

# Plutselig skjedde det...ingenting

- en studie av publikums opplevelse av sakte-TV



Elisabeth Urdal

Masteroppgave i medievitenskap

Institutt for informasjons- og medievitenskap

Universitetet i Bergen

Våren 2017

## Sammendrag

Sakte-TV er en samlebetegnelse for TV-produksjoner av en reise, tema eller hendelse i reell tid. Uten klipping eller annen inngripen fra produsenter, fanger kameraet det som skjer i den faktiske tiden det tar, minutt for minutt. Siden 2009 har NRK produsert en rekke slike programmer som har fått høye seertall og skapt et stort engasjement hos publikum. Både norske og utenlandske medier har omtalt TV-sjangeren, og noen mener sakte-TV er en motreaksjon på andre ”raske” TV-programmer og på hverdagslivets stress. Denne studien handler om hvilke erfaringer og opplevelser publikum har med og av sakte-TV. *Hvorfor velger publikum å se på sakte-TV? Hvordan ser de på sakte-TV? Og hvilke opplevelser får de av å se på sakte-TV?*

Studiens materiale er basert på tolv intervjuer fordelt i to aldersgrupper. Den yngste aldersgruppen er 18-29 år og den eldste gruppen er i alderen 49+. Studien viser at det er forskjeller mellom aldersgruppene, men også innad i gruppene, spesielt når det gjelder hvordan publikum har sett på sakte-TV. Det er også forskjeller på de ulike programmene. Professor Frank Aarebrotts forelesningsmaratoner, som for eksempel *200 år på 200 minutter*, skiller seg ut som programmer som publikum ønsker å få med seg hvert minutt av. Flere mener at disse ikke bør regnes som sakte-TV. Ellers hevder noen at jo mer man ser på sakte-TV, jo mer kan man la seg fascinere og like det man ser. Det er likevel de eldre som har sett mest sakte-TV, og også de som har sett på lengst. De unge begynner å kjede seg etter hvert, og klarer ikke å se på mer enn i en begrenset periode. Mens de unge har sett på sakte-TV hos sine foreldre eller besteforeldre, har de eldre sett det hjemme hos seg selv. Både de unge og de eldre mener at sakte-TV er såkalt ”glance-TV”, som man kan se på innimellom mens man gjør andre ting. Om det så skulle skje noe i sendingen, kan man følge mer med. Når det gjelder opplevelsene sakte-TV har gitt publikum, er det ganske likt mellom aldersgruppene. Sakte-TV kan gi en reiseopplevelse, det kan føles avslappende, det kan være tanke- og fantasifremkallende, det kan gi en ”livefølelse”, samt en nasjonalfølelse og følelse av fellesskap.

Uavhengig av alder viser studien min også at det finnes ulike typer sakte-TV-seere, der man i hovedsak kan skille mellom ”de entusiastiske”, ”de likegyldige” og ”de skeptiske”. De entusiastiske ser mye sakte-TV, og diskuterer mer enn gjerne med andre om det de ser. De likegyldige er verken spesielt positive eller negative til sjangeren, og ser middels mye på sakte-TV. De skeptiske er derimot mindre begeistret for sakte-TV, og ser på konseptet som noe merkelig. De begynner fort å kjede seg og orker ikke å se på mer enn en liten stund.

## Takk

- ... til min far for at du ga meg den noe sære, men fascinerende interessen for sakte-TV
- ... til Thomas Hellum, ”sakte-TV-mannen”, for ditt smittende engasjement om temaet
- ... til alle informantene som delte sine erfaringer og opplevelser av sakte-TV med meg
- ... til Tone Kolbjørnsen for uvurderlig veiledning med dine alltid fornuftige små og store råd
- ... til Ingvild for korrekturlesing i ekte ”deskestil”, og til andre som har lest 43 639 ord
- ... til forskningsgruppen for mediebruk og publikumsstudier ved UiB for inspirerende møter
- ... til kjernegjengen på SV-fakultetet for gode (og lange) prokrastineringspauser
- ... til byen min, Bergen, for alt regnet som har gjort det helt ok å sitte inne på lesesalen
- ... til mine foreldre, øvrig familie og venner for kontinuerlig oppmuntring og tro på meg
- ... til min kjære Morten for at du er min beste venn, største heilagjeng og private kokk

*Elisabeth Urdal*  
*Bergen 1. juni 2017*

## Innholdsliste

Kapittel 1: Introduksjon .....	1
1.1 Bakgrunn for tema .....	1
1.2 Situasjonsbeskrivelse .....	2
1.3 Problemstilling og forskningsspørsmål.....	4
1.4 Tidligere forskning.....	7
1.5 Kapitteloversikt.....	10
Kapittel 2: Om sakte-TV.....	12
2.1 Starten på sakte-TV i NRK.....	12
2.2 Utvikling og spredning av sjangeren .....	15
2.3 Sakte-TV og lignende konsepter.....	17
2.4 Kjennetegn ved sakte-TV .....	21
2.5 Oppsummering.....	25
Kapittel 3: Om fjernsynet.....	26
3.1 TV før, nå og i fremtiden .....	26
3.2 Fjernsynets betydning og ulike måter å se på TV.....	29
3.3 Liveness og forestilte fellesskap .....	33
3.4 Mediebegivenheter.....	36
3.5 Oppsummering.....	38
Kapittel 4: Metodisk tilnærming.....	39
4.1 Det kvalitative intervju .....	39
4.2 Utvalg og rekruttering av informanter .....	40
4.3 Intervjuguide.....	42
4.4 Intervjuetikk og metodiske utfordringer .....	44
4.5 Pilotintervju.....	46
4.6 Intervjusamtalen.....	47
4.7 Transkribering og analyse.....	49
4.8 Oppsummering.....	50

Kapittel 5: Analyse .....	51
5.1 Generelle TV-vaner .....	51
5.2 Hvem har sett hva av sakte-TV? .....	55
5.3 Forskningsspørsmål 1: Hvorfor se på sakte-TV? .....	58
5.3.1 Se det andre ser .....	58
5.3.2 Mer eller mindre tilfeldig .....	60
5.3.3 Et annerledes konsept .....	62
5.3.4 Oppsummering .....	65
5.4 Forskningsspørsmål 2: Hvordan se på sakte-TV? .....	65
5.4.1 Lineært og sammen med andre .....	66
5.4.2 Begrenset tidsbruk .....	69
5.4.3 "Glance-TV" .....	71
5.4.4 Oppsummering .....	74
5.5 Forskningsspørsmål 3: Opplevelse av å se på sakte-TV .....	75
5.5.1 Reiseopplevelse .....	75
5.5.2 Avslappende og hypnotisk .....	77
5.5.3 Tanke- og fantasifremkallende .....	81
5.5.4 "Livefølelse" .....	83
5.5.5 Nasjonalfølelse og fellesskap .....	85
5.5.6 Oppsummering .....	89
5.6 Ulike typer sakte-TV-seere .....	90
Kapittel 6: Avslutning .....	91
6.1 Oppsummering av hovedfunn .....	91
6.2 Veien videre for sakte-TV .....	92
Referanseliste .....	95
Vedlegg .....	102
Vedlegg 1: Oversikt over sakte-TV-produksjoner .....	102
Vedlegg 2: Oversikt over seertall sakte-TV .....	104
Vedlegg 3: Intervjuguide .....	106
Vedlegg 4: Samtykkeskjema .....	109
Vedlegg 5: Godkjennelse fra NSD .....	110

# Kapittel 1: Introduksjon

## 1.1 Bakgrunn for tema

27. november 2009 ga min far meg en klar beskjed; jeg måtte slå på TV-en og se på NRK2. Da ble jeg vitne til noe fascinerende og uvanlig som fanget oppmerksomheten min. I motsetning til andre TV-programmer, filmer eller serier med rask klipping og mye spenning, var dette noe helt annerledes. Det var en slags reisedokumentar av Bergensbanen, som viste togstrekningen fra Bergen til Oslo, minutt for minutt. Det var ingen klipping eller dramatiske høydepunkter - bare et par kameraer som filmet utsikten fra lokomotivet. Da toget var i tunneller ble det vist noe arkivmateriale fra jernbanehistorien, men ellers bestod sendingen stort sett av jernbaneskiner og utsikt mot naturen. Jeg kan ikke si at jeg så hele TV-sendingen på totalt 7 timer og 14 minutter, men jeg så nok til å skjønne at dette var en spesiell måte å lage fjernsynsinnhold på. Selv om konseptet har noe gammelmodig ved seg, ble det sett på som en ny TV-sjanger. Etter hvert viste det seg å være en TV-sjanger som var kommet for å bli, som fikk navnet ”sakte-TV”.

Etter *Bergensbanen minutt for minutt* har NRK fulgt opp med en rekke slike sakte-TV-produksjoner. Publikum har fått se alt fra togreiser og båtreiser, til laksefiske, vedbrenning, strikking, salmesang og fugleliv - minutt for minutt. Totalt har NRK produsert 21 slike programmer fra 2009 til 2016<sup>1</sup>. I tillegg sendte de nylig *Reinflytting minutt for minutt*, og flere andre programmer er planlagt i løpet av året. Mange av programmene som er sendt har hatt høye seertall og skapt seertallsrekorder. Båtprogrammet *Hurtigruten minutt for minutt* hadde for eksempel over 2,9 millioner seere, som vil si at tre av fire nordmenn var innom sendingen (Prebensen 2011). Også flere av de andre sakte-TV-programmene har hatt flere millioner seere<sup>2</sup>. I tillegg har mange av programmene skapt et stort engasjement blant seerne i sosiale medier. Publikum har diskutert med hverandre om det de har sett på skjermen og uttrykt sine meninger om denne noe spesielle TV-sjangeren som NRK har satset på. Mens noen har uttalt at sakte-TV er det beste NRK har laget noensinne, har andre vært mer kritiske til at lisenspengene blir brukt på dette.

I tillegg til engasjementet blant publikum, har det vært en rekke presseoppslag om TV-programmene, og i 2013 ble ordet ”sakte-TV” kåret til årets norske nyord av Språkrådet. Ordet har også spredd seg til utlandet som ”slow tv” eller ”slow television”, og har skapt store overskrifter rundt om i verden. I motsetning til at vi ofte tar til oss nye ord fra internasjonale

---

<sup>1</sup> Se vedlegg 1 for NRKs sakte-TV-produksjoner

<sup>2</sup> Se vedlegg 2 for statistikk over seertall

fenomener, er dette et norsk TV-konsept og et ord som er eksportert til utlandet (Graatrud og Elnan 2013). Interessen for sakte-TV i utlandet virker å være økende, og flere land har selv produsert ulike programmer innenfor sjangeren. Sommeren 2016 ble det også kjent at den amerikanske strømmetjenesten Netflix har kjøpt opp rettighetene til å vise enkelte av de norske sakte-TV-produksjonene for sine seere (Aanstad 2016).

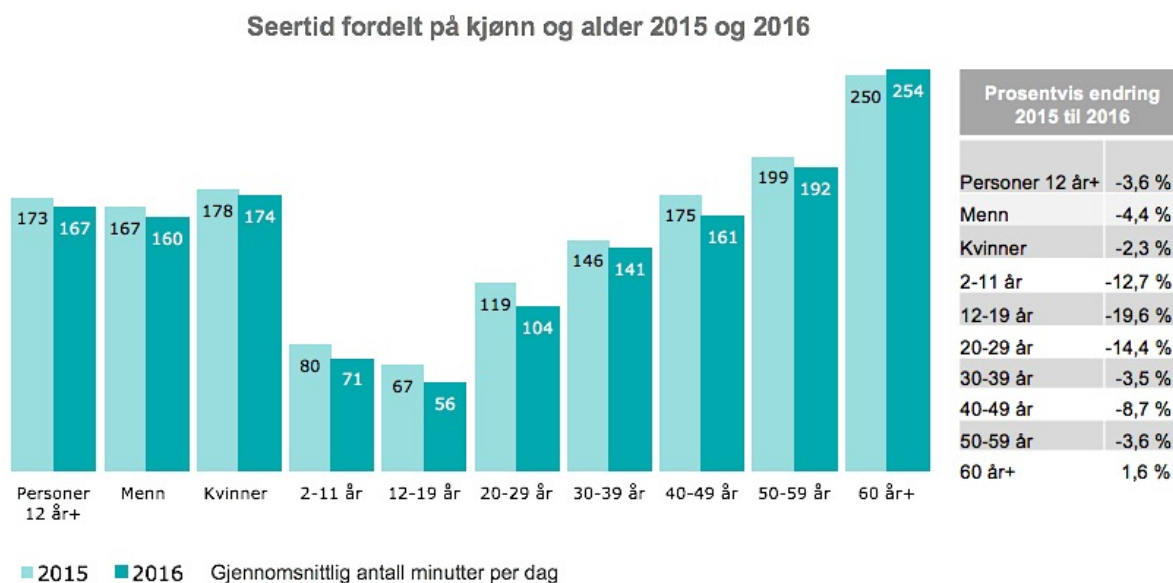
Hva er så grunnen til all denne oppmerksomheten og engasjementet rundt sakte-TV? Hvorfor har sendingene blitt så store suksesser hos publikum? Hvorfor har noen valgt å sitte foran fjernsynsskjermen i timevis for å se på? Hva har de egentlig fått ut av å se på? Det må være noe helt spesielt med denne TV-sjangeren. Målet med min studie er å finne ut hva det er. Jeg ønsker å se nærmere på sakte-TV, og finne ut hvilken opplevelse publikum har av å se på. Det er interessant å se nærmere på denne TV-sjangeren for å kartlegge hva det er med sakte-TV som fascinerer publikum, og hvordan denne sjangeren skiller seg fra andre TV-sjangre. Gjennom en kvalitativ studie med semistrukturerte intervjuer, ønsker jeg å finne ut av hva det er som er så spesielt med sakte-TV, og hvorfor sjangeren har blitt så populær.

## **1.2 Situasjonsbeskrivelse**

Vi lever i en digital mediehverdag med nærmest uendelige valgmuligheter for publikum når man ønsker å bli underholdt, informert og opplyst. Utviklingen har gått fra tradisjonell lineær-TV til TV-innhold på en rekke ulike plattformer. I tillegg til å kunne velge og vrake blant et stort utvalg TV-kanaler, kan publikum også se TV-lignende innhold via andre aktører som eksempelvis Netflix, HBO og YouTube. Publikum har mulighet til å se det de vil se nærmest akkurat hvor og når de selv ønsker. Selv om fjernsynet fremdeles er en sentral del av de fleste nordmenns hjem og hverdagsliv, møter det stor konkurranse fra spesielt strømmetjenester. TV-mediet må til stadighet tilpasse seg den digitale utviklingen ved blant annet å tilby TV-tjenester på Internett for å kapre seerne. Ikke minst må TV-kanalene tilby godt norsk egeninnhold for å kunne hevde seg i konkurransen med de store aktørene innen strømme-TV (Vollan 2016). Kanskje nettopp sakte-TV kan være et slikt godt egeninnhold som får publikum til å samle seg foran TV-skjermene?

Hvert år gjennomfører TNS Gallup en TV-undersøkelse av de offisielle seertallene i Norge. Undersøkelsen baserer seg på et landsrepresentativt TV-meterpanel bestående av 1000 husstander. Seertallene inkluderer live TV-seing og inntil syv dagers forsinket seing, både via kabel, satellitt, TV-antenne, Apple TV, Chromecast og lignende. Undersøkelsen viser at nordmenn i gjennomsnitt så 167 minutter (2 timer og 47 minutter) på TV hver dag i 2016. Det er en nedgang på 3,6% fra året før (6 minutter), men den gjennomsnittlige seertiden er

fremdeles relativt høy. Ser man derimot på de ulike aldersgruppene, er det en betydelig forskjell blant de unge og de eldre seerne. Aldersgruppen 20-29 år så 104 minutter (1 time og 44 minutter), mens aldersgruppen 50-59 år så 192 minutter (3 timer og 12 minutter) på TV. I aldersgruppen 60+ finner man de høyeste seertallene på gjennomsnittlige 254 minutter (4 timer og 14 minutter) hver dag. Det er særlig interessant at mens seertiden i samtlige av de andre aldersgruppene minker fra året før, *øker* seertiden hos den eldste aldersgruppen (Kantar TNS 2016).

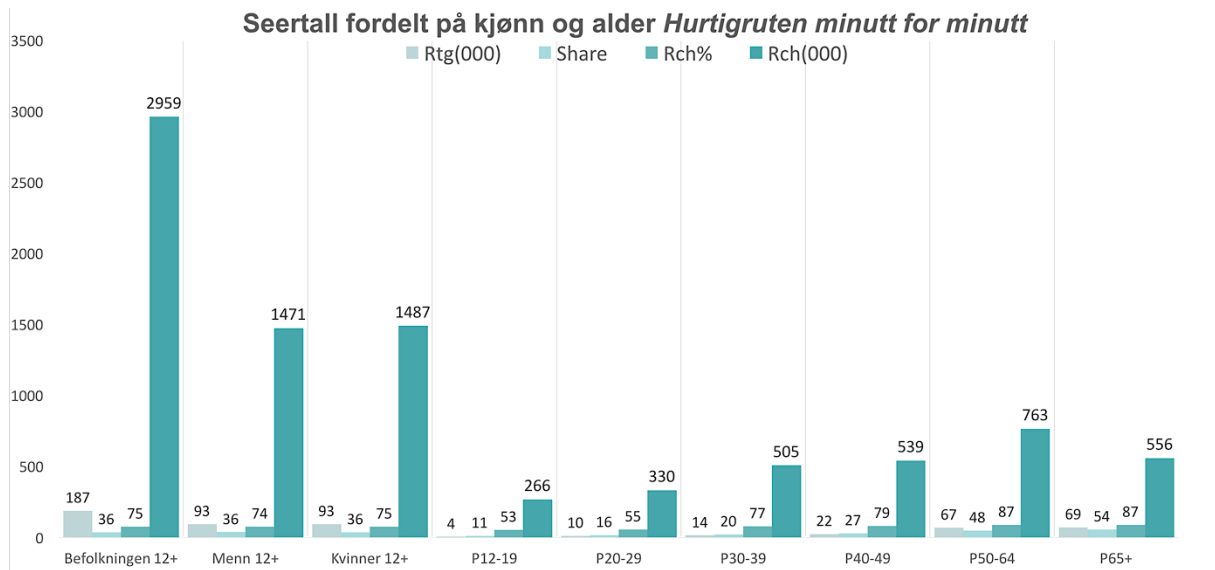


(Kilde: Kantar TNS TV-meterpanel, hentet fra ”Årsrapport for TV-seing i Norge 2016”)

Statistikken viser dermed at det er et generasjonsskille for hvor mye tid publikum bruker på TV-mediet, og det er også naturlig å anta at de unge og de eldre kan ha ulike preferanser for hvilke TV-programmer de foretrekker. Sakte-TV har derimot vært en TV-sjanger som har truffet nokså bredt i den norske befolkning, selv om det har appellert mer til eldre enn til yngre. Statistikk over seertall fra NRKs sakte-TV-produksjoner (tilsendt på e-post fra NRK sin analyseavdeling 14.09.2016), viser at flere av TV-programmene har hatt høye seertall<sup>3</sup>. I rundt halvparten av TV-programmene har over én million mennesker vært innom sendingene på et eller annet tidspunkt. *Hurtigruten minutt for minutt* topper listen med sine over 2,9 millioner seere som så deler av TV-programmet. Dermed har dette programmet vært det mest sette av alle NRKs sakte-TV-produksjoner til nå. Ser man nærmere på statistikken fra *Hurtigruten minutt for minutt* kan man også se hvilke aldersgrupper som har sett på dette programmet.

<sup>3</sup> Se vedlegg 2 for statistikk over seertall





Tabellforklaring:

*Rtg(000)* - hvor mange tusen som har sett hele programmet

*Share* (markedsandel) - hvor stor andel av dem som så på tv på det angitte tidspunkt som valgte å se på sakte-TV-sendingen

*Rch%* (dekning) - hvor stor andel av den norske befolkning over 12 år som på ett eller annet tidspunkt var innom sendingen

*Rch(000)* (dekning) - hvor mange tusen som på ett eller annet tidspunkt var innom sendingen

(Kilde: NRK, tilsendt på e-post fra NRK analyseavdeling 14.09.2016)

Som statistikken viser, er det forskjell på hvilke aldersgrupper som var innom TV-sendingen. I aldersgruppen 12-29 år var det nærmere 600 000 seere som var innom sendingen, fra 30-49 år var litt over en million seere innom sendingen, og fra 50 år og oppover fikk 1,3 millioner seere med seg deler av sendingen. Den eldste aldersgruppen var dermed representert med 700 000 flere seere enn den yngste aldersgruppen. Aldersfordelingen, med en overvekt av eldre seere, gjør seg også gjeldende i de andre sakte-TV-programmene<sup>4</sup>. Selv om statistikken viser at sakte-TV i all hovedsak er en sjanger for de eldre, er det interessant å se at en del unge mennesker også har sett på. Her må det imidlertid påpekes at de nevnte tallene kun viser at publikum har *vært innom* sendingen, og viser ikke hvorvidt seerne kan ha sluttet å se etter kun noen minutter.

### 1.3 Problemstilling og forskningsspørsmål

Når målet med denne forskningen er å finne ut hvordan publikum opplever sakte-TV, er det selvsagt ønskelig å få dekket en størst mulig gruppe av seerne. Det vil imidlertid være for omfattende å gjennomføre som en masteroppgave. Jeg har derfor tatt et valg om å dele informantene inn i to ulike ”generasjonsgrupper”. En generasjon kan defineres på flere måter,

<sup>4</sup> Se vedlegg 2 for statistikk over seertall

og det kan av den grunn være ulike meninger om hva man legger i begrepet. Man kan for eksempel si at en generasjon favner dem som er født i samme tidsperiode eller epoke som for eksempel ”baby boom-generasjonen” (født etter andre verdenskrig frem til rundt 1960), ”generasjon x” (født fra 1960 til rundt 1980), ”milleniumsgenerasjonen” (født fra 1980 til midten av 1990-tallet) eller ”generasjon z” (født fra midten av 1990-tallet til tidlig 2000). Personene i disse generasjonene har sannsynligvis vokst opp under ulike historiske og teknologiske forhold. Videre kan man definere en generasjon biologisk ut fra tidspunktet et barn blir født, vokser opp og selv får barn, som da blir den neste generasjonen i familien. Det vil da være ulike generasjoner med barn, foreldre, besteforeldre, oldeforeldre og så videre.

I min studie har jeg valgt å dele inn to generasjoner ut i fra alder, der den første gruppen er i alderen 18-29 år (født fra år 1988 til 1999), mens den andre gruppen er i alderen 49+ (født i år 1968 eller tidligere). Informantene tilhører dermed to ulike generasjoner, sannsynligvis både biologisk og teknologisk. Med tanke på det sistnevnte vil dette være to generasjoner som har vært barn i og vokst opp med ulike mediehverdager. Informantene på 49+ fikk gjerne ikke TV før de ble litt eldre, og vokste da opp med bare én TV-kanal. De unge informantene på 18-29 år har derimot vokst opp med TV med flere kanaler, og etter hvert også Internett med alle valgmulighetene det innebærer (disse perspektivene blir gjort ytterligere rede for senere). TV-vanene til de eldre og de unge har dermed vært, og kan fremdeles være, forskjellige. Spørsmålet er om det er forskjeller på hvordan to ulike generasjoner har opplevd sakte-TV. Studien min kan med dette være med på å belyse hvordan denne formen for TV blir opplevd av publikum sett i et generasjonsperspektiv.

Studiens problemstilling er:

*Hvilke erfaringer og opplevelser har to generasjoner av publikum med sakte-TV på NRK?*

Problemstillingen er konkretisert i tre forskningsspørsmål som alle vil bli analysert ut i fra generasjonsperspektivet. Disse tre spørsmålene er som følger:

- 1) *Hvorfor ser publikum på sakte-TV?*
- 2) *Hvordan ser publikum på sakte-TV?*
- 3) *Hvilke opplevelser får publikum av å se på sakte-TV?*

Forskningsspørsmål 1 og 3 kan gå noe over i hverandre, da opplevelsene sakte-TV gir også kan være en årsak til at publikum velger å se på. I forskningsspørsmål 1 sikter jeg til *hva* som i første omgang fikk dem til å se på sakte-TV og *hvorfor* de ble sittende å se på, og i

forskningsspørsmål 3, sikter jeg til *opplevelsen* av å se på, i form av hvilke *tanke* og *følelser* de fikk.

For det første ønsker jeg å finne ut *hvorfor* publikum ser på sakte-TV. Som nevnt har publikum nærmest uendelig med muligheter for hvordan de kan bli både opplyst, informert og underholdt gjennom en rekke TV-kanaler og ikke minst gjennom alle mulighetene strømmetjenester tilbyr. Hvorfor har de da valgt å se på NRKs sakte-TV-produksjoner? Har det vært et bevisst valg, eller har det vært tilfeldig? Var det fordi de fikk anbefaling fra venner og kjente, eller leste de kanskje om programmene i media?

For det andre ønsker jeg å undersøke *hvordan* publikum ser på sakte-TV. Som nevnt har sakte-TV skapt et stort engasjement hos publikum, blant annet gjennom diskusjon på Internett. Derfor ønsker jeg å finne ut om informantene mine snakket med andre seere på sosiale medier som Twitter eller Facebook. Og hva var konteksten rundt TV-seingen deres? Så de på sakte-TV alene eller sammen med andre? Hvor lenge ble de sittende for å se på? Ikke minst, så de på litt av og til mens de gjorde andre ting samtidig, eller satt de konsentrert og fulgte med på hvert minutt?

Det tredje forskningsspørsmålet, som kanskje er det aller mest interessante, omhandler publikums *opplevelse* av å se på sakte-TV. Flere har kommet med antakelser om at sakte-TV kan være en form for motreaksjon til stressende TV-innhold og en stressende hverdag. Fjernsynsforsker Roel Puijk har blant annet hevdet at sakte-TV kan tolkes som en reaksjon på stadig ”raskere” TV (Puijk 2015:104). Også sosiolog Arve Hjelseth mener at sakte-TV er annerledes fra TV-programmer som ofte tilbyr stadig nye høydepunkter og rask klipping for å holde på oppmerksomheten til seerne. Han mener at sakte-TV har snudd denne tankegangen på hodet, og at programmene kan gi publikum muligheten til å koble ut de stadig skiftende inntrykkene mediene og hverdagslivet ellers byr på (Hofstad 2014). NRK har i tillegg selv omtalt sakte-TV som en mulig motreaksjon på vårt stressende dagligliv (Jensen og Ljøen 2014). I mitt tredje forskningsspørsmål vil jeg se om det kan være noe sannhet i dette. Hvilke reaksjoner eller følelser har publikum fått av å se på sakte-TV? Har de for eksempel blitt avslappet, kjedet seg eller følt på patriotisme?

Ved å gjennomføre en studie med et generasjonsperspektiv blir det interessant å finne ut om det er likheter eller forskjeller mellom de to aldersgruppene. Både *hvorfor* de ser på, *hvordan* de ser på og *opplevelsene* de får av å se på, blir altså analysert for å se i hvilken grad alder har noe å si. For at intervjuobjektene skulle ha en felles referanseramme, var det ønskelig at de alle hadde sett i hvert fall ett av de samme sakte-TV-programmene. Derfor valgte jeg å ha et krav om at de minst måtte ha sett deler av *Hurtigruten minutt for minutt*, da

dette, som beskrevet, har vært det mest sette sakte-TV-programmet til nå. Som jeg kommer tilbake til i analysen i kapittel 5, viste det seg at *Hurtigruten minutt for minutt* også var det programmet flest knyttet til ordet sakte-TV. Foruten om at de måtte ha sett noe av dette programmet, var det ønskelig at informantene hadde sett deler av andre sakte-TV-produksjoner i tillegg, men dette var ikke et krav. Disse metodiske valgene, med flere, vil bli gjort ytterligere rede for i kapittel 4.

#### **1.4 Tidligere forskning**

Innenfor publikumsforskning har spesielt fjernsynet stått sentralt, ettersom mediet har blitt brukt av størsteparten av befolkningen i flere generasjoner (Gentikow 2010:28). Man har spesielt vært opptatt av hvilke effekter TV-mediet har på publikum og hvilke lese- og se-måter filmer og TV-programmer legger opp til. Fjernsynet ble tidligere sett på som et medium som kunne ha stor påvirkningskraft på det som i starten ble sett på som et forsvarsløst publikum. Det var blant annet tanker om en økt tilbøyelighet for vold og holdningsendringer (Ellis 2000:49), og i tillegg ble fjernsynet kritisert for å gjøre seerne passive og gi dem en virkelighetsflukt (Enli mfl. 2010:184). Etter hvert ble publikum sett på som mer aktive brukere, der de kunne ha ulike formål med mediebruken sin. Forskere har også vært interessert i å se hvilken rolle fjernsynet spiller i hverdagslivet ved å se på seerkonteksten og ulike måter å se på TV. Her har særlig forskningstradisjonen Cultural Studies vært viktig for å se hvordan mediebruken er integrert i publikums hverdagsliv (Hagen 170-172).

Selv om fjernsynets publikum er et stort forskningsfelt internasjonalt, er det ikke alle publikumsgrupper som er forsket like mye på. Det finnes for eksempel en rekke studier av fjernsyn og barn og unge, men nesten ingen studier om eldre TV-seere. Trine Syvertsen har i kommentaren "Medieforskerne hater gamle mennesker", argumentert for at de eldre ofte blir oversett og glemt, spesielt innen medieforskningen. Dette til tross for at det er de eldre som er storforbrukerne av en rekke medier, deriblant fjernsyn. Av forskning på eldre og fjernsyn finnes det til nå kun et titalls studier totalt i inn- og utland, i følge Syvertsen. Hun trekker frem at disse studiene viser at TV er en viktig ressurs for de eldre, særlig som kompensasjon for rolletap i pensjonisttilværelsen. Studiene viser også at fjernsynet gir rytme og rutine i de eldres hverdag, og at flere bruker TV som et skille mellom "arbeid" og "avslapning". Studiene dokumenterer i tillegg at flere av de eldre er misfornøyde med TV-tilbudet fordi det ikke gjenspeiler interessene deres. Til tross for interessante hypoteser fra disse studiene, vet vi fremdeles relativt lite om fjernsynets betydning for de eldre (Syvertsen 2010).

