ser du Troldspejlet?

- Spil anmeldelserne
- Bog anmeldelserne
- Film anmeldelserne
- Jeg så det da jeg var yngre
- Jeg ser det sammen med mine børn
- Underholdning
- Andet:

Hvor ofte bruger du Troldspejlets hjemmeside?

<http://www.dr.dk/DR1/Troldspejlet/>

- Hver dag
- Et par gange om ugen
- En gang om ugen
- Et par gange om måneden
- En gang om måneden
- Mindre end en gang om måneden
- Aldrig

Hvor hørte du første gang om hjemmesiden?

- I TV udsendelsen
- Fra en du kender
- Andet sted

Hvor meget bruger du disse dele af hjemmesiden?

Aldrig

Sjældent

En gang imellem

Ofte

Meget ofte

- Film anmeldelserne
- Spil anmeldelserne
- Bog anmeldelserne
- Tegneserie anmeldelserne
- Trold-o-pedia



- Spilskolen
- Krystalkuglen
- Nettjek
- Virkeligheden
- Superhelte
- Gamle dage
- Arkiv

Hvor mange kommentarer har du skrevet på troldspejlets hjemmeside

- 1 - 10
- 11 - 40
- 40+

Har du skabt et "univers" på Trold-o-pedia?

Et "univers" er i denne sammenhæng et indlæg om et spil, en film, en bog eller lignende på Trold-o-pedia

- Ja
- Nej, det jeg ville skrive var allerede blevet oprettet
- Nej

Følger du mere med i TV programmet efter at du er begyndt at bruge hjemmesiden?

- Ja
- Nej

Hvornår hørte du første gang om hjemmesiden?

- Før 2001
- 2001 - 2002
- 2003 - 2004
- 2005 - 2006
- 2007 - 2008
- 2009 - 2010

Hvor enig er du i disse udsagn?

Meget uenig

Uenig

Hverken enig eller uenig

Enig

Meget enig



Anmeldelserne i TV giver mig lyst til at læse mere på hjemmesiden

- Meget uenig
- Uenig
- Hverken enig eller uenig
- Enig
- Meget enig

Hjemmesidens indhold giver mig lyst til at se TV programmet

- Meget uenig
- Uenig
- Hverken enig eller uenig
- Enig
- Meget enig

Jeg læser/ser anmeldelserne fra Troldspejlet fordi:

- De er sjovere end andre anmeldelser jeg kender til
- Jeg plejer at være enig i anmeldelserne
- De bliver fortalt på en spændene måde
- De kommer i tv

Bilag 2:

00:19:22 - 00:19:44

"... og det betyder jo også at hvis vi vil holde, det i live har en forpligtelse til at holde emnerne forholdsvis interessante for den her ældre målgruppe og det betyder at vi nogle gange kommer ud i nogle spilmæssige problemer, filmmæssige problemer om hvad for nogen der kan komme med og hvad for nogle der ikke kan."

Bilag 3:

00:19:46 – 00:20:55

"Vi kan give jer et konkret eksempel på 'Kick-ass'. Kick-ass ... var vi adskillige inde og se i biografen og den første beslutning var at det var årets bedste mest vidunderlige film, den rammer vores målgruppe helt præcist, men vi tør ikke bringe den fordi der er grænser for hvor mange klager vi kan overleve. ... Men så sker der det at vi beslutter at vi laver et indslag og så smider vi det på nettet og det handler om nettets målgruppe er bredere og større og vi tror at tolerancen også er det når man sidder og ser noget på nettet end når det er smidt op på en fladskærm derhjemme og med mor i køkkenet der hører hvad der sker. Men efter at have set hvor meget positiv programomtale filmen fik og der ikke var nogen i Danmark der reagerede på den, der var ikke nogen pædagoger der kom ud og ville dræbe nogen fordi den var for voldelig eller sådan et eller andet. Så tog vi faktisk den beslutning at det var så fantastisk en film at den kom i TV alligevel. Men den havde premiere på nettet."



Bilag 4:

00:08:41 - 00:08:56

”Vi stod i et vadested for programmet for det var klart at TV er et medie som bliver mere og mere fragmenteret og hvor der var færre seere end der har været velmagts dagene og enten skulle vi udvikle eller også skulle vi afvikle; altså det er der ikke nogen tvivl om.”

00:11:03 – 00:11:14

”DR’s børneflader har langsomt mistet seere de sidste tre, fire, fem år og derfor var Ramasjang en beslutning om at være der for børnene når de er der

Bilag 5:

00:12:50 – 00:13:36

”Vi prioriterer video indhold højt. Det er det vigtigste. Workflowet er at ... der sidder en klipper og lavet et indslag, og når det indslag er lavet så skal det sendes til mig [Rune] og så encoder jeg det til nettet og lægger det ud der, og derefter laver jeg en artikelside hvor man kan have ekstra ting som screenshots fra et spil, plakter og en debat som også er vigtig”

Bilag 6:

00:31:10 – 00:31: 38

”Vi retter ikke noget [i Trold-o-pedia] nej, dybest set ikke. Jeg vil tro at hvis der er en decideret faktuel fejl sidder Regitze der sidder med det at hun vil. Men mingen med det var at det skal være brugerne der retter. Hver gang der er nogen der retter noget væsentligt så bliver de tilføjet som skabere/medforfatter. I princippet selvom vis spotter en fejl selv skal vi ikke rette den.”

