

Masteroppgave

Podkasterne byr på seg selv

En studie av hvordan tillit og intimitet
skapes i podkaster

Silje Thalberg

Mastergradsstudium i dokumentar
og journalistikk 2019

Antall ord: 17875



HØGSKULEN
I VOLDA

Sammendrag

Tema for denne masteroppgaven er hvordan skaperne av tre populære podkaster går frem for å skape intimitet og tillit. Podkastene som analyseres er «Ida med hjerte i hånden», «Tusvik&Tønne» og «The Caliphate».

For å belyse temaet har jeg gjennomført en tekstanalyse der ni episoder går under lupen.

Hovedfunnene er at podkasterne, og intervjuobjektene deres, går langt i å fortelle om private forhold. Det fører til at lytterne føler de blir kjent med de involverte og det oppstår en form for intimitet og tillit mellom podkastvertene og lytterne.

Podkasterne bruker sitt personlige språk og grep vi kjenner fra hverdagssamtalen som erstatning for klassisk intervjueteknikk. Det påvirker maktbalansen mellom intervjuobjekt og intervjuer, og fører til at intervjuobjektet åpner seg.

Oppgaven konkluderer med at podkastene, med sin intimisering, går et skritt videre i å bryte ned skillet mellom det private og det offentlige.

Abstract

The theme of this Master's thesis is how the creators of three popular podcasts endeavor to create intimacy and trust. The podcasts which are analyzed are «Ida med hjerte i hånden», «Tusvik&Tønne» and «The Caliphate».

To elucidate the theme, I have carried out a text analysis where nine episodes are examined. The main findings show that the podcasters and their interview subjects go a long way in sharing their private matters. As a result, listeners feel they get to know the people involved and a relationship of intimacy and trust is created between the podcast hosts and the listeners.

The podcasters use their personal language and tactics we know from everyday conversation as a substitute for classic interviewing techniques. This affects the balance of power between the podcaster and the interview subjects, and causes the subject to open up. The thesis concludes that the podcasts, with their sense of intimacy, go a step further in breaking down the distinction between society's private and public domains.

Innhold

1.0 Innledning.....	3
1.1 Problemstilling og avgrensinger	3
2.0 Bakgrunn.....	5
2.1 Andre studier.....	5
2.2 Hva er podkast?	5
3.0 Teori	7
3.1 Intimitet og tillit	7
3.2 Spørsmål	11
3.3 Intimisering av offentligheten	12
4.0 Metode.....	16
4.1 Tekstanalyse.....	16
4.2 Tekstutvalg.....	17
4.3 Metodiske svakheter.....	18
5.0 Funn og analyse.....	18
5.1 The Caliphate	19
5.2 Tusvik og Tønne	30
5.4 Ida med hjertet i hånden	42
6.0 Avslutning	51
6.1 Konklusjon.....	51
6.2 Oppsummering	54
6.3 Referanseliste	55
7.0 Vedlegg 1	60

1.0 Innledning

Nye podkaster dukker opp som paddehatter. Før skulle «alle» ha en blogg. Nå virker det som «alle» skal ha podkast. Kjendiser, fagfolk og glade amatører skaffer seg podkastutstyr og setter i gang. På jakt etter nye inntektskilder og nye måter å engasjere publikum på har landets største mediehus lansert podkaster.

Podkast er et lydprogram som blir gitt ut av en redaksjon eller en enkeltperson, og kan lastes ned og spilles av på ulike spillere (Eide, Lyngvær & Nyre, 2017, s. 122). Denne oppgaven vil ta for seg podkaster som gjør suksess. Jeg vil se nærmere på fellestrekk ved populære podkaster. Jeg har selv hørt på mange podkaster som topper listene, og mener å kjenne igjen et mønster.

Podkastvertene snakker ofte til oss lyttere som om vi er gode venner. De byr på seg selv med en personlig stil og går ikke av veien for å ta opp private temaer. Det er noen ganger som å lytte til en privat samtale. Jeg ønsker å se nærmere på hvordan programleiderne, også kalt poddere, i podkastene kommuniserer med lytterne.

Da jeg valgte tema for oppgaven tok jeg utgangspunkt i mine egne interesser. Podkast er noe jeg gjerne vil lære mer om og kan tenke meg å jobbe med i fremtiden. I tillegg finnes det lite forskning på området. Håpet er at rapporten vil gi en innsikt som er av interesse for journalister og andre aktører som vil lage podkaster.

1.1 Problemstilling og avgrensinger

Problemstillingen min blir som følger:

Hva gjør de suksessfulle podderne for å skape intimitet og tillit?

For å avgrense undersøkelsen og være i stand til å gi konkrete svar på problemstillingen har jeg utformet to forskningsspørsmål:

- Hvilke temaer blir tatt opp, og hvordan blir det gjort?
- Hva kjennetegner måten podkastvertene snakker på, og hva fører dette til?

For å klargjøre hvordan nøkkelbegrepene i problemstillingen skal forstås følger en begrepsavklaring.

Suksess

Store norske leksikon (2019) definerer suksess slik: «Suksess, fremgang, det å gjøre lykke, særlig om kunstner, kunstverk, fremføring av musikk, skuespill e.l.» Suksess kan være et uklart begrep, men generelt kan man si at suksess sier noe om i hvilken grad man har lyktes i å gjennomføre et prosjekt på ønsket måte, i forhold til sine målsettinger.

I denne sammenhengen er kriteriene for at en podkast har oppnådd suksess følgende:

- Podkasteren er høyt oppe på topplisten
- Podkasteren har mange lyttere
- Podkasteren får oppmerksomhet i redaksjonelle medier
- Folk snakker om podkasteren / engasjerer seg på internett

Intimitet

Intimitet betyr inderlighet, fortrolighet eller fortrolig vennskap, ifølge Store norske leksikon (2018). Begrepet kan brukes om handling eller opptreden som man bare tillater seg overfor sine fortrolige. Hvordan dette oppstår i podkastsammenheng kommer jeg tilbake til i teori- og analysedelen.

Tillit

Tiltro er et synonym for tillit. Å ha tillit betyr å tro på noen, eller å stole på noen. Harald Grimen skriver i boken «Hva er tillit?» at tillit er treleddet (2009, s. 13). *Noen stoler på noen* med henblikk på *noe*. I denne oppgaven er fokuset rettet mot hvorvidt lytterne stoler på at podderne har peiling på det de snakker om.

Grimen fokuserer på hva tillitsgivere gjør. Tillitsgivere gjør lite for å beskytte seg selv og tar få forholdsregler (Grimen, 2009, s. 8). Det fører til at tillitsgiver «utsetter seg for fare og gjør seg selv sårbar» (Grimen, 2009, s. 28). Graden av pålitelighet hos tillitsmottagerne er avgjørende for i hvilken grad tillitsgiver tar forholdsregler. En tillitsgiver er alltid prisgitt andres skjønnsbaserte makt (Grimen, 2009, s. 29).

Et eksempel i podkastsammenheng kan være at en podder tar sjansen på å fortelle om et privat forhold fordi vedkommende stoler på at publikum vil håndtere informasjonen med respekt.

Om podderne lykkes som tillitsgivere, inntar tillitsmottagerne en bekreftende holdning og det oppstår en positiv identifikasjon.

Podkastene jeg vil studere er «Ida med hjerte i hånden», «Tusvik&Tønne» og «The Caliphate». De introduseres nærmere i analysedelen.

2.0 Bakgrunn

For å forstå et fenomen er det interessant å undersøke dets historie. I vedlegg 1 kan spesielt interesserte lese om fremveksten av podkast.

2.1 Andre studier

Det er ikke forsket så mye på podkaster, og det er svært få norske studier på emnet. I skrivende stund holder Ragnhild Fjellro på med den første doktoravhandlingen om podkast i Norge. Mye av forskningen som er gjort hittil ble utført da podkast var et nytt fenomen i tidsrommet 2005 – 2007. En del av denne forskningen fokuserte på podkast brukt i undervisningssammenheng (Bottomly, 2015, s. 165). Nyere forskning finner man for det meste i artikler i akademiske tidsskrift og journaler.

Jeg har også funnet frem til masteroppgaver som omhandler podkast og er beslektet med mitt tema:

- Ingvild Abildgaard Jansens [«#Phungfolk: Lytterlojalitet som inntektskilde»](#).
- Alexander Breidviks [«Samtalar og opne sår»](#).
- Siri Wichne Pedersens [«Den norske podkastdokumentaren. En studie av historien og egenskapene til en ny dokumentarform»](#).

Opgavene våre overlapper delvis siden jeg har brukt mange av de samme teoriene og kildene som Jansen, Breidvik og Pedersen.

2.2 Hva er podkast?

Det finnes flere ulike definisjoner av begrepet podkast og jeg vil trekke frem to eksempler.

Ifølge Bonini er podkasting en teknologi som blir brukt til å distribuere, motta og lytte til lydinnhold produsert ikke bare av tradisjonelle kilder som radio, forlag, journalister og

utdanningsinstitusjoner, men også innhold skapt av uavhengige radioprodusenter, artister og radioamatører (Bonini, 2015, s. 21).

Lyngvær mfl. definerer podkast som et lydprogram som blir gitt ut av en redaksjon eller en enkeltperson, og kan lastes ned og spilles av på ulike spillere (Lyngvær et al., 2017, s. 122).

Etter som Lyngvær mfl. fokuserer på innhold fremfor teknologi, velger jeg denne definisjonen. Definisjonen ligger tettere opp til min problemstilling enn Boninis.

I dagligtalen brukes verbet å «podde» for å lage podkast, og substantivet «pod» er en forkortelse for podkast.

Nye avsendere

For å lage en podkast trenger man i utgangspunktet kun en mikrofon, en opptaker og et redigeringsprogram. Alt ligger til rette for at den glade amatør kan lage podkast og distribuere den gjennom de mange podkastplattformene. Markman og Sawyer (2014, s. 21) ser på podkasting som en hybridisert medieform som både er tilgjengelig for amatører og profesjonelle.

Nele Heise skiller mellom podkaster laget av tradisjonelle kringkastere og individer eller grupper av uavhengige poddere (2014, s. 3). Podkaster produsert av tradisjonelle kringkastere kan identifiseres som radioinnhold. Eksempler er NRKs «Ukeslutt», NRKs «Sånn er du» og Radio 1s «Siri & de gode hjelperne». I denne oppgaven er «The Caliphate» et eksempel fra denne kategorien.

Podkaster laget av individer eller grupper av uavhengige poddere representerer gjerne en ny form for «personlige medier» og brukerskapt innhold. Eksempler er «Konspirasjonspodden», «Synnøve og Vanessa» og «Truecrimepodden». I denne oppgaven er «Tusvik&Tønne» og «Ida med hjertet i hånden» eksempler.

Podkast er demokratiserende ved at hvem som helst kan lage og publisere innhold (Lyngvær et al., 2017, s. 125). Makten til å påvirke lytterne blir spredt blant flere. Berry (2006, s. 146) kaller podkasting for en type grasrotradio. Samtidig skal man være forsiktig med å

romantisere ideen om at podkast demokratiserer offentligheten. Selv om man oppretter en podkast, er det slett ikke sikkert at podkasten blir lyttet til.

3.0. Teori

I teorikapitlet vil jeg se nærmere på hva forskning sier om hvordan man kan skape intimitet og tillit gjennom kommunikasjonen med lytterne. Jeg vil også gjøre rede for teorier om hva intimisering av offentligheten fører til.

3.1 Intimitet og tillit

Stemmebruk og stemningsskapning

Podkasting har mange fellestrekk med radio og har kopiert flere etablerte praksiser. En av dem er bruk av mikrofon. Hvordan man snakker og fremfører budskapet, og om man klarer å skape stemning er viktig i lydjournalistikken. Ifølge Nyre og Eide er nærværet ved mikrofonen essensielt om man skal «lage maksimalt uttrykksfulle innslag» (2004, s. 29).

Siden NRK-monopolets fall i 1981 har det vært mer fokus på å lage god stemning for å skape tillit og holde lyttertallene oppe (Nyre & Eide, 2004, s. 28). Også i podkast er stemningsskapning viktig, men fremføringen blir ofte gjort på en annen måte enn i radio.

Siden podkastlytterne ofte bruker headset blir settingen mer intim siden talen går rett inn i øregangen. Siobhan McHugh påpeker at radioprogramlederen snakker for å fylle et rom med lyd, mens podkasteren snakker inn i et mye mindre rom; en ørekanal (2016, s. 14). Det krever at podderen gjør tilpasninger.

Fortelleren i «Serial», Sarah Koenigs, måte å snakke på, er et godt eksempel på en slik tilpasning. Hun har en uformell og personlig stil. Koenig bruker hverdagslige ord til å beskrive en kompleks og komplisert drapssak. Hun fletter inn sine personlige meninger og tolkninger, og sier ting som «er han skyldig? Jeg vet ikke».

Nyre og Eide (2004, s. 43) skriver om Knut Røes forståelse av stemmebruk i radio, som også kan gjelde for podkast: «Som radioen er de små effektors medium, er radiospråket de små nyansers språk. Det trengs ofte færre og mindre fakter enn radiodebutanten tror.»

Røe slår fast at radiostemmen skal henvende seg til enkeltmenneske. Denne tanken er plukket opp av NRK som i sin podkastoppskrift (2018) ber aktørene snakke til «deg», og ikke til «dere». Røe skriver at «radiostemmen skal signalisere at den som snakker bryr seg om lytteren, men samtidig drar den nødvendige grensen mot det intime» (Nyre & Eide, 2004, s. 43).

Medie- og retorikkforsker Anders Johansen hevder at elektroniske medium har en tendens til å redusere forskjellen mellom det som blir sagt offentlig, og det som tilhører privatlivet (referert i Nyre & Eide, 2004, s. 43). Nyre og Eide skriver at Johansen mener mikrofon og kamera krever det han kaller «lavtrykksstil» siden hver eneste lille detalj blir fanget opp. Eksempelvis blir en liten nøling til en stor usikkerhet. Slike små kroppslige virkemiddel blir en aktiv del av den offentlige adferden (Nyre & Eide, 2004, s. 43).

I 1964 beskrev Marshall McLuhan radiolytting som en privat opplevelse:

«Radio affects most people intimately, person-to-person, offering a world of unspoken communication between writer-speaker and the listener. That is the immediate aspect of radio. A private experience» (McLuhan, 1964, s. 299).

Beskrivelsen kan like gjerne brukes om podkast. Ifølge Richard Berry er det stemmen som gjør radiomediet nært og troverdig. Siden de fleste podkastverterer snakker, og ikke leser opp slik man noen ganger gjør i radio, mener Berry at podkasten er mer intim enn radioen (2006, s. 148).

Berry gjør også et poeng ut av at de fleste podkastlyttere bruker headset og lytter alene (2016, s. 19-20). Det gir en annen opplevelse enn om man lytter via høyttalere sammen med andre. Berry beskriver det som om man stenger seg inne i sin egen boble idet man tar på headsettet, og samtidig kobler seg av verden rundt seg. Inne i denne boblen opplever man felleskap med podderne og andre podkastlyttere.

Podkastlytting er i større grad enn radiolytting en primæraktivitet, ifølge Lyngvær mfl. Å lytte primært vil si at å lytte er hovedhandlingen en gjør, at man først og fremst lytter. Å lytte sekundært betyr at en gjør noe annet samtidig, som for eksempel vaske hus eller lage mat (Lyngvær et al., 2017, s. 123). Sekundærlytting kan føre til såkalt til og fra-lytting, altså at man ikke hører på hele tiden.