Som Syvertsen påpeker i sin artikkel, er det viktig at også de eldre mediebruk får oppmerksomhet. Da jeg skulle intervju mine eldre informanter, var det enkelte av dem som var forundret over at jeg kunne ha noe som helst utbytte av å intervju ”gamle” mennesker om deres TV-vaner. Med min studie vil jeg kunne bidra med forskning både på eldre og unge TV-seere generelt, og to aldersgruppers erfaringer med sakte-TV spesielt. For selv om sakte-TV og minutt-for-minutt-sendingene har blitt mye omtalt i både norske og utenlandske aviser, finnes det ennå ikke så mye forskningslitteratur om temaet. NRK hadde sin første produksjon tilbake i 2009, og forskningen på TV-sjangeren er trolig bare i startfasen. Det har likevel vært skrevet noe om sakte-TV som er verdt å nevne, i tillegg til at det er laget en forskningsbasert videodokumentar om emnet.

Briten Tim Prevett lagde i 2015 videodokumentaren *That Damned Cow – Just what is Norwegian Slow TV*, som sitt masterprosjekt ved universitetet i Salford. Dokumentaren som er på totalt 29 minutter, er delt inn i ni episoder, med ulike titler som utforsker hva sakte-TV er. Den tar blant annet for seg utviklingen av NRKs sakte-TV-produksjoner, kriteriene for å lage sakte-TV, mulige effekter av å se på slike produksjoner, samt antakelser om sjangerens fremtid. Av mulige effekter trekker han frem at publikum kan bli så engasjert at de lever seg inn i programmet og glemmer omgivelsene rundt, i tillegg til at sakte-TV kan ha en særlig beroligende, nesten hypnotisk effekt. Dokumentaren er basert på intervjuer med skaperne fra NRK og noen medieforskere fra Norge og Storbritannia (Prevett 2015). Jeg vil benytte meg av aspekter fra dokumentaren i kapitlet ”om sakte-TV” i min studie, samt at det vil være interessant å se om de antatte effektene av å se på sakte-TV gjør seg gjeldende i mitt datamateriale.

Artikkelen ”Slow Television – A Successful Innovation in Public Service Broadcasting” fra 2015, er skrevet av Roel Puijk. Han har blant annet hatt kvalitative intervjuer med utvalgte personer som stod bak prosjektet *Hurtigruten minutt for minutt* og fått tilgang til statistikk over seertall. Artikkelen omhandler hvordan NRK som allmennkringkaster eksperimenterer med nye formater og kryssmedia-konsepter. Hovedfokuset er på *Hurtigruten minutt for minutt*, og artikkelen svarer på spørsmålene ”på hvilken måte var programmet innovativt?”, ”hvordan ble programmet akseptert og produsert?” og ”hva er forklaringen på suksessen til sendingen med tanke på antall seere og engasjementet?”. Hva gjelder det sistnevnte, hevder Puijk blant annet at det skyldtes de spektakulære TV-bildene av naturen og at programmet ble sett på som en reaksjon på stadig hurtigere TV-programmer. I tillegg nevner han publikums tre muligheter for interaktivitet, ved deltakelse på TV-skjermen, deltakelse på Internett, samt deltakende innhold med ønsker

til produksjonen. I artikkelen påpeker Puijk selv at han ikke hadde noen direkte kontakt med seerne, og at antakelsene om hvorfor publikum så på dermed er noe mer subjektiv (Puijk 2015). Her vil min studie kunne bidra og supplere med forskningsbaserte data om nettopp dette. Artikkelen til Puijk vil uansett være relevant for å forstå nærmere hvorfor akkurat *Hurtigruten minutt for minutt* ble så populær.

En tredje tekst er masteroppgaven ”Fjernsynet i det 21. århundret. Med fokus på brukerdeltakelse i Sakte-TV-programmer” fra 2016, skrevet av Håkon Vårhus Sagen ved NTNU. Sagen ønsket å finne ut hvordan de store TV-husene arbeider med brukerdeltakelse, og se hvordan de på tvers av medier jobber aktivt for å nå ut til publikum. Han ville finne ut hvordan NRK og TV2 prøver å implementere brukerdeltakelse i sine programmer, og se hvilke eventuelle forskjeller det var dem imellom. Metodisk gjorde han en produksjonsstudie bestående av intervjuer med prosjektlederne av sakte-TV-programmene *Fly Med Oss* fra TV2 og *Sommerbåten* fra NRK. I tillegg gjorde han en innholdsanalyse av de nevnte programmene (Sagen 2016:15-16). At sakte-TV inviterer publikum til deltakelse gjennom Internett og til fysisk å delta i sendingene, er et viktig poeng som er verdt å få med seg.

Foruten om de tre nevnte tekstene om sakte-TV, må det også nevnes at jeg selv har skrevet bacheloroppgave om temaet, der jeg gjorde en tekstanalyse av *Hurtigruten minutt for minutt*. Oppgaven ble skrevet ved Universitetet i Bergen våren 2015 og hadde tittelen ”Hurtigruten minutt for minutt – en mediebegivenhet?”. Som navnet tilsier, analyserte jeg TV-sendingen som en mediebegivenhet, ved å bruke Daniel Dayan og Elihu Katz sin teori om ”media events” fra 1992 (mer om mediebegivenheter i kapittel 3). Analysen fra bacheloroppgaven viste at flere av kriteriene til Dayan og Katz var tilstede i TV-programmet. Det var blant annet et tydelig brudd i sendeflaten ved sendestart, TV-sendingen ble arrangert utenfor TV-studio, den var direktesendt og den inviterte til publikumsdeltakelse. Sendingen skapte i tillegg et stort engasjement og folkefest, og ut i fra kriteriene til Dayan og Katz kan den sees på som en nasjonal mediebegivenhet (Urdal 2015:17). Denne analysen vil være et godt bakteppe for å kunne forstå sakte-TV bedre, og også for å bedre forstå seernes svar under intervjusamtalene.

Temaet sakte-TV er med andre ord langt fra uttømt, og jeg ønsker med denne masteroppgaven å bidra til den videre forskningen. Selv om man kan finne antydninger til sjangeren tidligere (mer om sakte-TVs lignende konsepter i kapittel 2), var det først med NRKs TV-sendinger at konseptet ble tatt til nye høyder, og at sakte-TV for alvor ble et ord som fikk feste i det norske språket. Sakte-TV har ikke bare blitt en del av norsk kringkastingshistorie, men det har også hatt en påvirkning på utenlandsk TV, som har prøvd

seg på lignende produksjoner. Sakte-TV er dermed ikke bare en TV-sjanger i Norge, men det har også blitt en norsk eksportartikkel. Derfor er det av betydning å få dokumentert denne sjangeren best mulig.

For å få en enda bredere forståelse av sjangeren enn det som til nå eksisterer av forskning, vil det være verdifullt å studere *seernes* opplevelse av programmene. Til nå har forskningen i all hovedsak fokusert på teksten i seg selv for å finne ut hva sakte-TV er. Skal man kunne forstå en tekst best mulig, bør man også forske på dem som faktisk bruker teksten gjennom empiriske publikumsstudier (Hagen 2008:102). Min studie av publikum vil dermed kunne tilføre forskningen på sakte-TV nye perspektiver. Studien vil videre kunne gi interessante svar på om det å se på sakte-TV er en annerledes måte å se fjernsyn på, i forhold til hvordan publikum ser på andre TV-programmer. Ikke minst vil studien kunne vise hvorvidt aldersforskjell har noe å si for erfaringene og opplevelsen av denne typen fjernsyn. Ved å studere den noe spesielle sjangeren som sakte-TV er, vil man også kunne si noe generelt om fjernsynets betydning i publikums hverdag. For ved å si noe om seernes mottakelse av TV-programmene i hjemmene sine, kan man også si noe om deres forhold til TV-mediet for øvrig. Dermed kan min studie også bidra med kunnskap om mer enn bare sakte-TV.

## **1.5 Kapitteloversikt**

Kapittel 2 ser nærmere på sakte-TV. Først vil jeg i korte trekk ta for meg to av de første sakte-TV-programmene med henholdsvis Bergensbanen og Hurtigruten, før jeg beskriver utviklingen og spredningen av sjangeren både i Norge og i utlandet. Videre ser jeg på andre konsepter og sjangre som kan minne om sakte-TV. Til slutt i denne delen vil jeg gå gjennom hva som særlig kjennetegner sakte-TV. Jeg vil her også se hvilke ulike varianter av sakte-TV som finnes.

Kapittel 3 handler om fjernsynet. I dette kapittelet vil jeg gå litt inn på fjernsynets historiske utvikling, for å danne et bilde av hvilken TV-hverdag de to generasjonene jeg har intervjuet har vokst opp med. Videre vil jeg se litt på hvilken betydning og funksjon fjernsynet kan ha for publikum, samt ulike måter å se på fjernsyn. Jeg vil også se nærmere på ”liveness” og ”mediebegivenhet” som er to sentrale begreper i den senere analysen.

Kapittel 4 er en redegjørelse for alle de metodiske valgene som er gjort i forbindelse med studien. Dette gjelder blant annet utvalg og rekruttering av informanter og arbeidet med intervjuguiden. I tillegg vil jeg reflektere rundt datainnsamlingen og analysen av det empiriske intervjumaterialet.

Kapittel 5 er analysekapittelet, som er delt inn i fem deler. I den første delen vil jeg ta for meg informantenes generelle TV-vaner, og i den andre delen vil jeg gi en oversikt over hvilke sakte-TV-programmene informantene mine har sett. De tre neste delene omhandler de tre forskningsspørsmålene om sakte-TV. Her vil intervjumaterialet bli gjort rede for og svarene i de to aldersgruppene vil bli sett opp mot hverandre. I tillegg vil jeg trekke inn relevant teori om sakte-TV og fjernsynet for å analysere og forstå informantenes svar. På bakgrunn av datamaterialet trekker jeg også frem ulike typer sakte-TV seere.

Kapittel 6 er avslutningskapittelet hvor jeg oppsummerer analysens hovedfunn ut i fra studiens problemstilling. I tillegg reflekterer jeg rundt videre forskning på sakte-TV i Norge og i utlandet, og på sjangerens fremtid på TV-skjermen.



## Kapittel 2: Om sakte-TV

“Probably nothing much will happen in the next hour, but you never know!”  
(Thomas Hellum, en av idéskaperne bak sakte-TV)

Sakte-TV er i dag et relativt veletablert ord både i Norge og i utlandet, men hva er egentlig sakte-TV? I dette kapittelet vil jeg se nærmere på sakte-TV for å gi en bedre forståelse av sjangeren, og et godt grunnlag for analysen av informantenes uttalelser og tanker omkring sakte-TV. Ettersom sakte-TV er en sjanger som særlig har vokst frem gjennom NRK, vil det være relevant å se nærmere på denne historien. For det første vil jeg ta for meg utviklingen av sakte-TV fra hvordan det hele startet hos NRK i 2009, til hvordan sjangeren har utviklet seg og spredd seg til utlandet. Videre i kapittelet vil jeg gi et tilbakeblikk på tidligere konsepter som kan minne om sakte-TV og også andre nyere konsepter eller sjangre som har likhetstrekk med sakte-TV. På bakgrunn av NRKs uttalelser og annen forskning på temaet, vil jeg deretter forsøke å definere noen kjennetegn ved sakte-TV. I tillegg vil jeg se hvilke ulike varianter av sakte-TV NRK har produsert.

### 2.1 Starten på sakte-TV i NRK

”Bli med på en av verdens vakreste og mest varierte togreiser. Og for en gang skyld skal vi ikke jukse for at det skal gå fortere...Ta plass og gjør deg klar for en helt vanlig togtur, men et helt uvanlig fjernsynsprogram” (NRK 2009). Slik startet NRKs første TV-sending med sakte-TV tilbake i 2009. Det var på lunsjrommet hos NRK Hordaland at den noe spesielle ideen først dukket opp. Med et ønske om å fortelle en historie mens den utviklet seg, som i tillegg tok lang tid å fortelle, kom ideen om å sende Bergensbanen, minutt for minutt. Den ikoniske togreisen fra Vestlandet til Østlandet hadde 100-års jubileum, og da passet det å lage et program som kunne være med på å feire dette (Hellum 2014). Til å begynne med lo NRK-ledelsen i Oslo av ideen om å sende hele togreisen i sin fullstendige lengde. Ideen var så fjern fra det meste av annen TV-produksjon som blir laget, men kanskje nettopp derfor ble det også en god idé. Etter litt overveielse snudde NRK-ledelsen tankegangen fra å tenke ”hva ville NRK risikere ved å gjøre dette”, til ”hva ville NRK risikere ved å *ikke* gjøre dette” (Prevett 2015). Thomas Hellum, en av idéskaperne bak sakte-TV, har uttalt at når noen smiler mens de forteller om en sakte-TV-idé, og sier at man aldri i verden kan sende det på TV, er det nettopp det NRK skal gjøre (Hellum 2014). Dermed ble det som virket som en noe sprø idé til virkelighet.

Til å produsere programmet hadde NRK fire kameraer, der tre av dem var rettet mot utsikten, mens ett ble brukt til å snakke med passasjerene om bord. Kameraene filmet dermed naturen over fjellet, livet om bord på toget og på stoppestedene underveis. I tillegg ble noe av tiden i de 160 tunellene fylt med arkivmateriale fra Bergensbanens hundreårige historie. Resultatet ble mye mer spektakulært enn NRK hadde sett for seg på forhånd. Bildene viste landskapskontraster fra høststemning i Bergen, til skigåing på høyfjellet og nærmest sommervær i Oslo (Fordal og Ebbesvik 2009). NRK tenkte i utgangspunktet at dette TV-programmet ville passe perfekt til togentusiastene i landet, men den over syv timer lange reisedokumentaren viste seg å appellere til langt flere enn som så (Hellum 2014).

*Bergensbanen minutt for minutt* ble en uventet stor suksess, der over 1,2 millioner nordmenn var innom sendingen på NRK2. Det som i utgangspunktet virket som en sprø idé, viste seg å bli en sending som vekket stort engasjement hos publikum. Flere hundre kommentarer kom inn til NRK.no og NRKs publikumsservice, og på det sosiale nettstedet Twitter ble emneknaggen #bergensbanen populær. Tusenvis av mennesker diskuterte den samme reisen og utsikten, som om alle sammen var ombord på ett gigantisk tog. Noen var mindre fornøyd med TV-programmet og mente det var misbruk av lisenspengene, men flertallet av kommentarene var positive. Andre levde seg også i høy grad inn i sendingen. En seer kommenterte for eksempel at han hadde sett hele sendingen, og da toget ankom Nasjonalteateret i hovedstaden, reiste han seg for å hente bagasjen sin. Det var først da han traff gardinstangen at han oppdaget at han satt hjemme i sin egen stue (Sæby 2009).

Dette viser hvordan allerede den første sakte-TV-sendingen fikk stor oppmerksomhet hos seerne og i media. Det var imidlertid med TV-programmet *Hurtigruten minutt for minutt* at sakte-TV for alvor ble et konsept og en egen TV-sjanger. Etter suksessen med Bergensbanen kom ideen om å ta konseptet hakket videre ved å sende direkte fra et av hurtigruteskipene. NRK ønsket å vise hele strekningen fra Bergen til Kirkenes langs kysten, og ryddet sendeflaten på NRK2 i fem og et halvt døgn for å sende reisen. Daværende kringkastingssjef, Hans Tore Bjerkås, åpnet den lange sendingen med følgende ord; ”Kjære NRK2-seer, kjære Norge. Det er en stor ære og glede for meg å ønske dere velkommen til dette helt, helt spesielle fjernsynsprogrammet som egentlig er litt galskap” (NRK 2011).

”Galskap” kalte kringkastingssjefen det når nok en sprø idé ble reell. Som lisensbasert allmennkringkaster uten reklameavbrudd, har NRK muligheten til å gjøre slike stunt med å lage unormalt lange sendinger. I tillegg er NRK som allmennkringkaster lovpålagt å lage kreative og innovative programmer, som kommersielle kanaler kanskje ikke har anledning til å lage. Hvorfor NRK valgte å lage programmet har de begrunnet slik: ”primært fordi vi er en

lisensfinansiert allmenkringkaster med et særlig ansvar for å styrke norsk språk, identitet og kultur. *Hurtigruten minutt for minutt* er sånn sett et svar på nær sagt hvert eneste av punktene i NRK-plakaten” (Hofseth 2011). I NRK-plakaten, som er vedtektene for NRKs samfunnsoppdrag, står det blant annet at ”NRK skal være nyskapende og bidra til kvalitetsutvikling” (Puijk 2015:97). Roel Puijk, som har analysert *Hurtigruten minutt for minutt* som et innovativt prosjekt, har hevdet at TV-programmet så absolutt kan sies å ha vært nyskapende. Det var et prosjekt der mange nye ideer til sammen ble et unikt produkt. Ikke minst var det et konsept som brøt med de vanligste tendensene på TV i dag; rask klipping og konstant drama eller underholdende innhold (Puijk 2015:106). På den annen side er det også noe gammelmodig over sakte-TV, som blant annet Espen Ytreberg har kommentert i en artikkel i Morgenbladet. Han mener at sakte-TV er en ”sjangerkavalkade”, som både er ”steinaldersk og digitalt tilpasset på samme tid”. Sjangeren har for eksempel elementer av naturdokumentar, infotainment, prateprogram, musikkprogram, arkivprogram og realityprogram (Ytreberg 2017). Uansett kan sakte-TV sies å være et konsept av den kreative typen.

*Hurtigruten minutt for minutt* var ikke bare kreativt med tanke på innholdet, men også med tanke på produksjonslengden. Programmet ble valgt ut til å være en del av norsk dokumentarv, som er en samling av Norges viktigste dokumenter og arkivgjenstander som skal bevares spesielt godt. I begrunnelsen ble blant annet det spesielle formatet fremhevet. Det ble også lagt vekt på at programmet flyttet grenser, ikke bare for hvor langsomt et program kan være, men for hvor langt det kan være. Også det store engasjementet blant publikum ble trukket frem (Andersland og Strand 2012). Maratonsendingen, som varte i overkant av 134 timer, ble en enorm publikumssuksess med seertallsrekorder og stor interaksjon blant seerne på sosiale medier. NRK2 som vanligvis hadde en markedsandel på 4% økte til hele 36%, som tilsa at tre av fire nordmenn var innom og så på programmet i løpet av sendedagene (Prebensen 2011). Dette gjorde NRK2 til den største kanalen i Norge på daværende tidspunkt. I sosiale medier ble #Hurtigruten en mye benyttet emneknagg. På Twitter telte på et tidspunkt Iacob Christian Prebensen fra NRKs analyseavdeling én twittermelding om *Hurtigruten* hvert sjette sekund i en time (Prebensen 2011). Oppover langs kysten ble også små lokale stedsnavn som #Stokmarknes, #Sortland og #Trollfjorden populære emneknagger da båten kjørte forbi (Riise og Falch-Nilsen 2011).

Til å begynne med var det ikke så mye oppmøte fra publikum langs båttraséen, men etter hvert kunne man se flere og flere mennesker som dukket opp. Da *Hurtigruten* ankom Molde på dag to av båtreisen 17. juni, var det stappfullt med mennesker på kaien. Kaptein på

Hurtigruten, Geir Arne Johannesen, var overveldet av synet som møtte ham. ”[...] jeg kan ikke huske å ha sett et så stort oppmøte. Og så mange glade mennesker. Det kunne vært 17. mai, men det er 17. juni-stemming”, har han uttalt. Også NRKs mannskap om bord begynte for alvor å tenke at dette kunne bli en nasjonal folkefest som bare vokste seg større jo lenger nord båten kom (Pedersen 2011:33-34).

Folk begynte etter hvert å møte opp i hopetall langs kysten for å vinke med flagg, vise frem egenlagde plakater og delta med underholdning som for eksempel korpsspilling på kaiene. Enkelte benyttet også TV-muligheten til å få litt ekstra oppmerksomhet, blant annet ved å stille opp i diverse kostymer eller ved å fri til sin utkårede (Urdal 2015:14). Etersom Hurtigruten fulgte det vanlige tidsskjemaet sitt, visste publikum når båten kom til de ulike stedene slik at de kunne være klare (Puijk 2015:104). I tillegg kunne de følge med på TV-skjermen for å se når båten nærmet seg der de befant seg. Etter hvert kunne det virke som det nærmest ble konkurranse blant tettstedene om å ha den beste velkomsten når Hurtigruten kom. På Facebook opprettet blant annet publikum arrangementer for å mobilisere og oppfordre lokalbefolkningen til å stille opp for sitt hjemsted (Riise og Falch-Nilsen 2011). Totalt sett ble *Hurtigruten minutt for minutt* nærmest en stor folkefest og nasjonal mediebegivenhet (Urdal 2015:17).

## 2.2 Utvikling og spredning av sjangeren

NRKs ”minutt for minutt”-program har etter de første produksjonene fortsatt å slå godt an hos seerne, og med årene har NRK produsert en lang rekke sakte-TV-programmer<sup>5</sup>. Det seneste prosjektet til NRK er *Reinflytting minutt for minutt* som ble sendt våren 2017, og da etter at mine intervjuer var gjennomført. I dette programmet kunne seerne følge en reinflokks vandring fra vinterbeitene på Finnmarksvidda til sommerbeitene på Kvaløya i Finnmark (NRK 2017). Seertallene viser at én million fikk med seg deler av programmet på lineært TV, i tillegg til de som så på via nett-TV (Jerijervi 2017). Dette kan indikere at publikum fremdeles synes sakte-TV er en interessant sjanger etter snart åtte år.

Selv om alle sendingene omtales som sakte-TV fra NRKs side, er det likevel stor variasjon i lengden på de ulike programmene. *Flåmsbana minutt for minutt* varte for eksempel i én time (NRK 2010), *Nasjonal vedkveld* varte i 12 timer (NRK 2013), mens *Hurtigruten minutt for minutt* varte i 134 timer (NRK 2011). Dette viser hvordan sendingene har vart alt fra kun et par timer til flere dager. Enkelte programmer har også vart i opptil flere uker, men

---

<sup>5</sup> Se vedlegg 1 for NRKs sakte-TV-produksjoner

ikke alt har blitt sendt på lineært TV. Selv om publikum kunne følge med på *Fuglefjellet minutt for minutt* på nett-TV i fem uker, ble bare enkelte deler av sendingen sendt på lineært fjernsyn. Også *Reinflytting minutt for minutt* ble sendt både på nett-TV og delvis på lineært fjernsyn i over en uke, men på grunn av dårlig vær måtte de ha en uplanlagt pause og avslutte sendingen tidligere enn planlagt. *Hurtigruten minutt for minutt* står dermed fortsatt som det lengste direktesendte lineære TV-programmet innenfor sjangeren. I 2011 fikk sendingen Guinness-rekord for verdens lengste direktesendte TV-dokumentar på totalt 134 timer, 42 minutter og 45 sekunder (Henriksen 2011).

Foruten om NRKs sakte-TV-produksjoner har også TV2 gjennomført en sakte-TV-produksjon her i Norge i 2014. I samarbeid med Creuna og Avinor fløy de med helikopter fra flyplass til flyplass i tre uker med TV-programmet *Fly med oss*. Dette programmet ble sendt på nett-TV 24 timer etter det opprinnelige opptaket (TV2 2014). Selv om opplevelsen for seerne kan sies å være noe av det samme som i NRKs produksjoner, har jeg i denne studien valgt å ikke ta med dette TV-programmet. Likevel er det interessant å få med seg at også en kommersiell allmennkringkaster som TV2 har prøvd ut sakte-TV-konseptet. Gunn Enli, mener blant annet at det er den økende konkurransen fra strømmetjenestene Netflix og HBO som gjør at også kommersielle kanaler får et behov for å etablere nye seervaner med slike stunt som å sende sakte-TV (Henriksen 2014).

Som nevnt innledningsvis har utlandet vist stor interesse for sakte-TV, og det har vært flere presseoppslag der medier omtaler sin fascinasjon og forbauselse for Norges spesielle TV-satsning. Fareed Zakaria, nyhetsreporter for CNN, omtalte blant annet *Hurtigruten minutt for minutt* på følgende humoristiske måte:

It isn't some gripping drama with great cliffhangers or a racy mini series. I guess you could call it a reality show. But humans were only bit players. It was a live camera [...], showing the ocean, some trees, rocks from a cruise ship as it navigated around Norway. Really, this is what gets the Norwegians to rally around their television sets (Zakaria 2011).

Et annet eksempel på et presseoppslag er en artikkel fra avisen The Daily Beast som skrev:

If you're wondering what happens on these shows, the answer is simple - nothing. Nothing happens on any of these shows at all, unless you consider the two-minute firewood-stacking explainer preceding the six hours of crackling log action to be "something" (Bukszpan 2016).

Også den tidligere amerikanske presidenten Barack Obama har vitset om nordmenn og sakte-TV, i sammenheng med et nordisk statsbesøk. "I understand that in Norway, for example, one of the big hits on TV is National Firewood Night. It is true! Video of logs burning for hours and hours, and hours. That's crazy!" spøkte han (Tjelle 2016). Til tross for litt latterliggjøring

og omtaler av sakte-TV som kjedelig, har utenlandske medier også sett potensialet i denne TV-sjangeren. Et amerikansk produksjonsselskap har kjøpt opp rettighetene til å lage lignende programmer, men har ennå ikke produsert noe. I Storbritannia derimot, har kringkastingsselskapet BBC allerede produsert tre sendinger innenfor sjangeren av et kanalbåtseilas, en samisk reinsdyrsledetur og en lokal busstur. Også i land som blant annet Finland og Island har det blitt laget sakte-TV av henholdsvis en sauna og en togtur i Finland, og en biltur på Island (Prevett 2016a). Passasjerer om bord i British Airways-fly har også på enkelte flyvninger muligheten til å se *Bergensbanen minutt for minutt* som en del av underholdningsprogrammet. Flyselskapet har uttalt at sakte-TV har beroligende og avslappende egenskaper som kan appellere til noen passasjerer og egne seg godt som flyunderholdning (Neild 2014).

Selv om ikke noen amerikanske aktører har produsert sakte-TV enda, kjøpte amerikanske Netflix i 2016, som tidligere nevnt, rettighetene til å vise 11 av NRKs sakte-TV-produksjoner. Dette inkluderer blant annet TV-programmene *Nasjonal vedkveld*, *Nasjonal strikkekveld*, *Lakseelva minutt for minutt*, *Bergensbanen minutt for minutt* og deler av *Hurtigruten minutt for minutt* (Aanstad 2016). Netflix har sagt (tilsendt på e-post fra NRK rettighetsavdelingen 16.09.2016) at data om medlemmenes seervaner har indikert at det er et marked for sakte-TV, og at de dermed tok sjansen på dette innholdet. Netflix har et ønske om at strømmetjenesten skal være en plattform der man kan finne alt man kan tenke seg å se, og at sakte-TV derfor bør være en del av dette tilbudet.

Høsten 2016 ble det også kjent at det i Spania har blitt opprettet en videoplattform kalt Napflix, som tilbyr seerne sakte-TV-lignende innhold. På Napflix finner man rolig og søvndyssende innhold, som skal få hjernen til å slappe av slik at du sovner lett. En av idéskaperne bak Napflix har uttalt at tanken er å gjøre underholdning kjedelig (The Guardian 2016). Det blir interessant å følge med videre om utenlandske seere fortsetter å være like fascinert av hendelser som presenteres langsomt og i sin fullstendige lengde som det nordmenn har blitt. Uansett har sakte-TV vært med på å sette Norge på kartet for resten av verden, som omtaler det som et særnorsk fenomen. Mange ser på NRK som oppfinneren av sjangeren i 2009 med deres første sakte-TV-produksjon *Bergensbanen minutt for minutt* (Heritage 2013). Man kan imidlertid finne spor av sakte-TV også i tidligere historie.

### **2.3 Sakte-TV og lignende konsepter**

Konsepter som har et visst saktepreg over seg kan finnes både i eldre og nyere historie, blant annet i bevegelsen ”The slow movement”. Denne subkulturen oppstod først gjennom ”slow

food”, som startet som en motreaksjon og protest på hurtigmat og stress-samfunnet i Roma på 80-tallet. ”Slow food” handler i hovedsak om å fokusere på god lokal og miljøvennlig mat, og å ha respekt for maten og for dem som har laget den. Etter ”slow food”-begrepet har det også vokst frem en rekke andre begreper og livsstilstrender som blant annet ”slow cities”, ”slow living” og ”slow travel”. Kjernen i alle begrepene er å ta tiden tilbake og fokusere på kvalitet. ”Slow travel” handler for eksempel om å ta seg tid til å utforske hvert sted man reiser til grundig og oppleve den lokale kulturen, i stedet for å få med seg flest mulig severdigheter (Bjørklund 2015). Det disse fenomenene har til felles med sakte-TV er det å la ting ta den tiden det tar.

Innenfor film og TV er det flere konsepter som kan minne om sakte-TV. For det første vil jeg trekke frem dokumentarsjangeren eller generelt det dokumentariske. Dokumentarfilm er en sammensatt og bred sjanger, som man kan si at i all hovedsak handler om å skildre virkeligheten med autentiske personer, miljøer og hendelser. Selv om det finnes mange ulike dokumentarer med varierende særtrekk, har Bill Nichols forsøkt å gripe dokumentarfilmens generelle essens som følgende:

Documentary film speaks about situations and events involving real people (social actors) who present themselves to us as themselves in stories that convey a plausible proposal about, or perspective on, the lives, situations, and events portrayed. The distinct point of view of the filmmaker shapes this story into a way of seeing the historical world directly rather than into a fictional allegory (Nichols 2010:14).