Bilag 8:

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
alder	159	98,8%	2	1,2%	161	100,0%

Descriptives

		Statistic	Std. Error
alder	Mean	27,49	,502



95% Confidence Interval for Lower Bound	26,50	
Mean	Upper Bound	28,48
5% Trimmed Mean	27,08	
Median	26,00	
Variance	40,074	
Std. Deviation	6,330	
Minimum	10	
Maximum	55	
Range	45	
Interquartile Range	6	
Skewness	1,225	,192
Kurtosis	2,982	,383

Bilag 9:

Statistics

Hvornår begyndte du at se Troldspejlet?

N	Valid	152
	Missing	9

Hvornår begyndte du at se Troldspejlet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1989-1992	57	35,4	37,5	37,5
	1993-1996	64	39,8	42,1	79,6
	1997-2000	22	13,7	14,5	94,1
	2001-2004	5	3,1	3,3	97,4
	2005-2010	4	2,5	2,6	100,0
	Total	152	94,4	100,0	
Missing	System	9	5,6		
Total		161	100,0		



film

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aldrig	17	32,1	32,1	32,1
	Sjældent	21	39,6	39,6	71,7
	Nogle gange	11	20,8	20,8	92,5
	Ofte	3	5,7	5,7	98,1
	Meget ofte	1	1,9	1,9	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

spil

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aldrig	14	26,4	26,4	26,4
	Sjældent	18	34,0	34,0	60,4
	Nogle gange	13	24,5	24,5	84,9
	Ofte	6	11,3	11,3	96,2
	Meget ofte	2	3,8	3,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

bog

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aldrig	28	52,8	52,8	52,8
	Sjældent	17	32,1	32,1	84,9
	Nogle gange	8	15,1	15,1	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

tegneserier

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aldrig	21	39,6	39,6	39,6
	Sjældent	20	37,7	37,7	77,4



Nogle gange	9	17,0	17,0	94,3
Ofte	3	5,7	5,7	100,0
Total	53	100,0	100,0	

troldopedia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aldrig	38	71,7	71,7	71,7
	Sjældent	10	18,9	18,9	90,6
	Nogle gange	4	7,5	7,5	98,1
	Ofte	1	1,9	1,9	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

spilskolen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aldrig	40	75,5	75,5	75,5
	Sjældent	9	17,0	17,0	92,5
	Nogle gange	2	3,8	3,8	96,2
	Ofte	2	3,8	3,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

krystalkuglen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aldrig	43	81,1	81,1	81,1
	Sjældent	9	17,0	17,0	98,1
	Nogle gange	1	1,9	1,9	100,0
	Total	53	100,0	100,0	



		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aldrig	41	77,4	77,4	77,4
	Sjældent	8	15,1	15,1	92,5
	Nogle gange	4	7,5	7,5	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

virkeligheden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aldrig	43	81,1	81,1	81,1
	Sjældent	7	13,2	13,2	94,3
	Nogle gange	3	5,7	5,7	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

superhelte

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aldrig	38	71,7	71,7	71,7
	Sjældent	10	18,9	18,9	90,6
	Nogle gange	5	9,4	9,4	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

gamle dage

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aldrig	26	49,1	49,1	49,1
	Sjældent	15	28,3	28,3	77,4
	Nogle gange	9	17,0	17,0	94,3
	Ofte	1	1,9	1,9	96,2
	Meget ofte	2	3,8	3,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	



arkiv

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aldrig	21	39,6	39,6	39,6
	Sjældent	18	34,0	34,0	73,6
	Nogle gange	11	20,8	20,8	94,3
	Ofte	2	3,8	3,8	98,1
	Meget ofte	1	1,9	1,9	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Bilag 11:

Hvor ofte bruger du Troldspejlets hjemmeside?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	hver dag	1	1,9	1,9	1,9
	et par gange om måneden	6	11,3	11,3	13,2
	en gang om måneden	4	7,5	7,5	20,8
	mindre end en gang om måneden	36	67,9	67,9	88,7
	aldrig	6	11,3	11,3	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

Bilag 12:

Hvor ofte ser du Troldspejlet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	hver uge	4	7,5	7,5	7,5
	et par gange om måneden	15	28,3	28,3	35,8
	en gang om måneden	9	17,0	17,0	52,8
	mindre end en gang om måneden	15	28,3	28,3	81,1
	næsten aldrig	10	18,9	18,9	100,0
	Total	53	100,0	100,0	



Bilag 13:

anmeldelserne i tv giver mig lyst til at læse mere på hjemmesiden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Meget uenig	3	5,7	5,7	5,7
Uenig	8	15,1	15,1	20,8
Hverken enig eller uenig	26	49,1	49,1	69,8
Enig	15	28,3	28,3	98,1
Meget enig	1	1,9	1,9	100,0
Total	53	100,0	100,0	

Bilag 14:

hjemmetsidens indhold giver mig lyst til at se tv programmet

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Meget uenig	1	1,9	1,9	1,9
Uenig	10	18,9	18,9	20,8
Hverken enig eller uenig	22	41,5	41,5	62,3
Enig	19	35,8	35,8	98,1
Meget enig	1	1,9	1,9	100,0
Total	53	100,0	100,0	