Aktive valg fører til dedikasjon

Bottomly skriver at lytterlojaliteten er høyere for podkast enn hos andre medier det naturlig å sammenligne med, og at podkastlyttere har et mer aktivt forhold til det de hører på (2015, s. 165).

Et av forholdene som skiller podkastlytting fra radiolytting er at podkastlytteren aktivt oppsøker innholdet (Lyngvær et al., 2017, s. 123). På eget initiativ går lytteren inn i spilleren, velger noe vedkommende vil høre på, og trykker play. Når vi hører på radio hender det at vi kun lytter fordi radioen står på, ikke fordi vi nødvendigvis er interessert. Det gjør at podkastlytterne gjerne er mer dedikerte lyttere enn radiolytterne.

Podkastlytterne velger innhold ut ifra interesser. Berry mener at lytteren utvikler et nærere og mer intimt forhold til fortelleren siden lytterne aktivt oppsøker podkasten (2016, s. 13). Etter hvert opplever lytterne at de kjenner fortelleren. Siri Wichne Pedersen (2017, s. 41) skriver at det påvirker tilliten:

«Lytteren blir mer tålmodig. Hun vet at fortelleren pleier å gi henne informasjon som leder et sted, og hun krever derfor ikke å få alle godsakene med en gang».

Med andre ord: Dedikerte lyttere gjør at en kan prate om et tema lenger enn en gjør på radio. I tillegg kan en podkast vare så lenge en vil, i motsetning til et radioprogram med en viss tilmålt sendeflate. Samtidig er det viktig å understreke at det er like høye krav til innhold, dramaturgi og fortellerteknikk i en god podkast som i et radioprogram (Lyngvær et al., 2017, s. 131).

Ifølge NRKs podkastoppskrift (2018) har podkastlytterne høy skippefaktor når de sjekker ut nye podkaster. Det er ikke mye som skal til før de bestemmer seg for at de ikke liker podkasten og slår av. Det setter spesielt høye krav til innledningen. Ifølge oppskriften har du 30 – 90 sekunder på deg til å fange nye lytteres oppmerksomhet. Rådet er å gå rett på sak og sørge for god driv gjennom hele podkasten. Som produsent skal du spørre deg: «Hva holder på lytteren? Hva kan jeg si som gjør at folk vil høre på helt til slutten?»

Innhold og struktur

Ifølge Berry kan podkaster utforske tema og formater som ikke nødvendigvis er mulig i vanlig radio (2015, s. 172). Årsaken er blant annet at podkastprodusenter ikke er underlagt de

samme restriksjonene som i radio. Podderne har friheten til å være mer spontan, ikke holde seg til manus og ha en mindre høytidelig tone (Berry, 2006, s. 151). Ifølge Lyngvær mfl. har noen sjangre fått bedre fotfeste enn andre. De nevner dokumentariske podkaster og humorpodkaster. Temaer som teknologi, litteratur, vitenskap, historie, mat, drikke og sport trekkes også frem som eksempler (Lyngvær et al., 2017, s. 122-123).

Mange podkaster minner om radio fordi de bruker elementer vi er vant med å høre i radio. Slike elementer kan være faste spalter, og bruk av musikk og jingles. Heise peker på at noe podkaster har lagt seg tett opp til spesifikke radiosjangre og formater, som for eksempel intervju-podkaster med en streng vert-gjeststruktur (Heise, 2014, s. 4). «The TED Interview» er et eksempel på en slik podkast.

En annen praksis som er overført fra radio til podkast er inndelingen i serier, episoder og sesonger. De fleste podkaster har også en forutsigbar sendeplan. Når du starter opp en podkast får publikum en forventning om at det kommer en ny episode med jevne mellomrom. Derfor må man fortelle når neste episode kommer. Holder man ikke det man lover, risikerer man å miste lyttere. Podkaster blir for mange en del av en vane, og mange blir irriterte om podkasten ikke kommer ut til vanlig tid, ifølge NRKs podkastoppskrift (2018).

De fleste podkaster er lineære (Berry, 2006, s. 151). De gir gjerne inntrykk av å være live, men er ofte en redigert eller komprimert versjon av sanntid (Heise, 2014, s. 3). Som en oppsummering poster jeg NRKs gjennomgang av hva som er forskjellen mellom podkast og radio, ifølge podkastoppskriften:

Forskjellen på radio og podkast

Podkast har kvaliteter som kan gi lytteren en dypere og mer intim opplevelse enn vanlig radio.

Podkast skiller seg fra tradisjonell radiolytting ved at man aktivt må velge hva man vil lytte til, og den retter seg gjerne spesifikt mot lytterens personlige interesser.

Man lytter til det man vil, når man vil. Noen radioprogram fungerer utmerket på podkast når de klippes for tidløs publisering.

Podkast

- De fleste lytter alene
- De hører fra start
- Lytterne er selektive på tid og valg av tema
- Konsentrert lytting, hovedsaklig via headset.
- Høy skippefaktor når man sjekker ut en ny podkast
- Høyest bruk i ukedager når folk er i hverdagsmodus.
- Mindre bruk i ferie, helg og helligdager når folk er sosiale
- Podkastene blir for mange en del av en vane - lytteren får forventinger til publisering og at episodene kommer på faste tidspunkt.
- Irritasjon om podkasten ikke kommer eller om den opphører uten grunn

Lineær radio

- Til og fra-lytting
- Musikk
- Korte lyttesesjoner
- Hører på i bakgrunn for å ha selskap
- Ofte direkte og der og da
- Lytteren er ofte lojal til kanal eller driver med tidvis høy "zappefaktor" mellom kanaler
- Mange radioprogram fungerer veldig godt som podkast når de klipper vekk formatert musikk og andre element som ikke passer like godt i en tidløs podkast (trailere, info om vær, klokken etc)

3.2 Spørsmål

En praksis som mange podkaster har kopiert fra radio er bruk av intervju. Intervju er regnet som en journalistisk metode for å innhente informasjon. Når journalistikkstudenter lærer om intervjueteknikk, blir de ofte introdusert for journalisten John Sawatskys metode. Jeg tar utgangspunkt i Sawatskys prinsipp når jeg ser nærmere på intervjueteknikken i podkastene.

Sawatsky mener at man bør

- **Stille åpne spørsmål:** De er mindre ladde enn lukkede spørsmål, og kan åpne for drama, historier og scener i svaret (Østlyngen & Øvrebø, 2008, s. 313).
- **Stille nøytrale spørsmål:** Østby og Øvrebø bruker eksemplet «Hvordan reagerte du?» sett opp mot «Var du redd?». Om man overdriver i spørsmålsstillingen, er det mer sannsynlig at intervjuobjektet toner svaret ned (2008, s. 314)
- **Stille enkle spørsmål:** Jo enklere spørsmålet er, jo mer må intervjuobjektet jobbe for å svare. Sawatsky er opptatt av at det ikke finnes dumme spørsmål (Østlyngen & Øvrebø, 2008, s. 314-315).

Det motsatte av disse rådene kaller Sawatsky «dødssynder» i journalistikken.

Sawatskys «do not»-liste består av ti punkter (Østlyngen & Øvrebø 2008, s. 309-312):

1. Glemme å stille spørsmål
2. Stille to eller flere spørsmål på en gang
3. Stille overlessede spørsmål
4. Stille ledende spørsmål
5. Kommentere
6. Være forutinntatt
7. Bruke ladde og fordømmende ord
8. Overdrive i spørsmålet
9. Stille for kompliserte spørsmål
10. Stille lukkede spørsmål

Det er ikke slik at man ikke kan få gode svar når man bruker spørsmålstypene på dødssyndelisten. Om man lykkes med slike spørsmål skyldes det at intervjuobjektet er villig til å samarbeide, skriver Østlyngen og Øvrebø (2008, s. 09).

3.3 Intimisering av offentligheten

I vår samtid er åpenhet en viktig verdi. Vi blir oppfordret til å dele og fortelle. Målet er å være «ekte». Kulturen vår er gjennomsyret av åpenhet. Vi blottlegger livene våre i sosiale medier. I de redaksjonelle mediene får også private forhold oppmerksomhet. Alt dette fokuset på det nære og det private påvirker offentligheten.

Offentlig og privat sfære

Jürgen Habermas tok for seg forholdet mellom offentlig og privat sfære i boken «Borgerlig offentlighet» som kom ut i 1966. Arenaen for meningsdanning og det sosiale liv kalte han offentligheten.

Habermas mente at offentligheten er blitt en «sfære for offentliggjøring av private livshistorier» (2002, s. 159-160). Den erstatter offentligheten som arena for rasjonell og kritisk debatt som gagnar fellesskapet.

Rollene vi alle inntar er temaet i sosiolog Erving Goffmans «Vårt rollespill til daglig» (1992). Vi endrer adferd etter hvilken rolle vi spiller. Goffman kaller den offentlige rollen for front stage, og den private rollen for back stage (1992, s. 96). Når vi er front stage spiller vi ut den rollen vi tror andre forventer av oss. Når vi er back stage, slapper vi av fordi vi ikke trenger å tenke på at vi skal gi et bestemt inntrykk. Back stage er vi oss selv.

Forventninger om åpenhet

Alexander Breidvik skriver i sin masteroppgave «Samtaler og opne sår» at skillet mellom det private og det offentlige liv på mange måter er visket ut (2017, s. 17). Fokuset på det indre liv og seg selv er blitt det store målet for mange. Han trekker frem et sitat fra innledningen til Richard Sennetts «The Fall of Public Man» der han hevder at offentlighetens tid er over:

«Each person's self has become his principal burden; to know oneself has become an end, instead of a means through which one knows the world» (Sennett, 1986, s. 4).

Sitatet peker på viljen til å åpne seg, og at samfunnsutviklingen har ført til aksept og forventninger om åpenhet. Resultatet er at man forsterker kjennetegn ved sin egen personligheten. Vi er mer åpne i samspillet med hverandre, enten det er på jobb eller i privatlivet. «Å være seg selv 100 prosent» har blitt en klisjé. Forventningen er at man ikke skal legge noe imellom. Nære og følelsesmessige bånd skal oppstå når vi blottlegger oss for hverandre (Sennett, 2007, s. 10-11).

Intimitet som ideologi

Sennett hevder at offentligheten ikke lenger har verdi med mindre den involverer en slags intimitet. Han romantiserer offentligheten i tiden før industrialiseringen da man kunne oppleve «meningsfylte møter med fremmede og forbli avskilt». I det 20. århundre har intimitet blitt en ideologi, ifølge Sennett:

«In a society without gods, the humanitarian spirit is defined by an ideology of intimacy; what is considered morally good is connected to the warmth and closeness of intimate, personal relations» (Witschge et al, 2016, s. 124).

Om man tar høyde for at dette stemmer, kan man si at denne ideologien preger mediene. I de tradisjonelle mediene får for eksempel intervjuobjekter i talkshows eller portrettintervjuer muligheten til å vise frem sitt «ekte» jeg. Ifølge Tine Grüner Larsen (sitert av Breidvik, 2017, s.18) har de fleste behov for å beholde en viss distanse til det helt nære og private i slike intervjusettinger. De velger å være personlige, men ikke private. Hvor grensen går for hva som regnes som privat og personlig er individuelt.

Videreutviklet rollebegrepene

Mens Erving Goffman snakket om front stage og back stage, fant Joshua Meyrowitz på et tredje begrep: middle region, en hybrid av de to forestående. Han endret også de opprinnelige begrepene til forefront region og deep back region. Middle region har komponenter fra både front region og back region, men ytterpunktene er kuttet bort (Meyrowitz, 1986, s. 47).

I en tid hvor det er vanskelig å si hvor skille mellom det offentlige og det private er, er det mange arenaer der middle region-rollen er egnet. Middle region-rollen ser vi gjerne hos gjestene til for eksempel Skavlan. De deler mye, men ikke sine innerste tanker. Vi er sjeldent vitne til deep back region i de tradisjonelle mediene, med unntak av i visse reality-shows. «Paradise Hotel» er et eksempel på et program som dyrker deep back region. Deltakerne sier ting som er politisk ukorrekt, de krangler, er fulle og har sex. Ifølge Breidvik blir det oppfattet som svært intimt og «ekte» å være vitne til deep back region (2017, s. 19).

Utydelig grense i journalistikken

I artikkelen «The intimization of journalism» skriver Steen Steensen om hvordan den utydelige grensen mellom det private og det offentlige påvirker journalistikken:

“... the changing boundaries between private and public communication imply that journalism is becoming dominated by a discourse of intimacy, in which personal opinions and self-disclosures are key characteristics” (2016, s. 2).

Han peker på at journalister bruker sosiale medier til å uttrykke sine egne meninger og fortelle om detaljer fra eget privatliv. Slik bygger de opp sin egen private merkevare. Steensen trekker frem undersøkelsene til Herrera and Requejos som viser at sosiale medier fører til at nyhetene i større grad blir drevet av personligheter (2016, s. 11-12). Det er det motsatt av den gamle tankegangen om at man skal sette saken før seg selv. Undersøkelsen viser også at journalister som twitrer føler seg presset til å gi personlig informasjon om seg selv for å være attraktiv for publikum. For publikum liker bedre personer som forteller om seg selv, viser Boehmers forskning (referert i Steensen, 2016, s. 13).

Journalistikken er både objektiv og subjektiv siden den er både fakta- og meningsorientert. Steensen understreker at subjektive journalister ikke er noe nytt fenomen. Han skriver:

«Early notions of journalism were dominated by an ideal of activism, in which the journalist's personal comments and opinions flourished, like they do once again in social media today. And genres of feature journalism have promoted intimacy as part of the professional role» (2016, s. 15).

Steensen hevder at journalisters bruk av sosiale medier kun tilføre enda mer kompleksitet til de eksisterende paradoksene som finnes innen journalistikken (2016, s. 21). Han konkluderer med at man ikke bør bekymre seg for mye over utviklingen.

Mange av podkastene som blir populære baserer seg på fortrolige samtaler. Disse er på sett og vis et sted for offentlig intimitet og ærlighet. Samtidig vil alltid nærværet av mikrofoner legge føringer for hva som blir sagt. Alexander Breidvik trekker frem Anne Jerslevs teori (2017, s. 29). Hun bruker en familie som filmes til en dokumentar som eksempel på paradokset.

Nærværet av kamera ødelegger det kameraet skal filme. Det er ikke mulig å vise en familie som oppfører seg naturlig. Dokumentaren vil skildre en familie som blir filmet. Dette gjelder også for nærværet av mikrofoner under en poddproduksjon. Så lenge det skjer et opptak, vil det aldri kunne bli en fortrolig og privat samtale. Faktumet om at folk skal høre på opptaket påvirker samtalen og gjør at de involverte blir ekstra oppmerksomme på hva de sier.

Intimisering kan også bli et samfunnsproblem. Ved å vise frem «virkelige og levende» personer har radioen blitt en arena full av *medmennesker*, skriver Nyre & Eide (2004, s. 43). Det samme må kunne sies om podkast. Man kan få en opplevelse av å komme for tett på hverandre. Et eksempel på en slik «too much information»-situasjon kan være å se Per Sandberg kysse Bahareh Letnes og høre henne si hun tror han vil bli en god far for deres fremtidige barn. Samtidig skal man forholde seg til Sandberg som justisminister.