For det første handler det om å filme virkeligheten, ofte mens den utspiller seg. For det andre handler det om ”ekte” mennesker, som gjerne ikke spiller en karakter men bare er seg selv. For det tredje viser dokumentarer en side av verden valgt ut av produsenten (Nichols 2010:14). Igjen må det påpekes at dette er en generell betegnelse på dokumentarfilmer, og at enkelte dokumentarer kan inneholde både klipping og action, slik at de ikke ligner på sakte-TV i det hele tatt. Likevel har sjangeren i sin helhet og definisjonen til Nichols noen karaktertrekk som kan minne om sakte-TV. I sakte-TV filmer kameraene det som dukker opp underveis, og ingen er leid inn til å være skuespillere. Menneskene som blir filmet kan selvsagt oppføre seg annerledes når de vet at de blir filmet, men de er fremdeles seg selv og spiller ikke en karakter, med mindre de eventuelt velger å kle seg ut. Når det gjelder produsentene i sakte-TV, filmer de i hovedsak det som dukker opp. De har likevel mulighet til å velge ulike kameravinkler, og kan derfor være med å bestemme hvilken del av virkeligheten som blir vist, slik som i en dokumentar. Hovedforskjellen på dokumentarer og på sakte-TV, er nok kanskje at det som regel ikke er så mye informasjon i sakte-TV, men mer en dokumentarisk opplevelse der man får se det som skjer i reell tid.

Det å filme en hendelse i sin fullstendige lengde, slik man gjør i sakte-TV, ble gjort allerede i noen av verdens første filmer. Man kan si at den dokumentariske grenen går helt tilbake til 1890-årene med brødrene Auguste og Louis Lumière. I deres kortfilm *The Arrival of a Train at La Ciotat* fra 1895, filmes et tog som ankommer stasjonen La Ciotat og passasjerer som går av. Filmen varer i 50 sekunder, har ingen store kamerabevegelser, og består av én sammenhengende takning (Cinema History 2013). En annen film er *Sleep* fra 1963, der filmkunstneren Andy Warhol filmet poeten John Giorno som sov i fem timer. Filmen, som er sammensatt av ulike klipp av Giornos sovende kropp, var en del av Warhols eksperimentelle kortfilmer der han filmet tilnærmet ubevegelige motiver (Comenas 2015). Både *The Arrival of a Train at La Ciotat* og *Sleep* kan minne om sakte-TV, ved at det filmes en hendelse i sin fulle lengde, det filmes med én sammenhengende takning, samt at det filmes relativt stillestående motiver.

En annen sjanger jeg vil trekke frem, som kan minne om sakte-TV, er ”slow cinema”. Denne sjangeren har også tydelige dokumentariske trekk, men regnes i hovedsak som en kunstfilmsjanger. Nadin Mai, som har forsket på slow cinema, har gitt følgende kjennetegn ved sjangeren: Filmene i slow cinema varer vanligvis lenge, ofte mellom 6-9 timer, men de kan også vare ennå lengre. Når karakterene tar pause, blir kameraet gjerne stående, slik at man som seer kan ta pause sammen med karakterene. Personene som blir filmet trenger ikke å være skuespillere, men kan være helt vanlige mennesker. Filmene har vanligvis veldig lange takninger, og det er lite eller ingen bruk av musikk og dialog. Mange av filmene er tatt opp i naturen fremfor i urbane miljøer, og fokuset er ofte på menneskers hverdagslige rutiner og omgivelser (Prevett 2016b). Sakte-TV handler også mye om hverdagslige hendelser som det å strikke, fiske, synge, og å reise med tog og båt. På samme måte som sakte-TV, er et mål med slow cinema å roe ned og ta den tiden det tar å følge det som skjer. For eksempel den tiden det tar å bli kjent med karakterene i en slow cinema-film. Det handler i hovedsak om å bruke tid på noe man gjerne ikke gjør ellers, og opplevelsen av det å være i øyeblikket (Prevett 2016b).

Foruten om dokumentarsjangeren og slow cinema er det videre flere andre konsepter som kan ligne på sakte-TV, som for eksempel TV-programmet *The Yule Log* som startet i USA i 1966. Programmet, som blir sendt rundt juletider, filmer vedkubber som brenner i peisen, akkompagnert av julemusikk i bakgrunnen (IMDb 2016). Dette programmet kan på noen områder assosieres med NRKs sakte-TV program *Nasjonal vedkveld*, der seerne blant annet kunne se på et bål minutt for minutt. Selv om dette programmet også hadde intervjuer



og andre innslag om ved, var hele natten satt av til å filme bålet som brant. Og på samme måte som i *The Yule Log*, var NRKs bål også akkompagnert av musikk (NRK 2013).

Også i Tyskland har det blitt laget en produksjon som kan minne om sakte-TV. I 2001 startet Bahn-TV, som var en TV-kanal som viste programmer om tog og andre togrelaterte ting. Det som derimot kanskje minner mest om sakte-TV, er det britiske konseptet *Driver's eye view* fra 1984. Som togentusiast følte Peter Middleton at togprogrammer på fjernsynet ikke viste det togentusiaster gjerne ønsket å se. Han var lei av at kameraene bare viste utsikten fra førerhuset i noen få sekunder, før de byttet kameravinkel. Middleton, som selv var TV-kameramann og regissør, ville gjerne se mer av utsikten fra førerhuset. Dette førte til ideen hans om å starte med konseptet *Driver's eye view*, som er videoer som følger tog langs den britiske jernbanelinjen. Videoene viser blant annet hva togførerne ser ut av vinduet sitt, slik Middleton ønsket. En fortellerstemme kommer med historisk og faktabasert informasjon underveis, og pålagt tekst sier hvilke tunneller togene kjører igjennom, samt hvilke stasjoner togene ankommer (Video 125). På flere måter kan *Driver's eye view* minne om NRKs første sakte-TV-produksjon, *Bergensbanen minutt for minutt*, da begge produksjonene filmer utsikten fra førerhuset og har pålagt tekst som beskriver hvilke tunneller toget kjører igjennom (NRK 2009).

Her i Norge er det kanskje NRK-programmet *Norge Rundt* som minner mest om sakte-TV, i hvert fall når det gjelder tema. Dette TV-programmet ble første gang sendt på NRK i 1976 og er fortsatt blant de mest sette programmene i Norge. En tidligere programleder i programmet har sagt følgende; ”I ei tid der alle verkar å vere stressa fortel Norge Rundt historier om folk med altfor mykje tid. Folk som gjerne brukar all denne tida på å lage tilsynelatende totalt unyttige ting” (Pettersen 2016). Programmet har tatt opp temaer som treskjæring, strikking, saueklipping og dyrehistorier for å nevne noen. Både strikking, saueklipping og dyrehistorier har også vært tema i sakte-TV-programmene. I tillegg har programmet en likhet med sakte-TV når det gjelder fokuset på norsk kultur og nordmenns hverdagslige aktiviteter.

Generelt kan det virke som varianter av sakte-TV har blitt mer utbredt de siste årene. Om utviklingen har en sammenheng med NRKs produksjoner eller ikke, er vanskelig å si. Uansett har vi sett flere varianter av sakte-TV bare i løpet av den siste tiden. Regionavisen *Bergens Tidende* sendte blant annet ”Bergen i sol minutt for minutt” direkte på Facebooksiden deres våren 2016. Sendingen bestod av en journalist som vandret til forskjellige steder i Bergen sentrum ut i fra seernes ønsker i kommentarfeltet. Journalisten filmet mens hun gikk og publikum fikk se omgivelsene rundt, i tillegg til at hun snakket med

enkelte mennesker hun møtte underveis. Sendingen fikk stor respons fra seerne, og avisen fulgte opp med slike sendinger på ulike steder i Hordaland gjennom sommeren. Et annet eksempel er underholdningsprogrammet *Senkveld* sin direktesending på Facebook våren 2016 av en isblokk som smeltet. I 55 minutter kunne publikum følge isblokken som smeltet minutt for minutt, og legge igjen kommentarer under videoen. Direktesendingen fikk 227 000 visninger og rundt 3000 kommentarer fra seerne. Dette er begge nyere eksempler som viser at sakte-TV kan dukke opp i andre varianter og formater enn NRK sine. Selv om man kan finne andre konsepter og sjangre som kan minne om sakte-TV, skiller disse nevnte eksemplene seg likevel fra det vi kjenner som sakte-TV i dag på visse punkter, enten det gjelder formatet, innholdet eller visningsmediet.

## 2.4 Kjennetegn ved sakte-TV

Som nevnt innledningsvis er sakte-TV i dag et begrep som har fått feste i det norske språket og gjort seg til kjenne som slow TV i utlandet. Hva er egentlig kjennetegnene ved denne sjangeren? Prosjektleder for flere av sakte-TV-produksjonene, Thomas Hellum, har trukket frem fire viktige kriterier for hva sakte-TV er (tilsendt på e-post fra Thomas Hellum 05.05.2016). Disse kriteriene blir fylligere beskrevet ut i fra Tim Prevetts forskning, ettersom han har intervjuet NRK om hva sakte-TV er for noe. Dette er altså NRKs egne kriterier for hva sakte-TV er og bør være, og andre aktører kan muligens lage sakte-TV på andre måter.

Det første kriteriet er at sakte-TV hovedsakelig skal være en direktesendt produksjon. Det første prosjektet, *Bergensbanen minutt for minutt*, var imidlertid en produksjon som ble sendt i opptak. Dermed var det nesten ingen som visste om at NRK skulle være om bord på toget den dagen de filmet, og heller ingen som møtte opp langs stoppestedene underveis. Da de senere skulle lage *Hurtigruten minutt for minutt*, ønsket de derfor å sende direkte, slik at publikum hadde mulighet til å delta om de ville (Hellum 2014). De senere prosjektene har alle vært direktesendte, bortsett fra *Nordlandsbanen minutt for minutt*, som var fire ulike opptak av togstrekningen spilt inn i fire ulike årstider. Disse ble så redigert til ett sammenhengende program der publikum fikk se strekningen forandre seg og veksle fra vinter og vår til sommer og høst (NRK 2012).

At sakte-TV sendes direkte kan kanskje gi publikum følelsen av å være tilstede i ekte tid og rom ved at man som seer får være vitne til og oppleve hendelsen mens den skjer (Jensen og Ljøen 2014). NRK kunne blant annet filme folk som vinket underveis. Mange hadde en telefon i hånden, og når de fikk beskjed om at de var på TV fra bekjente som så på direktesendingen, vinket de til kamera. Det å sende direkte er en viktig del av sakte-TV-

sjangeren, og også en essensiell del av fjernsynsmediet for øvrig, som jeg kommer tilbake til i kapittel 3. Å sende direkte er en uforutsigbar produksjon der det kan skje ting underveis som man ikke kunne forutsett. Dette kan gi en ekstra spenning i noe som i utgangspunktet er en sending uten dramaturgi. I *Hurtigruten minutt for minutt* ble det for eksempel smådramatisk da en rytter plutselig falt av hesten sin, og seerne ringte da inn til NRK for å høre om det gikk bra med ham, noe det heldigvis gjorde (Hellum 2014).

Det er derimot viktig å skille sakte-TV fra andre direktesendte sendinger, som for eksempel sportsbegivenheter som OL. Selv om slike sendinger filmer det som skjer i reell tid, er det spesielt to ting som skiller dem fra sakte-TV-formatet. Under en OL-sending velger produsenten vanligvis ikke lange kamerasekvenser fra det samme perspektivet slik man gjør i sakte-TV. Selv om produsenten i sakte-TV kan velge hvilket kamera det sendes fra for å vise det beste bildet, er det ingen hopp verken frem eller tilbake i tid. Videre vil store direktesendinger vanligvis ha en kommentator som informerer seerne om det som utspiller seg, og som ofte er særlig aktiv i perioder med venting der lite skjer. I sakte-TV er en slik aktiv fortellerstemme fraværende. Selv om produksjonene har programledere som kan ha intervjuer eller komme med annen informasjon til seerne underveis, er det som regel ingen som kommenterer det som skjer. Som Prevett påpeker, filmer vanligvis kameraene det som måtte dukke opp med de naturlige lydene underveis, i tillegg til eventuelt noe pålagt musikk (Prevett 2014a).

Det andre kriteriet for sakte-TV er at det må være en uavbrutt tidslinje der alt skal være med. Sakte-TV skal vise den aktuelle hendelsen fra start til slutt, og la det ta den tiden det tar. Dermed får publikum mulighet til å oppleve hendelsen i reel tid i stedet for å bli presentert for et utdrag eller et sammendrag. Den uavbrutte tidslinjen innebærer at det ikke skal være en produsent som har bestemt at noe er kjedelig og dermed skal klippes vekk. I sakte-TV er tanken at ingenting er for kjedelig til å bli vist. For eksempel lot de kameraet stå på og filme mens Hurtigruten lå til kai, slik at man kunne følge med på av- og pålessing av gods. Uansett om det er et opptak eller en direktesending, filmes og vises hendelsen i akkurat den tiden den bruker, derav minutt-for-minutt-begrepet. Prevett forklarer at dette kan være et dyr, en reise eller en hendelse. Sendingene kan vare i alt i fra ti minutter til fem og et halvt døgn, men fellesnevneren er at sendingene som regel varer lenge (Prevett 2014b).

For utenom at sendingene skal være direktesendte og ha en uavbrutt tidslinje, skal sakte-TV for det tredje være en TV-produksjon av høy kvalitet. Dette innebærer at sendingen bør filmes i HD, være en flerkameraproduksjon, samt filmes med like gode kameraer som i andre storproduksjoner som for eksempel OL og VM. Denne høye produksjonskvaliteten

kunne man for eksempel se i *Hurtigruten minutt for minutt* der totalt 11 kameraer ble benyttet. Blant disse var et HD-kamera som var spesialdesignet for å kunne henge i baugen og som kunne heves og senkes. Det var også et Cineflex-kamera som gjorde det mulig å zoome inn på mennesker som stod og vinket langs kysten flere hundre meter unna. Dette er det samme kameraet som blant annet brukes under verdens største sykkelritt, *Tour de France* (Lunde og Lysvold 2011).

Ikke minst synes NRK det er viktig at det blir brukt nye og kreative kameraløsninger for å gjøre sendingen best mulig. I *Saltstraumen minutt for minutt* ønsket NRK å få engasjerende bilder av vann som beveget seg, noe som i utgangspunktet kan være kjedelig å se på. Her prøvde de seg frem med ulike tekniske muligheter, og endte opp med flere forskjellige løsninger. Det var blant annet et kamera på en hjemmelaget miniubåt, et kamera festet i en kabel som kunne bevege seg over én kilometer fra den ene enden av Saltstraumen til den andre, og en 3D-modell av havbunnen som visualiserte vannmassens bevegelser. Seerne fikk ut i fra dette se relativt spektakulære bilder av en hel tidevannssyklus med flo og fjære, og livet under vann i totalt 12 timer (Skrede 2016).

Det fjerde kriteriet i følge NRK er at sakte-TV-programmene må handle om ”en reise eller tema som er verdt å fortelle”. Dette er kanskje det kriteriet som er minst presist, da det kan være uenighet om hva som er verdt å fortelle om og ikke. Enkelte seere har gjort narr av NRK og sagt at de kan lage sakte-TV om hva som helst, som for eksempel maling som tørker (Elnan 2013). Hellum har derimot uttalt at ”Sakte-TV er ikke å se maling tørke eller isfjell smelte. Vi elsker alle vitser om temaet, men hvis du ser på programmene våre, er det gode historier i bunn, som er verdt å fortelle” (Waatland 2017). Vi har enda ikke sett ”maling som tørker minutt for minutt”, men på julaften i 2016 kunne nordmenn se en ribbe bli tilberedt og stekt minutt for minutt i over syv timer, akkompagnert av julemusikk fra NRKs gamle vinylarkiv. *Ribba grad for grad* ble sett av over 600 000, som tilsier at seerne likte denne nye varianten av sakte-TV (Fossbakken 2016).

Hvorvidt ribben er et tema som er verdt å fortelle om, skal ikke jeg ta stilling til her. NRK mener uansett at sakte-TV i utgangspunktet bør handle om en reise eller et tema som er kulturelt forankret i historien vår, og som man som nordmann kan være stolt av og relatere seg til. Det er også et ønske fra NRK om å ta seerne med på den eventuelle reisen, slik at de kan oppleve det som om de er om bord på toget eller båten det er snakk om (Prevett 2015). Dette kan man i stor grad se ut i fra temaene som har vært i de til nå sendte produksjonene. Bergensbanen har for eksempel vært et viktig bindeledd mellom Østlandet og Vestlandet, og Hurtigruten har på samme måte vært et sentralt transportmiddel langs kysten. Gjennom

sendingene får publikum ta del i reisen og for noen kan det, som analysen kommer tilbake til, føles ut som de faktisk er med på den selv når de ser naturen passere forbi på TV-skjermen.

Også de fleste andre sendingene har vært nasjonalt kulturelt forankret, som for eksempel *Salmeboka minutt for minutt* som tok for seg alle de 899 salmene fra den norske salmeboken, som mange regner som en nasjonalskatt (NRK 2014). Videre ble *Hurtigruten minutt for minutt* som nevnt valgt ut som en del av Norges dokumentarv. I begrunnelsen for utvelgelsen stod det blant annet at TV-programmet har bidratt til å skape nasjonal identitet, samt at det har dokumentert kysten på en svært detaljert og unik måte. *Hurtigruten minutt for minutt* deler dermed plass i den viktige samlingen med blant annet Bjørnstjerne Bjørnsons originalmanuskript av "Ja, vi elsker" fra 1859 og Roald Amundsens sydpolfilm fra 1911 (Andersland og Strand 2012).

Selv om dette er NRKs fire hovedkriterier for å lage sakte-TV, er det en variasjon i sendingene når det gjelder tema og oppsett. Til tross for at sendingene filmer det som skjer i sin fullstendige lengde uten klipping, har noen programmer større innslag av intervjuer og kommentarer enn andre. I tillegg er det variasjon i temaene. Etter å ha sett det meste av samtlige sakte-TV-programmer, vil jeg si at sakte-TV finnes i fire varianter. For det første har man tog- og båtreisene som i hovedsak filmer en reise fra start til slutt, som blant annet *Telemarkskanalen minutt for minutt* og *Bergensbanen minutt for minutt*. Selv om det kan være både programledere, intervjuer og enkelte kommentarer i form av pålagt tekst underveis, er dette trolig den formen flest tenker på som sakte-TV. En stor del av sendetiden består bare av togskiner, bølger eller naturlandskap som passerer forbi, uten at det skjer så mye mer enn det. For det andre har man temasendingene som ofte omhandler en aktivitet som blant annet strikking, laksefiske eller vedbrenning. I *Nasjonal strikkekveld* fikk man blant annet se prosessen fra saueklipping, karding av ull og spinning av tråd, til ferdig strikket genser. Disse programmene er mer informative av art, da de kan inneholde flere intervjuer med mennesker som kan mye om det aktuelle temaet. Her er det ikke like mye stillestående filming som i de overnevnte reisene, i og med at det skjer mer underveis.

Den tredje varianten er dyresendingene som for eksempel *#NRKfjos, Fuglefjellet minutt for minutt* og den nyeste sendingen *Reinflytting minutt for minutt*. Dyresendingene er en blanding av de to førstnevnte variantene. Sendingene filmer minutt for minutt dyrene som beveger seg fra a til b eller som bare står stille. I tillegg er det en slags temasending der man får lære mer om dyrene, hvor eksperter innimellom kan kommentere atferden deres eller komme med faktaopplysninger underveis i sendingen. Det kan også komme opp faktabokser på skjermen med litt informasjon om det som skjer. Den fjerde varianten er de historiske

foredragene. Til nå er de sendte TV-programmene av denne varianten forelest av professor i sammenlignende politikk ved Universitetet i Bergen, Frank Aarebrot. Disse programmene er i enda større grad informative, da de omhandler ulike deler av norsk og utenlandsk historie. Kameraene veksler mellom å filme Aarebrot som forteller, en prosjektor med bilder og tekst, samt publikum som sitter i salen og følger med. Disse sakte-TV-programmene kan dermed minne om å være tilstede på en reell forelesning ved et universitet eller en høyskole. Likevel har disse produksjonene, i likhet med de andre sakte-TV-programmene, en uavbrutt tidslinje. Når Aarebrot skal ta en av sine røykepauser, blir kameraet med han ut, slik at seerne også får ta del i pausen og småpratene som foregår der. Disse produksjonene omtales av noen som akademisk sakte-TV.

Selv om det kan være noe variasjon i sakte-TV-programmene ut i fra om det er snakk om en reise, et tema, en dyresending eller et historisk foredrag, er det mange likheter som går igjen. Det spesielle med sakte-TV er hvordan produsenten i stor grad ikke bestemmer hva som skal skje i sendingen, men bare filmer det som måtte dukke opp. Sakte-TV er dermed ganske ulikt mange andre TV-programmer, filmer og serier, og skiller seg ut både i form og fortellerstil. Sjangeren kan sies å gå imot mange regler innen film og TV med mangel på handlingsstruktur, klipping, drama eller klimaks. I sakte-TV filmer kameraene det som måtte dukke opp underveis og viser hendelsen i sin fullstendige lengde.

## **2.5 Oppsummering**

Siden oppstarten av norsk sakte-TV på NRK i 2009, har sjangeren hatt en stor utvikling, både her i Norge men også i utlandet. Fra å begynne som en sprø idé, har konseptet vist seg å bli svært populært, og det har skapt et stort engasjement hos publikum. NRK har etter hvert produsert en lang rekke sendinger innenfor sjangeren, der de i hovedsak har forholdt seg til de fire kriteriene for hva de mener sakte-TV er. Sendingene skal være direktesendte produksjoner, de må ha en uavbrutt tidslinje, de skal være TV-produksjoner av høy kvalitet og de bør handle om et tema som er kulturelt forankret i historien vår. Det er nå snart åtte år siden den første sendingen, og sjangeren har for alvor satt sine spor i norsk fjernsynshistorie.

## Kapittel 3: Om fjernsynet

“You don’t own a TV? What’s all your furniture pointed at?”  
(Karakteren “Joey Tribbiani” i “Friends”)

For å forstå sakte-TV i en bredere kontekst, og informantenes opplevelser av sakte-TV, vil jeg i dette kapittelet ta for meg fjernsynet. For det første er det relevant å gi en kort fremstilling av hvordan TV har utviklet seg. Dette for å få et overblikk over hvilken TV-hverdag den eldre generasjonen vokste opp med, og hva den yngre generasjonen har vokst opp med. Denne fremstillingen kan gi et grunnlag for å forstå eventuelle forskjeller i hvordan de to aldersgruppene bruker og ser på TV i dag, og hvilke opplevelser de har av sakte-TV. Jeg vil i denne delen se den norske TV-situasjonen i lys av John Ellis’ historiske beskrivelse av fjernsynets faser. Videre vil jeg ta for meg flere begreper som vil være relevante i den senere analysen, som omhandler hvordan publikum velger ut det de skal se på TV og hvordan de ser på TV. Dette er blant annet begrepene ”ritualisert” og ”instrumentell” fjernsynsseing, ”gaze” og ”glance”, samt ”zappers”, ”loyals” og ”casuals”. Jeg vil i tillegg se litt nærmere på begrepene ”liveness” og ”mediebegivenhet” som også vil være sentrale begreper i analysen.

### 3.1 TV før, nå og i fremtiden

”The era of plenty is conceived as being a time of almost infinite choice” hevdet John Ellis tilbake i 2000 (Ellis 2000:169). Han spådde fjernsynets fremtid til en tid der man kunne se det innholdet man ville, på den måten man selv ønsket det gjennom ”television on demand” (Ellis 2000:39). Man kan si at Ellis fikk rett, da dagens TV-hverdag i stor grad er individualisert med valgfrihet og fleksibilitet for den enkelte seer. I dag har publikum mulighet til å velge og vrake blant et enormt utvalg TV-innhold, enten man vil se nyheter, kultur, politikk, underholdning eller sport. De analoge TV-signalene er blitt erstattet med digitale signaler, som har utvidet det totale TV-tilbudet betraktelig, og om man ønsker det er det mulig å ta inn bortimot all verdens TV-kanaler (Fordal 2016).

Mulighetene for hva man kan se på fjernsynet er ikke bare enorme, man har i tillegg anledning til å se på innholdet akkurat hvor og nærmest når det skulle passe seg. For det første kan publikum velge hvilken plattform de vil se TV-innholdet på, enten det er fjernsyn, datamaskin, nettbrett eller mobil, og for det andre kan de i stor grad velge når de vil se det. Mens man tidligere måtte se TV-programmet til et visst klokkeslett for å få det med seg, kan man i dag velge å sette på pause, ta det opp via PVR-dekodere eller se det når man vil på nett-TV. Om ikke man finner noe man vil se på fjernsynets kanaler, kan man velge blant et stort

utvalg TV-serier og filmer på strømmetjenester som Netflix og HBO. Man kan også se TV-lignende innhold via sosiale medier som YouTube og Facebook. Publikum kan være langt mer aktive i sine medievalg enn tidligere, og har i teorien mulighet til å komponere sin egen TV-meny (Ihlebak, Syvertsen og Ytreberg 2011:218).

Vi lever altså i det som, i følge Ellis, kan kalles overflodsfasen i fjernsynets historie. I boken *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*, har han kategorisert fjernsynets historie i tre faser. Disse fasene er ”knapphet” (scarcity) som varte frem til sent på 70-tallet, ”tilgjengelighet” (availability) som varte fra sent på 70-tallet til tidlig på 80-tallet og nevnte ”overflod” (plenty) som begynte på midten av 90-tallet. Her må det nevnes at flere andre land, som blant annet Storbritannia, var tidligere ute enn Norge med å få fjernsyn. Fasene kan av den grunn ikke overføres nøyaktig tidsmessig til den norske situasjonen, men man kan likevel knytte fasene til utviklingen som har skjedd i norsk fjernsynshistorie. Overflodsfasen er den TV-hverdagen dagens generasjon TV-seere vokser opp med, og som vi alle andre også er blitt mer eller mindre vant til. Når det gjelder de eldre og de yngre informantene i min studie, kan man si at de har vokst opp i henholdsvis knapphetsfasen og tilgjengelighetsfasen.

De eldre informantene i min studie er i alderen 49+, født i år 1968 eller tidligere. Det betyr at flere av dem var barn da fjernsynet kom på 60-tallet, mens andre ikke fikk oppleve TV før de ble ungdommer. Hvis man knytter denne perioden til Ellis’ kategorier, kan man si at de eldre informantene vokste opp i knapphetsfasen i fjernsynets historie. I rundt 20 år hadde den norske befolkning bare én kanal som viste innhold kun deler av dagen. Fjernsynet var på denne tiden helt synonymt med NRK ettersom kanalen hadde monopol på kringkastet fjernsyn og radio. Det norske folk kunne da velge om de ville høre eller se på NRK, for noe annet alternativ fantes ikke (Fordal 2016). I intervjuene fortalte flere av de eldre informantene ivrig om da de fikk fjernsyn for første gang, og hvor stas det var med dette nye ”møbelet”. Norge var, som nevnt, relativt sent ute med å få fjernsyn, men da det først kom i 1960 ble det i stor grad tatt godt i mot av publikum. Salget av TV-apparater gikk over all forventning, og de fleste så på fjernsynet som et verdifullt tilskudd til hverdagslivet. TV-en var et nytt møbel som måtte få en plass i hjemmet, og det var flere diskusjoner og forslag i en rekke aviser og ukeblader til hvilken plassering som ga den beste seeropplevelsen (Enli mfl. 2013:39).

De eldre informantene i studien min kunne på denne tiden blant annet følge med på barneprogrammene *Falkeklubben* og *Pernille og Mr. Nelson*, underholdningsprogrammene *Kvitt eller dobbelt* og *Smil til det skjulte kamera*, *Fjernsynsteateret*, stortingsdebatten ”Kings Bay-saken” og noen internasjonale fotballkamper. At det bare fantes én kanal førte til at en stor del av befolkningen så på det samme programmet samtidig. Selv om dette fremdeles kan



være tilfellet i dag, skjer det nødvendigvis ikke så ofte. Det forekommer som regel når det for eksempel er store sportssendinger som OL, eller verdens største musikkonkurranse, *Eurovision Song Contest* (mer om mediebegivenheter under punkt 3.4). Når mange så det samme programmet ble det ofte gjenstand for diskusjoner og et sentralt samtaletema. Innenfor landegrensene hadde hver nasjon gjerne sine favoritt-TV-programmer og karakterer som de diskuterte. Siterte man fra et TV-program blant andre var det stor sannsynlighet for at de visste akkurat hvilket program det var snakk om. Fjernsynet var med på å bygge opp et nasjonalt fellesskap, og med et stort publikum kunne mediet være tilbyder av en felles kultur av historier og meninger (Ellis 2000:45-47).

At publikum så de samme programmene, kunne også forekomme i TV-hverdagen til de yngre informantene mine. Disse informantene er i alderen 18-29 år og er født fra år 1988 til 1999. På den annen side var det også tilfeller av at publikum på denne tiden så forskjellige programmer på grunn av det økende TV-tilbudet. I 1988 kom kanalene TV3 og TVNorge, mens vi i 1992 fikk vår andre riksdekkende TV-kanal, TV2. NRK-monopolet som hadde vart fra 1930- til 1980-tallet var dermed oppløst (Fordal 2016). Ut i fra Ellis' kategorier kan man beskrive fasen de unge informantene vokste opp i som tilgjengelighetsfasen. I denne perioden hadde man et økende kanalutvalg med et relativt stort programtilbud, og flere kanaler kjempet døgnet rundt for oppmerksomheten til seerne (Ellis 2000:61). De yngre informantene i min studie så på denne tiden gjerne barneprogrammer som *Kykelikokos* og *Sesam stasjon*, underholdningsserier som *Mot i brøstet* og *Venner for livet*, og konkurranse- og realityprogrammer som *Fangene på fortet* og *Robinsonekspedisjonen*. Med et større utvalg kanaler, og en mer spredt publikumsgruppe, ble det vanskeligere å opprettholde det nasjonale fellesskapet der man så det samme programmet til samme tid. I diskusjonene endret spørsmålet seg fra "hva synes du om programmet i går kveld?" til "så du det programmet i går kveld?". Man kunne ikke lenger ta for gitt at andre hadde sett det samme programmet (Ellis 2000:70-71).

Utviklingen med et stadig økende tilbud har fortsatt frem til i dag, og den digitale utviklingen og konkurransen som har oppstått har ført til diskusjoner og spådommer om fjernsynets død. Som Enli mfl. påpeker i artikkelen "From fear of television to fear for television", har diskusjonene rundt TV i stor grad beveget seg fra frykten for fjernsynets effekter på publikum, til frykten for fjernsynets fremtid (Enli mfl. 2013:224). En annen artikkel med navn "The end of television – again!", tar blant annet opp hvordan grunnleggeren og administrerende direktør i Netflix, Reed Hastings, har argumentert for fjernsynets død. I 2015 uttalte Hastings følgende om fjernsynets fremtid; "in ten years-time or

twenty at the most, linear TV with a fixed schedule will be dead”. Hastings underbygde argumentet sitt ved å trekke linjer til hustelefonen, som etter hvert er blitt byttet delvis eller helt ut med mobiltelefonen. Han mener det samme vil skje når det gjelder TV, ved at nettstrømming vil ta plassen til tradisjonelt fjernsyn. Enli og Syvertsen påpeker likevel at spådommene om fjernsynets død ikke er en ny diskusjon, men en debatt som har pågått de siste tre tiårene. Allerede med fremkomsten av Internett på 1990-tallet startet diskusjonene om fjernsynets fremtid, men fremdeles eksisterer altså fjernsynet. Enli og Syvertsen trekker også frem at allmennkringkasterne har klart å opprettholde en sterkere posisjon enn det mange kanskje hadde forventet (Enli og Syvertsen 2016:143-146).

På den annen side er det tydelig at fjernsynet ikke lenger er en fellesreferanse i samme grad som tidligere, og at digitaliseringen og strømmetjenester har ført til at publikum ser mindre på tradisjonell TV. Dette gjelder særlig de yngre aldersgruppene. Der de eldre i aldersgruppen 50+ ser tre til fire timer hver dag, ser de på 30 år og yngre i underkant av to timer TV daglig (Kantar TNS 2016). Analysesjef i NRK, Kristian Tolonen, mener likevel at TV ikke er ut, men heller utvidet. Han har i mange år fulgt med på nordmenns mediekonsum og har uttalt følgende; ”Nedgangen i TV-seingen har vært på fem minutter årlig de siste tre årene. Fortsetter det betyr det at om først 15 år bruker vi mindre enn 100 minutter på å se på TV hver dag. Ting justeres. De dør nødvendigvis ikke” (Jensen 2014). Selv om det å ha et TV-apparat ikke nødvendigvis er en selvsagt ting og et ”møbel” for alle lenger, viser imidlertid statistikk fra norsk mediebarometer 2015 at 96 % av den norske befolkningen har ett eller flere TV-apparater hjemme (Vaage 2016:80). Det tilsier at fjernsynet fremdeles har sin naturlige plass i de fleste nordmenns hjem.

### **3.2 Fjernsynets betydning og ulike måter å se på TV**

“We take television for granted in a way similar to how we take everyday life for granted”, har Roger Silverstone en gang uttalt (Silverstone 1994:3). Fjernsynet er så integrert i hverdagslivet vårt at mange gjerne ikke tenker over hvorfor de ser på TV eller hvilken betydning det har for dem. Man kan likevel trekke frem noen funksjoner fjernsynet kan ha for en del seere. TV kan blant annet være en viktig kilde til identitet og tilhørighet, og bidra til å gi seerne en rekke kulturelle opplevelser. Fjernsynet kan bringe hele verden inn i publikums stue, og fungere som et ”vindu mot verden”. På den måten kan man si at fjernsynet har gjort stuen større og verden mindre (Silverstone 1994:29). Direkte nyhetsreportasjer kan sendes fra den ene siden av verden til den andre. Verden blir dermed knyttet sammen ved at man får se og høre om andre menneskers liv i ens private hjem og stue. Fjernsynet kan på den måten

være med på å utvide publikums forståelse av verden rundt, enten det er ting som skjer lokalt, nasjonalt eller internasjonalt (Silverstone 1994:19). Dette kan knyttes til Marshall McLuhans begrep "the global village", eller den globale landsbyen. På 60-tallet beskrev McLuhan en fremtidig situasjon der hele verden var sammenkoblet kommunikasjonsmessig ved hjelp av blant annet elektroniske medier. Han tenkte på den tiden at dette var fjernsynets oppgave, men i dag kan man si at det er Internett som i stor grad har tatt denne rollen (Gripsrud 2015:42-43).

På den annen side er fjernsynet fremdeles en viktig informasjonskilde for mange, trolig spesielt for de eldre i samfunnet som er storforbrukerne av mediet. Enli mfl. påpeker at de eldre ikke har vokst opp i den digitale hverdagen slik dagens unge har, og selv om flere eldre har tilgang til Internett nå enn før, er det ikke alle som nødvendigvis vet hvordan de skal bruke det. Fjernsynet blir da, gjerne sammen med aviser, en viktig ressurs for å holde seg oppdatert på nyheter og på hva som skjer i Norge og ellers i verden. Fjernsynet kan også i noen tilfeller kompensere for ensomhet etter tap av ektefelle eller venner, og kan ha betydning for deres livskvalitet i større eller mindre grad (Enli mfl. 2010:188-191).

Fjernsynet kan også skape rytme og rutiner, og på den måten være med på å strukturere hverdagen. Som Silverstone beskriver det; "Television accompanies us as we wake up, as we breakfast, as we have our tea and as we drink in bars" (Silverstone 1994:3). Fjernsynet bidrar til å gi en struktur på dagen og skiller ulike dager fra hverandre. Man våkner for eksempel opp til morgen-TV, ser kanskje litt underholdnings-TV til middagen, barna ser Barne-TV før de skal legge seg om kvelden, og man ser nyhetene før man tenker på å ta kvelden selv (Gripsrud 2015:33-34). Kringkastingens sendeskjema strukturerer ikke bare husholdningens dag, men kan også skille dager fra hverandre ved at bestemte TV-programmer sendes på bestemte dager. På samme måte markerer fjernsynet høytider som jul, 17. mai og påske, samt mediebegivenheter som kongelige bryllup og konkurranser som "Superbowl" og "Tour de France" (Silverstone 1994:20) (mer om mediebegivenheter under punkt 3.4). Enli mfl. påpeker igjen at det å bruke fjernsynet som en rutine i hverdagen trolig først og fremst gjelder de eldre. Hos dem kan ulike TV-programmer brukes for å strukturere dagen, for eksempel ved å være med på å bestemme når de skal spise middag eller legge seg (Enli mfl. 2010:191).

Hvorfor publikum velger å se på fjernsyn i utgangspunktet er også varierende. Ola Erstad har trukket frem flere grunner til hvorfor man velger å se på et bestemt TV-program. Man kan for eksempel bli påvirket av omgivelsene, som at familie, bekjente eller venner oppfordrer til å se på et bestemt TV-program, eller at TV-programmet har blitt reklamert for og fått omtale i media. Dette er alle "ytre faktorer" som kan påvirke ens TV-valg. Hvorfor

man velger et TV-program fremfor et annet, kan også skyldes ”indre faktorer”, der den enkelte persons preferanser og behov er avgjørende. Innenfor en rekke bruksstudier har forskere undersøkt menneskers bruk og valg av fjernsynsprogrammer, for å kartlegge hvilke motiver som ligger til grunn for valget. Dette kan for eksempel være at man ønsker å bli informert om hva som skjer i verden, at man ønsker å bli underholdt, at man ønsker en form for sosialt bakgrunnsstøyt, eller at man bare vil slappe av (Erstad 1993:48-51).

Erstad har videre definert to ulike måter for hvordan man velger ut hva man skal se på fjernsynet; ritualisert og instrumentell fjernsynsseing. Ritualisert fjernsynsseing vil si at seeren er mer opptatt av det å se på fjernsyn i seg selv, enn av hva vedkommende faktisk ser på skjermen. Dette kan knyttes til at det å se på fjernsyn for mange er en rutine i hverdagen. Etter endt arbeidsdag og fullførte gjøremål skrur mange på fjernsynet for å ”se hva som går”, uten noen klar intensjon om hva de egentlig ønsker å se. De er gjerne likegyldig til hva de ser, og kan se på ”hva som helst” for å slappe av (Erstad 1993:54). Ellis har påpekt at publikums store valgmuligheter når de skal se på TV kan bli et problem for dem, og at det da kan være befriende at sendeskjemaet ”velger” hva man skal se (Ellis 2000:171). Instrumentell fjernsynsseing vil derimot si at seeren er mer målrettet i programvalget. Her velger seeren ofte programmer ut i fra egen interesse eller nytteverdi, som at vedkommende ønsker å få med seg en fotballkamp med favorittlaget, eller se en nyhetssending for å bli oppdatert på dagens viktigste hendelser. Skillet mellom ritualisert og instrumentell fjernsynsseing er likevel på langt nær absolutt, og i praksis kan de gå over i hverandre (Erstad 1993:54).

Det er videre forskjell på hvor mye publikum følger med på det de ser på. I utgangspunktet er fjernsynet laget for både øyne og ører, og kan sees på som et ”primærmedium”. Det vil si et medium som får publikums hovedoppmerksomhet, i motsetning til radioen som sees på som et ”sekundærmedium”. De færreste setter seg i dag ned spesifikt for å høre på radio, men har radioen ofte på i bakgrunnen mens de gjør andre ting. Jostein Gripsrud hevder at stadig flere medier kanskje blir brukt som sekundærmedier, der man bare er halvt engasjert (Gripsrud 2015:13). Dette kan man antakelig si at har skjedd med fjernsynet i enkelte tilfeller, da det ikke alltid får publikums fulle oppmerksomhet lenger. Noen kan ha det på i bakgrunnen mens de spiser, gjør husarbeid, bruker sosiale medier eller mens barna leker. Dette er det Ervin Goffman ville kalt ”subsidiary involvement”, som kan oversettes til sekundært engasjement. Det vil si at fjernsynet kan være en aktivitet man følger med på, samtidig som man kan fokusere på andre ting man holder på med (Buonanno 2008:36).

Den amerikanske undersøkelsen "Digital Democracy Survey" fra 2016 er med på å bekrefte hvordan seerne kan "multitaske" mens de ser på TV. Undersøkelsen er gjennomført blant over 2000 amerikanske forbrukere i en periode i november 2016, og viser forskjellene i forbruk mellom de ulike aldersgruppene og generasjonene. Resultatene viser at 99 % av de yngre fra 14-33 år gjør andre ting samtidig som de ser på TV. Gjennomsnittlig oppga disse forskningsdeltakerne at de holdt på med fire andre aktiviteter mens de så på TV. Det kunne blant annet være å bruke sosiale medier, sende tekstmeldinger, bla og surfe på Internett, lese e-post og gjøre skolearbeid. For "milleniumsgenerasjonen" i alderen 20-33 år var det å bruke sosiale medier oppgitt som det de gjorde oftest mens de så på TV. Hos de eldre deltakerne, i "babyboom-generasjonen" fra 51 år og oppover, var det derimot flest som oppga at de ikke gjorde andre ting samtidig som de så på TV (Deloitte 2016). Her må det påpekes at disse tallene ikke automatisk kan generaliseres til Norge fordi seervanene kan avvike fra slik de er her i landet. Datamaterialets troverdighet kan også kritiseres fordi dette er forskningsobjektene egne utsagn om hva de selv gjør, men ingen faktisk observasjon. Likevel kan undersøkelsen gi et visst bilde av ulikhetene som kan finne sted mellom generasjoner.

At man bare ser på fjernsynet lettere engasjert kan relateres til det John Ellis har beskrevet som "gaze" og "glance". Enkelt forklart kan man si at "gaze" betyr å følge fokusert med på det man ser på, mens "glance" vil si at man bare følger delvis med. Ellis assosierer "gaze"-begrepet til det å se en film på kino, og "glance"-begrepet til det å se på fjernsyn. "TV's regime of vision is less intense than cinema's: it is a regime of the glance rather than the gaze. The gaze implies a concentration of the spectator's activity into that of looking; the glance implies that no extraordinary effort being invested in the activity of looking" (Ellis 1982:137). Det er ikke slik at opplevelsen av å se på fjernsyn nødvendigvis er mindre intens enn opplevelsen av å gå på kino. På fjernsynet blir seeren ofte snakket direkte til med en simulert øyekontakt, mens en kinovisning som regel gir publikummere en følelse av å være en tilskuer som bare observerer (Ellis 1982:138). Likevel hentyder "glance" og "gaze"-begrepene at der fjernsynet kan sees på med et distansert blikk, krever kinoen og filmen mer oppmerksomhet og konsentrasjon fra seeren. Her må det påpekes at dette nødvendigvis ikke alltid stemmer, da en TV-seer kan være vel så oppslukt i et program som det en kinoseer kan være og motsatt (Gripsrud 2015:215). På samme måte kan for eksempel flere TV-serier være kompliserte fortellinger som krever seerens fulle oppmerksomhet, mens andre igjen har en lettere oppbygging.

Når det gjelder hvor trofaste TV-seerne er, er det også forskjeller. Henry Jenkins har delt TV-seerne inn i de tre kategoriene ”zappers”, ”loyals” og ”casuals”. Det er ikke nødvendigvis slik at en seer alltid befinner seg innenfor en av disse kategoriene, da dette vil variere ut i fra konteksten. ”Zappers” er mennesker som til stadighet bytter kanal, og som dermed ofte bare ser deler av et program. Som navnet tilsier ligger fjernkontrollen sjelden i ro hos disse seerne. De er som oftest interessert i å se om det finnes et program som er bedre enn det forrige. ”Loyals” er derimot mer lojale enn ”zapperne”, selv om de ser mindre på TV enn den generelle befolkningen. Seerne innenfor denne kategorien velger ut noen programmer som best passer deres preferanser og interesser, og følger ofte nøye med på programmene. De kan også ta opp programmene for å være sikker på at de får sett dem, eller for å ha muligheten til å se programmene flere ganger. ”Loyals” snakker også ofte om programmene de har sett, og viser generelt et stort engasjement for programmene de liker. ”Casuals” er en kategori av seere som er litt midt imellom. Det kan være mennesker som ser på et bestemt TV-program når de kommer på det, eller om de ikke har noe annet å gjøre. Vanligvis ser de hele programmet, men det er ikke noe problem for dem å slå av midt i om de begynner å kjede seg. Det er også større sannsynlighet for at de gjør andre ting samtidig som de ser på TV-programmet (Jenkins 2006:74).

Det er altså forskjeller både på hvordan publikum velger ut det de skal se på TV, hvordan de ser på TV og hvilken betydning seingen har for dem. Som nevnt tidligere har det være en rekke spådommer om fjernsynets død, men kringkastingssjef Thor Gjermund Eriksen er blant dem som fortsatt har troen på lineær TV i fremtiden. Han trekker blant annet frem fjernsynets mulighet for å sende innhold som er live og samlende som årsaker til dette (Jensen 2014).

### **3.3 Liveness og forestilte fellesskap**

Til å begynne med var alt fjernsynsinhold direktesendt, men med den teknologiske utviklingen kom også de forhåndsinnspilte sendingene. I dag er det meste av det man ser på fjernsynet tatt opp på forhånd, og det kan gå både dager, uker, måneder og til og med år før det blir vist for seerne. Det som vises skjer nødvendigvis ikke ”her og nå”, men som seer kan man likevel få en følelse av at det nettopp er det som er tilfellet. Det er dette som er ”liveness” - en følelse av at det er direktesendt. Som Jostein Gripsrud forklarer det, ser man hendelsen med sine egne øyne. Det er ikke bare følelsen av at ”dette skjedde”, men at ”dette skjer rett foran deg, akkurat nå”. Dette gir fjernsynet en spesiell virkelighetseffekt (Gripsrud 1998:19). En rekke programmer utgir seg for å være live, mens de i virkeligheten er tatt opp og

forhåndsredigert. Likevel fremstår programmet som direktesendt ut i fra effekten TV-produsentene klarer å skape (Enli mfl. 2010:205). Anders Johansen forklarer effekten som følgende; ”Den fremgår av den direkte henvendelse til seerne, av den simulerte øyenkontakt, av spørsmålene som stilles på vegne av ’oss’”. Det skapes en illusjon om at det er direktesendt og at man som ser får overvære samtalene (Johansen 2001:377-378).

Liveness kan ikke bare gi følelsen av at det man ser er ekte og uredigert, men også en følelse av nærvær. Man får være tilstede i øyeblikket mens hendelsen utarter seg, sammen med de andre seerne, og sammen med dem som er tilstede i studio eller på hendelsesstedet. Slik Johansen beskriver det, er fjernsynet ”det medium som fremskaffer det mest livaktige inntrykk av en felles gjennomlevd nåtid” (Johansen 2001:376). Med det menes det at seerne får ta del i et ”forestilt fellesskap”, der man har en opplevelse av at man ser og opplever det samme som tusenvis av andre (Johansen 2001:378). Benedict Anderson forteller at det er ”forestilt” fordi man bare kjenner et fåtall av de andre medborgerne, og ellers er det mange man aldri kommer til å treffe. Likevel kan man tenke seg at de er en del av det samme fellesskapet som en selv (Anderson 1996:19). Daniel Dayan har en gang uttalt ”watching television is always a collective exercise, even when one is alone in front of the set” (Buonanno 2008:24). Når man ser på fjernsynet er det med en antakelse om at man ser det sammen med andre, ukjente seere, som man forventer at ser på. Dette er særlig gjeldene om man følger kringkastingens struktur og rytme i hverdagslivet, for som seer vet man da at man er blant mange tusen eller millioner som har sett det samme, samtidig (Gripsrud 2015:33-34).

Radioen kan i så måte også fremskaffe denne følelsen, ved at man lytter til en radiosending som så mange andre også lytter til. Likevel er det ofte først når man ”ser det med sine egne øyne” at det blir mer virkningsfullt (Johansen 2001:376-377). Når en spesiell hendelse finner sted, som for eksempel et terrorangrep eller en naturkatastrofe, er fjernsynet ofte et foretrukket medium for å få mer informasjon. Mange seere kan først oppleve en hendelse som reell når de får se den med sine egne øyne, slik de kan på fjernsynet. Dette henger sammen med fjernsynets liveness, og men også fjernsynets mulighet til å sende direkte (Enli mfl. 2010:205). Direktesendinger blir gjerne satt stor pris på av seerne, nettopp fordi de vet at det som skjer er virkelig. Dette ble uttrykt av flere av informantene, som jeg kommer tilbake til i analysen. I en direktesending vil materiale som ville vært fjernet om det var opptak, fortsatt være med i sendingen (Rath 1989:80). Som Johansen påpeker kan ”klønete håndtering av uforutsette problemer, misforståelser, forsnakkelser, til og med venting på at noe skal begynne å skje”, nettopp være det seerne verdsetter mest. Det er overbevisende tegn på nåtid og tilstedeværelse (Johansen 2001:377).

Som beskrevet kan det å se på TV potensielt gi en opplevelse av at man samles i et felles rom, der man kan få en følelse av samhörighet. Ellis beskriver det som en følelse av å være sammen selv om man er fra hverandre (Ellis 2000:176). Å se på TV gir ikke bare følelsen av ”jeg ser”, men kan også gi følelsen av ”jeg er blant dem som har sett”. Det kan oppleves som et kollektivt ”vi” som har felles erfaringer med de samme karakterene og replikkene fra et TV-program eller en TV-serie. Dette kan videre bekreftes i samtaler med andre der man gjerne diskuterer det man har sett på fjernsynet (Johansen 2001:278). Om dette er tilfellet, kan man si at programmet eller serien har hatt en ”watercooler”-effekt. Det kommer av at man tidligere som oftest så de samme programmene til samme tid, som da ble et samtaleemne dagen etter, enten på jobb, skole eller andre sosiale arenaer. På en arbeidsplass kunne man for eksempel møte andre kollegaer og snakke om ikke-relaterte emner som sladder, været, nye klær, reiser, filmer, fjernsynsprogrammer og TV-serier. Man trengte ikke å spørre om de andre hadde sett det aktuelle TV-programmet eller TV-serien, men antok i stedet automatisk at alle hadde sett på. Rundt ”vanndispenseren” kunne man diskutere karakterenes personlige utvikling, ”cliffhangers”, antakelser om hva som kom til å skje videre og lignende. Diskusjonene var dermed et resultat av at fjernsynet hadde klart å knytte flere mennesker sammen gjennom en felles opplevelse (Amento mfl. 2010:733).

I dag er det som tidligere nevnt ikke nødvendigvis slik at publikum har sett det samme programmet til samme tid. Opptaksmuligheter og strømmetjenester gjør det mulig for publikum å se programmer og serier uker, og til og med år etter at de først ble sendt. Dermed kan noen mennesker ligge flere episoder eller sesonger bak andre. ”Watercooler”-effekten er dermed ikke tilstede på den måten den var tidligere (Amento mfl. 2010:733). I dag er den i stedet ofte flyttet til Internett der man diskuterer det man har sett. Her er det relevant å trekke inn begrepet ”social TV”, eller sosial TV, som er en økende trend. I sin enkleste definisjon kan man si at sosial TV er sammenkoblingen mellom fjernsynet og sosiale medier, men begrepet har også blitt brukt de siste årene som et samlebegrep for hvordan vi ser på TV i dag (Proulx og Shepatin 2012).

Proulx og Shepatin har sagt at ”The Internet has not killed TV; it has actually become its best friend” (Proulx og Shepatin 2012). Internett kan på mange måter være en ressurs for fjernsynskanalerne for å engasjere seerne. Gjennom sosiale medier kan seerne for eksempel diskutere på Twitter og Facebook mens de ser på TV-programmet. Publikum har dermed muligheten til å ha en live-samtale med andre mennesker som ser på det samme TV-programmet samtidig. Sosiale medier har dermed gitt en slags umiddelbar tilgjengelig ”watercooler”-effekt, der man ikke trenger å vente til neste dag med å diskutere det man har



sett. Likevel er fortsatt det man ser på fjernsynet også et samtaleemne ansikt til ansikt. Dette gjelder kanskje særlig for de eldre, som er betydelig mindre på Internett enn de yngre. Mediebruksundersøkelsen fra 2015 viste at mens de yngre i alderen 20-34 brukte 367 minutter på Internett en gjennomsnittsdag, brukte de eldre på 55 år og oppover til sammenligning 106 minutter (Vaage 2016:62).

Tanken om et forestilt fellesskap blir altså utfordret av digitaliseringen. Seerne er ikke lenger avhengige av å skru på fjernsynet på et bestemt tidspunkt for å få med seg et TV-program, og begrepet om ”samtidighet” må utvides til ”omtrent samtidig”. For publikum trenger ikke å se nyhetssendingen eller underholdningsprogrammet samtidig for å kunne være med i en samtale om dette i ettertid. Så lenge seerne har fått med seg programmet mens det var aktuelt er det tilstrekkelig for å kunne diskuterte det (Gripsrud 2015:34). Likevel velger mange å se TV-programmer direkte, nettopp for å unngå at resultatet eller detaljer blir avslørt i mediene eller i diskusjoner mellom andre som har sett på.

### **3.4 Mediebegivenheter**

En annen sentral dimensjon ved fjernsynet, er dets evne til å samle tusenvis av seere når det skjer noe ekstraordinært. Som nevnt kan fjernsynet være en viktig nyhetskilde når tragiske hendelser skulle oppstå, som for eksempel terrorangrep, men det kan også fungere som en seremonimester når store begivenheter finner sted. I boken *Media events – the live broadcasting of history* fra 1992, har Daniel Dayan og Elihu Katz beskrevet noen fellestrekk for slike hendelser som de kaller for ”media events” eller ”mediebegivenheter”. De produksjonsmessige kjennetegnene til en mediebegivenhet er at sendingene som oftest er direkte sendte, at de skaper et brudd i sendeflaten, og at sendingene ofte er planlagt og annonsert i forveien. Selv om hendelsene kunne eksistert uten å bli kringkastet, er de som regel tilrettelagt for å bli sendt på TV. Mediebegivenheter tiltrekker seg vanligvis et stort publikum, ofte med flere millioner seere. Og ikke minst kan de skape en fellesskapsfølelse, enten det er nasjonalt eller internasjonalt (Dayan og Katz 1992:5-9).

Dayan og Katz deler mediebegivenheter inn i de tre kategoriene ”contest” (konkurranser), ”conquests” (erobringer) og ”coronations” (kroninger). Konkurranser er for eksempel store sportsarrangementer som OL og VM, og musikkarrangementer som Eurovision Song Contest. Det kan også være store politiske debatter som presidentvalg enten her i Norge eller i utlandet. Erobringer er sjeldne engangstilfeller, som både har en stor betydning i seg selv, men også fordi de får så stor mediedekning. Det mest brukte eksempelet på dette er månelandingen i 1969. Kroninger er seremonielle hendelser som for eksempel

kongebryllup, innsettelse og store begravelse av kjente personligheter som eksempelvis da den verdenskjente artisten Michael Jackson døde i 2009 (Dayan og Katz 1992:25-27). Også den landsdekkende nasjonale TV-sendingen av 17. mai-feiringen her i Norge kan sees på som en slik seremoniell hendelse, og kan plasseres i kategorien kroninger (Enli mfl. 2010:209).

Det er en del år siden Dayan og Katz først definerte mediebegivenheter, og medielandskapet har endret seg siden den gang. Det er blant annet ikke like lett å plassere en mediebegivenhet innenfor kategoriene de definerte, ettersom spekteret for hva som kan kalles en mediebegivenhet blir større. Dessuten fører det økende medietilbudet til at en mediebegivenhet nødvendigvis ikke er like altoppslukende for seerne som tidligere. I boken *Media Events in a Global Age* fra 2010, utfordres og utvides de opprinnelige definisjonene av en mediebegivenhet, og begrepet blir undersøkt i en langt større og rikere kontekst enn tidligere. Boken inneholder blant annet kapitlet "Beyond Media Events", der Dayan tar utgangspunkt i den opprinnelige tilnærmingen, og ser hvordan TV-virkeligheten har utviklet seg i de senere årene. Han beskriver for eksempel at det nærmest er umulig at en stor gruppe mennesker er fokusert på én begivenhet på én og samme tid, da det er så mye annet som tar seernes oppmerksomhet. Dayan forklarer også at skillet mellom hva som er en mediebegivenhet og hva som er en stor nyhet er mer utydelig nå enn tidligere, og at det har mye å si hvor stor dekning og hvilken vinkling hendelsen får i media (Couldry, Hepp og Friedrich 2010:27-29).

Også Katz forklarer hvordan mediebegivenhetsbegrepet har endret seg i bokens kapittel "No More Peace: How Disaster, Terror and War Have Upstaged Media Events". Her trekker han blant annet frem hvordan naturkatastrofer, terrorangrep og krig også kan være mediebegivenheter. Dette er uforutsette hendelser som ikke er planlagt at skal sendes på TV, men likevel kan hendelsene samle en hel verden foran fjernsynsapparatene (Couldry, Hepp og Friedrich 2010:39). Boken tar også for seg og beskriver hvordan mediebegivenheter ikke nødvendigvis trenger å foregå på fjernsynet, men publikum kan også oppleve og ta del i dem på Internett (Couldry, Hepp og Friedrich 2010:285). Ut i fra revurderingene av mediebegivenhetsbegrepet har Couldry og Hepp definert en mediebegivenhet i den globale tidsalder som følgende; "media events are certain situated, thickened, centering performances of mediated communication that are focused on a specific thematic core, cross different media products and reach a wide and diverse multiplicity of audiences and participants" (Couldry, Hepp og Friedrich 2010:12).

Selv om definisjonene av mediebegivenhetsbegrepet har endret seg i den globale tidsalder er det fremdeles et aktuelt begrep. Til tross for en hverdag med individualisert

mediebruk, er nok store direktesendte mediebegivenheter viktig også i dag. Selv om de kanskje ikke er like altoppslukende og får alle til å se på samtidig, klarer nok slike hendelser fremdeles å nå et stort publikum. Det er kanskje nettopp slike hendelser som gjør at publikum legger fra seg sine daglige rutiner, og samler seg som en nasjon, eller en hel verden, for å følge med på den samme saken. Et nyere eksempel på dette er presidentdebatten mellom presidentkandidatene Hillary Clinton og Donald Trump høsten 2016. Over 13 kanaler i forskjellige land sendte direkte fra det som ble den mest sette presidentdebatten noensinne med 84 millioner seere. I tillegg til disse tallene kommer alle seerne som så debatten på offentlige plasser, samt de som fulgte den på Internett (NTB 2016). Dette viser at fjernsynet fremdeles kan være sentral for å vise store begivenheter, som igjen kan samle tusenvis av mennesker foran TV-skjermen.

### **3.5 Oppsummering**

I dette kapittelet har jeg vist at mediehverdagen de eldre informantene i min studie har vokst opp med er en annen enn de yngre informantene sin. Mens de eldre vokste opp med én kanal med begrenset utvalg, vokste de yngre opp med flere kanaler og etter hvert også Internett. Fjernsynet kan ha varierende betydning for hver enkelt, men det er grunn til å tro at det kanskje har større betydning for de eldre enn de yngre. Det er videre forskjell på hvordan publikum velger ut det de skal se på TV, hvordan de ser på TV og hvor trofaste de er til det de ser på. Dagens generasjon vokser opp med et stort utvalg TV-innhold, der man ikke lenger er avhengig av å se favorittprogrammet når det blir sendt på TV, men kan i stedet se det nærmest akkurat når og hvor man vil. Dette har ført til flere diskusjoner om fjernsynets død, men det er grunn til å tro at mediet vil eksistere også fremover. Spesielt vil trolig direktesendte TV-programmer og mediebegivenheter kunne fortsette å samle tusenvis av TV-seere også fremover.