I dette kapitlet har jeg sett nærmere på ulike teorier knyttet til podkast og offentlig intimitet. Tankene til Meyrowitz, Steensen, Sawatsky og de andre som er nevnt vil dukke opp igjen i drøftingen av podkastene jeg analyserer¹.

¹ I tillegg bruker jeg teorier om retorikk (Ihlen og Østbye), humor (Piper) og selvspill i radio (Ytreberg) som jeg gjør rede for i funn- og analysedelen.

4.0 Metode

I dette kapitlet vil jeg gjøre rede for metoden jeg bruker i analysedelen og gi en begrunnelse for valget. I tillegg vil jeg se nærmere på metodiske svakheter og etiske problemstillinger knyttet til min rolle som forsker.

4.1 Tekstanalyse

Jeg velger å gjennomføre en empirisk studie av tre podkaster. For å kunne si noe om hvordan podkasterne skaper intimitet og tillit vil jeg gjøre en kvalitativ undersøkelse. Ved hjelp av tekstanalyse vil jeg finne ut om podkastene samsvarer med teoriene jeg har plukket ut og studere likheter og ulikheter.

Enhetene jeg undersøker er podkastepisoder, det vil si lydtekster. I medievitenskapelig sammenheng betyr begrepet tekst alle uttrykksformer, jf. det utvidede tekstbegrepet (Østbye mfl., 2013, s. 64).

Peter Larsen skriver at utgangspunktet for en tekstanalyse må være en spesiell interesse eller hensikt. Ved å spørre spesifikke spørsmål om teksten, får man svar på akkurat det man vil vite (Larsen, 2008, s. 26). Teksten skal undersøkes etter en fast plan og på en metodisk måte.

Jeg har valgt ut deler jeg synes er interessante og kommentert disse i lys av teoriene, egne tanker og vurderinger. Jeg har helt bevisst latt være å analysere tekster som er beslektede til lydtekstene, som for eksempel innlegg i sosiale medier. Jeg har ikke gjennomført kvalitative intervjuer eller spørreundersøkelser blant lytterne, selv om det ville vært interessant. Det er det ikke plass til i denne oppgaven.

Jeg har også gjort en innsats for å lære mer om konteksten, altså relevante forhold utenfor tekstene. Jeg har lest om podkast i aviser og tidsskrifter. For å bli en erfaren podkastlytter har jeg hørt på mange ulike podkaster både før og under arbeidet med oppgaven.

Jeg har satt meg inn i hva podkastvertene i tekstene mine vanligvis snakker om og hvordan de snakker. I tillegg har jeg notert meg hvordan episodene er satt sammen for å kunne registrere om strukturen endrer seg.

4.2 Tekstutvalg

Tekstmaterialet mitt er ni episoder, tre episoder fra hver podkast. Jeg har transkribert episodene helt eller delvis. Ut ifra hva jeg har vurdert som passende og nødvendig varierer notatene mine mellom transkribering, parafrasering og egne beskrivelser. Dimensjoner som stemninger, stemmebruk og tone er ikke synlig i transkriberingen, men er likevel viktig for totalbildet.

Jeg har gjort et skjønnsmessig, strategisk utvalg basert på hva episodene handler om og hvem som er med. Jeg ville ha med en mann i utvalget fra «Ida med hjertet i hånden». Jeg ville ha de tre første episodene av «The Caliphate». Jeg ville ha med «Lisa»-episoden som er den mest omtalte i «Tusvik&Tønne»s historie. Årsaken til det kommer jeg tilbake til.

I tillegg tok jeg hensyn til hva jeg selv kunne tenke meg å høre på. De ni episodene jeg analyserer er følgende (lenker til episodene):

«The Caliphate»

- [The Reporter](#)
- [Recruitment](#)
- [The arrival](#)

«Tusvik&Tønne»

- [Lisa](#)
- [Lensmannsfinger, veskeligg og fuglehund i sving](#)
- [Gummikulekvinne, allværsfjes og morkake på snei](#)

«Ida med hjerte i hånden»

- [Utroskap med Funkygine](#)
- [Å ha det fint uten kjæreste med Else Kåss Furuseth](#)
- [Kjærighetssorg med Gisle G. Agledahl](#)

Til sammen har episodene en varighet på 5,5 timer. Episodene er gratis tilgjengelig på flere plattformer.

4.3 Metodiske svakheter

Når tale blir til tekst under transkribering, mister man informasjon, som for eksempel tonefallet. I noen tilfeller kan transkriberte tekster være misvisende fordi de oppfattes på en annen måte når de blir lest (T.G. Larsen sitert av Breidvik, 2017, s. 50). Jeg som forsker kan også misforstå det som blir sagt og tilføre det andre meninger med mine kommentarer. Slik kan jeg selv bli en mulig feilkilde.

Jeg har valgt tre podkaster jeg liker godt. At jeg har lyttet en del på podkastene gjør at jeg har noen fordeler med tanke på bakgrunnsinformasjon og kjennskap til det empiriske materiale.

Samtidig kan det gjøre meg forutinntatt. Jeg vil lytte til tekstene med et allerede etablert bilde av podskaperne, mens en førstegangslytter ikke vil ha dannet seg noe bilde ennå. Det gjør det vanskelig å være objektiv under gjennomføringen av studien. Samtidig er det på sin plass å minne om at kvalitativ forskning i stor grad er forskeravhengig (Østbye et al., 2007, s. 30).

Siden jeg liker podkastene kan det være at jeg legger for stor vekt på det positive, og overser de negative sidene ved podkastene. Jeg har forsøkt å være bevisst på dette i arbeidet, og mener at mitt ståsted ikke har påvirket analysen i stor grad.

Det er ikke nødvendigvis slik at podkastene jeg har valgt å undersøke er representative for alle podkaster, men analysen vil kunne danne grunnlag for en mer systematisk skildring av et relativt nytt fenomen. Undersøkelsen vil gi kvalitative data som fører til økt innsikt og forståelse.

5.0 Funn og analyse

For å få lytterne til å følge podkasten over tid, forsøker podkasterne å bygge opp et slags tillitsforhold mellom seg og lytterne. I det følgende kapittelet vil jeg gjøre rede for hvordan tillitskapningen skjer i podkastene jeg analyserer. Jeg vil også vise hvordan podderne skaper intimitet og hva det fører til.

5.1 The Caliphate



Illustrasjon: The New York Times

Tematikk

«The Caliphate» ble lansert i september 2018 og er produsert av Rukmini Callimachi og Andy Mills for The New York Times. Serien består av 10 episoder.

Podkasten handler først om fremst om IS og hvordan terrororganisasjonen fungerer. The New York Times' egen beskrivelse lyder slik:

“In the war on terror, who is it that we’re really fighting? «Caliphate» is a documentary audio series from The New York Times that follows Rukmini Callimachi, who covers terrorism for The Times, on her quest to understand ISIS”.

Journalisten Rukmini Callimachi har en fremtredende rolle. Lytterne følger hennes søken etter å forstå IS. Første episode handler hovedsakelig om journalistens mål og metode. Episoden har fått navnet «**The reporter**».

Andre episode heter «**Recruitment**» og handler om hvordan IS går frem for å rekruttere medlemmer. Callimachi snakker med en tidligere IS-soldat, Abu Huzayfah fra Canada, om hvorfor han ble med i terrororganisasjonen og hvordan selve rekrutteringen skjedde. Lytterne får et innblikk i IS' tretrinnsraket for radikaliserings og rekruttering.

«**The arrival**» handler om hvordan den tidligere IS-soldaten opplevde å komme til kalifatet. Huzayfah forteller om hvordan de velutviklede systemene innad i kalifatet fungerer. Soldatene må gjennom background checks, de får våpentrening og lærer om lover og regler i samfunnet. Huzayfah ble med i det religiøse politiet og gjør rede for straffesystemet. Lytterne får en detaljert beskrivelse av hvordan han gikk frem for å piske lovbrøyttere.

Innhold, struktur og fortellerteknikk

Historien er kompleks og podkasten er satt sammen av følgende elementer:

- Studiointervju: Callimachi og Mills snakker sammen. Noen ganger intervjuer Mills Callimachi. Andre ganger ser de tilbake på noe som har skjedd sammen.
- Intervju av Huzayfah: Han ser tilbake
- Intervju Callimachi har gjort av andre tidligere IS-soldater
- Kontentum: Råmateriale fra felt
- Lydklipp fra nyhetsinnslag
- Musikk
- Lydeffekter

Det er ingen fast struktur og historien blir ikke fortalt i kronologisk rekkefølge. Diskursen veksler mellom nåtid og fortid. Det er brukt personale fortellere. Vi får høre historien fra tre synsvinkler: Callimachis, Huzayfahs og Mills'. Mills er ikke så fremtredende som de to andre og inntar en typisk lytterrolle (Nyre & Eide, 2004, s. 102). Når Callimachi snakker til Mills er det ikke for å informere han, men publikum. Ifølge Anders Johansen er personlig prat som dette myntet på en tredjepart og kan plasseres i middle region (referert i Breidvik, 2017, s. 24). De snakker ikke nødvendigvis direkte til en lytter, men samtidig er det ingen tvil om at de prater slik at lytteren skal få utbytte av det.

I første episode blir publikum kjent med Callimachi. Episoden begynner in medias res. Vi hører en person bevege seg i et kontorlandskap, en mann hilse på noen, bakgrunnsstøy i form av folk som snakker, og at noen banker på en dør. En kvinne svarer at hun straks er klar: «Can you give me five?» Deretter tester Callimachi og Mills mikrofonene. Slik etablerer de at de er i et redaksjonslokale, samtidig som de blottlegger forberedelsene. De hadde ikke trengt å ta med denne scenen, men behind the scenes-sekvensen viser at de er «ekte» journalister og at de ikke har noe å skjule. På denne måten forsøker de også å fjerne seg fra forefront region-rollen. De vil ikke være formelle og stive journalister.

Mills leder lytterne inn i historien ved å stille første spørsmål:

So Rukmini, before I started following you around all the time, I knew that you were a reporter, I knew that you talked to terrorists on the Internet, I knew that ISIS was your beat, but I don't think I had any idea what that reporting actually looked like.

Deretter blir lytterne tatt med ut av studio og ut i felt. Lytterne får høre lydopptak fra en krigssone. Man hører skudd og Callimachis stemme. Mills fortellerstemme bryter opp det som oppleves som råmateriale ved å fortelle om Callimachis arbeidsmetode som journalist.

Publikum stoler mer på lyd (og bilde) enn på menneskene som forteller (Nyre & Eide, 2004, s. 67). Derfor er bruk av kontentum så effektivt. Det fungerer som et autensitetstegn. Lydklippene fra krigssonen skaper nærvær og troverdighet. Det er også stemningsskapende. Etter kun to minutter hører vi for første gang om risikoen ved Callimachis jobb.

Callimachi: There's a backpack right there and I really want to search it, but I'm a little scared to put my hand inside it.

Videre bekrefter hun i studointervjuet at jobben er farlig. Så gjør hun rede for motivasjonen for å gjøre arbeidet til tross for at det kan være livsfarlig:

Callimachi: So, look. Every reporter that covers conflict and war knows that you have to be there. You have to be on the ground if you want to try to understand the story. And, as for me, I'm trying to understand ISIS ...

Før det har gått tre minutter har lytterne fått en grunn til å stole på Callimachi. Hun er dedikert til den grad at hun er villig til å sette sitt eget liv i fare for å gjennomføre det hun har satt seg fore. I første episode får lytterne også høre lydklipp fra intervju hun har gjort av 24 IS-krigerne som oppholder seg i Europa, Syria og Irak. I disse opptakene kan lytterne høre at hun

blir irritert når hun opplever at de ikke forteller sannheten. Dette fungerer som enda et bevis på at hun er dedikert til målet om å forstå IS. Troverdigheten til journalisten påvirker tilliten til lytterne, jf. Grimen.

Fra retorikken kjenner vi virkemiddelet ethos. Ethos går ut på at taleren henviser til egen troverdighet og integritet (Østbye et al., 2013, s. 82). Callimachi vektlegger ethosappell i kommunikasjonen. Hun tiltrekker seg lyttere ved å fremstå som hederlig og troverdig.

Callimachis integritet blir styrket som en konsekvens av at lytterne får høre henne i ulike arbeidssituasjoner. Callimachi er like profesjonell i samtalen med Huzayfah, som hun er i interaksjon med kollega Mills. Siden hun fremstår som konsekvent kan man som lytter få en følelse av hvem hun er. Eide og Nyre kaller dette retorisk identifikasjon (Nyre og Eide, 2004, s. 193). Om Callimachi gjør dette bevisst, arbeider hun målrettet for å virke overbevisende som seg selv.

Deretter snakker de videre om Callimachis arbeidsmetode. I ett av eksemplene tar hun lytterne med inn i sitt eget hjem:

Callimachi: Imagine if you walked into my home right now. If you walked in right now, you would probably find my Bank of America statement. If you found that, you would find all of my daily transactions. You would know what diet I have, you would know that I have a penchant for buying a certain kind of rice milk, you would know the stores that I go to shop at, so you might conclude from that that I'm probably middle class. If you walked over to the bookshelf, you would find books in Romanian, in English, and in French and you could deduce from that that I most likely speak three languages or that members of my family are bilingual or trilingual.

Ved å ta lytterne med inn i sitt private liv, lar hun lytterne bli kjent med henne som privatperson, ikke bare som journalist. En slik åpenhet kan føre til tillit.

Et annet eksempel der vi kommer tett på er da Callimachi forteller om episoder der hun har blitt virkelig redd:

Callimachi: I don't usually scare easily, but in 2015, I get a phone call from the FBI.

FBI forteller at IS truer med å drepe henne.

Callimachi: They talk about my reporting, they dissect my tweets, they sometimes insult me and these insults, if I can just say so, sometimes are pretty funny. I think they figured out that I'm sensitive about my weight, so they sometimes called me Oinkmini instead of Rukmini, oink meaning like pig, Fatmachi. [laughter] I'm sorry to laugh. There's something ironic about being fat-shamed by ISIS.

Når Callimachi forteller om problemene hun har med overvekt er hun personlig, og noen vil kanskje mene hun er privat. At hun blottlegger seg på denne måten gjør at hun får sympati. Her beveger hun seg ut av middle region og i retning av deep back region (men uten å gå inn i rollen).

Videre forteller hun om en kveld det ringte på døra og hun ble livredd fordi hun trodde det var IS. Hun ringte 911:

Callimachi: And I can't remember exactly what the woman said, but it was something like, «Ma'am, are you trying to tell me that ISIS is ringing your doorbell?» [Laughs]

Det viste seg å være noe fra vannverket som skulle fortelle henne at det var trøbbel med vannet i området hun bor i. Dette kan også ses på som en tabbe. Den humoristiske måten hun forteller dette på, og at hun gjør narr av seg selv, viser at hun ikke tar seg selv så høytidelig. Ifølge Berry kan åpenhet om egne nederlag føre til lytterlojalitet (Berry, 2016, s. 18).

I andre episode blir lytterne bedre kjent med Huzayfah. Callimachi stiller Huzayfah spørsmål, og han svarer. En stor del av podkasten er bygget opp etter dette spørsmål-svar-mønsteret. Stilen gjør at det hele virker uredigert og rått, og kan gi lytterne en følelse av at de lytter til selve samtalen – og ikke en redigert versjon av samtalen.