## **Kapittel 4: Metodisk tilnærming**

Å gjennomføre forskningsintervjuer er tidkrevende, og det er mange valg man må ta. I dette kapitlet vil jeg ta for meg forskningsprosessen og de metodiske valgene som er blitt gjort i denne studien. Dette gjelder generelt valg av metode, men også mer spesifikt angående utvalg og rekruttering av informanter, utarbeiding av intervjuguide, samt gjennomføring og tanker rundt pilotintervju og de resterende intervjuene. Jeg reflekterer også rundt etiske vurderinger og metodiske utfordringer, i tillegg til hvordan transkriberingen og analysen har foregått.

### **4.1 Det kvalitative intervju**

For å forstå og belyse et komplekst fenomen bør man ta i bruk egnede metodiske tilnærminger for å komme frem til ny kunnskap. Valg av metode henger videre nøye sammen med problemstilling og forskningsspørsmål. Når jeg i dette tilfellet ønsket å undersøke publikums erfaringer med og opplevelse av sakte-TV, var kvalitativ metode godt egnet. Dette er fordi det kvalitative intervjuet, også kalt den kvalitative forskningssamtalen, går i dybden av et tema. På den måten har man gode muligheter for å få et rikt datamateriale (Gentikow 2005:35-36). Innenfor det kvalitative intervju må man ta stilling til om man ønsker å gjennomføre enkeltintervjuer, parintervjuer eller fokusgrupper. Alle de tre intervjusituasjonene har sine fordeler og ulemper, som kan vurderes ut ifra hva som er studiens formål. Jeg har valgt å gjennomføre enkeltintervjuer fordi jeg er interessert i de enkelte personenes tanker om sakte-TV, fortalt med deres egne ord. Hadde jeg valgt parintervjuer eller kanskje særlig fokusgrupper med flere personer, kunne jeg risikert at en eller flere personer hadde dominert samtalen, slik at ikke hver enkelt informant fikk snakke ut. Jeg unngikk også at informantene var en homogen gruppe, som jeg kunne risikert dersom jeg eksempelvis hadde intervjuet en gruppe pensjonister fra et eldreheim (Gentikow 2005:85-86).

Som det fremgår av studiens problemstilling; *Hvilke erfaringer og opplevelser har to generasjoner av publikum med sakte-TV på NRK?*, ønsket jeg å forstå fenomenet fra publikums side. Jeg ville få frem publikums individuelle erfaringer og opplevelser, noe det kvalitative forskningsintervjuet egner seg godt til (Gentikow 2005:45). Med denne metoden kan man få et dypere innblikk i hvordan TV-bruken inngår i publikums hverdag og sosiale liv, enn om man hadde gjennomført en spørreundersøkelse eller en TV-metermåling. Eksempelvis kan en TV-metermåling gi statistikk over publikums bruk av fjernsynet, men den kan ikke si noe om deres erfaringer med og opplevelser av det de har sett (Gentikow 2005:17-18). På

samme måte er ikke alltid forhåndsdefinerte kategorier i et spørreskjema dekkende for de individuelle erfaringene og opplevelsene informantene har hatt. Dessuten kan spørreskjema med standardiserte spørsmål, som Gentikow også påpeker, generere standardiserte svar. Det kan også være begrensende for intervjuobjektene å uttrykke sine opplevelser dersom de bare har mulighet til å krysse av enkelte svaralternativer (Gentikow 2010:35-36).

Statistikk over hvor mange som ser på sakte-TV, hvor lenge de ser på og hva gjennomsnittsalderen er, kan åpenbart gi et visst innblikk i sjangerens betydning. Det interessante er imidlertid å finne ut *hvorfor* publikum valgte å se på sakte-TV i det hele tatt, i *hvilken* kontekst de så på og hvilken *opplevelse* det ga dem. Publikums tolkning av en medietekst varierer alltid ut fra kontekst og ens referanserammer. Det er ikke nødvendigvis slik at sakte-TV-programmene blir oppfattet på den måten de var intendert fra NRKs side. Alle budskap har mer enn én potensiell lesemåte, og dermed kan budskapet bli flertydig. Ikke minst kan programmene tolkes ulikt fra seer til seer, slik at opplevelsen kan bli forskjellig hos de ulike publikummerne. Dette er fordi publikum ikke bare er én masse som reagerer likt på en medietekst, og dermed blir samtlige av informantenes svar interessante (Hagen 2008:79-81). I det kvalitative intervjuet får informantene selv mulighet til å uttrykke sine tanker og følelser rundt det de har erfart og opplevd med egne ord (Hagen 2008:106).

#### **4.2 Utvalg og rekruttering av informanter**

Antall informanter og sammensetningen av disse avhenger av hvilken studie man gjennomfører, og det eksisterer ingen bestemte regler for hvordan dette skal gjøres. Barbara Gentikow anbefaler et antall på minimum ti informanter, og helst mellom 15 og 20 stykker (Gentikow 2005:76-77). I min studie valgte jeg å intervjuet tolv personer. Selv om det kan virke hensiktsmessig å intervjuet flest mulig for å få rikelig informasjon, er det ikke sikkert at jeg hadde fått mer og bedre informasjon om jeg hadde intervjuet flere. Gentikow beskriver dette som datamaterialets metningstilstand. Det vil si at man kommer til et punkt der nye informanter ikke tilfører noe nytt til det allerede eksisterende datamaterialet (Gentikow 2010:37). Ettersom jeg skulle gjennomføre en generasjonsstudie med to ulike alderssammensetninger, ønsket jeg å ha et rikt nok utvalg innenfor hver gruppe. Det var likevel viktig at intervjumaterialet ikke ble for stort og u håndterbart, og tolv personer virket å være gjennomførbart.

26. september 2016 la jeg ut følgende offentlige status på Facebook-profilen min:



Elisabeth Urdal ser på Sakte-TV.

26. september 2016 · Bergen ·

Har du hørt om sakte-TV?

Ja, de der litt spesielle programmene NRK sender. Jeg er i gang med min forskning om publikums opplevelse av sakte-TV. Har du ikke sett det sier du? Kanskje har du en kjæreste, en bror, en kollega, en mor, en tjommi, en tante eller en bestefar som har sett på?

Jeg trenger følgende personer til intervju:

- må være i aldersgruppen 18-29år eller 49år+
- må være bosatt i bergensområdet
- må ha sett noe av "Hurtigruten minutt for minutt", men gjerne andre sakte-TV-programmer i tillegg

Ekstremt lav terskel for å gi meg en lyd! 😊



Denne rekrutteringsmetoden kan sees på som en blanding av det som kalles ”selvseleksjon” og ”snøballmetoden”. Selvseleksjon vil si en oppfordring enten på et nettsted eller i form av en annonse, der man inviterer personer til å delta som informanter. Det positive med denne rekrutteringsmetoden er at informantene som ønsker å delta gjerne er engasjerte og kan gi gode og fyldige svar. Det kan også være lurt å få med deltakere som ikke melder seg selv, men som blir oppfordret av andre til å delta. Denne rekrutteringsmetoden omtales som snøballmetoden, der man ber en person man kjenner om å finne en ny person som kan delta, og eventuelt også enda et ledd (Gentikow 2005:80). I praksis fungerte snøballmetoden ved at statusen jeg la ut på Facebook ble delt videre av ni av mine venner, som skaffet meg flere informanter. Det var enkelte personer som tok kontakt direkte med meg, mens andre ble jeg tipset om og opprettet kontakt med selv.

I utgangspunktet var det ikke et krav om å ha en lik kjønnsfordeling, ettersom de fleste sakte-TV-programmene har hatt omtrent like mange kvinnelige og mannlige seere<sup>6</sup>. Det er snakk om et par forskjeller, som for eksempel at *Lakseelva minutt for minutt* ble sett av 163 000 flere menn enn kvinner, mens for eksempel *Nasjonal strikkekveld* ble sett av 58 000 flere kvinner enn menn. I *Hurtigruten minutt for minutt*, som er valgt ut som en felles referanseramme i studien min, var det nærmest ingen forskjell. Dette programmet ble sett av henholdsvis 1 487 000 kvinner og 1 471 000 menn. Det kan dermed virke som at sakte-TV er en sjanger som slår like godt an hos begge kjønn. Til tross for at det ikke var planlagt i forkant, endte utvalget mitt allikevel opp med seks kvinner og seks menn, med tre av hvert kjønn i hver aldersgruppe. Analysen har uansett, av samme grunn som nevnt ovenfor, ikke gått spesifikt inn for å se om kjønn har en betydning for opplevelsen.

Informantenes alder varierer fra 21 år til 73 år, som vil si at det er over 50 år som skiller yngste og eldste informant. Gjennomsnittsalderen blant den yngre gruppen er 25,6 år mens den er 64,5 år i den eldre gruppen. Generasjonsperspektivet gjør seg også synlig ved at alle informantene i den eldre gruppen har barn som enten er på alder med den yngre informantgruppen eller noen år eldre. I tillegg har samtlige av de eldre opptil flere barnebarn. Tre i den eldre gruppen er pensjonister, mens de tre andre fortsatt er i arbeid. Blant de yngre varierer det om informantene er studenter, om de har deltidsjobb ved siden av studier, eller om de er i fulltidsjobb. Ingen av de yngre har barn, og de fleste av dem befinner seg tidlig i etableringsfasen med samboere. Geografisk er de fleste av informantene fra bergensområdet, utenom tre av dem som er fra mindre byer og steder i landet. De har alle fullført videregående skole, men ikke alle har tatt høyere utdanning. Dette gjelder både den yngre og den eldre aldersgruppen. Noen av dem som har fullført høyere utdanning har bachelorgrad, mens andre har mastergrad.

### **4.3 Intervjuguide**

Den kvalitative forskningssamtalen i studien min har vært såkalte semistrukturerte eller halvstrukturerte intervjuer. Det vil si at temaet for intervjusamtalen var definert på forhånd i form av en intervjuguide. Ved å ha en intervjuguide sikrer man at informantene blir stilt omtrent de samme spørsmålene. Det er likevel stor grad av fleksibilitet i denne intervjuformen, slik at man har gode muligheter til å stille oppfølgingsspørsmål underveis.

---

<sup>6</sup> Se vedlegg 2 for statistikk over seertall

Dette gir informantene anledning til å komme inn på og fortelle om interessante tanker som man i utgangspunktet ikke hadde tenkt å stille spørsmål om (Gentikow 2005:49-50).

I utformingen av intervjuguiden var jeg bevisst på formuleringene, slik at spørsmålene skulle være konkrete og enkle å forstå (Gentikow 2005:89). Jeg unngikk for eksempel å bruke ordet ”format”, da dette kan være et ord ikke alle vet betydningen av. I stedet for å stille spørsmålet ”Er det innholdet eller formatet du interesserer deg mest for i sakte-TV?”, spurte jeg ”Er det temaet/innholdet du har interessert deg for, eller det at det går sakte?”. De fleste spørsmålene var relativt åpne, som la opp til at informantene måtte svare med en utdypende beskrivelse. Andre spørsmål var mer konkrete, som eksempelvis hvilke TV-sjangre informantene foretrakk. Her fremmet jeg noen eksempler på ulike TV-sjangre, slik at det ble enklere for informantene å svare kategorisert.

Intervjuguiden ble delt inn i syv delene ”Informantinformasjon”, ”Generelle TV-vaner”, ”Bakgrunnsspørsmål om sakte-TV”, ”Forskningsspørsmål 1: hvorfor se sakte-TV?”, ”Forskningsspørsmål 2: hvordan se sakte-TV?”, ”Forskningsspørsmål 3: opplevelse av å se sakte-TV” og ”Avslutningsspørsmål”<sup>7</sup>. Dermed unngikk jeg å ”kaste” informantene frem og tilbake mellom ulike temaer. Underveis i intervjusamtalen ble informantene informert om hvilken del vi var på, slik at de var forberedt på hvilke temaer de kommende spørsmålene kom til å handle om.

Den første delen, ”Informantinformasjon”, omhandlet bakgrunnsinformasjon om informantene. Ettersom studien fokuserer på generasjonsperspektivet hvor alderen er sentral, omhandlet disse spørsmålene kun det mest vesentlige, som eksempelvis fødselsår, utdanningsnivå og jobbstatus. Del to, ”Generelle TV-vaner”, kan likevel sees på som et videre innblikk i hvem informantene er. Denne delen omhandlet informantenes TV-vaner, som igjen sier noe om den enkelte informantens mediebruk. Delen begynte med det åpne spørsmålet ”Kan du fortelle litt om TV-vanene dine?”, som lot informantene fortelle fritt etter eget ønske. Det den enkelte informanten valgte å trekke frem sa selvsagt noe om personens TV-vaner, men spørsmålet var i hovedsak ment for å gi informantene en ”myk start” på samtalen. Videre ble informantene blant annet spurt om hvorfor de velger å se på TV, hvilke TV-programmer de pleier å se på, og om de ser på TV alene eller sammen med andre. Del tre, ”Bakgrunnsspørsmål om sakte-TV”, omhandlet grunnleggende spørsmål om sakte-TV. Her startet jeg med assosiasjonsspørsmålet ”Hva er det første du tenker på når jeg sier ordet sakte-

---

<sup>7</sup> Se vedlegg 3 for intervjuguide



TV". Dette skapte et skille mellom å snakke om generell TV-bruk og å snakke om sakte-TV, og det fikk i gang informantenes tankeprosess rundt sakte-TV (Gentikow 2005:92).

Del fire, fem og seks fokuserte på de konkrete forskningsspørsmålene i studien min. Del fire, "Forskingsspørsmål 1: hvorfor se sakte-TV?", inneholdt spørsmål om hvorfor informantene har sett på sakte-TV, de ulike programmene de har sett, og hvor lenge de har sett på. Del fem, "Forskingsspørsmål 2: hvordan se sakte-TV?", gikk innpå hvordan informantene har sett på sakte-TV, og særlig konteksten for TV-seingen. I denne delen gikk jeg nærmere inn på hvorvidt informantene så på TV-programmene alene eller sammen med andre, og om de gjorde andre ting samtidig som de så på sakte-TV. Del seks, "Forskingsspørsmål 3: opplevelse av å se sakte-TV", fokuserte på det siste forskningsspørsmålet om informantenes opplevelse av sakte-TV. Her var det fokus på hvilke følelser informantene fikk av å se på, og hvilken funksjon sakte-TV kan ha for seeren. Avslutningsvis tok del syv, "Avslutningsspørsmål", for seg hvordan informantene syntes intervjuet gikk, og om de hadde noen øvrige spørsmål til prosjektet.

#### **4.4 Intervjuetikk og metodiske utfordringer**

Når man gjennomfører intervjuer er det flere etiske problemstillinger man må ta hensyn til. Dette gjelder spesielt personopplysninger, som må behandles på en korrekt og forsvarlig måte. Det er også viktig at informantene blir godt informert om studien, og at de undertegner et samtykkeskjema før deltakelse (Gentikow 2005:64). I samtykkeskjemaet fikk informantene blant annet informasjon om hvordan datamaterialet skulle bli behandlet i forhold til anonymisering<sup>8</sup>. For å bevare anonymiteten til intervjuobjektene har informantenes navn blitt erstattet med pseudonymer. Informantene i den yngre aldersgruppen har fått navnene Herman, Andrea, Petter, Pernille, Emilie og Magnus, mens informantene i den eldre aldersgruppen har fått navnene Knut, Gunnar, Arvid, Sigrid, Hilde og Tove. Jeg valgte også å erstatte den eksakte alderen deres med aldersgruppene 18-29 og 49+, da det er generasjonsperspektivet som er i fokus og ikke informantenes individuelle alder.

For å beholde informantenes svar så autentiske som mulig, og ikke minst for å la samtalen flyte uten unaturlige stopp underveis, benyttet jeg opptaker til å spille inn lyden. For å forhindre at potensielle tekniske feil skulle kunne ødelegge intervjumaterialet, tok jeg opp lyden med både opptaker på mobil og på datamaskin. Disse opptakene ble slettet så fort de var transkribert. Siden elektroniske hjelpemidler skulle bli brukt i behandlingen av

---

<sup>8</sup> Se vedlegg 4 for samtykkeskjema

personopplysninger, var studien meldepliktig til Datatilsynet i henhold til personopplysningsloven §31 (Personopplysningsloven 2000 §31). Den 24. oktober 2016 fikk jeg godkjenning fra Norsk senter for forskningsdata (NSD)<sup>9</sup>, og jeg kunne dermed gå i gang med intervjuene.

Underveis i en intervjuopprosess kan det også dukke opp noen metodiske utfordringer. Selv om det kvalitative intervjuet gir informantene muligheten til å snakke mer eller mindre helt fritt, er det ikke nødvendigvis like lett for alle å sette ord på tankene sine. Dette kan resultere i skjevheter i datamaterialet, da noen informanter kan være dyktige til å formulere seg, mens andre ikke klarer dette like bra. Dette er et viktig punkt å ta hensyn til i analysedelen, slik at de mindre gode formuleringene ikke kommer i skyggen av de bedre sitatene (Hagen 2008:111). Et annet aspekt er at det kan være vanskelig for informantene å sette ord på opplevelser som de tidligere ikke har reflektert over. Selv om samtlige av informantene hadde sett på sakte-TV, hadde trolig de færreste av dem tenkt over hva de egentlig hadde opplevd før de fikk spørsmål om dette under intervjuet. Det positive er at informantene nettopp ble nødt til å tenke over disse opplevelsene, og at de i intervjusamtalen forhåpentligvis klarte å sette ord på noe de ikke har forsøkt eller klart å beskrive tidligere (Gentikow 2005:68).

Videre kunne det være vanskelig for informantene å huske opplevelsen, spesielt i tilfeller hvor det kan ha vært en stund siden de så på sakte-TV. Det felles referansepunktet gjennom programmet *Hurtigruten minutt for minutt* ble sendt så langt tilbake som i 2011, altså for seks år siden. På den annen side kan det hende at noen av informantene har sett denne sendingen i nyere tid, samt at de kan ha sett flere av de nyere sakte-TV-programmene. Det er også rimelig å anta at de fleste husker en del av programmene i og med at de meldte seg som informanter til en slik studie, som nettopp er interessert i informantenes tanker og refleksjoner rundt det de har sett. For å unngå problemet med at informantene ikke skulle huske tilbake til programmene, oppfordret jeg informantene til å se litt på sakte-TV i forkant av intervjuet. Dette ble foreslått slik at de kunne friske opp igjen hukommelsen dersom de følte behov for det. Jeg var tydelig på at dette ikke var et krav, og at de uansett ikke trengte å se så mye. I intervjusamtalene uttrykte flere av informantene at å se litt på sakte-TV i forkant av intervjuet hadde hjulpet dem til å huske tilbake, noe som kan ha bidratt til mer utdypende svar.

---

<sup>9</sup> Se vedlegg 5 for godkjenning og prosjektvurdering fra NSD

Selv om det viste seg at mange husket relativt godt tilbake til da de så på sakte-TV, vil det de forteller være deres egne minner fra det de så. Det er ikke sikkert at disse tankene samsvarer med den virkelige opplevelsen de hadde da de faktisk så på sakte-TV-programmene for første gang. Å finne frem til den eksakte sannheten om hva som skjer i hodet til publikum når de ser på et TV-program er nærmest umulig, og da bør man ta i bruk andre metodiske tilnæringsmåter, som eksempelvis etnografiske studier. Gjennom deltakende observasjon kunne man fått en bedre kontekstuell forståelse, samt at man kunne observert publikums spontane reaksjoner og umiddelbare respons der og da. Likevel vil man aldri kunne garantere at disse svarene er ærlige, og konteksten under en slik studie vil ikke være naturlig for seeren. En intervjusituasjon vil alltid være ”kunstig”, og informantene kan muligens gi sosialt aksepterte svar fordi de vet at de blir intervjuet (Hagen 2008:111-112).

Et annet moment som må nevnes er at den kvalitative metoden ikke er generaliserbar. Det betyr at man ikke kan si med sikkerhet at resultatene fra studien også er gjeldende for en større gruppe (Gentikow 2005:60). I mitt tilfelle har jeg bare intervjuet 12 personer i bergensområdet, og jeg kan derfor ikke si at samtlige eldre i Norge opplever sakte-TV på en viss måte, eller at alle de yngre opplever det på en annen måte. Min studie vil derimot gi en innsikt i en utvalgt gruppes beskrivelser av sakte-TV, samt deres erfaringer med og opplevelse av sjangeren. Analysen kan dermed gi en dypere innsikt i og en rik beskrivelse av sakte-TV. Ved å trekke inn teori og annen forskning kan man si at hovedmønstrene fra intervjuene muligens kan reflektere typiske trekk ved lignende grupper.

Til slutt må det nevnes at man muligens kunne fått en enda bedre forståelse av fenomenet sakte-TV dersom man hadde kombinert de kvalitative intervjuene med en innholdsanalyse. Etersom publikums oppfattelse av en tekst oppstår i interaksjonen mellom dem selv og teksten, kan det være sentralt å sammenligne publikums tolkning med tekstens meningspotensiale (Hagen 2008:107). På grunn av denne studiens begrensede omfang, har ikke dette blitt gjort i denne omgang.

#### **4.5 Pilotintervju**

For å teste intervjuguiden og intervjusituasjonen generelt i forkant av de faktiske intervjuene, gjennomførte jeg to pilotintervjuer. Jeg intervjuet først en ung person, og deretter en eldre. Å gjennomføre pilotintervjuer er betydningsfullt for å finne ut om det planlagte forskningsdesignet fungerer i praksis (Gentikow 2005:81). Her erfarte jeg at et par momenter kunne vært bedre, og tok da med meg disse erfaringene inn i de faktiske intervjuene. Dette gjaldt først og fremst at enkelte spørsmål i intervjuguiden burde bytte plassering, da jeg

opplevde at informantene i pilotintervjuene tidlig i samtalen svarte på spørsmål som jeg hadde tenkt å stille senere. En intervjuguide er bare en grov skisse og ikke et manus, men ved å bytte rekkefølgen på noen av spørsmålene fløt samtalen enda bedre i de andre intervjuene. Dersom noen informanter likevel svarte på spørsmål tidligere enn planlagt, lot jeg dem fullføre svaret der og da, samtidig som jeg tok opp igjen spørsmålet senere dersom jeg følte at det var behov for mer utdypning.

En annen erfaring fra pilotintervjuene var at jeg måtte bli enda flinkere til å stille gode oppfølgingsspørsmål. Det hendte at informanten nevnte noe interessant som jeg gjerne skulle ha hørt mer om, men som dessverre ble glemt etter at informanten hadde snakket seg ferdig. Dette kan potensielt ha gjort at jeg gikk glipp av interessante svar, men dette er vanskelig å si helt sikkert. Uansett var dette en god erfaring som gjorde at jeg i de resterende intervjuene var nøye på å lytte godt og notere stikkord underveis, slik at jeg enkelt kunne gå tilbake og stille oppfølgingsspørsmål i etterkant.

En tredje erfaring var at jeg måtte bli bedre til å la informanten snakke ut før jeg stilte et nytt spørsmål, selv om informanten begynte å snakke om ting som ikke var relevant. Da fikk ikke informanten følelsen av å bli avbrutt, og intervjuet forløp seg mer som en god samtale der man lytter ordentlig. Foruten om de nevnte erfaringene, var pilotintervjuene så gode at jeg valgte å ta dem begge med i intervjumaterialet i denne studien. Både den unge og den eldre pilotinformanten reflekterte og svarte utfyllende på nærmest alle spørsmålene, og ga så interessante svar at det ville vært feil å utelukke dem fra datamaterialet.

#### **4.6 Intervjusamtalen**

I forkant av både pilotintervjuene og de andre intervjuene kontaktet jeg de aktuelle personene, informerte dem kort om studien og understrekte anonymiteten. Jeg sendte dem også samtykkeskjemaet slik at de kunne lese igjennom dette i forkant av intervjuet, og komme med eventuelle spørsmål.

Omgivelsene rundt selve intervjuet kan være avgjørende for hvilke svar man får. I utgangspunktet ble gjennomføringen av intervjuene planlagt å finne sted i et seminarrom på universitetsområdet, men for dem som ikke har vært på universitetet før, eller som i det hele tatt ikke har fullført en høyere utdanning, kan et slikt sted virke fremmed og kanskje også skremmende (Gentikow 2005:43-44). Siden temaet for intervjuene var TV-seing og sakte-TV, besluttet jeg i samråd med min veileder at hjemmet ville egne seg best som plassering. Jeg ga informantene mulighet til å gjennomføre intervjuet på universitetet dersom det var ønskelig, men ytret et klart ønske om å gjennomføre dette hjemme hos dem dersom det var mulig.

Foruten om tre intervjuer, som ble gjort på seminarrom på universitetet, ble de resterende gjennomført hjemme hos informantene. Ved å gjennomføre intervjuene hjemme hos dem, kunne jeg få et visst inntrykk av hvilken betydning TV-mediet hadde for den enkelte (disse observasjonene blir gjort rede for i analysekapittelet).

Alle intervjuene startet med at informantene skrev under på samtykkeskjemaet, og at de fikk mulighet til å stille spørsmål rundt prosjektet. Deretter fikk informantene en liste med alle sakte-TV-produksjonene NRK har laget fra 2009 til 2016. Som nevnt var det et krav om at informantene måtte ha sett litt av *Hurtigruten minutt for minutt*, men at de gjerne kunne ha sett andre sakte-TV-programmer i tillegg. Informantene skulle markere på listen hvilke programmer de hadde sett alt av, og hvilke de hadde sett deler av. Dette skulle de gjøre uavhengig om de hadde sett programmene mens de gikk direkte på fjernsynet, om de hadde sett dem i opptak, eller en blanding (oversikten kan sees i analysekapittelet). Det var enklere at informantene fikk listen over programmer utlevert, enn at de selv skulle ramse opp alle de hadde sett, da dette ville innebåret en fare for at informantene kanskje ikke husket alle programmene på egenhånd.

Det viste seg at flere av informantene hadde sett mer sakte-TV enn de egentlig var klar over. Her må det imidlertid påpekes at det ikke ble kartlagt nøyaktig hvor mye informantene faktisk hadde sett på sakte-TV. En slik kartlegging vil ikke la seg gjøre uten et hjelpemiddel som for eksempel en dagbok, der informantene selv kan registrere mediebruk i forhold til tidsbruk, eller at informantene eventuelt deltar i en form for TV-panel der dette kan registreres elektronisk (Gentikow 2005:98). Etter avkryssingen hadde jeg uansett fått en god pekepinn på hvilke programmer de enkelte informantene hadde kunnskap om, slik at vi kunne konsentrere spørsmålene rundt disse programmene. Jeg var likevel bevisst på å ikke legge noen føringer for hvilke av sakte-TV-programmene vi diskuterte, og lot i stedet informantene selv få trekke frem programmene de ønsket å utdype om.

Både pilotintervjuene og de senere intervjuene varte i rundt en times tid, så spørsmålmengden virket å være passelig. Etter å ha skrevet bacheloroppgave om sakte-TV og generelt ha sett mye sakte-TV selv, hadde jeg allerede god innsikt i temaet i forkant av intervjuene. Dette var til god hjelp i samtale med informantene, da jeg kjente igjen alle beskrivelsene informantene gav fra programmene. På den måten visste jeg hva de snakket om og kunne stille gode oppfølgingsspørsmål. Jeg var likevel hele tiden opptatt av å holde en nøytral rolle som forsker og unngå å stille ledende spørsmål.

Det var også viktig at jeg som forsker tålte stillhet, uten å presse informantene til å svare med en gang. Informantene måtte få tid til å tenke over spørsmålene slik at de kunne

komme med et fornuftig svar uten å bli avbrutt av et nytt spørsmål. Som intervjuer bør man være flink til å lytte, og eventuelt gi beskjed dersom man ikke får med seg alt informantene sier. Man kan også gjenta deler av svaret for å forsikre seg om at man hørte riktig. Alt i alt må man ta i bruk såkalt ”boreteknikk” for å komme dypt nok i svarene informantene gir (Gentikow 2005:93-94). Det kan for eksempel innebære å følge opp svarene med å si ”kan du utdype det du sa nå?”, ”hva mener du med det?” og så videre. Samlet sett ga de tolv informantene varierte, gode og interessante svar som analysen i kapittel 5 kommer nærmere inn på.

#### **4.7 Transkribering og analyse**

Studiens empiriske datamateriale ble transkribert forløpende etter at intervjuene var gjennomført, mens jeg hadde intervjusamtalene ferskt i minnet. Sammenlagt fylte intervjuene 140 A4-sider, inkludert pilotintervjuene, som jeg som nevnt har tatt med i datamaterialet. For å spare noe tid i transkriberingsprosessen, valgte jeg å transkribere på ”normalspråk”. Siden studien min ikke er opptatt av informantenes geografiske bakgrunn, så jeg det ikke som betydningsfullt å få frem hvilken dialekt de hadde. Ved å skrive på normalspråk tok jeg også mer hensyn til informantenes anonymitet, samt at sitatene blir lettere å lese.

Det jeg derimot la vekt på var å transkribere og markere latter (ler), større gestikulering (teller på fingre ol.) og diverse lyder som ”ehm”, ”eh” og ”hm”. Kroppsspråket kan være med på å si noe om informantens tanker og følelser rundt spørsmålene som blir stilt. Dette kan ha betydning for studiens problemstilling, som nettopp omhandler erfaringer og opplevelser rundt sakte-TV. Videre har jeg markert med tre prikker ... når informantene har tatt en pause i snakkingen, og markert med [...] for tekst som er fjernet på grunn av irrelevant informasjon eller anonymisering med hensyn til personidentifisering. Med tanke på personidentifisering valgte jeg også, som tidligere nevnt, å gi informantene nye navn, og erstatte alderen med aldersgrupper.