Huzayfah forteller blant annet om hvorfor han ble med i IS. Et fellestrekk ved mange som radikaliseres er at de ikke føler tilhørighet i storsamfunnet. Slik var det også for Huzayfah:

Huzayfah: Yeah. I did feel different. I'd be more of the little troublemaker, class-clown type of kid, like, throwing snowballs or, you know, other things in class. I wasn't messed up or anything. But there's always that one kid that's always roasted on. I was that kid.

Callimachi følger opp Huzayfahs opplevelse ved å fortelle om sin egen erfaring med å kjenne seg utenfor. Slik gjør hun han til en likestilt person.

Callimachi: When I'm talking to him, I recognized myself as well. Like, I was an immigrant kid, I didn't speak English until I was 11, 12. I was picked on because I couldn't say the word hopscotch when I first got to my school in California. And I was never the popular kid. I recognize that. I think that's kind of just a common, you know, a common universal experience for kids, and specifically for immigrant kids.

Også lyttere uten minoritetsbakgrunn kan kjenne seg igjen i beskrivelsene av å ikke passe inn. Dette er et klassisk eksempel på identifikasjon. For å kunne oppnå identifikasjon må lytteren kunne føle en viss tilknytning til det vedkommende hører på, kunne forstå sammenhengen, kjenne noe igjen og føle seg inkludert i det som foregår (Nyre & Eide, 2004, s. 190).

Lytterne får høre at det ikke er en homogen gruppe religiøse personer som endte opp som IS-medlemmer. Nysgjerrighet og kjedsomhet har ledet mange til terrorgruppen, deriblant Huzayfah:

Huzayfah: And it's just, you know, they're (familien hans, red. anm.) living a pretty good life here. But me, on the other hand, I always wanted something bigger. I've always wanted something — not something simple and boring.

Her bygges det en bro mellom Huzayfah og lytterne. Å ha drømmer er noe universelt, noe alle kan kjenne seg igjen i. Folk stoler lettere på noen som ligner dem selv i klesdrakt, kjønn alder, kultur og religion (Grimen, 2009, s. 15). Få kjenner seg igjen i en IS-soldat, men mange kan nikke gjenkjennende til å ønske seg noe mer i livet.

Huzayfahs rolle i dokumentaren er vitne. Medieviteren John Durham Peters mener vitnets oppgave er å fortelle om sin opplevelse for et publikum som ikke var tilstede, men som likevel må gjøre seg opp en mening om det som har skjedd (Nyre & Eide, 2004, s. 67). Peters hevder at vitnebyrd fungerer som et surrogat-sanseorgan for fraværet.

Det er ytterst få som har sett kalifatet fra innsiden. Derfor er det så interessant å høre Huzayfah fortelle. I tillegg til å fortelle om hva som skjedde da han for eksempel pisket en person, forteller han også om tankene sine:

Huzayfah: He has his hands tied in front of him, and he'd be wearing a, just a thin T-shirt. And whatever clothes he had on. You'd have to lift the T-shirt up over his head, so he'd be sort of blindfolded. And then the guys in front — there'd be one guy in front who'd hold his hands even tighter together, and they'd sort of just bend him forward. And you'd just whip him then. You'd just go at him.

Callimachi: How hard were you hitting him?

Huzayfah: I, I'd always give it my all. I'd feel bad, but I'd always give it my all. Again, I had my superiors over me, watching me.

Mills: Does he, does he scream? Does he —

Huzayfah: Yeah, he screamed. They say, like, «Please have mercy on me!» and stuff, «Please stop, for the sake of God, stop!» It took me an hour. I gave him, gave him the lashes in sections. So, I'd do, like, 50 or so at a time, and then I'd stop, and then 15 more, and then I took a little break. Again, you did feel bad. Like, O.K., so I'm actually inflicting pain on someone. Imagine this is happening to you. I mean, you're afraid of, already afraid of going to the front lines and dying.

Callimachi: Had you seen blood before, I mean real blood, before this experience?

Huzayfah: Not, like, in person. Online I'd see that stuff, beheadings and stuff. But, like, not in person.

Callimachi: How much of it got on you?

Huzayfah: A lot. It'd get on your arms and, like, drops of it on your clothes. Sometimes a lot would get on your clothes, and it wouldn't get out.

Her beveger Huzayfah seg over i deep back region. Den anonyme x-IS-soldaten deler tilsynelatende sine innerste tanker. Han slo alt han kunne, og brukte så mye krefter at han måtte ta pause. Han innrømmer at han fikk dårlig samvittighet, men viser ikke noe skam eller anger. Han forteller at pliktfølelsen styrte handlingen. Måten historien er fortalt på gjør at det hele blir svært intimt og «ekte», jf. Breidvik.

En person som ikke var anonym ville trolig ha problemer med å fortelle om piskingen. Vedkommende ville kanskje ikke ha fortalt om hendelsen like detaljert fordi personen fryktet reaksjoner og/eller sanksjoner fra samfunnet. Personen ville trolig også skammet seg over handlingen, noe som gjøre det mindre sannsynlig at detaljene ville kommet frem. Det ville trolig endt opp som en middle region-fortelling.

Callimachi, som er journalist, kan kritiseres for å ha for mye fokus på seg selv, og ikke på historien hun skal fortelle. I en slik kritikk passer Sennetts påstand om at offentligheten ikke lenger har verdi med mindre den involverer en slags intimitet. Digresjonene om henne er interessante, men ikke nødvendige for å fortelle historien.

Uten disse digresjonene tviler jeg på at podkasten ville blitt like populær. Det er Callimachis engasjement og kunnskap om temaet som gjør denne dokumentaren helt spesiell. Callimachis søken etter svar fremstår som en parallellhistorie til Huzeyfahs opplevelser med IS. Samtidig er det dette folk vil ha: publikum liker bedre personer som forteller om seg selv, viser Boehmers forskning (referert i Steensen 2016, s. 13).

En kan også spørre seg om Huzeyfah blir fremstilt på en måte som gir han for mye sympati. Når den tidligere IS-soldaten forteller at han følte seg utenfor og at han drømte om noe større, blir han, som Nyre og Eide beskriver, et *medmenneske*. Intimiseringen, som gjør at fokuset flyttes, kan bli problematisk med tanke på at det er snakk om en soldat som var med i det som den gang ble karakterisert som verdens farligste terrororganisasjon.

Hvordan de snakker

«The Caliphate» kjennetegnes av en muntlig stil og tempoet i formidlingen er periodevis høyt. Det henger sammen med at det er hyppig veksling mellom hvem som snakker.

Episode 2 starter med klipp fra tre nyhetsinnslag om rekruttering til IS. Deretter begynner en sekvens som skifter mellom at Mills og Callimachi snakker om da de møtte Huzayfah for første gang, kryssklippet med lydopptak fra selve møtet. Understreking indikerer her opptaket fra møtet.

Mills: Chapter 2. «Recruitment.» All right. Take me back to the hotel.

Callimachi: Yep.

[Footsteps]

Callimachi: So, we'd been waiting there for almost two hours.

[Door creaks]

Callimachi: How are you? Thank you for coming.

Callimachi: And then the guy that we're going to call Abu Huzayfah finally showed up.

Abu Huzayfah: Traffic was really bad. It was, like, peak hour, too.

Callimachi: Yeah.

Callimachi: And we sat down on the couch.

Callimachi: Wait, where did you want him to sit? Here?

Mills: The room's a little echoey, so I was —

Mills: Well, as we sit down with him, can you just let me know what's going on in your head? Like, what is it sitting there in the hotel you're wanting to know?

Callimachi: So, if this guy is who he says he is, then there's an enormous amount that I think I can learn from him, because I've spent the better part of a year researching the very arm of ISIS that he claims to have belonged to. But before we can even get there, I need to figure out: Is he for real?

Denne sekvensen er typisk for podkasten. De bruker korte setninger, både i intervjusettingen og i manuset som er lest inn i etterkant. Det er som å følge en ping pong-ball som går frem og tilbake over nettet. Som lytter reflekterer man trolig ikke over de korte setningene fordi voicen og klippene fra intervjuet passer så godt sammen. Voicen er fremført i et muntlig språk og en naturlig tone som gjør at den glir nærmest ubemerket inn. Samtidig gjør lydklippene at det hele får et rått og upolert uttrykk selv om det trolig er planlagt ned til minste detalj.

I sekvensen ovenfor er det tydelig at de bruker manus. Det er ikke mulig å avgjøre hvorvidt de bruker manus i sekvensene der kun Callimachi og Mills snakker sammen. Det fremstår som improvisasjon, men kan være avtalt spill.

Når Callimachi og Mills snakker sammen fremgår det som en vanlig samtale. De snakker i munnen på hverandre, ler, og bruker vanlige ord (ikke fagterminologi). Når de støter på et vanskelig ord, forklarer de hva det betyr. Det gjør at man ikke trenger å ha bakgrunnskunnskap om IS for å kunne lytte til podkasten. Det har en inkluderende effekt.

Huzayfah: It looked glorious. It's like, wow. You know, it was waving in the wind. It was — it just looked like a glorious black flag, and like, finally, I can live under the banner of tawheed.

Callimachi: The banner of tawheed means the banner of a single God?

Huzayfah: Yes, that was the flag of ISIS.

Callimachis stemme er varm, men samtidig myndig. Hun har integritet i stemmen. Hun bruker mye pauser og småord. Det tyder på at hun tenker seg om og improviserer. Dette kommer jeg tilbake til.

Hvorvidt Callimachi og Mills snakker dialekt er vanskelig for meg å ha noen mening om siden de snakker engelsk. Ifølge Denise Balkissoon har Huzayfah en dialekt fra Toronto-området. Måten de snakker på byr ikke på problemer for publikum som ikke har engelsk som morsmål. De er alle lette å forstå.

Hvilken spørsmålstype bruker de?

Caliphate er klassisk journalistikk presentert i en ny form: podkast. The Caliphate benytter hovedsakelig klassisk intervjueteknikk, og de fleste spørsmålene er åpne. Her er et eksempel:

Mills: Well, as we sit down with him, can you just let me know what's going on in your head?

Spørsmålet er helt i tråd med Sawatskys lære. Et av hans foretrukne spørsmål er «hva gikk gjennom hodet ditt akkurat da?» (Østlyngen & Øvrebø, 2008, s. 315). Mills og Callimachi er erfarne journalister og det er grunn til å tro at de har et reflektert forhold til hvordan de stiller spørsmålene for å få de beste svarene.

Vi finner også en del spørsmålstyper som ikke er anbefalt av Sawatsky, men som ofte er brukt i dagligtalen. Lukkede spørsmål er effektive for å kunne slå noe fast:

Callimachi: You drove to Syria with your friend from Bremen, right?

Det finnes flere eksempler på ledende spørsmål i podkasten:

Callimachi: When you saw those things, did you feel sick to your stomach? What was your reaction?

Callimachi: Did you not feel bad lying to your, to your parents?

I disse tilfellene fremstår det som at journalisten har som mål å skape en reaksjon hos Huzayfah.

Nokså ofte bruker Callimachi påstander for å få svar. Mens et spørsmål vil fungere som en stadfesting av maktforholdet i intervjuet, vil en påstand som blir hengende lufta virke mindre påtrengende, ifølge Sawatsky (Y-Press, 2009). Her er et eksempel:

Callimachi: So, at a certain point, you decide that you want to quit.

Det mest karakteristiske med måten Callimachi og Mills stiller spørsmål på er det muntlige språket. Innskutte småord som «well», «like» og «right» og gjentakelser som kommer av at de tenker seg om, går igjen. Resultatet er at spørsmålene ikke virker lest opp eller forberedt. Følelsen av at det som skjer er uforutsigbart gir en spennende nerve.

Lyder som «um» og «eeeh» fyller ut samtalen og har en viktig funksjon. Ifølge Mattias Heldner, professor i fonetikk ved Stockholms universitet, bruker vi lydene for å vise at vi henger med og at budskapet til den vi prater med har kommet fram (Kvittingen, 2014). Det skaper et felles grunnlag i samtalen og samtalen flyter lettere når disse lydene blir brukt. Journalister som jobber med radio og tv dropper som regel disse tilbakemeldingssignalene, eller klipper dem bort, fordi de ikke vil ha dem med i saken. I «The Caliphate» blir det ikke gjort, og resultatet er at det virker enda mer «ekte».

Disse små lydene blir en aktiv del av den offentlige adferden, jf. retorikkforsker Anders Johansen teori. Det visker ut forskjellen mellom det som blir sagt offentlig, og det som tilhører det private, emosjonelle livet (Nyre & Eide, 2004, s. 43).

5.2 Tusvik og Tønne



Illustrasjon: Acast

Komikerne Sigrid Bonde Tusvik og Lisa Tønne står bak podkasten «Tusvik&Tønne». Første episode het «Kniping, kuk og kongefamilien» og ble publisert 11.10.2012. Duoen slipper vanligvis en episode hver uke, og har produsert over 300 episoder.

Ifølge Tore Nesheim, daglig leder i podkastselskapet Adlink, er «Tusvik&Tønne» den største podkasten i Norge i dag, med cirka 180.000 avspillinger i uken.

Tematikk

«Tusvik & Tønne» er en humorpodkast. Likevel er ikke temaene de tar opp alltid morsomme, men komikerne har alltid en spøk på lur.

Det er flere temaer som går igjen. Feminisme, samfunnskritikk og hendelser fra privatlivet er tematikk som ofte blir behandlet. I podkasten får lytterne innblikk i Tusvik og Tønnes meninger, tanker og deres følelsesliv. Showet er bygget opp rundt deres opplevelser av det de tar opp.

Fanskaren til podkasten kalles «phungfolket». Navnet ble til da Tønne ikke klarte å uttale ordet «pung» etter en operasjon, og sa «phung» i stedet. «Phungfolket» består av flest unge kvinner, som også er hovedmålgruppen til podkasten.

Siden Tusvik og Tønne er innom så mange forskjellige temaer, er det ikke hensiktsmessig å nevne alle i denne avhandlingen. Jeg velger derfor kun å trekke frem temaene som er opphavet til navnet til episodene.

I episoden «**Lensmannsfinger, veskelig og fuglehund i sving**» snakker de om fordeler og ulemper med bygdefester der alle, uansett alder og rolle, deltar. De tuller med at lensmannen er med på festen og fingerer en ung jente.

De snakker om at en moldespiller er anklaget for voldtekt. Jenta som hevder hun ble voldtatt våknet opp med jakke og veske på, men ingenting på nedre del av kroppen.

Fuglehund i sving peker på at Lisa Tønnes hund, Bingo, stakk av under en innspilling av «God morgen Norge». Bingo sprang rundt og forstyrret under den direktesendte tv-sendingen.

I episoden «**Gummikulekvinne, allværsfjes og morkake på snei**» snakker de om en norsk kvinne som har blitt skutt i magen med en gummikule da hun demonstrerte for palestinerne rettigheter på Vestbredden.

De prater også om fordeler og ulemper ved sosiale medier. Tusvik ser tilbake på da hun var i barselpermisjon. Hun sier at det er fint å være hjemme og «amme, blø ut av tissen og ha morkake på snei», men samtidig føle seg «med» på det som skjer via sosiale medier.

Begrepet «allværsfjes» blir brukt om en av gjestene i radioprofilen Siri Kristiansens bursdag. Det er trolig beslektet med allværsjakke som kan brukes i all slags vær. Denne personen har et ansikt som flere opplever at de har sett før. Festen blir mye omtalt i episoden.