Som Gentikow påpeker, starter analyseringen allerede i transkriberingsprosessen (Gentikow 2005:117). Ved å transkribere fikk jeg et innblikk i informantenes svar, og tankene som dukket opp underveis ble notert ned. Under selve analyseprosessen valgte jeg å skrive ut alle intervjuene på papir for å kunne notere i margin mens jeg leste gjennom. Sitatene ble klassifisert i ulike farger ut i fra hvilket av intervjuguidens temaer de besvarte. En slik temasentrert analyse sammenligner og ser på informantenes svar opp mot bestemte temaer (Gentikow 2005:136). På denne måten ble det lettere å analysere svarene direkte opp mot de

tre forskningsspørsmålene, samt å finne likheter og forskjeller i svarene til de to aldersgruppene.

#### **4.8 Oppsummering**

Materialet i studien baserer seg på intervjuer med totalt 12 informanter, inkludert to pilotintervjuer. Informantene er delt inn i to ulike ”generasjonsgrupper”, der den første gruppen er i alderen 18-29 år og den andre i alderen 49+. Dette ble gjort både for å sikre anonymiteten til informantene, men også for å få frem aldersforskjellene som er relevante i denne studien. Selv om jeg har delt inn informantene i to grupper, har alle intervjuene vært enkeltintervjuer. Spørsmålene har blitt stilt ut fra en forhåndsskrevet intervjuguide, for å sikre at informantene svarte på spørsmål som var relevante for problemstillingen og forskningsspørsmålene i studien. Intervjusamtalene har likevel ikke vært helt låst til intervjuguiden, slik at det har vært muligheter for å stille oppfølgingsspørsmål underveis.

## **Kapittel 5: Analyse**

I dette kapittelet vil jeg gjøre rede for og analysere datamaterialet, og se svarene opp mot studiens tre forskningsspørsmål. For å få en bedre forståelse av informantenes forhold til sakte-TV, vil det først være interessant å se hvordan de bruker fjernsyn generelt. Jeg vil blant annet ta for meg hvor mye informantene pleier å se på TV, hva de liker å se på TV og hvordan de ser på TV. Videre vil jeg gi en oversikt over hvilke sakte-TV-programmer informantene har sett i den yngre og i den eldre aldersgruppen. Deretter tar jeg for meg de tre forskningsspørsmålene i tre ulike deler. Basert på analysen vil jeg til slutt trekke frem ulike typer sakte-TV-seere.

### **5.1 Generelle TV-vaner**

Ettersom de fleste intervjuene ble utført hjemme hos informantene, fikk jeg et visst inntrykk av hvilken betydning fjernsynsseingen har for dem. Jeg fikk blant annet se hvor TV-en var plassert i hjemmet, og informantene forklarte hvordan de pleide å se på TV. Jeg fikk også oppleve kontrasten fra en yngre informants nye, store flatskjerm med all verdens applikasjoner, til en eldre informants gamle TV fra 70-tallet med antenne og uklare bilder. Et interessant aspekt jeg oppdaget var at så å si alle de eldre hadde lenestoler (eller TV-stoler som de kalte dem), plassert nesten rett foran fjernsynet. En av de eldre informantene fortalte at de kostbare stolene hadde motor i seg, og demonstrerte hvordan de fungerte. Hos de yngre var det ingen slike "TV-stoler" å finne, men i stedet sofaer som hos noen var plassert litt unna TV-skjermen. Hos de aller fleste informantene var imidlertid TV-skjermen plassert sentralt i stuen i nokså kort avstand fra sittemøbelet. Dette kan være en indikasjon på at selv om kanskje ikke alle ser på lineært TV lenger, har de fremdeles et TV-apparat i hjemmet, noe også mediebruksundersøkelsen fra 2015 dokumenterte (Vaage 2016:80).

På spørsmål om hvor mye informantene ser på TV, oppga samtlige at de ser litt TV hver dag. De yngre anslo at de ser mellom en til to timer og de eldre alt i fra to til fire timer hver dag. Disse tallene samsvarer med den norske befolkningens gjennomsnittlige seertid i 2016 på 2 timer og 47 minutter, samt at det er de eldre som ser mest (Kantar TNS 2016). Informantene forklarte videre hvordan det varierte fra uke til uke hvor mye de pleide å se på TV. Tove (49+) fortalte at hun nok ser mer TV enn hun selv tror, men at hun kunne ha dager der hun ikke så på TV i det hele tatt. Petter (18-29) nevnte at det kunne gå lange perioder uten at han så på TV, men at når han først likte en serie kunne han fort bli hektet.

Når det gjelder informantenes TV-preferanser, er det relativt likt i de to aldersgruppene. De unge nevnte oftest sjangre som sport, krim, underholdning og reality,



mens de eldre nevnte nyheter, krim, sport, kultur- og debattprogrammer, samt litt underholdning. I den yngre aldersgruppen var det individuelle forskjeller, spesielt rundt sport og reality, der noen foretrakk disse TV-sjangrene, mens andre uttrykte stor misnøye til dem. Flere av de unge nevnte også at de følger med på det meste av store drama- og actionserier. At de unge pleier å se på TV-serier kom også frem i Norsk mediebarometer fra 2015. Undersøkelsen viser også at fotball og sport er populært blant de unge, og særlig hos menn (Vaage 2016:51). Dette stemmer overens med min studie, der alle guttene svarte at de ser mye sport og er avhengige av å få med seg bestemte fotballkamper. Ingen av de unge sa at de ser nyheter på TV, men at de i stedet bruker andre kanaler for å holde seg oppdatert. Blant de eldre er nyheter derimot den mest foretrukne TV-sjangeren, og samtlige av de eldre informantene sa at de i hvert fall må ha med seg én nyhetssending om dagen. Statistikk fra Norsk mediebarometer viser også at det var en overvekt av eldre som så på nyhetsprogrammer i 2015 (Vaage 2016:56).

Når det gjelder hvordan de yngre og de eldre ser på TV er det et klart skille. Mens de yngre en sjelden gang ser på lineært fjernsyn, fortalte de eldre at de nesten alltid gjør det. Enkelte ganger kan det hende at de eldre kan ta opp TV-programmer og serier med PVR-dekoder, for eksempel hvis programmene de ønsker å se kolliderer med jobb eller andre gjøremål. ”Vi tar opp og så ser vi når det passer, eller når det ikke er noe å se på”, sa Sigrid (49+). Flere eldre fortalte at de har faste programmer de følger med på som de gjerne har på serieopptak på TV-boksen, eller at de eventuelt ser disse på nett-TV. Er det TV-programmer de liker spesielt godt, kan de ha programmene liggende som opptak på TV-boksen slik at de kan se dem om igjen senere. Dette kan relateres til Jenkins’ beskrivelse av ”loyals”, som holder fast ved sine favorittprogrammer, og Erstads beskrivelse av instrumentelle TV-seere som velger ut bestemte programmer etter egen interesse eller nytteverdi (Jenkins 2006:74; Erstad 1993:54). På den annen side var det et flertall av de eldre som uttrykte at de ofte så på TV bare for å slappe av, uten noen intensjon om hva de skulle se. ”Det er deilig. Av og til når du er litt sånn halvtrøtt er det godt å bare sitte der og sløve foran fjernsynet”, fortalte Hilde (49+). For Hilde, og flere av de andre eldre informantene, er det å se på fjernsyn en vane om kvelden. Det er noe de gjør når de er ferdige med dagens gjøremål, og da spiller det ikke alltid så stor rolle hva de ser på, slik det er med ritualiserte TV-seere (Erstad 1993:54). Her ser man hvordan skillet mellom instrumentelle og ritualiserte TV-seere ikke er absolutt, slik Erstad har påpekt, men at flertallet av de eldre som regel er ritualiserte i sin TV-seing.

I motsetning til de eldre informantene som nesten alltid ser TV lineært, pleier de unge bare å se på lineær TV når de er på besøk hos andre, som for eksempel hos besteforeldrene.

Det var bare én av de de unge informantene som sa at hun pleide å se på lineært TV hjemme hos seg selv. Pernille (18-29), var den eneste av de yngre som hadde TV-boks med kanaler, og da hun verken hadde opptaksmuligheter eller betalte for strømmetjenester, så hun som oftest på fjernsyn lineært. Tre av de andre unge informantene hadde ikke TV-boks med kanaler i det hele tatt, men de hadde likevel en TV i hjemmet. I stedet for TV-kanaler betalte de for et stort utvalg strømmetjenester som Netflix, TV2 Sumo, Viaplay, HBO Nordic og D-play. Også de to resterende informantene i den yngre aldersgruppen betalte for strømmetjenester. Selv om de har TV-boks inkludert i fellesutgiftene der de bor, har de valgt å ikke koble den til. ”Vi har bare ikke hatt behov for å trekke ledningen bort til TV-en. Dekoderen, eller den der boksen står der, eh...vi betaler for det uansett, men vi har bare ikke (ler), tatt oss det bryet. Vi har ikke savnet det, heller”, forklarte Emilie (18-29). På den annen side er ikke Emilie sikker på om hun hadde savnet strømming om *det* ikke fantes heller. Som hun sier; ”det er jo bare litt sånn, man er blitt vant til at man kan se det når man vil”.

Flere av de yngre uttalte at det ikke lenger er nødvendig med TV-boks for å se på TV, og at de heller ser på strømme-TV. Informantene oppga at strømme-TV gir dem stor valgfrihet til å velge innhold og når de skal se på. ”Det er jo den valgfriheten til å velge selv når du vil se, at du kan stoppe hvis du må løpe på butikken eller ha noe middag...det er klart at det, er praktisk” (Andrea 18-29år). Flere nevnte at det er for å spare penger og for å unngå NRK-lisensen, som er dyrt for studenter, men de velger altså å betale for en rekke strømmetjenester. De unge forklarte at det å ikke ha TV-dekoder fører til at de ser mindre på TV, ettersom det å se på TV i større grad blir en aktiv handling. Flere fortalte om at da de bodde hjemme hos foreldrene sine kunne de bare sette på TV og bla mellom kanalene for å finne noe å se på. Når de nå ikke har TV-kanaler, må de aktivt velge ut innhold etter egen interesse. ”Vi setter oss jo aldri ned, ja nå skal vi bare skru på TV-en og se hva som er på. Vi må jo bestemme oss for hva vi skal se på”, fortalte Magnus (18-29). Dette tyder på en overgang fra å være ritualiserte TV-seere, der de ofte så på ”hva som helst” når de bodde hos foreldrene, til å bli mer instrumentelle TV-seere etter at de flyttet hjemmefra, der de velger ut innhold etter egen interesse (Erstad 1993:54). Dette henger nok også sammen med at strømmetjenester gjerne ikke var tilgjengelige da de bodde hjemme hos foreldrene. Flere informanter forklarte at når de nå velger ut innhold selv blir konsentrasjonen også høyere, og de har sjelden TV på i bakgrunnen. ”Nå som jeg må være aktiv i valgene av hva jeg ser på, uten TV-dekoder, så er jeg ganske god på å bare se på TV” (Petter 18-29).

De fleste unge er altså instrumentelle TV-seere, der de er målrettet i programvalget og velger programmene de vil se ut i fra egne interesser. Som hos de eldre, kan imidlertid også

de yngre være ritualiserte innimellom, da de noen ganger bare vil se på TV for å se på TV, uten å bry seg så mye om hva de egentlig ser på (Erstad 1993:54). Herman fortalte hvordan det varierer om han ser på noe bestemt, eller på noe mer eller mindre tilfeldig.

Noen ganger vil jeg bli underholdt av en god serie der manuset og alt er godt, eller se på programmer som faktisk er interessante da...mens andre ganger prøver jeg å finne noe som er bare, helt hjernedødt, bare fordi jeg vil slappe av og bli underholdt av noe som er drit, som Paradise Hotel (Herman 18-29).

I hovedsak kan det uansett virke som de yngre bestemmer seg for hva de skal se, og også at de har bestemte programmer de pleier å følge med på. De fleste kan dermed sees på som ”loyals”. Selv om de ikke nødvendigvis ser så mye på TV totalt sett, er de lojale mot de programmene de følger med på (Jenkins 2006:74). Det er likevel ikke gitt at de unge alltid er ”loyals”, da det varierer ut i fra kontekst. Et eksempel på dette er Pernille (18-29) som var den eneste av de yngre informantene som hadde en tilkoblet TV-boks. Hun betalte som beskrevet ikke for noen strømmetjenester, så når hun ser på TV er det vanligvis lineært. Da er det også større sannsynlighet for at hun blir en ”zapper”. Hun fortalte at det kan hende at hun bare setter på TV og blar litt, og havner innpå et program som hun egentlig ikke hadde tenkt å se. Interesserer ikke dette programmet, tar hun fort opp fjernkontrollen og bytter kanal, slik ”zappere” ofte gjør (Jenkins 2006:74).

Selv om de unge ikke benytter seg av TV-boks, velger de fleste å koble innholdet de ser over på fjernsynet, enten via kabel, Apple TV, Chromecast eller lignende tilkoblingsmuligheter. På den måten kan de se innholdet som om det skulle gått på TV, i stort format. Da oppnår de ”TV-følelsen” som noen uttrykte. De bruker altså fjernsynsskjermen som en TV, bare med det innholdet de selv ønsker. Når de unge ser TV-innholdet på fjernsynsskjermen øker det konsentrasjonen deres. Som Andrea (18-29) sa; ”hvis jeg først kobler dataen til TV-en og ser på TV-TV, så ser jeg på TV liksom”. Et interessant poeng er nettopp det at fjernsynet, som blant annet Ellis og Gripsrud har beskrevet, blir sett på som noe man kan se på halvt engasjert, som et sekundærmedium (Ellis 1982:137). Det viste seg å ikke være tilfellet hos mine informanter. Kun et fåtall, av både de unge og de eldre, oppga at de pleide å gjøre andre ting samtidig som de så på TV, som for eksempel å strikke eller å være på mobilen. Flertallet fortalte at de nesten alltid fulgte med på det de så på fordi de var interessert i å få med seg alt. ”[...] ser jeg på TV, så ser jeg på TV”, uttrykte Arvid (49+). Disse svarene bryter dermed med den amerikanske undersøkelsen ”Digital Democracy Survey”, som konkluderte med at de unge vanligvis holder på med noe annet samtidig som de ser på TV, mens de eldre ikke gjør andre ting mens de ser på (Deloitte 2016). Når informantene mine har

sett på sakte-TV, kunne de imidlertid gjøre andre ting samtidig, som jeg kommer tilbake til senere i analysen.

For å oppsummere informantenes generelle TV-vaner, så ser de alle litt TV hver dag, men det er den eldre aldersgruppen som ser mest. TV-preferansene er relativt like blant de unge og de eldre, men der nyheter er fast TV-innhold for de eldre, holder de unge seg oppdatert på andre måter. Når det gjelder hvordan informantene ser på TV er det et skille mellom de eldre som pleier å se på lineær-TV og de yngre som i stor grad benytter seg av strømmetjenester. Selv om bare én av de yngre har en aktiv TV-boks, velger likevel flere av de andre i denne aldersgruppen å koble TV-innholdet fra datamaskinen over på en fjernsynsskjerm. På denne måten får de ”TV-følelsen”, som øker konsentrasjonen deres. Blant de yngre er det å se på TV i hovedsak en aktiv handling, der de velger ut det de vil se ut i fra egen interesse. De kan av den grunn omtales som instrumentelle TV-seere. Blant de eldre er det større variasjon i hvorvidt de velger ut bestemte programmer de skal se, eller om de bare ser på noe tilfeldig på TV fordi det er en rutine i hverdagen. Denne aldersgruppen kan dermed sees på som en blanding av instrumentelle og ritualiserte TV-seere. Både de unge og de eldre kan være såkalte ”loyals”, der de har faste programmer de liker og ønsker å få med seg. Samtidig er enkelte ”zappere” innimellom, som bytter kanal for å finne noe bedre å se på. Begge aldersgruppene følger som regel konsentrert med på det de ser på TV, og gjør sjelden andre ting samtidig. Med disse generelle TV-vanene i bakhodet, beveger vi oss nå over på analysen av informantenes forhold til sakte-TV.

## **5.2 Hvem har sett hva av sakte-TV?**

Som beskrevet i kapittel 4, fikk informantene utlevert en liste over NRKs sakte-TV-produksjoner før intervju samtalen startet. Her skulle de sette ett kryss (x) dersom de hadde sett deler av de opplistede programmene og to kryss (xx) dersom de hadde sett hele programmer. Dette gjaldt både om de hadde sett programmene mens de gikk direkte, om de hadde sett dem i opptak eller en blanding av disse to. Her må det igjen påpekes at det ikke ble spesifisert ovenfor informantene hvor lenge de måtte ha sett på for at et program skulle kunne markeres som sett. Noen av informantene fortalte at de nærmest bare hadde glimtet innom, mens andre hadde sett på i flere timer. Det vil dermed variere fra informant til informant, og ikke minst fra program til program, hvor lenge de har sett på. Under følger to tabeller som viser hvilke programmer hver informant hadde sett.

Oversikt over hvilke sakte-TV-programmer de eldre informantene hadde sett:

	Knut 49+	Gunnar 49+	Arvid 49+	Sigrid 49+	Hilde 49+	Tove 49+
<i>Bergensbanen minutt for minutt 2009</i>	xx	x	x	xx		x
<i>Flåmsbana minutt for minutt 2010</i>			x	x		
<i>Hurtigruten minutt for minutt 2011</i>	xx	x	x	xx	x	x
<i>Lakseelva minutt for minutt 2012</i>	x					
<i>Telemarkskanalen minutt for minutt 2012</i>	xx		x			x
<i>Nordlandsbanen minutt for minutt 2012</i>	x					
<i>Nasjonal vedkveld 2013</i>				x		x
<i>Sommeråpent minutt for minutt 2013</i>	x	x	x	x	x	
<i>Nasjonal strikkekveld 2013</i>				x		x
<i>200 år på 200 minutter 2014</i>		x	x			xx
<i>1814 på 24 timer 2014</i>						xx
<i>Piip-show 2014</i>						
<i>Salmeboka minutt for minutt 2014</i>	x			x	x	xx
<i>Krig på 200 minutter 2015</i>				x		
<i>Sommeråpent minutt for minutt 2015</i>	x	x	x		x	
<i>Saltstraumen minutt for minutt 2016</i>	x	x	x			
<i>Fuglefjellet minutt for minutt 2016</i>	x	x	x		x	x
<i>Hele Norge bygger minutt for minutt 2016</i>						
<i>Skibladners seilas minutt for minutt 2016</i>	x	x		x		x
<i>#NRKFjos 2016</i>						
<i>USA-valget: 227 år på 227 minutter 2016</i>						xx

Oversikt over hvilke sakte-TV-programmer de yngre informantene hadde sett:

	Herman 18-29	Andrea 18-29	Petter 18-29	Pernille 18-29	Emilie 18-29	Magnus 18-29
<i>Bergensbanen minutt for minutt 2009</i>	x	xx	x	x	x	x
<i>Flåmsbana minutt for minutt 2010</i>						
<i>Hurtigruten minutt for minutt 2011</i>	x	x	x	x	x	x
<i>Lakseelva minutt for minutt 2012</i>			x			
<i>Telemarkskanalen minutt for minutt 2012</i>		x		x		
<i>Nordlandsbanen minutt for minutt 2012</i>						
<i>Nasjonal vedkveld 2013</i>	x	x				
<i>Sommeråpent minutt for minutt 2013</i>		x	x	x		x
<i>Nasjonal strikkekveld 2013</i>		x		x		
<i>200 år på 200 minutter 2014</i>	x	xx	x	x		xx
<i>1814 på 24 timer 2014</i>						
<i>Piip-show 2014</i>						
<i>Salmeboka minutt for minutt 2014</i>	x	x				
<i>Krig på 200 minutter 2015</i>						x
<i>Sommeråpent minutt for minutt 2015</i>	x	x	x	x		
<i>Saltstraumen minutt for minutt 2016</i>		x		x		
<i>Fuglefjellet minutt for minutt 2016</i>		x				
<i>Hele Norge bygger minutt for minutt 2016</i>		x				
<i>Skibladners seilas minutt for minutt 2016</i>	x			x		
<i>#NRKFjos 2016</i>		x				
<i>USA-valget: 227 år på 227 minutter 2016</i>		xx	x			x

Som tabellene viser, hadde alle informantene sett flere sakte-TV-programmer. Det er likevel de eldre som har vært innom flest programmer (x), og også de eldre som har sett flest hele programmer (xx). At de eldre har sett mest stemmer overens med den generelle seertallsstatistikken til NRK, som presentert i kapittel 1. Kikker man nærmere innad i

aldersgruppene finner man også forskjeller. Blant de eldre er det særlig Knut (49+), Tove (49+) og Sigrid (49+) som utmerker seg med å ha sett mye sakte-TV. Knut (49+) og Sigrid (49+) hadde blant annet totalt sett hele *Bergensbanen minutt for minutt* og *Hurtigruten minutt for minutt*, mens Tove (49+) hadde fått med seg det meste av Aarebrots historiemaratoner og hele *Salmeboka minutt for minutt*. Det var også disse tre informantene som virket å ha mest engasjement og interesse for sakte-TV. I den andre enden finner vi særlig Hilde (49+) som uttrykte at hun hadde sett relativt lite på de få programmene hun hadde sett. Det viste seg også at hun var mindre begeistret for sakte-TV, som jeg kommer tilbake til. I den yngre aldersgruppen er det særlig Andrea (18-29) og Emilie (18-29) som utmerker seg. På den ene siden finner man Andrea som hadde fått med seg hele 14 av 21 programmer og uttrykte en begeistring for sjangeren. På den andre siden finner man Emilie som hadde sett minst av alle informantene, og som hadde et mer ambivalent forhold til sakte-TV. Siden hun har sett såpass lite sakte-TV, kan det også hende at enkelte av svarene hun ga ikke nødvendigvis alltid var hennes opplevelse av å se på, men i stedet hennes antakelse om andres opplevelser.

Totalt sett ble samtlige av sakte-TV-programmene sendt fra 2009 til 2016 dekket, med unntak av *Piip-show*. Det vil si at seererfaringene i denne studien spenner seg vidt i programomfang. Fire av deltakerne hadde også vært tilstede under sakte-TV-innspillinger. To av dem (Andrea 18-29 og Herman 18-29) var publikum under en av Aarebrots historiemaratoner, en (Hilde 49+) hadde vært ute i egen småbåt med flagg og kjørt etter Sommerbåten et år, og en fjerde (Pernille 18-29) hadde vært utenfor hytten sin og viftet med et påskrevet laken til Hurtigruten som kjørte forbi. Ingen av dem hadde blitt filmet under deltakelsen og de var dermed ikke synlig på TV-sendingene. Analysen vil ikke gå noe nærmere inn på denne deltakelsen, ettersom studien fokuserer på publikum som *seere* av programmene. At fire av tolv informanter var tilstede under innspilling, er uansett med på å bekrefte Sagens studie som viser at sakte-TV inviterer og oppfordrer til deltakelse, og at det er lav terskel for å bli med (Sagen 2016:24-25).

Med oversikten over hvem som har sett hva i bakhodet, vil jeg nå gå over på de tre forskningsspørsmålene. I den sammenheng må det igjen påpekes at informantene har fått snakke ganske fritt om de sakte-TV-programmene de ville. Det var ikke nødvendigvis slik at intervjuamtalene var innom alle programmene de hadde sett, men informantene fikk heller selv trekke frem de programmene de ønsket å snakke om. Det viste seg at flesteparten automatisk koblet sakte-TV til *Hurtigruten minutt for minutt*, og svarene vil av den grunn fokusere en del på dette programmet.

### 5.3 Forsknings spørsmål 1: Hvorfor se på sakte-TV?

Det første forsknings spørsmålet lyder som følger: *Hvorfor ser publikum på sakte-TV?* Som tidligere nevnt finnes det i dag et stort utvalg i TV-kanaler, ulike sjangre, filmer og så videre. Publikum kan velge om de vil se fjernsyn lineært, på nett-TV eller via strømmetjenester på Internett. De kan også bli underholdt og opplyst av en rekke TV-lignende innhold, som for eksempel videoer fra nettstedet YouTube. Med et så stort utvalg er det interessant å finne ut hvorfor publikum valgte å se på sakte-TV. Dette er TV-programmer som omhandler ganske ordinære og hverdagslige temaer, som båt, tog, ved, strikking og fiske. Det er ingen klipping eller spenningskurve, men likevel har flere tusen seere valgt å se på disse programmene. Som det fremgår av tabelloversiktene, var det forskjeller både mellom og innad i de to aldersgruppene på hvor mye sakte-TV de hadde sett. Samlet sett hadde informantene imidlertid sett en god del sakte-TV-programmer. Hva var det som motiverte dem til å se på sakte-TV, og hvorfor ble de sittende og se på?

#### 5.3.1 Se det andre ser

På spørsmål om hvorfor de så på sakte-TV svarte flere av informantene at dette handlet om å ”se det andre ser”. Dette gjaldt spesielt *Hurtigruten minutt for minutt*, som skapte et stort engasjement blant seerne og fikk mye dekning i media. Et søk i nyhetsarkivet Atekst, viser at norske papir- og nettaviser samlet skrev 690 artikler som inneholdt ordene ”Hurtigruten minutt for minutt” i tidsrommet TV-programmet ble sendt, fra 16-22. juni 2011 (Retriever 2017). Knut (49+) sa for eksempel dette om mediedekningen: ”Det var reklameinnslag på NRK...det var i avisen. Det var jo en oppfordring til folk om å se det”. Flere andre fortalte også at de hadde lest at NRK skulle filme i så og så mange timer, og at de var interessert i å se om det faktisk var sant.

Herman (18-29) var blant informantene som særlig trakk frem denne mediedekningen som en årsak til at han så på. ”Det med at det ble skrevet så mye om det, for eksempel Hurtigrutegreiene og Bergensbanen husker jeg...så da ble du liksom interessert i hva er dette for noe. [...] folk kommenterte jo og det var en stor greie i Norge, så du ville i hvert fall få med deg hva det egentlig var”. Herman fortalte videre hvordan oppmerksomheten rundt TV-programmet hadde en betydning for at han så på:

[...] sånn er det jo for eksempel også med idrett, hvis det er en idrett jeg ikke er interessert i...si at Norge er i OL-finalen i curling da, så er det jo et eller annet med det der...jeg hadde ikke sett en curlingkamp vanligvis, men det er et eller annet med at det er bygd opp på et vis, og da kan jeg synes det er kjempegøy. Og det føler jeg er litt det samme med det her da, altså at man kan like ting fordi det er bygget opp som noe viktig man må få med seg. Det er ikke for

å ikke føle meg utenfor, men jeg synes det er litt gøy å se hva det er for noe hvis det blir skrevet mye om det...jeg må sjekke ut hva det er (Herman 18-29).

I tillegg til oppmerksomheten i media, ble sendeskjemaet til NRK2 ryddet for å gjøre plass til TV-sendingen. Ved å plassere noe i beste sendetid, sa NRK at dette var noe betydningsfullt som man burde få med seg. Hvis TV-programmet hadde blitt sendt om natten eller utelukkende på nett-TV, hadde det nok vært vanskeligere å få programmet til å fremstå som viktig. Da sendingen startet, ønsket daværende kringkastingssjef høytidelig velkommen og oppfordret seerne til å sette seg ned og ta del i reisen (NRK 2011). Dette kan ha vært med på å fortelle seerne at TV-programmet var noe de måtte få med seg. "[...] da blir det plutselig kanskje noe med at da, da skjønner man at her er det noe som jeg kanskje skal se...", fortalte Tove (49+).

Også sosiale medier spilte en rolle for oppmerksomheten rundt TV-programmene, noe flere av de yngre informantene trakk frem som en grunn til at de så på. "[...] folk delte både link til den og liksom...artikler...hva som helst. Mye bilder på Instagram av folk som satt og så på det", fortalte Andrea (18-29). "En del av de der konseptene fikk jo mye oppmerksomhet i sosiale medier, og det kan jo ha innvirket på at vi unge så på. Hurtigruten ble jo et Internettfenomen" (Petter 18-29). Når publikum skrev i sosiale medier at de så på Hurtigruten, kunne det virke som det nærmest fikk en selvforsterkende effekt. Det så ut som at TV-programmet ble mer populært, jo mer populært det var. Seertallstatistikken er med på å bekrefte dette, da *Hurtigruten minutt for minutt* hadde flest seere på dag tre av båtturen<sup>10</sup>.

*Hurtigruten minutt for minutt* ble totalt sett en begivenhet som mange trolig ønsket å være en del av. "Det var litt sånn Lillehammer-OL, det var en norsk begivenhet for alle nordmenn. [...] du følte at alle har sett det i Norge. Alle i Norge har vært innom Hurtigruten eller hørt om den, eller de fleste da", fortalte Herman (18-29). Herman ser her en sammenheng mellom *Hurtigruten minutt for minutt* og OL på Lillehammer i 1994. OL er en av verdens største mediebegivenheter, som tiltrekker seg et stort publikum både i form av fysisk oppmøte og seere foran TV-skjermen. Som jeg har analysert tidligere kan *Hurtigruten minutt for minutt* også sees på som en mediebegivenhet, i hvert fall en nasjonal en (Urdal 2015:17). En slik mediebegivenhet var det mange som ønsket å få med seg. Publikum ønsket å være "blant dem som har sett", som kan bekreftes i samtaler med andre som også har sett på (Johansen 2001:278).