Episoden «**Lisa**» skiller seg ut fordi den kun handler om en ting: at Tønnes mann har vært utro. Tønne forteller at hun fikk et illebefinnende under en tv-innspilling og havnet på sykehus. Under sykehusoppholdet fikk hun en SMS som var beregnet på en annen kvinne: «Mmm, ligger du i sofaen?»

Innhold, struktur og fortellerteknikk

«Tusvik & Tønne» har en enkel oppbygning. Episodene består utelukkende av dialog. Dette er et eksempel på det Heise kaller «bablepodkast». Det innebærer at en gruppe mennesker sitter sammen og diskuterer et eller flere emner. Det kan gjerne foregå i flere timer, uten å følge en streng protokoll eller struktur (Heise, 2014, s. 4).

Alle opptak er gjort i studio, og det er ingen reportasjer eller andre innslag. Episodene har ulik lengde og ikke fast struktur. De jeg har analysert varer mellom 58 og 80 minutter. Faste temaer kombinert med fast utgivelsestidspunkt, skaper likevel en slags forutsigbarhet gjennom at lytterne vet hva de får.

Presentasjonen skjer i sanntid og gir inntrykk av å være live. Tusvik og Tønne har en avtale med lytterne om at de aldri klipper bort noe. I episoden «Lisa» forteller Tønne om et TV-show hun er med i, men innser underveis i historien at hun muligens ikke har lov til å snakke om det:

Tønne: Klipp bort det da

Tusvik: Nei, vi klipper aldri bort noen ting

Å vite at man faktisk får høre samtalen i sin helhet gir en ekstra spenning. Det er med å skape en lignende nerve som ved en live-sending: Her kan alt skje.

I tillegg skaper denne «hemmeligheten» et ekstra tillitsbånd mellom podkasterne og phungfolket. Ved å ikke klippe bort sekvensen viser Tusvik og Tønne at de stoler på at lytterne ikke vil sladre til TV 2 som eier showet. Dette ser ut til å bekrefte teorien til Grimen: Tillitsgivere gjør lite for å beskytte seg selv og tar få forholdsregler (Grimen, 2009, s. 8). Hemmeligheten kan gjøre at lytteren føler seg spesiell og får styrket tillit. Tillitsmottagerne har da inntatt en bekreftende holdning og det har oppstått positiv identifikasjon.

Podkasteren bruker ikke musikk, og har ikke noe vignett eller jingler. Episodene starter med en reklame som komikerne har spilt inn selv. Da denne oppgaven ble skrevet (29.08.18) var Asan intimservietter sponsor og reklamen varte i hele 2 min og 40 sek.

Etter reklamen starter episodene. Med unntak av Lisa-episoden, begynner episodene in medias res. Lytterne blir ført inn midt i en samtale. Dette bidrar til at lytterne kan få en opplevelse av å høre på en helt ordinær samtale, og ikke en episode av en podkast. Episoden «Lensmannsfinger, veskelig og fuglehund i sving» starter brått.

Tønne: Jeg skal kun ta bilder av t-skjortene, ikke snakke om dem.

Tusvik: Nei, nå må du snakke om dem.

Deretter småkjekler de litt før det viser seg at de snakker om noen t-skjorter de har fått tilsendt fra noen som jobber for organisasjonen «Dråpen i havet» som hjelper flyktninger.

På samme måte som «The Caliphate» blottlegger de forberedelsene sine og tar de med inn i historiefortellingen. Slik bryter de ned skille mellom on-air og off-air, og skaper en slags ekstra spenning siden publikum får et innblikk bak kulissene.

Tusvik og Tønne introduserer hverken seg selv eller podkasten. Det kan trolig ha sammenheng med at podkasten er godt etablert siden de har holdt på siden 2012 og at de har mange faste lyttere. Det nærmeste de kommer en presentasjon av seg selv, er når de sier navnene sine, som i åpningen av episoden «Gummikulekvinne, allværsfjes og morkake på snei»:

Sigrid: Jeg har gledet meg, Lisa, til å ... (blir avbrutt).. til å møte deg, Hufsa fra Oksenøen.

Å kalle Lisa for Hufsa fra Oksenøen gir ingen mening, men det fungerer som et frempek. Seinere i episoden får lytterne høre om da Tønne var full i Kristiansens bursdag som ble feiret på Oksnøen leirskole i Råde kommune i Østfold.

Ifølge Ingvild A. Jansen er komikerne åpne om at de sjeldent bruker manus, men lister opp noen stikkord før de går i gang med opptaket (2017, s. 59). Stikkordene fungerer som ramme for hva episodene skal inneholde. I episoden «Lisa» kommer det frem at de *ikke* har laget noen plan.

Tusvik: Det er kalt inn til ekstraordinært podkastmøte med alle ...

Tønne: ... ansatte

Tusvik: ... ansatte i Tusvik og Tønne AS. Det er dere 180 000 som er sammen med oss hver eneste tirsdag. Inne i øret ... (blir avbrutt)

Tønne: Velkommen skal dere være

Tusvik: På sakslista i dag, på Tusvik og Tønne AS, så står det bare et navn. Det står Lisa. Det er det eneste jeg skrevet på podkastoversikten i dag.

Tønne: Det er spesielt.

Ifølge NRKs podkastoppskrift har du 30 – 90 sekund på deg til å fange lytterens oppmerksomhet og denne åpningen fungerer trolig veldig godt som tease. Lytteren spør seg kanskje «hva i alle dager har skjedd med Lisa?» og får lyst til å høre videre.

Sterke meninger

Sterke meninger er et fremtredende kjennetegn på podkasten. Vrang produksjon, som produserer podkasten, har laget denne beskrivelsen av podden:

«Sigrid og Lisa er to altfor frittalende komikere. Ett sted må de få lov til å tømme seg, det er blitt til Tusvik & Tønnes podcast».

Tusvik og Tønne går ofte hard ut når de sier meningene sine. I episoden «Lensmannsfinger, veskelig og fuglehund i sving» hudfletter Tusvik en moldespiller som er anklaget for voldtekt.

«Uansett om du er skyldig i voldtekt eller ikke – du er hvert fall en drittsekk! Etter at du har ligget med en kvinne går du ut igjen på nachspielet? Det er så douche at du bare må gå rett i fikemaskinen og kjenne på hvor jævli kødd du er i trynet. Så går du inn igjen når alle har gått fra nachspielet og kaster ut jenta. Hvor fuckings jævli kjip knullefyr er du da i utgangspunktet? Nå håper jeg alle jenter i hele fuckings Norge husker på hva han moldespilleren heter. For det spiller ingen rolle om du er voldtektsmann eller ikke. Fyfaen for en jævli kjip knullefyr du er. Det skal bare sies – du er tidendes kjipeste og dusteste fyr mot hvem som helst om du holder på sånn».

Gjennom meningene deres blir lytterne kjent med Tusvik og Tønne som privatpersoner, ikke bare som podkastverter.

De to synes ikke det er sannsynlig at kvinnen ville beholdt jakken og vesken på om hun samtykket til sex. Tusvik og Tønne ser på denne saken fra et kvinneperspektiv, noe som trolig har appell i målgruppa.

Ifølge Ihlen er ethos i retorikken en vanlig strategi for «å identifisere seg med publikums aspirasjoner og snakke samme språk» (2013, 94). Innen pathos er det viktig å prøve å «skape

en følelsesmessig tilknytning til sitt publikum og spille på delte verdier» (Ihlen, 2013, s. 92). Det gjør Tusvik og Tønne her.

Ingvild A. Jansen skriver at komikerne har innrømmet at de sjeldent står inne for alt de sier (2017, s. 55). De driver med en slags humoristisk synsing.

I samme episode hevder Tusvik at Molde er «voldtektenes by», noe jeg tviler på at hun faktisk mener:

«Jeg føler at alle ligg er voldtekt i Molde, for det er mørkets by. Alle er sure og har en monoton irriterende stemme i Molde, og du vet at her kommer det til å skje voldtekter i natt også. Det skjer mye faenskap der».

Humor

Humor er et av de viktigste virkemidlene i podkasten. Komikerne driver hovedsakelig med satire. Ifølge Store norske leksikon (2018) innebærer sjangeren å angripe tidens, samfunnets eller det enkelte menneskets skrøpeligheter med spott som våpen. Satirikere bruker gjerne ironi, overdrivelser og karikaturer for å latterliggjøre og synliggjøre svakheter ved det de gjør narr av.

Mye av humoren går ut på å dumme hverandre ut. De tar gjerne utgangspunkt i noe som har skjedd dem i det siste. Et eksempel er når de to forteller om da Tønnes hund, Bingo, stakk av under innspillingen av «God morgen Norge».

Tusvik: Du mister altså Bingo idet du sitter i sminkestolen? Klassisk deg!

Tønne: La meg fortelle da...

Tusvik: Jeg vil bare beskrive at Bingo kommer inn i intervjuet med Gunhild Dahlberg og to bønder. De får sjokk, for ingen skjønner hvem bikkja er sin!

Tønne: Men det står Tønne på halsbåndet da

Tusvik: Det er ingen som sjekker et halsbånd på live tv, Lisa

Tønne: Nei.. [...]

Tønne: Han (hunden, red.anm.) ble så gira fordi det luktet så mye hund der inne, at han skrapet med føttene og tisset inne

Tusvik: Og ikke bare det! Så skal du intervjues – og du velger da å ta med Bingo i bånd. Og du kjefter altså så mye! (latter)

Tønne: Hush!

Tusvik: Det hjelper jo altså ingenting. Det eneste som skjer er at du virker gærn!

Når komikerne får lytterne til å le, slapper de av. Som avslappet har man ikke garden oppe. Grimen skriver om den norske filosofen Jon Elster, som hevder at å stole på noen er «å senke garden, eller å avstå fra å ta forholdsregler mot en samhandlingspartner» (Grimen, 2009: 19). På denne måten kan humor påvirke tillitsforholdet. Humor som virkemiddel kan også forstås som en type pathos, siden det vekker smil og latter (Østbye mfl., 2013, s. 85). Det er nødvendig å påpeke at ikke alt komikerne sier er sant. Siden de driver med humor, er både overdrivelser, tull og diktete historier representert. Hva som er sant og ikke, er ikke mulig for meg å vurdere.

Som Anne Jerslev påpeker vil nærværet av mikrofonen alltid påvirke samtalen. Så lenge opptaket går vil komikerne ha podkasten i tankene og oppføre seg deretter. Det gjør trolig at Tusvik og Tønne strekker seg litt lenger enn de ville gjort om de ikke skulle underholde lytterne. Det kan også være at de spiller rollene som seg selv. Ifølge Ytreberg er selvspill å blande sammen medierolle og selvbiografisk image på en demonstrativ og påfallende måte (Ytreberg, 2002, s. 12). Dette selvspillet setter føringer for programledernes væremåte.

Tusvik og Tønne blir kritisert for å henge ut andre som ikke har noe med podkasten å gjøre. I en kronikk i Dagbladet 29. mars 2019 skriver Thomas Leikvoll:

«Det ligger offer strødd rundt etter dem når de først har bestemt seg for å mislike noen eller noe. De forteller subjektive historier om møter med mennesker som overhodet ikke har bedt om å bli omtalt, hentet fra sosiale sammenhenger som må ha vært oppfattet som private der og da».

Det finner man flere eksempler på i episodene jeg analyserer. Jeg trekker frem et eksempel fra festen til Siri Kristiansen:

Tønne: Og så var det så gøy fordi det var en liten fyr på festen!

Tusvik: Øyvind? Jon Brungot?

Tønne: Nei, det var en annen liten fyr.

Tusvik: Bitteliten fyr?

Tønne: Tommeliten, og han var så gøy. Han hadde et sånt fjes som både jeg og Odda (red.anm.: Odd-Magnus Williamson) var sikkert på ... Hvor har vi han fra? Han hadde allværkfjes.

Tusvik: Det var ikke han som så ut som han derre i Plumbo?

Tusvik: Jo, det tror jeg. Han lille, ikke sant?

Den lille mannen er ikke en offentlig person eller kjendis og er gjort til underholdning for tusenvis av mennesker. Dette eksemplet er relativt uskyldig sammenlignet med hvordan andre har fått gjennomgå i andre episoder.

Selvutlevering

Tusvik og Tønne deler svært mye fra privatlivet sitt og driver med en ekstrem form for selvutlevering. Ingvild Jansen beskriver det slik:

«Generelt kan man si at både det å produsere og det å opptre i radio (så vel som i andre mediasammenhenger) i regelen innebærer en omfattende form for investering av eget liv» (Ytreberg, 2002, s. 15). Tusvik og Tønne har tilsynelatende virkelig investert sine egne liv i podkasten, og noen ganger slipper de lytteren uvanlig nært innpå seg (2017, s. 61).

Komikerne tar opp temaer som for de fleste hører til i privatlivet. I episodene jeg har sett nærmere på snakker de for eksempel om onanering, barns seksualitet, og problemer i forholdet. Her er noen eksempler:

Tønne: Den (bidéet, red.anm.) er faktisk helt genial for onanasje (red.anm.: tulleord for onani). Du kan sette deg skrevs over, og styre den strålen som er fast og god mot klitoris.

Tusvik: Så du kommer i bidé?

Tønne: Ja. Har du aldri kommet i bidé?

Tusvik: Nei, det er veldig rart.

[...]

Tusvik: I dag hadde han (Jens på under et år, Sigrids sønn, red.anm.) morrabrød som jeg måtte presse ned i bleien. Jeg sa: «Si fra om tissen gjør vondt». Han bare: Tiss?»

Tønne: Ja, det er den som står til værs her nå

Tusvik: Ja, men jeg kan ikke stå og vente eller runke (latter)

Tusvik: Ansvar for egen runk

Tøsse: Vi brekker den ned

Tusvik: Eller poster et bilde på dark web

Dette er temaer som kan regnes som tabuer og gjør at Tusvik og Tønne kan plasseres i deep back region, jf. Meyrowitz begreper. Om vi legger til grunn Sennetts teori, om at det oppstår nære og følelsesmessige bånd mellom oss når vi blottlegger oss, gjør Tusvik og Tønne alt riktig med tanke på tillitsbygging.

I episoden «Lisa» tar Tusvik og Tønne lytterne med inn i en pågående krise: Tønnes mann har vært utro. Tønne slipper lytterne inn i sitt tilsynelatende aller mest private og de to lager underholdning av det. Rollen som underholder blir satt foran vernet av privatlivet.

Tønne: Men jeg kjenner at kanskje det største sviket er at den fredagen, så velger han ikke å komme til meg. Han velger å dra hjem til henne, som han har teksten med.

Tusvik: Ja, det går ikke an.

Tønne: Så er han hos henne.

Tusvik: Det er som en hollywoodfilm!

Tønne: Og så drar han og kysser det kvinnemenneske. Ikke ligger, men kysser det kvinnemenneske. Jeg gir faen om han har ligget – det er ingenting som gjør dette bedre. Nei vel, hva den derre dumme skjeve lille pikken din gjør, det kan ikke jeg ta inn nå.

Tusvik: Det spiller ingen rolle. Det spiller ingen rolle. Det er bare det ...at han er et menneske som ikke eier skam.

I episoden kan lytterne tydelig høre sinnsbevegelsene skifte. De veksler mellom å være fortvilte, rasende, triste og oppgitte. Tusvik gråter. Ifølge Berry kan en slik åpen og direkte deling av nederlag, generere lytterlojalitet (Berry, 2016, s. 18). I tillegg viser Boehmers forskning at publikum liker bedre personer som forteller om seg selv. Komikerne selv setter ord på åpenheten i podkasten i et intervju i BA:

– Vi er ekstremt private, det er litt av hemmeligheten. Det er som å bli med i en hemmelig klubb, lytterne føler at de kommer inn i hodene våre, sier Tusvik (Ødegård, 2015).

Også i denne episoden finner de rom for spøk. Når man spøker om motgang, skaper humor avstand og forminsker motgangens makt (Piper, 2015, s. 43). Likevel skiller denne episoden seg fra de to andre fordi den i mye større grad er preget av alvor. Tønne, som er lam i halve ansiktet, ligger på overvåkning på sykehuset idet hun finner ut av utroskapen:

Tusvik: Å bli pissa på i EKG-situasjon, du ligger så og si nede da. Og så bæsjer han du elsker deg i det lamme øyet, og du får ikke blunket det bort. Jeg har ikke ord.

Som frittstående podkast, og ikke medlem av en presseorganisasjon, trenger de ikke å følge de etiske retningslinjene i Vær varsom-plakaten. Hadde dette vært radio, ville Vær varsom-plakaten satt en stopper for Lisa-episoden på grunn av utleveringen av Tønnes ektemann. I tillegg slår straffeloven fast at krenkelser av privatlivets fred er forbudt.

Hvordan de snakker

Tusvik og Tønne kjenner hverandre godt etter så mange år med podkasting, og det påvirker trolig måten de snakker. De snakker i munnen på hverandre, utfyller hverandres setninger, erter hverandre, roper, tuller og ler.

At de skriker er et paradoks med tanke på Siobhan McHugh teori om å snakke for å fylle et bittelite rom, nemlig øregangene til folk. Knut Røes hevder at det trengs «færre og mindre fakter» enn man tror, men her maksimerer de lydbildet. De benytter seg av det motsatte av hva retorikkforsker Anders Johansen kaller «lavtrykksstil». Å bryte med forventningene og gå utover det som anses som normalt, er et vanlig grep innen humor.

Selv om de to virker avslappet i studio, er samtalen preget av at de driver med underholdning. De setter ting på spissen, holder et høyt tempo, og snakker på en måte som vil være unaturlig i en privat setting. Som i «The Caliphate», er samtalen tydelig myntet på en tredjepart.

Måten ting blir sagt på spiller en rolle for tillitskapningen. Tusvik og Tønne er uformelle, og denne måten å snakke på er med på å menneskeligjøre podkastvertene. Ifølge Ytreberg bidrar uformell omgang til å myke opp og holde ved like sosiale relasjoner. Det uformelle bidrar til å formidle gjensidighet og tillit (Ytreberg, 2002, s. 38).

Tusvik og Tønne bruker ord man kjenner fra dagligtalen og hverdagslige uttrykksformer, men har et påfallende grovt språk. Her er et eksempel fra da de snakket om leirskolen på Oksnøen:

Tusvik: Kunne de ikke bare sagt «pedoleiren» da, siden det er en barneleir. Og mest sannsynlig skjer det ekstreme overgrep på den leiren.

Tønne: Tror du? På Oksnøen?

Tusvik: Kunne man ikke bare si: Velkommen til pedoleiren. Her er det bare ett toalett, og her har det skjedd voldtekter siden 70-tallet.

Tønne: Og det er et stort kikkhull der voksne menn skal kikke på deg mens du bæsjer.

Tusvik: Det er små, små gutterumpehull her på denne leiren. Vær obs på det når du blir drita og ser små gutterumpehull. Det er gjenferd!

Tusvik og Tønne banner mye og har utarbeidet en intern sjargong som ikke nødvendigvis er forståelig for noen andre enn phungfolket. Dette stammespråket er trolig med på å øke lytternes følelse av at de er med i en eksklusiv gruppe. Det styrker opplevelsen av fellesskap.

De bruker mange kallenavn. Tønnes ektemann, Kyrre Holm Johannessen, blir kalt «Tåkefyrsten». Martin Jøndahl, Tusviks ektemann, blir kalt «Gullkuken». «Lammefjes» er Tønne.

De bruker også mange tulleord. «Ride ride runke» er for eksempel et synonym for å ri på hest. Andre eksempel er onanasje, allværsfjes, og phungfolket som tidligere omtalt. Komikerne gir også ord ny betydning. Hyssingfarget betyr for eksempel kjedelig.

For å skjønne alt som foregår, må lytteren kjenne konteksten. Mange av personene de snakker om får ikke noen videre introduksjon. Et eksempel som ofte går igjen i disse tre episodene er Tønnes far, Eirik Tønne. Venner av komikerne introduseres kun med fornavn (Else, Odda, Henrik osv.). Om lytterne ikke kjenner omgangskretsen deres, er det lett å falle av lasset. Dette stammespråket knytter komikerne og phungfolket sammen. Det blir «vi som forstår», og de andre.

Tusvik og Tønne har et bevisst forhold til fansen. I episodene jeg har analysert henvender de seg til lytterne flere ganger. De leser for eksempel opp henvendelser de har fått fra lyttere,

som brevet som fulgte t-skjortene fra Dråpen i havet som tidligere omtalt. Det snakker også om kommunikasjonen de har med fansen via sosiale medier.

Hvilken spørsmålstype bruker de?

Tusvik og Tønne er på sett og vis både intervjuer og intervjuobjekt. Siden Tusvik og Tønne ikke intervjuer noen andre, mener jeg at det blir søkt å gjøre en vurdering av hvorvidt de benytter seg av klassisk intervjueteknikk. Her er den ingen vert-gjeststruktur, og maktbalansen mellom Tusvik og Tønne er lik.

De spør hverandre spørsmål, men samtalen blir hovedsakelig drevet fremover av at de to responderer på hverandres utspill. Det fremstår som en helt vanlig samtale. De bekrefter også hele tiden det den andre sier. I dette eksempelet sier Tusvik og Tønne «ja» og «nei» mange ganger for å vise at de følger med:

Tønne: «Heksene» er et fantastisk eventyr. Jeg elsker heksene, jeg elsker den boka. Ja, jeg kaller den et eventyr.

Tusvik: Okey

Tønne: Er det ikke lov?

Tusvik: Nei, Roald Dahl snur seg graven.

Tønne: Men han er død. Vi kan ikke ta hensyn til alle som er døde.

Tusvik: Nei

Tønne: Nei. Og han skal jo bare være glad for at vi leser bøkene hans. Jeg fremsnakker eventyrene hans.

Tusvik: Få høre hva du fremsnakker

Tønne: Jo, jeg hadde veldig lyst å lese «Heksene» for Lola og Jacob (Tønnes barn, red. anm.)

Tusvik: Ja

Tønne: Grunnen til at jeg ikke kan gjøre det, er at han leker så mye med fantasi og virkelighet

Tusvik: Ja

5.4 Ida med hjertet i hånden



Foto: Vrang produksjon

Tematikk

«Ida med hjertet i hånden» er en podkast som tar for seg temaer tilknyttet kjærlighet. Ida Fladen tar imot en gjest i hver episode og de behandler et tema som er relevant for gjesten. Første episode kom ut i april 2018 og det slippes en ny episode en gang i uken.

Målgruppen for podkasten er folk flest siden kjærlighet er et universelt tema. Samtidig appellerer podkasten til en yngre målgruppe. Fladen bruker et ungdommelig språk. Mange av gjestene er unge, og de snakker om Tinder, Jodel, Happen og andre temaer som eldre sjeldent er opptatt av.

Gjennom intervjuene får lytterne innblikk i Fladens og gjestenes meninger, tanker og deres følelsesliv.

Fladen er journalist og kjent som programleder i NRK, TV 2 og VGTV. Hun er også svært aktiv i sosiale medier og har mange følgere. 140 000 personer følger Instagram-profilen hennes.

I episoden «**Utroskap med Funkygine**» forteller treningsbloggeren Jørgine Massa Vasstrand, kalt Funkygine, om da hun ble bedratt av eksmannen sin. Hun beskriver hvordan hun ble knust, lå nede og klarte å reise seg igjen.

I episoden «**Å ha det fint uten kjæreste med Else Kåss Furuseth**» forteller komikeren hvordan det er å være evig singel. Hun forteller om at hun ikke lenger er aktivt «på søkeren» og at hun ikke har noen problemer med at hun kanskje endre opp alene.

I episoden «**Kjærlighetssorg med Gisle G. Agledahl**» forteller NRK-profilen om hvordan det er å bli slått ut av kjærlighetssorg. Han forteller at han hadde så kraftig kjærlighetssorg at han ble syk.

Innhold, struktur og fortellerteknikk

«Ida med hjertet i hånden» har en enkel oppbygning. Episodene er bygget opp av følgende elementer

- Monolog
- Vignett og jingler
- Intervju/samtale
- Reklame

De fleste podkaster er lineære, ifølge Berry (2006, s. 151), og det gjelder også «Ida med hjertet i hånden». Presentasjonen skjer i sanntid, og gir inntrykk av å være live. Alle opptak er gjort i studio, med unntak av innledningene i episodene med Furuseth og Vasstrand. De er tatt opp mens Fladen går til studio i forkant av intervjuet. Fladen starter prologen i Funkygine-episoden slik:

I dag burde jeg jo ha jogget ned til studio, for gjesten i dag er Norges største treningsblogger Funkygine.

Samtidig kan du høre miljølyd som fuglekvitter, trafikk og vind som blåser i mikrofonen. Dette fungerer som en behind the scenes-sekvens.

Ingen av episodene har samme lengde. Episodene jeg har analysert varer mellom 36 og 43 minutter. Episodene er inndelt i sekvenser avskilt med en jingle. Jinglene markerer temaskifter og dekker over klipp.

Episodene har en fast struktur:

- Prolog
- Vignett
- Reklame
- Introduksjon av gjest
- Intervju/samtale

I prologen i første episode får lytterne vite hvorfor Fladen har startet podkasten. Den er utformet som en monolog:

«Nå hører du på den aller første episoden av «Ida med hjertet i hånden» – podkasten hvor jeg skal finne ut av hvordan man nailer kjærligheten».

Det er tydelig at dette er et personlig prosjekt for Fladen:

«Jeg skal snakke med personer som jeg liker og ser opp til. Jeg har lyst å finne ut av hvordan noen klarer å trives så godt alene, hvordan det føles å dumpe noen, og hvordan man kommer seg gjennom skikkelig kjærlighetssorg. Grunnen til at jeg har fått kjærlighet på hjernen er at jeg nylig gikk gjennom et skikkelig tungt brudd».

Ved å snakke åpent om bruddet blir Fladen personlig og/eller privat fra første stund. Hun setter standarden for podkasten og gir lytterne forventninger om fortrolige samtaler.

I prologene forteller Fladen hvorfor hun har invitert gjestene og hva som er temaet for episoden. Prologen fungerer også som en tease. I første episode sier Fladen:

«... Den kjærlighetssorgen som jeg har følt på er noe av det mest brutale jeg har opplevd i mitt liv, og jeg har følt meg ganske alene. Og derfor tenkte jeg at det kunne være fint å starte denne podkasten sammen med en jeg vet har gått gjennom noe av det samme. Min første gjest er journalist og programleder i tv-serien «Jævla homo»; Gisle G. Agledahl. Han ble, akkurat som meg, dumpa av kjæresten sin i høst».

Deretter kommer vignetten som varer i 15 sekunder og minner om en poplåt. Denne måten å bruke musikk på kjenner vi fra radio. Vignetten fungerer som programmets kjennetegn.

Lytterne assosierer musikken med programmet.

Fladen fremfører, på samme måte som Tusvik og Tønne, reklamen selv. Hun er sponset av Solidox og trekker frem fordelene med å ha god ånde. Som Fladen sier: «Man vet aldri når man er så heldig at man får kline».

Etter reklamen og en jingle ønsker Fladen gjestene velkommen. «Du skal få svare på noen spørsmål slik vi blir bedre kjent med hjertet ditt», sier Fladen. Alle gjestene blir spurt de samme spørsmålene under presentasjonen:

1. Når fikk du din første ordentlige kjæreste?
2. Hvor mange kjærestes har du hatt?
3. Har du hatt kjærlighetssorg?
4. Er du en som dumper, eller blir dumpet?
5. Hva er din sivilstatus?

Gjestene til Fladen er profilerte personer, men lytterne kjenner ikke nødvendigvis til privatlivet deres. Svarene på disse spørsmålene gjør at lytterne blir bedre kjent med dem. For å bruke Meyrowitzs termer: åpningsspørsmålene fungerer som et springbrett fra middle region i retning av deep back region.

I episoden med Furuseth fører spørsmålene til at lytteren får vite at komikeren på 38 år kun har hatt én kjæreste, stadig forelsker seg i folk som ikke er forelsket i henne fordi hun misforstår, og at hun ofte har kjærlighetssorg. Denne informasjonen, som er av personlig og/eller privat karakter, kommer frem før det har gått seks minutter av podkasten.

Deretter begynner selve intervjuet. Fladen starter gjerne forsiktig, men går hardere til verks etter hvert. I episoden med Vasstrand begynner hun med å spørre om hvordan forholdet var før utroskapen ble avslørt. Etter åtte minutter går hun rett til kjernen:

– *Hva var det som skjedde i oktober 2014?* (utroskapen ble avslørt, red.anm.)

I episoden med Furuseth er første spørsmål om hun er fornøyd som singel. Deretter snakker de om Tinder og andre «ufarlige» ting. Ti minutter ut i episoden spør Fladen:

– *Du har kun vært i ett forhold på 37 år. Hvorfor er det blitt sånn?*

I episoden med Agledahl bruker Fladen ikke tid på å gå rundt grøten, men hopper rett i det:

– *Hvordan ble det slutt?*

Da har det gått seks minutter siden episoden startet. Etter 14 minutter begynner Agledahl å gråte da Fladen spør: «Hvordan følte du deg da du skjønnte at det ble slutt?» Gråt, som fortsatt av mange regnes som privat, blir det retorikkforsker Anders Johansen kaller den offentlige adferden. Gråten virker i dette tilfellet ikke påtrengende, men som en naturlig reaksjon.

Fladen leder gjestene over i deep back region-rolle. I eksempelet under bruker Fladen seg selv og erfaringene sine for å få Agledahl til å åpne seg:

Agledahl: Jeg ble knust, det var ekte sorg. Jeg har aldri følt på den type sorg før. Jeg gråt i mange uker i strekk. Jeg dro hjem og gråt over middagstallerkenen hos mamma og pappa. Hele systemet mitt fikk sjokk. Det var som å miste hele fremtiden, og ikke vite hva livet skulle bli. Plutselig tenkte jeg «hvem er jeg?»

Fladen: Jeg fikk sjokk, har jeg skjønt i ettertid. De to ukene etter bruddet pusset jeg opp leiligheten min. [...] Det var en forsvarsmekanisme fordi jeg ikke klarte å forholde meg til følelsene. Men så kom den overveldende sorgen. Hvordan opplevdes det for deg fysisk?

Agledahl: Jeg fikk influensasymptomer og uren hud. Kroppen ble satt ut av spill. Jeg så det ikke komme.

Fladen: For meg føltes det som jeg hadde sammenhengende, kronisk influensa i fire måneder. Sov du?

Agledahl: Jeg husker ikke. Hele perioden er «blurry». Jeg spiste lite, hadde ikke matlyst og ikke lyst til noen ting.