---

<sup>10</sup> Se vedlegg 2 for statistikk over seertall



TV-programmet ble for mange et diskusjonstema i sosiale medier, men også i samtaler ansikt til ansikt. Knut og Sigrid trakk frem at den ikke-digitale diskusjonen om Hurtigruten hadde betydning for hvorfor de valgte å se på. ”Folk diskuterte det og det ble en ”snakkis”. Du følte deg kanskje litt dum hvis du ikke var med på det”, fortalte Knut (49+). ”Nei i jobbsammenheng, privat sammenheng, klubb...så ble det jo tatt opp som samtaleemne, alltid. Alle diskuterte det, og alle så det fikk vi inntrykk av”, fortalte Sigrid (49+). *Hurtigruten minutt for minutt* kan sies å ha hatt en ”watercooler”-effekt, der det ble et samtaletema blant venner, kollegaer, bekjente og ukjente, både i sosiale medier men også ansikt til ansikt. At TV-programmet varte så lenge, gjorde også at det var et aktuelt tema over en lengre periode. Dette ga flere mulighet til å ”se det andre ser”. “[...] det var ikke sånn at, åja var det i går, okei nei jeg så det ikke, men det er i dag og det er i morgen...altså det varte så lenge da. Kanskje det var få som så første dagen, men de så hvert fall i løpet av den uken”, uttalte Herman (18-29). Emilie (18-29) påpekte i tillegg at *Hurtigruten minutt for minutt* ble sendt døgnet rundt, slik at de som jobbet kveld og natt også hadde anledning til å ”svippe innom på et eller annet tidspunkt”. Dermed rakk mange å få med seg hva programmet handlet om mens det var aktuelt.

### **5.3.2 Mer eller mindre tilfeldig**

Selv om samtlige av informantene hadde lest eller hørt noe om *Hurtigruten minutt for minutt*, og ønsket å få med seg hva dette var for noe, var dette ikke tilfellet med de andre sakte-TV-programmene. Til tross for at flere av de andre programmene også har hatt en del mediedekning, har det vært i en annen skala enn Hurtigruten. Noen informanter påpekte at dette må ha vært grunnen til at de ikke engang hadde hørt om enkelte av de nyere sakte-TV-programmene. Foruten om *Hurtigruten minutt for minutt* var det tilsynelatende mer eller mindre tilfeldig at informantene hadde begynt å se på sakte-TV-programmene. Dette gjaldt både for de unge og de eldre informantene. Gunnar (49+) fortalte at når han har sett på sakte-TV generelt, har det som regel ikke vært et bevisst valg, men mer tilfeldig at han har fått det med seg. Magnus (18-29) på sin side, har aldri aktivt satt på sakte-TV selv, men fortalte at det har stått på når han hadde vært på besøk hos andre (mer om dette under punkt 5.4.1). Også de fleste andre av de yngre informantene tydeliggjorde at de aldri bevisst har satt på sakte-TV. Her ser man igjen hvordan de unge er instrumentelle TV-seere som velger ut programmer etter egen interesse (Erstad 1993:54). Sakte-TV har i den sammenheng ikke vært noe de i utgangspunktet har hatt et ønske om å se.

Her er det ett unntak som må trekkes frem, som Andrea og Magnus særlig påpekte. Som beskrevet tidligere er det ulike varianter av sakte-TV-produksjonene, der Aarebrot sine foredragsmaratoner skiller seg ut ved å være informative på en annen måte enn de andre sakte-TV-programmene. Magnus (18-29) fortalte følgende; ”her må jeg skille, for de Aarebrot-greiene var noe jeg oppsøkte. Så det er jo fordi jeg synes han er en kul fyr og har litt interesse for den slags vitenskap”. Dette gjaldt eksempelvis *200 år på 200 minutter* og *USA-valget: 227 år på 227 minutter*. Disse programmene hadde Magnus og Andrea på forhånd planlagt å se, og Andrea var som nevnt tilstede under en av disse sendingene på Kvarteret i Bergen.

Magnus fortalte videre hvordan disse programmene skiller seg fra de andre sakte-TV-programmene: ”Disse Aarebrot-greiene er jo lærerike og fascinerende og liksom sånn, utrolig, liksom...ja, bra liksom. Men det der, ja, jeg vet ikke, jeg føler ikke jeg hadde fått noe ut av om jeg hadde sittet og sett på Hurtigruten tur-retur Kirkenes da” (Magnus 18-29). Magnus mente tydelig at han ikke ser på Aarebrot-programmene som sakte-TV, da de har mye mer innhold enn de andre sakte-TV-programmene. Dersom de skulle kategorisert seg som sakte-TV, burde det, slik Magnus ser det, vært ”Aarebrot minutt for minutt”. I et slikt TV-program skulle man kunne følge Aarebrot når han stod opp, drakk kaffe, pusset tenner og ellers gjennom hans gjøremål i løpet av dagen. Aarebrots historiemaratoner er mer som lange TV-program formet som forelesninger der man skal lære noe, og enkelte av informantene mente det var merkelig at disse TV-programmene ble kalt for sakte-TV (mer om dette under punkt 5.4.3).

Foruten om den overnevnte forskjellen, som Andrea og Magnus påpekte, var det gjennomgående at det var mer eller mindre tilfeldig at informantene oppdaget sakte-TV og at de så ble sittende og se på. To av de eldre informantene, Hilde og Tove, fortalte hvordan særlig *Fuglefjellet minutt for minutt* var et program de ikke hadde planlagt å se, men som de likevel måtte se litt på når de først hadde havnet innpå det. ”Det var at jeg tilfeldigvis blinket forbi, så stoppet jeg og satt og så en stund...tenkte gud hva er dette for noe. Spesielt det fuglefjellet, for det var litt sånn, ting man ikke ser til vanlig”, fortalte Hilde (49+). Også Tove hadde erfart det på en lignende måte:

Jeg tror det kan ha vært liksom litt tilfeldig at jeg kom innpå det og så at jeg ble litt fanget av det. Det er jeg helt sikker på at det var sånn med, med fuglefjellet. For det hadde jeg nå ikke tenkt at nå skulle jeg sette meg ned å se på et sakte-TV-program om fugler, det hadde jeg ikke tenkt. Men jeg ble absolutt fanget av det og ble sittende og se (Tove 49+).

At Hilde og Tove ble sittende og se på dette TV-programmet, som i utgangspunktet ikke var noe de pleide å se på, har nok noe å gjøre med at sakte-TV var et annerledes konsept.

### 5.3.3 Et annerledes konsept

En av grunnene til at publikum ble sittende og se på sakte-TV er at det ble sett på som annerledes enn en del andre TV-programmer og filmer. Som blant annet Puijk har hevdet, kan sakte-TV sees på som en kontrast til mye annet TV-innhold, med konstant drama og rask klipping (Puijk 2015:106). Flere av informantene mine uttrykte at sakte-TV skiller seg ut fra andre TV-programmer:

[...] ting har jo bare fra år til år gått fortere og fortere, og serier skal liksom klippes ekstremt kjapt... og for å holde på oppmerksomheten til folk så skal liksom videoer være ekstremt korte og fengende...kjapt, kjapt (gestikulerer). Så det er jo på en måte, eh, det totalt motsatte (ler) (Herman 18-29).

Det skiller seg jo helt klart ut da... fordi det er jo ikke det der, det er ikke sånn stress-TV som mange av programmene er i dag. En del sånn underholdnings-programmer kan være litt oppjaget. Det er jo mye konkurranser og sånn og eh...det kan være litt stressende å følge med på da (Gunnar 49+).

Hilde (49+) påpekte hvordan sakte-TV går mer i detalj enn andre programmer, og at man får se hele hendelsen. ”Andre programmer klipper vekk. Sånn som at de for eksempel hadde klippet vekk disse havgapene. Da ville du bare sett når de kom inn til et sted”. Arvid (49+) trakk frem spenningen som hovedforskjellen mellom sakte-TV og andre TV-programmer. ”...det er vel det at det skjer ikke noe spennende. I alle andre TV-programmer så er det stort sett noe spennende. Men men jeg vil si det, det finnes lite spenning i sakte-TV. Det skiller det fra de andre programmene”.

At sakte-TV kan fascinere publikum fordi det er annerledes, gikk også igjen i svarene blant de yngre informantene. ”[...] det er noe nytt og noe spennende, men og så utrolig tregt. Og det er ikke folk vant til. Vi har så utrolig sånn tempo i alt vi ser, er liksom (gestikulerer)...klippet og det skal være så intenst, det skal skje så mye i hver eneste scene i TV-serier” (Andrea 18-29). Petter (18-29) påpekte at det skiller seg ut fordi det nettopp er noe annet enn det meste annet i den tiden vi lever i, og at det bryter med konvensjonene om hva som er TV i dag. ”[...] jeg synes det er ganske unikt da, og tidsutypisk. Ja, at det er veldig sånn oppjaget og alt skal være kjapt, og så plutselig er det noen som lager fjorten timer med sauefødsel. Jeg liker galskapen med sakte-TV”. Han mente at sakte-TV har vist at publikum ikke bare er interessert i det som har med action og høyt tempo å gjøre, men at de er villige til å se programkonsepter som er utenfor den vanlige malen og det som regnes som ”normalt”.

At publikum har fått glede av noe som er veldig langsomt har videre gjort andre ting som også formidles sakte mer godkjent. ”Det har i hvert fall legitimert ideer. Sakte-TV har økt toleransen for andre lignende ting [...]” (Petter 18-29). Han fortalte blant annet hvordan arbeidsstedet hans har gjennomført sakte-TV-lignende prosjekter i senere tid. Da Brann var i ferd med å rykke ned var det veldig stor interesse for klubben, og da sendte sportsavdelingen deres hele Branntreningen direkte med reaksjoner etterpå. Petter hevdet at dette trolig ikke hadde blitt gjort uten inspirasjon fra NRKs sakte-TV-prosjekter.

Selv om informantene så på sakte-TV som et nytt konsept, var det noen som hadde sammenlignet sakte-TV med tidligere ting de hadde sett. Det var særlig de unge som trakk veksel på lignende konsepter. Emilie (18-29) mente for eksempel at sakte-TV kan ha visse dokumentariske trekk. ”Det kan jo minne litt om en dokumentar, hvert fall når de holder på å snakke og har intervjuer og, og gjerne viser gamle, tilbakeblikk eller sånne ting som det”. Hun mente det imidlertid var en vesentlig forskjell. En dokumentar ønsker man gjerne å se fra start til slutt, for å få med seg alle poengene og hele historien, men det behøves ikke i sakte-TV. Med mangel på komplekse karakterer eller handlinger trenger man ikke å bruke tid på å sette seg inn i hva det handler om. Dermed gjør det ingenting om man ikke følger med fra start. ”Du kan hoppe inn, jeg føler du kan få glede av det selv om du hopper inn midt i”, sa hun. At særlig sakte-TV kan fungere som bakgrunns-TV kommer jeg tilbake til senere i analysen.

En annen av de yngre informantene, Andrea (18-29), mente at sakte-TV i stedet kunne minne om realitysjangeren, nesten litt Big Brother-aktig. I dette realityshowet var deltakerne innestengt i et hus og ble filmet 24 timer i døgnet, og publikum var ”flue på veggen”. Petter (18-29) derimot, sammenlignet sakte-TV med det biljardlignende spillet ”Snooker”, der det er myke og rolige bevegelser, og der spillerne kan holde på i det han beskrev som evigheter med å skyte på kulene på bordet. Han sa også at det kunne minne om femmila på ski i ”gamle dager”. Det var på den tiden få kameraer i løypen som for det meste bare filmet skogen, mens TV-seerne ventet på å se skiløpere som dukket opp i skjermbildet. Herman (18-29) på sin side, fortalte at sakte-TV minnet ham om det franske sykkeløpet Tour de France.

Det er jo nesten som å se på Tour de France...[...] de sykler jo kanskje i fire timer før de kommer til mål...det er noen spurter innimellom, men det er mye der de bare sykler i Frankrike, og så forteller han Kaggstad ja her er det en vindmølle, den ble bygget sånn og sånn, og det er det som er hele opplevelsen for min del da. Så Tour de France, det er egentlig sakte-TV, selv om du får det dramaet innimellom der da (Herman 18-29).

Blant de eldre informantene var det et flertall som mente at konseptet sakte-TV ikke minnet om noe annet, og at bare sakte-TV er sakte-TV. Den eneste som var uenig i dette var Knut

(49+). Han forklarte hvordan for eksempel *Saltstraumen minutt for minutt* minte ham om NRKs ”pausefisker” tilbake på 60-tallet.

Det var jo egentlig det første sakte-TV som var...det kunne være i 10-15 minutter de filmet fiskene. Det var ekte fisker i et akvarium...du så ikke hele akvariet en gang, så fiskene svømte ut av skjermen og kom inn igjen...så det var litt spennende om den og den fisken forsvant på utsiden, og du satt og tenkte, kommer den fisken tilbake, når kommer den tilbake, kommer den nede eller kommer den oppe, og så plutselig kom den svømmende inn igjen (Knut 49+).

Det kunne videre virke som om programmene ga særlig de yngre informantene noe de ikke visste at de ville ha. De yngre informantene fortalte at sakte-TV i utgangspunktet er langt fra hva de ønsker og foretrekker å se på TV. Til å begynne med kunne det virke litt rart, men etter hvert vokste det på publikum. ”[...] nå er det ikke rart for meg lenger, fordi man er vant til at det finnes, men jeg husker med Bergensbanen at jeg tenkte, det er så rart men så utrolig kult allikevel...så traust og rart, men du måtte bare se litt på det” (Herman 18-29). Herman fortalte videre hvordan sakte-TV kan være såkalt ”acquired taste”, som vil si at man misliker det til å begynne med, men at man etter hvert begynner å like det.

Det er litt acquired taste ved at når du kommer deg over kneiken, plutselig så tenker du at fader det er jo egentlig litt interessant. Av og til så føler jeg at du lar ting...du gir det ikke en sjanse da, for du ser på det for kort. Men hvis du hadde sett på det en time da, så kanskje du hadde begynt å tenke, det var faktisk litt spennende (Herman 18-29).

Heller ikke Tove (49+), fra den eldre gruppen, forstod helt hvorfor hun likte sakte-TV så godt. Hun fortalte at hun ble overrasket over at hun skulle bli så hektet at hun nesten ikke fikk tid til verken å spise, gå på do eller legge seg. Hun syntes for eksempel det var svært vanskelig å forstå hvorfor det var så fascinerende å se og høre på kor etter kor i *Salmeboka minutt for minutt*, som hun i utgangspunktet ikke hadde noen interesse av. At sakte-TV kan være noe man liker etter en stund ble også uttrykt blant flere av de yngre informantene, som for eksempel Emilie (18-29). ”Det er sånn, jeg tenker ikke over at jeg liker det, men når det settes på, så var det sånn, jeg likte det likevel (ler). Jeg tror jeg tenkte, hallo, det er jo veldig langt og veldig rart og sånn, men med en gang man kommer litt inn i det, synes jeg egentlig det var litt fint”. Pernille (18-29) fortalte også at hun først tenkte at hun aldri kom til å være interessert i noe så sakte og kjedelig, men etter hvert som hun så på det syntes hun det både var behagelig og interessant. Andrea (18-29) påpekte i tillegg at unge kanskje ikke tør å si til andre at de ser på det, fordi det kan oppleves som sært, ikke minst veldig annerledes fra det de unge ser på TV i dag. ”Oss unge er liksom sånn, vil ikke si at vi ser på det og synes det er interessant. Det er mer sånn for eldre folk. Noen kan kanskje synes det er så teit og sært, men så tror jeg egentlig de synes det er ganske så interessant (ler)” (Andrea 18-29). Hun var derimot ikke flau

over å ha sett på, og fortalte at hun har sett mye. Kanskje i overkant mye til å være på hennes alder, i følge henne selv.

Selv om flere unge ble overrasket over hvor godt de likte sakte-TV, var det likevel grenser for hvor interessant de syntes det var. Emilie (18-29) fortalte at hun syntes noen av temaene var merkelige, og at hun for eksempel aldri hadde orket å se på *Salmeboka minutt for minutt*. Også Magnus (18-29) mente det var utrolig at så mange har orket å se på sakte-TV, og at det må ha vært et tidsfordriv for de som ikke har hatt noe å gjøre på. Flere unge begynte å kjede seg etter hvert da de så på, noe jeg vil komme tilbake til senere i analysen.

### **5.3.4 Oppsummering**

I denne delen av analysen har jeg tatt for meg det første forskningsspørsmålet som omhandler *hvorfor* informantene så på sakte-TV. Spesielt *Hurtigruten minutt for minutt* fikk mye oppmerksomhet i media, noe informantene hadde fått med seg. Dette TV-programmet ble også en ”snakkis” både i media, i sosiale medier og i ansikt til ansikt-samtaler, hvilket påvirket publikum til å ville se det andre så på. De ønsket i hvert fall å få med seg litt av hva det var for noe. Når det gjelder de andre sakte-TV-programmene, kan det derimot virke som om det var mer eller mindre tilfeldig at informantene kom over programmene og ble sittende og se på. Det var derimot enkelte programmer som spesielt de unge hadde planlagt å se i forkant. Dette var foredragsmaratonene med Frank Aarebrot, som informantene mente ikke burde regnes som sakte-TV i det hele tatt, da disse er mer informative på en annen måte enn de andre programmene. En årsak til at informantene ble sittende og se på sakte-TV var at det var et litt annerledes konsept, som skilte seg ut fra det andre TV-innholdet de vanligvis så på. Særlig de eldre mente at bare sakte-TV er sakte-TV, og at det ikke minner om noe annet. De yngre ville derimot sammenligne sjangeren med andre konsepter, som blant annet *Tour de France*. Videre kan det virke som sakte-TV i utgangspunktet er langt fra hva informantene kunne tenke seg å se, i hvert fall innenfor den unge informantgruppen, men at de ble tidvis overrasket over hvor godt de likte det. Likevel begynte de unge å kjede seg etter en stund, som jeg kommer tilbake til.

### **5.4 Forskningsspørsmål 2: Hvordan se på sakte-TV?**

Det andre forskningsspørsmålet er som følger: *Hvordan ser publikum på sakte-TV?* I denne delen av analysen vil jeg ta for meg konteksten rundt seingen og informantenes grad av oppmerksomhet når de ser på sakte-TV. Har informantene sett på sakte-TV direkte eller i

opptak? Så de programmene alene eller sammen med andre? Hvor lenge ble de egentlig sittende og se på? Og ikke minst, gjorde de andre ting samtidig som de så på sakte-TV? Ellis har påpekt at fjernsynet som medium legger opp til at man ikke trenger å være konsentrert hele tiden, men at man kan kaste et blikk bort på det med jevne mellomrom (Ellis 1982:137). Enkelte programmer ønsker man derimot å se mer konsentrert på for å få med seg innholdet, noe informantenes generelle TV-vaner også bekreftet. Hvordan er denne situasjonen når det gjelder sakte-TV?

#### **5.4.1 Lineært og sammen med andre**

Som analysedelen om informantenes generelle TV-vaner viste, pleier de eldre informantene nærmest alltid å se TV lineært. Enkelte av dem kan ta i bruk opptaksfunksjon på fjernsynet eller se på nett-TV i ettertid, men som regel ser de direkte. De yngre ser derimot så å si aldri på lineært fjernsyn, men velger heller å se på nett-TV eller benytte strømmetjenester for å se TV-lignende innhold. Når det gjelder sakte-TV viser det seg imidlertid at *alle* informantene har sett det meste av det de har sett direkte på lineært TV. Dette henger sammen med at de yngre hadde sett på sakte-TV mens de var på besøk hos andre der lineært TV hadde stått på. Enkelte av programmene kunne det hende at de hadde sett hjemme hos seg selv, men det var snakk om svært få tilfeller. I all hovedsak har sakte-TV vært noe de yngre har sett hos andre. Petter (18-29) og Andrea (18-29) hadde for eksempel sett på sakte-TV hos sine bestemødre, for der pleide alltid NRK å stå på. Noen av de unge informantene bodde dessuten hjemme hos foreldrene i perioden da de så på sakte-TV, og da hadde TV-en stått på slik at de tilfeldigvis fikk det med seg. ”Det var vel det at min far så litt på det og så ble jeg sittende å se litt på det”, sa Pernille (18-29). Også de andre yngre informantene fortalte at de hadde sett på sakte-TV på besøk hos andre:

Med familien, i familiebesøk og hos morfar. Det er noe med at sånne programmer hører hjemme der ute hos besteforeldrene mine. Jeg kunne aldri ha sett på noe sånn minutt for minutt hjemme eller hos mamma i byen. Det hadde liksom ikke, det kan jeg ikke se for meg. Så det er liksom noe med settingen man ser det i (Emilie 18-29).

Det er et interessant poeng at Emilie ser på sakte-TV som en sjanger som ”hører hjemme” hos besteforeldrene, og at hun ikke kunne se for seg å se på sakte-TV i sin egen leilighet eller hos sin mor. Det er dermed sannsynlig å anta at dersom hun ikke hadde blitt ”utsatt” for sakte-TV på lineært TV hos sine besteforeldre, hadde hun ikke sett på det i det hele tatt.

I motsetning til de unge som hovedsakelig hadde sett sakte-TV hos andre, hadde de eldre sett det hjemme hos seg selv. De fleste eldre hadde sett det sammen med sin mann eller

kone, slik de yngre hadde sett det sammen med familiemedlemmer. Dette kan indikere at sakte-TV er noe man ser på sammen med andre, men det fantes et par unntak blant de eldre informantene. Tove (49+) var enke og enslig og hadde av den grunn sett sakte-TV alene. Også Arvid (49+) og Knut (49+) hadde som regel sett på sakte-TV-programmene alene, selv om de begge bodde sammen med sine ektefeller. Begge forklarte dette med at ektefellen ikke var interessert på samme måte som de selv var. Knut (49+) forklarte at konen ikke helt forstod hva som var så interessant med å se på en båt i så mange timer, og at hun dessuten også ofte var opptatt med husarbeid eller andre ting. Hilde (49+) og Sigrid (49+) på sin side, hadde sett sakte-TV sammen med sine menn, og de hadde gjerne diskutert det de så. Gunnar (49+) beskrev hvordan sakte-TV gjør det mulig å ha en diskusjon og prate om det som skjer, på en helt annen måte enn i andre programmer og filmer. I sakte-TV er det stort sett bare TV-bilder, eventuelt med litt musikk i bakgrunnen, samt enkelte kommentarer innimellom. ”Det gir anledning til å prate om både det ene og det andre underveis”, sa han.

Som nevnt har sakte-TV blitt et populært diskusjonstema blant seerne i sosiale medier. Under hver sakte-TV-produksjon har NRK opprettet en egen emneknagg som har vært synlig på TV-skjermen under sendingen. På den måten har de oppfordret til ”sosial TV” ved å skape et samspill mellom TV-programmene og sosiale medier (Proulx og Shepatin 2012). Selv om enkelte av de yngre informantene hadde lest litt av hva seerne hadde skrevet på emneknaggene på Twitter om sakte-TV, hadde de ikke skrevet noe selv. De eldre hadde ikke engang fått med seg disse diskusjonene i sosiale medier, og få av dem hadde egne brukerkontoer på disse nettstedene. Dette kan henge sammen med et generasjonsskifte hvor de eldre har vokst opp i en annen tidsepoke, gjerne uten Internett, og selv om de har muligheten, er det flere som verken vet hvordan de skal bruke sosiale medier eller ønsker å ta dem i bruk (Enli mfl. 2010:191). De eldre informantene fortalte at de i stedet hadde diskutert med andre ansikt til ansikt, enten mens de så på eller i etterkant av programmene. Hilde (49+) og Sigrid (49+) fortalte begge at det i deres tilfeller hadde vært snakk om steder de selv eller ektefellen hadde besøkt og som de kjente igjen. Det kunne også være diskusjon rundt all underholdningen oppover kysten i programmene *Sommerbåten minutt for minutt* og *Hurtigruten minutt for minutt*.

Mannen min fortalte litt om stedene han har vært, og så diskuterte vi gjerne litt hva folk hadde på seg og hvor de sto, og ting man så når båten gikk forbi. Det var jo veldig mange kreative folk ute...helt imponerende, med alle plakaten som det stod alt mulig på. De filmet jo folk på land og utpå holmer og skjær som små fluer. Det var jo helt vilt (Hilde 49+).



Vi diskuterte vel egentlig...altså vi diskuterte mest alle folk som stilte frivillig opp. Sant og, det var imponerende. Og at det var veldig gode opptak, de var utrolig dyktig. De fikk med detaljer, de zoomet inn hvis det var en pitteliten båt med en enslig i robåt, så klarte de i det havet av mennesker og mylder og alt å, klarte å fange opp det spesielle lille objektet...så det var fantastisk (Sigrid 49+).

Tove (49+) er som nevnt enke, og fortalte at hun av den grunn som regel ser på TV alene.

Likevel føler hun at hun ser på TV sammen med venninnen i Oslo, da de pleier å snakke med hverandre om det de ser per telefon. Hun utdypet denne kontakten som følger:

Jeg har en venninne i Oslo og hvis vi ser noe, hvis hun ser noe eller jeg ser noe som vi liksom blir litt opptatt av så sender vi hverandre en tekstmelding eller ringer til hverandre og sier, nei her nå må du gå inn og se for nå, ja...og da kommenterer vi gjerne ting underveis og sånt, og det har vi gjort for eksempel med den der salmeboka ble det mye sånn. Og hun ringte meg også dagen etter og sa, du du, det du ikke fikk sett i natt. Det er for eksempel salme nummer 563, den MÅ du bare inn og se, og så gjorde jeg jo det da, på PCen (ler). Det var vel et lite kor et eller annet sted i Nord-Norge som jeg bare måtte se (ler) (Tove 49+).

Også de andre eldre som hadde sett på sakte-TV alene, hadde diskutert det de hadde sett med enten kollegaer eller venner. ”[...] om de hadde sett det i det hele tatt og spesielle situasjoner fra programmet. For eksempel den der rytteren som falt av hesten på Hurtigruten” (Knut 49+). Dette viser hvordan særlig *Hurtigruten minutt for minutt* ble et samtaleemne både mens sendingen pågikk og i etterkant.

At sakte-TV og særlig Hurtigruten ble et stort samtaleemne, var ikke tilfellet blant de yngre informantene. Foruten om å ha diskutert litt med familien mens de så på sakte-TV, hadde et par av de unge bare diskutert litt med venner i etterkant. I tillegg til at det er en forskjell mellom aldergruppene på *hvor mye* de har diskutert, er det interessant at de unges diskusjoner som regel har *handlet om* noe annet enn de eldres. Mens de eldre har diskutert *innholdet* i TV-programmene, har de unges samtaler i all hovedsak dreid seg om *konseptet*. Pernille fortalte at hun snakket litt med venninner om det, men at de bare diskuterte at det var fascinerende, spesielt og annerledes, og ikke noe utover det. Petter (18-29) fortalte at han har diskutert ”[...] selve det spesielle med sendingene, selve konseptet med sakte-TV”. Innholdet i programmene har i hans tilfelle heller ikke vært så mye i fokus. ”Det kan være jeg sa sånn, fikk du med deg den der hurtigruten, faen så teit eller noe sånt liksom”, uttalte Magnus (18-29). Han hadde heller ikke noe interesse av å snakke om innholdet i TV-programmene. Det kan virke som de unge hovedsakelig har diskutert konseptet i seg selv fordi de syntes det var spesielt og nokså merkelig, mens de eldre ikke la så mye vekt på dette. De eldre fokuserte heller på innholdet i programmene i diskusjoner med andre, som for eksempel at det var skuffende og flaut at så få møtte opp i Trondheim, mens det på små tettsteder var fullt i folk.

### 5.4.2 Begrenset tidsbruk

Når det gjelder hvor lenge informantene har sett på sakte-TV, var det store variasjoner på hvor mye av hver sending informantene hadde sett. Selv om både de unge og de eldre krysset av for at de hadde sett en del sakte-TV (se tabelloversikten innledningsvis i analysekapittelet), fortalte flere unge at de bare hadde kikket innom de fleste av programmene. Magnus (18-29) fortalte følgende; "[...] det kan jo ha vært flere timer det har stått på og at jeg har vært i huset. Men der jeg har sittet og faktisk sett på med 100% oppmerksomhet er jo bare snakk om minutter. Så jeg har bare glimtet innom som aktiv seer". Dette viser hvordan fjernsynet blir brukt som et sekundærmedium som man kan ha på i bakgrunnen (Gripsrud 2015:13). Unntakene var blant annet *200 år på 200 minutter* som Magnus (18-29) og Andrea (18-29) altså hadde sett hele av og aktivt fulgt med på.

Hva de andre sakte-TV-programmene angår, har de unge bare så vidt vært innom programmene. "[...] jeg gidder ikke å sitte å se på den der flammen i mer enn 30 minutt liksom", sa Andrea (18-29) om *Nasjonal Vedkveld*. Hun forklarte at det kunne være interessant å se på, men bare til en viss grad. "Følte kanskje at jeg kjedet meg litt når jeg så på det for lenge (ler)", la hun til. Også flere andre unge sa at de hadde problemer med å se på sakte-TV for lenge om gangen, da de lett kunne begynne å kjede seg fordi det ikke underholdt nok. Både de unge og de eldre informantene mente at sakte-TV er en sjanger for det eldre publikummet. Hilde (49+) var tydelig på at temaene i sakte-TV er for kjedelig for de unge, og at de unge ikke blir underholdt nok av det. "Jeg tror ikke de unge gidder dette her, jeg tror de vil ha litt mer fart og spenning. Det er jo ikke akkurat det i sakte-TV, jeg tror de er litt mer på sånn hiv og hoi-TV, sånn paradise hotel og sånne greier" uttrykte hun. Også blant de unge ble temaene trukket frem som en årsak til at sakte-TV er mer attraktivt for et eldre publikum. "Det er jo kanskje tema som appellerer mer til eldre og da, som strikking, ved... jeg kjenner ikke så mange unge som er kjempeinteressert i ved. Salmeboka... det er jo kanskje tema som eldre liker bedre", fortalte Andrea (18-29). Emilie (18-29) mente også at de eldre har sett på fordi temaene appellerer mer til dem enn til den yngre seergruppen:

Fordi det kanskje kan handle litt om ting de setter pris på, eller interesserer seg for som for eksempel strikking eller ved sant, ja. Jeg er ikke så veldig engasjert når det kommer til ved (ler). Og den togbanen, altså den bergensbanen, var ikke den bygget for omtrent 100 år siden? Så kanskje mange som tok den når de var liten, at det kan være kjekt å se sånne ting igjen. Hvert fall mye av det. Men for meg, så har jeg tatt den togbanen en gang, og så var det ikke, jeg hadde ikke kjent igjen steder, ingenting sant (Emilie 18-29).