Vasstrand går enda lenger i sin skildring av den vonde tiden og forteller at hun brukte tiden etter bruddet til «hevnpuling»:

Vasstrand: Tida fra mars og ut sommeren brukte jeg til å være horete.

Fladen: Hvordan klarer man det?

Vasstrand: Jeg var så sint og så ydmyka. Jeg måtte få ut aggresjonen. Jeg fant trøst i å si «ikke ring meg». Slik holdt jeg på til jeg møtte Morten (hennes nåværende ektemann, red. anm.).

Fladen: Påvirker opplevelsen med eksmannen din forholdet til Morten?

Vasstrand: Ja, 100 prosent. Jeg ble kjent med Morten åtte måneder etter jeg ble separert. Jeg gjorde mange ting for å teste han og dytte han unna. Morten har fått gjennomgå. Jeg gjort så mye sykt. Jeg har ligget med andre, og fortalt han om det. Kun for å ødelegge. «Der ser du – sånn er jeg». Han skjønnte hva jeg drev med og sa «jeg finner meg ikke i det», og så ble han hos meg.

Graden av ærlighet fører til at man kan få opplevelsen av å lytte til en god venn som forteller. Intervjuobjektene åpner seg for Fladen. Det henger trolig sammen med at Fladen også forteller om sine personlige opplevelser.

Samtidig må vi som lyttere ta med i betraktningen at det kan være at de spiller en rolle og at det ikke er virkeligheten de beskriver, jf. Ytreberg. Det er mulig at de for eksempel overdriver for å bidra til at det blir en spennende historie.

Podkasten har ikke en streng vert-gjeststruktur med spørsmål etterfulgt av svar. Intervjuene er i stor grad lagt opp som samtaler/dialog der Fladen styrer utviklingen.

Fladen: Hvordan har du det i dag? Har du fått noen senskader?

Agledahl: Jeg har det ekte bra. Gleden har kommet tilbake og livet er spennende igjen. Jeg ser at livet kan være superbra selv uten han som kjæreste.

Fladen: Det hadde du ikke trodd da du lå hjemme og grein?

Agledahl: Nei. Alle sa det tar tid, og at det kommer til å gå over. Det er så vanskelig å tro på det der og da, men det stemmer.

Fladen: Selvfølgelig, men man tror ikke på at det vil gå over. Vi kan le av det nå, men de som har hatt kjærlighetssorg vet at det er slik det kjennes.

Men det hender også at gjestene blir varm i trøya og tar over føringen. Rollene blir snudd på hodet. I eksempelet under er det Fladen som forteller om seg selv og Furuseth som stiller spørsmål:

Furuseth: Jeg har kommet lenger enn deg på Tinder. Du legger hodet på skakke og snakker om dette som om det er en trist ting. Slik er det ikke for meg. Tenker ikke «jeg er Else, 37, og har vært i ett forhold». Det er ikke overskriften i livet mitt. Men det handler vel om at du fortsatt er lei deg etter du ble dumpa?

Fladen: Ja, jeg er fortsatt lei meg og har veldig kjærlighetssorg. Jeg er ikke vant til å være singel. Men jeg vil ikke være hun «forholdsdama».

Furuseth: Jeg tenker ikke på deg som hun «forholdsdama». Du er ikke først og fremst partner, men en kul dame. Hva er problemet? Er det tiden på døgnet du må fylle med egentid?

Fladen: Så mye snakk om meg! Problemet er ikke egentid – det elsker jeg! Jeg savner den ubetingede støtten fra en person i livet mitt. En du kan klage til, åpne deg for. Støtten.

Furuseth: Hvor får du den nå da?

Fladen: Det er det ...

Furuseth tar nærmest over rollen som programleder, og Fladen finner seg i å bli spurt ut. Samtidig skjønner vi at Fladen ikke er helt komfortabel med rollebytte fordi hun sier «så mye snakk om meg!». Det er viktig å understreke at hun sier det i en spøkefull tone.

Alle episoder avsluttes med en sekvens som peker fremover. I episoden med Furuseth sier komikeren at det går helt fint å ha det fint uten kjæreste. Deretter tar Furuseth Fladens mobil og begynner å kontakte menn på Tinder på hennes vegne. Agledahl forteller at kjærlighetssorgen har gjort forholdet til hans nærmeste bedre og at han har lært mye om seg selv. I episoden med Vasstrand spør Fladen hvorfor hun velger å fortelle om opplevelsene sine:

Fladen: Før vi avslutter. Det er tabu å snakke om å bli bedratt. Hvorfor gjorde du det?

Vasstrand: Jeg ville gjenopprette litt kontroll. Jeg måtte ta tilbake makten. Også er det mange som har så høye tanker om andres liv, og så har man problemer man tror man er alene om. Mange tenker negativt om seg selv og tar skylda på sin kappe. Det var jeg ikke villig til å gjøre. Jeg vil vise at man reiser seg igjen, og inspirere andre. Jeg vil i hvert fall ikke skamme meg over å ha blitt bedratt.

Fladen: Du inspirere meg, og jeg har ikke blitt bedratt. Hvordan synes du det har vært å sitte her og snakke om så vanskelige ting?

Vasstrand: Det er første gang jeg snakket om det så detaljert. Jeg har ikke hatt behov eller vært klar for det, men jeg vet at mange har lurt. Om man er i en slik situasjon selv, håper jeg at dette kan være til hjelp.

Dette er det jeg opplever som selve grunntanken med podkasten: Lytterne skal få høre fra folk som tenker på akkurat det samme som dem, høre andres tanker om det samme og høre at det går an å finne løsninger på utfordringene. Det er utviklingen av en selv som står i fokus. Med bakgrunn i dette kan man hevde at Richard Sennett har rett:

«Each person's self has become his principal burden; to know oneself has become an end, instead of a means through which one knows the world» (Sennett, 1986, s. 4).

I episodene jeg har analysert henvender ikke Fladen seg til lytterne. Det nærmeste hun kommer er avslutningen med Vasstrand. At Fladen ikke snakker til hverken «deg» eller «dere», understreker muligens at dette er Fladens personlige prosjekt. Det er hun selv som skal lære noe, men samtalen er myntet på en tredjepart slik som i «The Caliphate» og «Tusvik&Tønne». Det er ingen tvil om at de prater for at lytteren skal få utbytte av det.

Hvordan Fladen snakker

Fladen er fra Rælingen og snakker østlandsdialekt. Lytterne er vant til å høre avsløpet bokmål i etermediene, og dialekten skaper ikke støy i kommunikasjonsprosessen.

Fladen bruker et muntlig språk. Hun bruker småord som «ææh» og «liksom», og noen ganger stopper hun opp og gjentar seg selv slik vi skjønner at hun tenker seg om. Resultatet er at det virker som hun improviserer, noe hun sikkert også gjør. Prologen fremstår som opplest, så her bruker hun trolig manus. Det samme gjelder innledningen av intervjuet. Etter det virker det som om hun har en plan for hvor hun vil, men improviserer underveis.

Hele følelesspekteret er representert i «Ida med hjertet i hånden». I det ene øyeblikket er det en løs og ledig tone med mye humor, fleiping og latter. I neste øyeblikk er det ramme alvor og gråt. Fladen lar seg prege av historiene til gjestene, og endrer stemmeleie og væremåte etter hva de forteller. Hun fremstår som en person med stor empati. Fladen lykkes med å lage «maksimalt uttrykksfulle innslag» (Nyre & Eide, 2004, s. 29) med sitt nærvær ved mikrofonen.

Det virker som hun har et bevisst forhold til hvordan hun snakker. Hun er engasjert, glad, alvorlig, fleipete, medfølende og trist. Fladen varierer stemmebruken slik man vanligvis gjør i en privat samtale. Hun prøver på ingen måte å fremstå som en objektiv intervjuer. Med unntak av innledningen, snakker hun ikke på den radioaktige måten som kan virke litt stiv. Hun har en avslappet og naturlig stil.

Fladen bruker ungdommens språk. Før det har gått ti sekunder av første episode bruker hun begrepet «naile», i betydningen «få til på en utmerket måte». Hun sier «jeg driter i» og lignende som vi er ikke er så vant med å høre i de tradisjonelle mediene. Det virker som om hun tar sitt personlige språk med seg inn i studio. Det samme gjør intervjuobjektene. Agledahl sier eksempelvis «faen», «jævli» og «fucka det opp». I de tradisjonelle mediene er det fortsatt slik at man forsøker å unngå banning. NRK har for eksempel egne banneregler og det står at

man skal unngå banning dersom det ikke er en god redaksjonell grunn til å bruke et banneord (Simonsen, 2019). Som frittstående podkast kan man naturligvis gjøre som man selv vil.

At hun bruker sitt personlige språk gjør at det blir mer intimt og fjerner avstanden mellom henne og de unge lytterne.

Hvilken type spørsmål bruker hun?

Fladen har jobbet som journalist i mange år og kjenner til rådene om å bruke åpne spørsmål. Som vist i eksemplene varierer Fladen mellom å bruke tradisjonell intervjueteknikk og å legge opp til samtale på andre måter. Fladen bruker mange påstander, personlige meninger og egne opplevelser for å få en reaksjon fra intervjuobjektet.

De fleste av Fladens spørsmål er åpne i intervjuet med Vasstrand. Fladen spør for eksempel: *Hvordan tror du denne opplevelsen har endret deg?*

I intervjuet med Furueth og Agledahl bruker hun påfallende mange lukkede spørsmål. I episoden med Agledahl stiller hun han tre lukkede spørsmål på rad:

- *Husker du første gang du tenkte at dette ikke ender lykkelig?*
- *Er du glad for at han tok opp problematikken?*
- *Følte du at du fikk være med å fikse det?*

Fladen risikerer at han svarer ja eller nei uten å greie ut videre. Det skjer ikke her, muligens fordi Agledahl er journalist og medievant. I tillegg er han positivt innstilt og villig til å samarbeide med intervjuer, jf. Østlyngen og Øvrebø.

I intervjuene med Agledahl og Furueth er det nesten like mange lukkede spørsmål som åpne. I dagligtale bruker vi ofte lukkede spørsmål. Fladen bruker muligens lukkede spørsmål hyppig fordi hun bruker sitt personlige språk i studio. Det kan se ut til at lukkede spørsmål er en del av Fladens stil.

6.0 Avslutning

I denne avsluttende delen skal jeg svare på problemstillingen min.

Hva gjør de suksessfulle podderne for å skape intimitet og tillit?

Det vil jeg gjøre med utgangspunkt i forskningsspørsmålene:

- Hvilke temaer blir tatt opp, og hvordan blir det gjort?
- Hva kjennetegner måten podkastvertene snakker på, og hva fører dette til?

6.1 Konklusjon

Selv om de har ulik tematikk, handler alle podkastene jeg har studert om de store temaene i livet. «Ida med hjerte i hånden» handler om kjærlichkeit. «The Caliphate» handler om liv og død, mens «Tusvik&Tønne» handler om livet. Podskaperne forsøker å besvare *allmenngyldige* spørsmål. De sikter mot det som angår alle.

Felles for podkastene er at de er fremført med et personlig tilsnitt. De tar utgangspunkt i det nære og selvpoplevde. Fladen trekker frem sine erfaringer med kjærlichkeitssorg. Callimachi forteller om sin motivasjon til å forstå IS. Tusvik og Tønne forteller fra sitt privatliv.

«Ida med hjerte i hånden» har en fast struktur. Episodene er satt sammen av de samme komponentene i lik rekkefølge. Det er ikke tilfelle i «The Caliphate». Oppbygningen er forskjellig, men de samme komponentene går igjen i alle episodene. «Tusvik&Tønne» har ikke fast struktur, men faste temaer gir likevel en form for forutsigbarhet for lytterne.

Gjennom å blottlegge forberedelsene sine for publikum, bryter podkastskaperne ned skillet mellom on-air og off-air. Fladen gjør det gjennom prologen, «Tusvik&Tønne» og «The Caliphate» gjennom prat før de kommer i gang. De to sistnevnte starter in medias res, og gir lytteren en opplevelse av å komme rett inn i en samtale.

Podderne byr på seg selv og deler mer privat informasjon enn klassiske journalister vanligvis har rom til eller velger å gjøre. Når podvertene og intervjuobjektene snakker om tematikk som tradisjonelt sett har hørt privatlivet til, trekkes de over i deep back region. Eksempler på slike sekvenser er Tønnes historie om mannens utroskap, snakk om onanering, Vasstrands skildring

av «hevnpuling», og Huzeyfahs beskrivelse av pisking. Å høre dem fortelle oppleves som veldig intimt. Det er som å høre på en fortrolig samtale.

Det er vanskelig å si noe om hvorvidt det er et bevisst ønske fra podskapernes side å bevege seg over i deep back region. Samtidig blir det ikke gjort noe for å stoppe de involverte i å utlevere seg selv. Når podderne forteller om meningene sine og hva som skjer i privatlivet, oppstår det en form for intimitet og tillit mellom podkastvertene og lytterne. Lytterne føler at de kjenner podskaperne.

Selvutlevering kan også slå dårlig ut. Som Nyre og Eide skriver kan man som lytter få en opplevelse av å komme for tett på. Ved å fortelle om private forhold kan man også miste tillit og troverdighet.

Podderne unngår i hovedsak den typiske radiomåten å snakke på som kan virke stiv. Podkasterne snakker mer i retning av slik man gjør i dagligtalen, noe som gir en mer intim stemning, ifølge Berry. Å bruke sitt personlige språk er et fellestrekk ved podskaperne.

Skaperne av «The Caliphate» bruker et dagligdags språk istedenfor å benytte seg av terminologi som ikke alle nødvendigvis forstår. Det fjerner avstanden mellom dem som eksperter og publikum. Fladen bruker sitt ungdomsspråk som trolig appellerer til målgruppen. De som går lengst er Tusvik og Tønne, som bruker et påfallende grovt språk med mye banning. Det kan både sjokkere og fenge, alt etter lytternes preferanser.

Intervjuene i podkastene jeg har analysert bærer preg av å være utformet som samtaler. Vi kan si at de befinner seg et sted mellom det klassiske intervjuet og hverdagssamtalen. Podderne går bort fra den strenge vert-gjeststrukturen og holder seg ikke til spørsmål-svar-mønsteret. De spiller opp til samtale ved å bruke andre grep vi kjenner fra hverdagssamtalen.

Podkastvertene kommenterer, forteller om egne erfaringer, og kaster ut påstander for å få intervjuobjektet til å respondere. Slik blir maktbalansen mellom partene jevnere og intervjuobjektet får mer rom til å styre samtalen. Samlet fører dette til en intimisering som man ikke får til i det klassiske journalistiske intervjuet. Denne formen for intervju gjør trolig at gjestene slapper mer av. Komfortable i situasjonen slipper de muligens også intervjueren tettere innpå seg. Det gjør at de lettere kan trekkes over i deep back region.

Fladen skiller seg ut fordi hun bruker påfallende mange lukkede spørsmål, noe som er sterkt frarådet i intervjusammenheng. Likevel lykkes hun. I dagligtale bruker vi ofte lukkede

spørsmål, og Fladen bruker trolig denne spørsmålstypen hyppig fordi hun bruker sitt personlige språk i studio.

Ved å legge opp til slike samtaler istedenfor intervju, mister man noe av styrken ved det objektive, klassiske intervjuet. Lukkede spørsmål gir for eksempel ikke nødvendigvis de svarene du ønsker. Formen kan også villedde intervjuobjektene. Dette er ikke en fortrolig samtale, men en podkast som potensielt kan nå tusenvis av lyttere. Intervjuteknikken bidrar til å viske ut skillet mellom det private og det offentlige.

Tusvik og Tønne leser opp brev og andre henvendelser fra fansen i podkasten. At det foregår en form for toveiskommunikasjon er med på å styrke illusjonen om at det er et slags vennskap mellom komikerne og phungfolket. I tillegg har Tusvik og Tønne utviklet en sjargong som kun de som kjenner konteksten kan avkode. Det gjør at lytterne kan få en følelse av å tilhøre en eksklusiv gruppe. Slik oppstår en fellesskapsfølelse som fører til økt lytterlojalitet.

Siden podkastskaperne i så stor grad forteller om private forhold vil jeg hevde at podkastene går et skritt videre i å bryte ned skillet mellom det private og det offentlige, jf. Habermas' teori. Denne åpenheten blir ikke møtt av negative reaksjoner (med mindre uttalelsene er krenkende eller ulovlige som har vært tilfelle i «Tusvik&Tønne»). Det samsvarer med Sennets konklusjon om at samfunnsutviklingen har ført til aksept og forventninger om at man skal være åpen.

Journalisten Rukmini Callimachi trekker inn sine personlige erfaringer i dokumentaren om terrororganisasjonen IS, noe som ikke er nødvendig for å fortelle historien. Funnet kan støtte Sennett teori om at offentligheten ikke lenger har en verdi med mindre den involverer en slags intimitet.

Folk foretrekker personlige historier, viser Boehmers forskning. Det leder over til «børs og katedral»-diskusjonen. Har det noen hensikt å lage en podkast som utelukkende holder seg til saken om få vil høre på? Et kommersielt produkt må ta hensyn til målgruppen om det skal ha livets rett.

Intimiseringen kan også ses på som en positiv utvikling. For kvinnebevegelsen på 70-tallet var det nødvendig å endre offentligheten som arena. De jobbet målrettet for å skape åpenhet om undertrykkningen av kvinner og vold og overgrep som skjedde i hjemmet.

Ettersom «The Caliphate» er journalistikk er det nødvendig å si noen ord om hvorvidt intimiseringen i pressen kan ses som et samfunnsproblem. Pressens oppgave er

- å gi viktig informasjon slik at folk kan ta veloverveide valg
- å kommentere og analysere utviklingen i samfunnet
- å overvåke og granske de som har makt
- å være en arena for debatt

Om pressen fokuserer på person og private forhold på bekostning av sak kan pressen svikte oppgavene sine. Da kan det i ytterste konsekvens bli et problem for demokratiet.

Jeg vil ikke ta til orde for at podkastenes intimisering bidrar til å umuliggjøre et seriøst offentlig ordskifte. Folk klarer å ha flere tanker i hodet på en gang og oppsøker trolig ulike kilder alt etter som de vil underholdes eller opplyses. Jeg støtter meg til Steensen som mener at det ikke er grunn til å bekymre seg over subjektive fremstillinger. Jeg tror derimot at podkastene er en ny måte å skape interesse rundt viktige spørsmål.

6.2 Oppsummering

I denne oppgaven har jeg sett nærmere på tre forskjellige podkaster ved å gjøre en tekstanalyse. Ut fra analysen, tidligere forskning og med utgangspunkt i flere teoretiske perspektiv har jeg gått gjennom og diskutert hvordan suksessfulle poddere går frem for å skape intimitet og tillit, og pekt på interessante konsekvenser dette har for offentligheten.

Forslag til videre forskning

Siden det er gjort så lite forskning på podkast er det mange spennende problemstillinger som kan brukes som utgangspunkt for fremtidig forskning. Med grunnlag i min egen undersøkelse forslår jeg følgende:

- Har podkastvertene noen strategi for å få intervjuobjektene til å åpne seg og gå over i deep back region?
- Hvorfor liker lytterne de populære podkastene?
- Er det forskjell på hva de mannlige og kvinnelige podkastvertene forteller om seg selv?

Siden podkast er blitt så populært mener jeg at fenomenet fortjener å bli forsket mer på.

6.3 Referanseliste

Bøker

- Eide, L., Nyre, L., & Lyngvær, J. W. (2017). *Lydjournalistikk: innføring i radio og podkasting*. Oslo: Samlaget.
- Goffman, E. (1992). *Vårt rollespill til daglig*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Grimen, H. (2009). *Hva er tillit?* Oslo: Universitetsforlaget
- Habermas, J. (2002). *Borgerlig offentlighet – dens fremvekst og forfall*. (3. utgave) Oslo: Gyldendal.
- Ihlen, Ø. (2013). *PR & strategisk kommunikasjon. Teorier og fagidentitet*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Larsen, P. (2008). *Medievitenskap 2. Medier – Tekstteori og tekstanalyse*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The extensions of man*. London: Latimer Trend & Co.
- Meyrowitz, J. (1986). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press.
- Nyre, L., & Eide, L. (2004). *Radioradio: lyd i journalistikk*. Oslo: Samlaget.
- Sennett, R. (1986). *The Fall of Public Man*. London, Faber & Faber.
- Sennett, R. (2007). *Intimitetstyranniet*. Oslo: Forlag AS.
- Steensen, S.S. (2016). *The Intimization of Journalism*. Los Angeles, Calif: SAGE.
- Witschge, T., Anderson, C., Domingo, D., & Hermida, A. (2016). *The SAGE handbook of digital journalism*. Los Angeles, Calif: SAGE.
- Ytreberg, E. (2002). *Selvspill i radio. Mamarazzis ukonvensjonelle populærjournalistikk*. Oslo: Unipub forlag.
- Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., & Larsen, L. O. (2007). *Metodebok for medievitenskap*. (3. utgave). Bergen: Fagbokforl.

Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., Larsen, L.O. og Moe, H. (2013) *Metodebok for mediefag* (4. utgave). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Øvrebø, T., & Østlyngen, T. (2008). *Journalistikk: metode og fag*. Oslo: Ad notam Gyldendal.

Vitenskapelige artikler

Berry, R. (2015). A Golden Age of Podcasting? Evaluating Serial in the Context of Podcast Histories. *Journal of Radio & Audio Media*, 22 (2), s. 170-178. DOI: <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1083363> [Lest 14.04.2019].

Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *The Radio Journal International Studies in Broadcast and Audio Media*, 14 (1), s. 7-22. DOI: https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1 [Lest 14.04.2019].

Berry, R. (2006). «Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio». *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12(2), s. 143-162. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354856506066522> [Lest 14.04.2019].

Bonini, T. (2015). The 'Second Age' of Podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *Quaderns del CAC*, 18 (1), s. 21-30. Tilgjengelig fra: http://www.academia.edu/14504222/The_Second_Age_of_Podcasting_reframing_Podcasting_as_a_New_Digital_Mass_Medium [Lest 14.04.2019].

Bottomley, A. J. (2015). Podcasting: A Decade in the Life of a «New» Audio Medium: Introduction. *Journal of Radio & Audio Media*, 22 (2), s. 164-169. DOI: <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1082880> [Lest 14.04.2019].

Heise, N. (2014). On the Shoulders of Giants? How audio podcasters adopt, transform and reinvent radio storytelling. *MOOC Transnational Radio Stories*. DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4930.4089> [Lest 14.04.2019].

Markman, K.M. & Sawyer, C. E. (2014). Why Pod? Further Explorations of the Motivations for Independent Podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*, 21 (1), s. 20-35. DOI: <https://doi.org/10.1080/19376529.2014.891211>. [Lest 14.04.2019].

McHugh, S. (2016). How podcasting is changing the audio storytelling genre. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio Media*, 14 (1), s. 65-82. DOI: https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.65_1 [Lest 14.04.2019].

Piper, M. (2015). Little Big Dog Pill Explanations: Humour, Honesty, and the Comedian Podcast. *Philament*, 20 (1), s. 41-60. Tilgjengelig fra: <https://tinyurl.com/y2d2mn29> [Lest 14.04.2019].

Artikler fra nettaviser, tidsskrifter og rapporter

Balkissoon, D. (2018, 25. mai) Canada's mysterious Islamic State returnee looks frighteningly familiar. *The Globe and Mail*. Hentet fra <https://www.theglobeandmail.com/opinion/article-canadas-mysterious-islamic-state-returnee-looks-frighteningly/>

Bjørnstad, N. & Leknes, M. H. (2017) *Medieåret 2016-2017. Medieutvikling i Norge: Fakta og trender*. (medienorge) Hentet fra: <http://medienorge.uib.no/files/publikasjoner/Medieaaret-2017-NETT.pdf>

Kvittingen, I. (2014, 23. april). «Mhm» og andre lyder hjelper oss å snakke sammen. *Forskning.no*. Hentet fra <https://forskning.no/sprak/mhm-og-andre-lyder-hjelper-oss-a-snakke-sammen/566909>

Leikvoll, T. (2019, 29. mars). Bøllene Tusvik og Tønne. *Dagbladet*. Hentet fra <https://www.dagbladet.no/kultur/bollene-tusvik-og-tonne/70919611>

Simonsen, M.H. (2019, 13. januar) Innafor-programlederen fikk beskjed om å dempe språkbruken. *NRK*. Hentet fra: <https://www.nrk.no/nordland/innafor-programlederen-fikk-beskjed-om-a-dempe-sprakbruken-1.14373239>

Waatland, E. (2016, 16. september). Radiodager: Til tross for kutt og nedbemanning økte besøkstallet til årets radiokonferanse. *M24*. Hentet fra: <https://www.medier24.no/artikler/radiodager-til-tross-for-kutt-og-nedbemanning-okte-besokstallet-til-arets-radiokonferanse/363187>

Williams, R. (2013, 23. juli). iTunes podcast subscriptions surpass 1bn. *The Telegraph*. Hentet fra: <https://www.telegraph.co.uk/technology/news/10196804/iTunes-podcast-subscriptions-surpass-1bn.html>

Winn, R. (2019, 7. mai). Podcast Stats & Facts. *Podcast Insights*. Hentet fra:
<https://www.podcastinsights.com/podcast-statistics/>

Ødegård, A.K. (2015, 24.april). – Jo mer flaut, jo bedre er det. *BA*. Hentet fra:
<https://www.ba.no/kultur/jo-mer-flaut-jo-bedre-er-det/s/5-8-61291>

Ukjent (2005, 7. desember). Wordsmiths hail podcast success. *BBC*. Hentet fra:
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4504256.stm>

Nettsider

Ukjent forfatter (2018) *Podkastoppskrift NRK*. Hentet fra:
<https://nrkpodkastdag.wordpress.com/podkastoppskrift-nrk/> [Lest 04.05.2019].

intimitet. (2018, 15. mai). *I Store norske leksikon*. Hentet 11. mai 2019 fra
<https://snl.no/intimitet>

satire. (2018, 20. februar). *I Store norske leksikon*. Hentet 11. mai 2019 fra <https://snl.no/satire>

suksess. (2019, 14. mars). *I Store norske leksikon*. Hentet 11. mai 2019 fra
<https://snl.no/suksess>

Statistisk Sentralbyrå. (2019). *Andel som har lyttet til podkast en gjennomsnittsdag 2016 - 2018 (prosent)*. Hentet fra <http://medienorge.uib.no/statistikk/aspekt/tilgang-og-bruk/406>

Video

Y-Press (2009) *Anatomy of a Question: John Sawatsky part 1*. [Videoklipp].

Tilgjengelig fra: <https://vimeo.com/7726310>

Masteroppgaver

Jansen, I.A. (2017). *#Phungfolk: Lytterlojalitet som inntektskilde. Om forretningsmodellen til kommersielle, frittstående komikerpodkaster*. (Masteroppgave, Universitetet i Bergen).

Tilgjengelig fra:

http://bora.uib.no/bitstream/handle/1956/16678/MEVI350_Mastergradsoppgave_UiB_V2017_Kandidatnummer126_IngvildAJansen.pdf?sequence=1

Breidvik, A. (2017). *Samtaler og opne sår. Om den samtalebaserte podkastinga sitt bidrag til intimiseringa av den amerikanske offentlegheita*. (Masteroppgave, Universitetet i Bergen).

Tilgjengelig fra: <https://bora.uib.no/bitstream/handle/1956/17346/Samtalar-og-opne-sa-r.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pedersen, S.W. (2017). «*Den norske podkastdokumentaren. En studie av historien og egenskapene til en ny dokumentarform*». (Masteroppgave, Universitetet i Stavanger)

Tilgjengelig fra: <https://uis.brage.unit.no/uis-xmlui/handle/11250/2458601>

7.0 Vedlegg 1

Teknologien som gjorde podkast mulig ble utviklet på begynnelsen av 2000-tallet. I 2005 økte populariteten, og «podcast» ble kåret til årets ord av New Oxford American Dictionary (BBC, 2005).

I 2013 fantes det over 250.000 unike podkaster, med til sammen over åtte millioner episoder tilgjengelig på internett. De var utgitt på mer enn 100 språk (Williams, 2013). Til sammenligning var det i mai 2019 over 700.000 aktive podkaster og over 29 millioner episoder på nett (Winn, 2019).

Podkast ble for alvor populært da den amerikanske podkasten «Serial» ble lansert i 2014. True crime-serien om drapet på 18 år gamle Hae Min Lee i Baltimore ble en kjempesuksess. Podkasten hadde nesten 77 millioner nedlastinger i løpet av de første syv månedene (Jansen, 2017, s. 10).

Podkast i Norge

IT-avisen startet med podkast i august 2005 og var først ute i Norge. Hakk i hæl kom NRKs Kurer i september 2005. I løpet av året presenterte VG 12 nye podkaster (Lyngvær et al., 2017, s. 122).

Podkast fikk sitt gjennombrudd i Norge da VG lanserte truecrime-serien «Uløst» i 2015. Hver episode ble i snitt lastet ned 200.000 ganger (Bjørnstad & Leknes, 2017, s. 40). Året etter var podkast for første gang inkludert i radiobransjens prisutdeling «Prix Radio» (Waatland, 2016).

Bruk av podkast

Ifølge Kantar TNSs målinger hadde sju av ti spurte hørt om podkast i 2017 (Bjørnstad & Leknes, 2017, s. 40). Samme år oppga 14 prosent av befolkningen at de hørte på podkast en gang i uken, og ni prosent gjorde det daglig. Statistisk sentralbyrås mediebruksundersøkelse samme år viste at sju prosent i aldersgruppen 9-79 år lyttet til podkast en gjennomsnittsdag. I 2016 var tilsvarende tall bare to prosent (Statistisk Sentralbyrå, 2019).

Som tabellen under viser er det en klar overvekt av brukere under 44 år. Funnet tyder på at podkast er en medieform med potensial til å nå de yngre mediekonsumentene. Personer under 35 år er en målgruppe som er spesielt attraktiv for mediebransjen og for annonsører.

Andel som har lyttet til podkast en gjennomsnittsdag 2016 - 2017, fordelt på alder (prosent)

Alder	2016	2017
9-15 år	0	4
16-24 år	5	10
25-44 år	4	10
45-66 år	1	5
67-79 år	0	1
Alle (9-79 år)	2	7

Illustrasjon: Statistisk sentralbyrå

Ifølge Kantar TNSs undersøkelse var personer mellom 15 og 29 år de mest ivrige podkastlytterne: 28 prosent av de unge lyttet ukentlig til podkast, og 16 prosent daglig i 2017. (Bjørnstad & Leknes, 2017, s. 40).