Noen av de yngre oppga også at de ikke helt så poenget med å sitte og se fra start til slutt.

Spesielt tog- og båtreisene uttrykte flere av de unge at de ikke hadde noe særlig interesse av:

[...] det er jo litt kjedelig da, jeg har jo ikke noe interesse av å se på noe som jeg kan, altså toget til Oslo har jeg jo tatt mange ganger så det synes jeg ikke er så spennende. Akkurat den der Hurtigruten kan jo være litt fint å sitte og se på områder som man ellers ikke får sett men det er ikke sånn at jeg har noe interesse av det (Magnus 18-29).

De yngre trakk i tillegg frem tidsklemmen som en årsak til at de ikke har sett på så lenge, da de har ”så mye annet å gjøre på”. De har også flere distraksjoner som for eksempel Facebook eller andre sosiale medier, som de eldre kanskje ikke har. Et par av de yngre informantene nevnte at de trolig hadde sett mer på sakte-TV og fjernsyn generelt om de hadde vært pensjonister. Emilie (18-29) sa for eksempel: ”Jeg ser for meg at jeg kunne sett på det litt mer om jeg var eldre og hadde mer tid til det”. Blant de eldre informantene var tre pensjonister, og de uttrykte alle sammen at selv om de ofte var opptatt med gjøremål på dagtid, hadde de naturlig nok langt mer tid til å se på TV nå enn da de var i arbeid. ”Hadde jeg vært i jobb nå kunne jeg ikke ha brukt alle de kveldene til å sitte og se på Fuglefjellet for eksempel (Ier)” (Tove 49+).

I motsetning til de yngre som ikke helt så poenget med å se programmene fra start til slutt, hadde flere av de eldre et ønske om å få med seg alt av det de interesserte seg for av sakte-TV. Sigrid (49+) har for eksempel gått til anskaffelse av en DVD som viser et utdrag fra *Hurtigruten minutt for minutt*, slik at hun kan se på programmet akkurat når hun selv vil. Også Knut (49+) har denne DVD-en, i tillegg til at han har flere utdrag fra sendingen lagret på PVR-dekoderen, slik at han kan se dem om og om igjen. Tove (49+) ville også se så mye hun klarte, særlig under *Salmeboka minutt for minutt*.

[...] den så jo jeg så mye jeg orket. Altså der så jeg jo, kanskje ikke absolutt alt fordi det gikk jo hele døgnet. Men så så jeg om igjen noe av det jeg ikke hadde fått sett. Jeg skulle jo, jeg sverget at jeg skulle sitte og se på (Ier). Altså det var bare nesten ikke til å tro, at... jeg fikk jo ikke spist eller gått på do (Ier) (Tove 49+).

Noen ble også sittende og se på lenger enn de først hadde tenkt. ”Jeg synes det var så fascinerende at jeg ble sittende å se i over en time. Jeg glemte tid og sted”, fortalte Gunnar (49+). For enkelte eldre kunne det også virke litt avhengighetsskapende, noe som påvirket dem til å se lenger enn de hadde tenkt. ”Ja jeg vil jo si det for mitt vedkommende, når jeg som er så prinsippfast kunne velge å utsette min leggetid fordi at jeg ville se det” (Sigrid 49+). Sigrid er vanligvis streng med seg selv hva gjelder leggetid, og pleier alltid å legge seg til fast tid etter nyhetene. Dette kan sees i sammenheng med at de eldre gjerne bruker TV som rutine og struktur i hverdagen, særlig kanskje for når de skal legge seg (Enli mfl. 2010:191). Når

Sigrid så på sakte-TV derimot, opplevde hun det som vanskelig å opprettholde de faste leggetidene, fordi hun så gjerne ville se videre.

[...] det var veldig vanskelig...mange ganger trakk det ut for oss som gjerne skal legge oss sånn halv tolv-tolv. Vi ble sittende kanskje en time for det var så vanskelig å legge fra seg fjernkontrollen, for vi hadde ikke lyst å sove for vi hadde så lyst til å se. Så det var veldig engasjerende (Sigrid 49+).

For de unge var situasjonen en annen, da de ikke hadde noen vanskeligheter med å ”kutte” midt i. ”Det var ikke sånn at jeg tenkte, å nå må jeg bare se alle timene. Jeg kunne slutte å se uten problemer”, sa for eksempel Emilie (18-29). Også Pernille (18-29) sa: ”[...] det var ikke sånn, nå *må* jeg sitte å følge med, jeg kan ikke gå (ler)”. Dette henger gjerne sammen med at de unge altså syntes det ble kjedelig etter hvert. Det viste seg imidlertid at også de eldre kunne syntes at sakte-TV ble kjedelig etter en stund. Det var Gunnar (49+) og Hilde (49+) som ga uttrykk for dette. Hilde utdypet hva som fikk henne til å kjede seg:

Det som gjerne er kjedelig med sånn minutt for minutt, de går gjerne lange havstrekk...sant, og det er jo ingenting å se sant. Du ser gjerne båten, at den siger og siger sant, det kan bli veldig sånn, hva skal jeg si, kjedelig, når det er sånn havstrekk. At det går mange timer før de kommer over havgapet. Da er det jo ikke så veldig mye å se på når de er midt utpå. Så det kan bli litt langtekkelig rett og slett (Hilde 49+).

Hilde (49+) kan sies å ha vært den som likte sakte-TV minst av alle informantene i studien min, da hun i hvert fall ga sterkest uttrykk for å mislike det. Hun fortalte at så lenge hun hadde sett litt av TV-programmene og fått meg seg hvordan de foregikk, så hadde hun i grunnen sett nok. Hvis programmene hun hadde sett hadde kommet i opptak, hadde hun ikke orket å se dem en gang til. Også Gunnar (49+) fortalte at han ikke kunne se på sakte-TV for mye. ”Nei, jeg greier jo ikke å sitte og se på det hele tiden, altså det blir jo litt langtekkelig da så...men sånn en times tid er det jo fint å sitte å se på, men mer enn det, enten blir det kjedelig ellers sovner du (ler)”. At han kunne sovne til sakte-TV, trenger nødvendigvis ikke bare å bety at han syntes det var kjedelig, men at han ble avslappet (mer om dette under punkt 5.5.2).

### **5.4.3 ”Glance-TV”**

Som beskrevet tidligere, er fjernsynsseingen godt integrert i rutinene i hverdagslivet til seerne, og flere kombinerer det å se på TV med andre aktiviteter, der programmet inviterer til det. Dette kan blant annet være å lese avisen, strikke, gjøre husarbeid, snakke med andre i husstanden, gjøre lekser eller lignende (Hagen 2008:109). Med begrepet ”glance-TV” mente Ellis at fjernsynet er et medium som kan være påslått, uten at man følger konsentrert med hele tiden (Ellis 1982:137). Man kan kaste et blick bort på fjernsynet nå og da, for å få med seg

essensen. Dette vil selvfølgelig variere ut i fra hvor interessert man er i det man ser på, og som de generelle TV-vanene til informantene viste, pleier de vanligvis å følge konsentrert med på det de ser på. Når det gjelder sakte-TV legger trolig det langsomme formatet opp til at man har større anledning til å gjøre andre ting samtidig, uten at man går glipp av noe vesentlig.

Både de yngre og de eldre informantene mente at sakte-TV fungerte ypperlig som noe de bare kunne følge delvis med på. Blant de yngre informantene hadde flertallet gjort andre ting samtidig som de hadde sett på sakte-TV. ”Jeg var nok sikkert på mobilen, kjenner jeg meg selv rett”, nevnte Andrea (18-29). Pernille (18-29) fortalte at hun hadde strikket litt når hun hadde sett på, men at hun også kunne gjøre dette mens hun så på andre TV-programmer. Det var likevel en forskjell mellom sakte-TV og ”vanlig TV” som hun forklarte slik: ”Det blir kanskje mer at man ikke nødvendigvis, *sitter* og ser på det hele tiden, sånn som hvis det hadde vært ja, en actionfilm eller en krimserie for eksempel, så må man jo liksom følge med hele tiden for å få med seg hva som skjer, men det trenger man jo ikke her” (Pernille 18-29). Også Emilie (18-29) sa at sakte-TV gjør det fullt mulig å bli vekke et par minutter for så å komme tilbake igjen for å se mer. Petter (18-29) var sikker på at det har vært mye passiv sakte-TV-seing blant publikum der man egentlig ikke har fulgt konsentrert med på det man har sett på. Slik var det i hvert fall for ham selv. Han mente at noe av det vesentlige med sakte-TV er nettopp det at man kan gå til og fra. Det er mulig for seeren å gjøre andre ting underveis og komme tilbake og se at situasjonen omtrent er den samme en time senere. ”[...] du føler at det gjør ingenting å gå derfra og komme tilbake, for de sender fortsatt” (Petter 18-29). Emilie (18-29) pekte på at sjangeren har en oppbygging som ikke krever seerens fulle oppmerksomhet:

Man trenger ikke å få med seg hele programmet for å få med seg innholdet. Du kan se på en måte et glimt, og så gjør det ikke noe at du ikke ser resten. At, at det er nesten litt sånn at du kan hoppe inn hvor som helst, at du kan se hva som helst, og egentlig få med deg på en måte hovedopplegget. Du går ikke glipp av så mye gjerne (Emilie 18-29).

Generelt sett svarte mange av de unge informantene at de gjerne kunne ha sakte-TV på i bakgrunnen, men at de ikke trengte å følge med hele tiden. Det kan virke som at de så på med ”et halvt øye”, for så å følge mer med når det hendte noe spesielt. ”Det er litt som med Tour de France, der kan jeg sitte og se litt på, og så kanskje jeg leser litt i en avis, og så ser jeg litt på...men når spurten kommer da så følger jeg med”, fortalte Herman (18-29). ”[...] hvis du har sakte-TV stående på, og så merker du at nå bygger det seg opp til noe, nå skal de inn til Båtsfjord, da gjerne setter du deg og så ser du akkurat når de legger til kai liksom”, uttrykte

Petter (18-29). Han sammenlignet på sin side denne ”glance”-seingen med det å se på langrenn på NRK. Mange skrur det gjerne på og lar det gå mens de styrer med noe annet i huset, men de hører alltid etter med ett øre. Når de så hører at det skjer noe spennende, skynder de seg bort for å se på, fortalte han. Spesielt under *Hurtigruten minutt for minutt* visste publikum sånn cirka hvor lenge det var til båten kom inn til neste havn, slik at de kunne planlegge litt når de ville følge med. Herman (18-29) fortalte hvordan han under enkelte deler av sendingen hadde planlagt litt hva han ville få med seg. ”Okei greit nå er det 20 minutter til de kommer til havn en plass da...okei da vet jeg det, da kan jeg gå å lage mat nå da, og så tar det et kvarter...”.

Det var ikke bare de yngre som ikke var fullt konsentrerte og så på sakte-TV med et halvt øye, dette gjaldt også de eldre. ”Når du visste at det var...du vet jo hvordan norskekysten er, så hvis du følger norskekysten så vet du det at det kan ta mange timer før båten kommer inn til en havn. Og da kan du gjøre veldig mye annet (ler), det var ikke sånn at du var helt slukt inne i bølgen”, fortalte Sigrud (49+). Selv om de eldre informantene på den ene siden sa at de hadde fulgt med, sa de også at de i langt større grad enn med andre programmer kunne se vekk og gjøre andre ting.

Det kan hende jeg har lest en avis eller at jeg har lest en bok, eller løst kryssord...Det er jo noe med at når båten bare kjører og kjører og kjører, eller fuglefjellet bare er der og er der, så kan du da gjøre litt andre ting uten å miste oppmerksomheten og uten å føle at ting, altså det er jo nettopp det der med den langsomheten som gjør det mulig å gjøre andre ting ved siden av (Tove 49+).

Knut (49+) hadde blant annet sett på sakte-TV mens han var på jobben, og da sier det seg selv at han ikke kunne følge konsentrert med. Han syntes det var perfekt å ha programmet på skjermen ved siden av, slik at han kunne følge med innimellom arbeidsoppgavene på kontoret. ”[...] det var sånn sideblikk, av og til”, sa han. På den annen side var det også slik at han i noen programmer hadde fulgt mer konsentrert med fordi det kunne være noen interessante øyeblikk innimellom. Da måtte han følge med for å være sikker på at han fikk med seg disse.

Flertallet av informantene mente imidlertid at sakte-TV hovedsakelig fungerer som bakgrunns-TV, men på samme måte som tidligere skiller Aarebrot-sendingene seg fra de andre programmene. Disse sendingene har mer en form som krever full oppmerksomhet, noe Ellis ville kalt ”gaze”, der man følger konsentrert og intensivt med på det man ser på (Ellis 1982:137). Foredragsmaratonene med Aarebrot har blitt formidlet som en slags forelesning, der Aarebrot har forelest for et publikum som sitter konsentrert og lytter. Flere av

informantene uttrykte ettertrykkelig at disse TV-programmene ikke burde bli sett på som sakte-TV, men mer som et langt TV-program.

[...] sånn som for eksempel 200 år på 200 minutter, det ser ikke jeg på som sakte-TV. Det er et foredrag det. Derfor synes jeg det er veldig rart at man sammenligner sakte-TV med et foredrag. Altså når jeg så på Bergensbanen minutt for minutt, så kunne jeg gå på do uten at det gjorde noe. Når jeg kom tilbake igjen så visste jeg at jeg hadde gått glipp av noen kilometer, men jaja det er ikke så farlig. Men det kan du ikke gjøre med han der professoren (ler), da må du stoppe når du går på do sant, fordi du skal følge med sant. Så det er ikke sakte-TV det der der, det er et foredrag det. I min oppfatning er ikke det sakte-TV (Arvid 49+).

I likhet med Arvid (49+), kunne heller ikke Tove (49+) gå på toalettet mens hun så på forelesningsmaratonene. ”Det var noe med at jeg var veldig, jeg var redd for å gå glipp av noe sant. Du kan ikke, der må man, man må ha med alt. Må ikke gå glipp av ti år med historie (ler). Må ikke gå glipp av noen ting (ler), må løpe av gårde når han selv tar røykepausene sine” (Tove 49+). Flere av de yngre informantene nevnte også at historiemaratonene ikke burde bli kalt sakte-TV. Både Magnus (18-29) og Andrea (18-29) fortalte at de var helt fokuserte mens de så på *200 år på 200 minutt*. De kunne ikke gjøre noe annet mens de så på, i frykt for å gå glipp av 20 år av Norges historie.

#### **5.4.4 Oppsummering**

I denne delen av analysen har jeg tatt for meg det andre forskningsspørsmål om *hvordan* publikum har sett på sakte-TV. De unge informantene har sett på sakte-TV på besøk hos andre, som eksempelvis hjemme hos sine foreldre eller besteforeldre. De eldre informantene har derimot sett på sakte-TV hjemme hos seg selv. Det som er felles for de unge og de eldre er at sakte-TV virker å være en sosial aktivitet, der bare noen få har sett det alene. Det har også blitt et samtaleemne for flere, men der de unge har diskutert selve programkonseptet, har de eldre diskutert innholdet i programmene. Selv om informantene har krysset av for at de har sett en del sakte-TV-programmer, er det stor variasjon i hvor lenge de har sett på. Det er gjennomgående at de eldre samlet har fått med seg flere programmer og sett mer av dem enn hva de yngre har gjort. Den yngre aldersgruppen har som oftest bare kikket innom sendingene, noe som gjerne henger sammen med at de lettere begynte å kjede seg etter hvert. Også noen eldre mente at det kunne bli kjedelig å se på, og enkelte fortalte til og med at de kunne sovne underveis. Selv om både de unge og de eldre kunne bli sittende og se på lenger enn de hadde tenkt, hadde de unge ingen problemer med å slå av programmet nærmest når som helst. Dette henger antageligvis sammen med at de unge ikke hadde et spesifikt ønske om å se på i utgangspunktet, men heller fikk det med seg litt tilfeldig mens de var på besøk hos

andre. Det var videre enighet om at sakte-TV i hovedsak er såkalt ”glance-TV”, som man kan se på med et halvt øye. Man har mulighet til å gjøre andre ting samtidig, og følge skikkelig med når det skjer noe spesielt. Det var imidlertid forskjell på de ulike programmene, hvor Aarebrot-sendingene ble beskrevet som programmer man må følge med på hele tiden for ikke å gå glipp av noe.

### **5.5 Forskningsspørsmål 3: Opplevelse av å se på sakte-TV**

Det tredje og siste forskningsspørsmålet er formulert slik: *Hvilke opplevelser får publikum av å se på sakte-TV?* Det har blitt hevdet at sakte-TV kan være en motreaksjon på et ellers stressende liv, og at sakte-TV kan gi publikum mulighet til å slappe av (Jensen og Ljøen 2014; Hofstad 2014). Stemmer dette for mine informanter? Hvilke opplevelser har egentlig sakte-TV gitt dem? På dette punktet må det påpekes at opplevelsene av å se på sakte-TV må ses i forhold til hvilken type sakte-TV det er snakk om. Som nevnt i kapittel 2 skiller eksempelvis Aarebrotts akademiske sakte-TV-programmer seg fra de andre med mer informativt innhold. Til nå har analysen nettopp vist at det forskjeller i *hvorfor* og *hvordan* publikum ser på Aarebrotts historiemaratoner i forhold til de andre sakte-TV-programmene, og slik var det også når det gjaldt *opplevelsene* programmene ga. Av den grunn fokuserer svarene under i all hovedsak på de andre sakte-TV-programmene.

#### **5.5.1 Reiseopplevelse**

Flere av TV-programmene har vært tog- og båtreiser, som blant annet *Hurtigruten minutt for minutt*, *Bergensbanen minutt for minutt* og *Sommeråpent minutt for minutt*. TV-programmene har vist reisen og latt seerne få se utsikten underveis, enten det har vært åpent hav eller langstrakte fjellvidder. NRK har hatt et ønske om at seerne også skal få oppleve reisen sammen med dem som er om bord i fartøyet, og har altså oppfordret seerne til å sette seg ned og bli med på turen gjennom TV-skjermen. Det kan virke som flere av informantene fikk en reiseopplevelse ved å se på tog- og båtprogrammene. Publikum fikk bli med på reisen fra start til slutt, over like lang tid som turen faktisk tar i virkeligheten. Da vi snakket om denne reiseopplevelsen i intervjuene, oppga flest informanter at det var snakk om at de fikk oppleve steder de ikke hadde besøkt før. ”[...] de bringer oss til fjord og fjell som vi kanskje ikke har sett sant”, sa Sigrid (49+).

[...] du fikk oppleve hvordan Hurtigruten [var med stoppene og alt dette her som du egentlig ikke vet ellers. Altså en jernbanereise er greit, da stopper du på stasjoner. Alle vet hvordan det foregår. Men når du skal inn til Hamnes i Nord-Norge med Hurtigruten, et lite drittsted sant,



hvordan foregår det? Altså hva skjer der? Er det mye folk som skal om bord, er det mye trøkk på kaien, er det dårlig vær, altså... det, det, jeg synes det var mest interessant. Fordi det var en ting du ikke hadde sett, som du ikke visste hvordan foregikk (Arvid 49+).

Knut (49+) uttalte at han syntes det var flott at TV-programmene kunne gi publikum mulighet til å bli med på reisen, spesielt for dem som ikke har anledning til å reise i virkeligheten. "[...] folk som ikke har sjans å gjøre det selv. At de ikke har råd til å reise eller på grunn av fysisk eller psykisk umulighet for å være med på det". Hilde (49+), for eksempel, fortalte meg at hun sliter med reisesyke, og at hun derfor ikke har fått reise så mye som hun egentlig skulle ønske. "Det er steder du gjerne hører snakk om men som du aldri får komme til. Og det synes jeg var interessant å se alle disse stedene langs kysten, som jeg ikke kan få reise til". På spørsmål om hvorvidt hun føler at hun får reise til de aktuelle stedene når hun ser på sakte-TV, fortalte hun:

Ja jeg får i hvert fall følelsen av å få oppleve hvordan de har det. For veldig mange er jo veldig bereist i dag, og de forteller hvor flott det er, å gud det var så flott der og det var så flott der. Men når jeg ser på sånn, så får jeg jo et lite innblikk i hvor fint det egentlig er, selv om jeg ikke kan komme dit selv (Hilde 49+).

Også Sigrid (49+) uttalte at hun følte hun var med på reisen på ekte. Hvis du levde deg inn i programmet og fulgte bølgene, var det som om du var med på turen. Som også Pernille (18-29) påpekte, ble det en følelse av å reise uten å forlate rommet: "[...] kanskje litt den følelsen at du reiser uten å reise. Kanskje ikke at jeg føler jeg er med, men at jeg får oppleve noe som jeg kanskje ikke har opplevd da, eller gjenoppleve steder jeg har vært og sånn ved å se på det". Et annet moment var at disse TV-programmene kunne gi seerne lyst til å oppleve steder de ennå ikke har opplevd. "Jeg fikk litt reiselyst og lyst til å oppleve Norge" fortalte Pernille videre.

Publikum kunne altså være vitne til steder og hendelser som de selv ikke hadde opplevd, og også få lyst til å reise til nye steder. I tillegg ga tog- og båtreisene en annen form for reiseopplevelse. Det var flere av informantene som fortalte at de kjente igjen steder underveis som de selv hadde besøkt tidligere, og at de husket tilbake til da de hadde reist dit. "[...] jeg har jo vært langs kysten opp igjennom, så jeg kjente meg igjen på flere plasser", sa Andrea (18-29). Det kan virke som at informantene kunne identifisere seg med stedene, enten fordi de hadde de vært der selv, kjente noen som hadde vært der eller hadde et ønske om å dra dit. Dette kan sees i sammenheng med at sakte-TV-programmene har vært kulturelt forankret, som altså er et av NRKs kriterier til sakte-TV. Sendingene har handlet om temaer som mange nordmenn kan kjenne seg igjen i, eller som man har et forhold til på en eller annen måte. Hilde (49+) mente at seerne kan gjenoppleve reisen når de ser steder de har besøkt tidligere.

Én informant hadde nylig vært og reist med Hurtigruten, og hadde da valgt å se TV-programmet om igjen i ettertid. Han fortalte følgende: ”[...] Etter vi har reist med Hurtigruten ser jeg mye på det for nå er det gjenkjennende at jeg har vært der... det er en annen opplevelse av å se på i ettertid da” (Knut 49+).

Foruten om det å være med på turen i reiseprogrammene, kunne seerne også kjenne på en annen reiseopplevelse. Det trengte ikke nødvendigvis å være at programmet omhandlet en reise, men at man fikk innblikk i og oppleve et miljø man ikke hadde kjennskap til fra før. Spesielt i dyreprogrammene kommer man tett på dyrene som beveger seg og lever livene sine. På den måten kunne seerne nesten få opplevelsen av å være tilstede i fjøset sammen med kuene i *#NRKfjos* eller med fuglene i *Fuglefjellet minutt for minutt*. Denne typen reiseopplevelse var det en av de eldre informantene som nevnte. Hun trakk frem fuglefjellet som eksempel for å beskrive denne opplevelsen:

Spesielt det fuglefjellet, for det var litt sånn, ting man ikke ser til vanlig. Det er jo veldig spesielt med de der fuglefjellene da. Alle de som hekker opp gjennom dalsiden. Det er jo litt interessant, det er jo sånn du ikke kan se hvis ikke du ser det på TV for eksempel. Det er jo veldig få som får reise der for å oppleve det. Man føler at man får oppleve å være der (Hilde 49+).

### 5.5.2 Avslappende og hypnotisk

Det ligger i ordet sakte-TV at dette er programmer der det ikke skjer så mye. Selv om man kan finne andre programmer og sjangre som også er langsomme, er det nok en overvekt av andre programmer som inneholder klipping og mer innhold. Sakte-TV representerer her, som både andre forskere og mine informanter har uttalt, et annerledes konsept. Som en av informantene uttrykte; ”i en verden som går fortere og fortere, er det jo gøy at folk har så mye interesse for noe så, snevert og lite” (Magnus 18-29). Sigrid (49+) fortalte hvordan hun setter pris på sakte-TV spesielt fordi det minner om hvordan man så på TV i ”gamle dager”. ”[...] det er noe nytt, og folk er lei av jag. Og kanskje de har godt av å komme seg, få skuldrene senket, komme seg litt tilbake. Altså tilbake i tid når folk hadde tid til hverandre og vi satt oss ned i en sofa, og vi kunne få pulsen ned og sånt”. Flere av informantene, både unge og eldre, ga uttrykk for at fascinasjonen for sakte-TV kan forstås som en reaksjon på en ellers hektisk hverdag.

Man løper rundt for å nå, sånn som nå skal jeg liksom løpe til jobb etterpå sant, altså det er hele tiden, alt er så høyt tempo på. Og på TV, og programmer, ja. Alt skal være så flott, raskt og effektivt, men så er jo dette det motsatte, det er jo flott men ikke effektivt. Det de vil si får de jo ikke sagt på kort tid. Det er jo ikke kort og konsist, det er jo veldig langt (ler). Så det er jo motsatt av det man ønsker i alle andre situasjoner (Emilie 18-29).

[...] det er en veldig stressende tid vi lever i, det er full fart hele tiden med masse informasjon fra alle kanaler som strømmer mot deg både på TV, radio, telefon, nettbrett og alt sant. Det er informasjon hele tiden. Og da er det godt å slappe av med sånn sakte-TV og koble ut alt og alle (Gunnar 49+).

Andrea (18-29) påpekte at det alltid er noe som skjer i livene våre, og at det å koble av, koble ut og bare se på noe helt hverdagslig da kan være tilfredsstillende. Hun påpekte også at innholdet i sakte-TV presenteres så langsomt at man får muligheten til å koble av og bare tenke på det man ser på skjermen. Magnus (18-29) mente at folk har godt av å sitte og se på sakte-TV og bli fascinert av noe ”snevert”, men han mente på den annen side at man like godt kunne lest en bok. ”Jeg tror man sitter igjen med mer hvis man bruker åtte timer på å lese en roman, enn om man bruker åtte timer på å se på et tog som kjører til Oslo (ler)” (Magnus 18-29). Han mente videre at de som faktisk hadde hatt mest utbytte av å se på sakte-TV, ironisk nok sikkert er for stresset til å se på det. ”Jeg tror ikke folk som virkelig har stressende liv, de fikk ikke noe ut av det, for de valgte å ikke se på det fordi det hadde de ikke tid til”, sa han.

Selv om informantene mente at sakte-TV kunne fungere avstressende for noen, fungerte det ikke nødvendigvis slik i praksis for dem selv. ”[...] det er ikke sånn at jeg tenker, nå er jeg stresset så da setter jeg på slow TV (ler)...kommer hjem og bare ah få på Hurtigruten, jeg er så sykt stresset (ler)” sa Herman (18-29). Også Andrea (18-29) ga et lignende svar som Herman, etterfulgt av at hun kanskje *burde* prøve å bruke sakte-TV som terapeutisk avkobling på et vis: ”oppfatningen er at det er veldig bra for folk tror jeg, og for meg. Fordi det går så tregt så du blir helt sånn...du blir tvunget til å slappe av litt, tror jeg”. Gunnar (49+) var helt klar på at sakte-TV er noe alle burde se litt på, men kanskje spesielt de som stresser i overkant mye:

[...] enkelte folk har behov for å se sånne program for å, for å, for å...for å roe seg ned litt. Det er akkurat som med små unger, det er full fart hele dagen og så bør de roe seg ned litt før de skal legge seg, eller en...toppidrettsutøver som har gått fem mil på ski, eller sprunget maraton, at han tar seg en joggetur etterpå for å roe seg ned. Så er det vel det som er med sakte-TV også ovenfor enkelte folk, at du kan slippe ut pusten litt og synke litt tilbake i stolen og...i stedet for å sitte å se på en spennende film rett før du skal legge deg, tror jeg dette er mye bedre TV for kropp og sinn (Gunnar 49+).

Hilde (49+) forklarte at hvis man klarer å koble ut verden rundt seg, og leve seg inn i det man ser på og bare fokusere på det, kan det fungere som avslapning. For hennes vedkommende, har hun ikke evnen til å koble helt ut. I stedet for å koble ut begynner hun å tenke på alt hun skulle ha gjort, eller kanskje får hun en telefon, og da er hodet på en annen på plass med en gang. Sigrid (49+) derimot, sa at hun klarte å koble ut andre ting som hun ellers pleier å tenke

på. ”[...] alt annet utenom ble på en måte koblet ut. Fordi den effekten du fikk av å se på det ga deg en såpass ro og fred i sjelen at du hadde ikke behov for å tenke på andre ting”.

Knut (49+) mente også at han klarte å slappe av. I motsetning til når han ser på fotballkamper og blir opphisset og engasjert, klarte han å koble ut med sakte-TV. Han mente selv at sakte-TV var bra for ham og for høyt blodtrykk. To andre informanter mente særlig at sakte-TV kan fungere som en avkobling mot stress for dem. Emilie (18-29) fortalte: ”Jeg ble litt sånn, ja det er behagelig å se på. Og så er det ikke noe sånn der, de har jo ikke spolt sant, så det er jo ikke noe fort sant. Du får egentlig satt deg ned og pustet, i motsetning til veldig mange andre programmer” (Emilie 18-29). På spørsmål om hvorvidt hun ikke får ”pustet” i andre programmer, fortalte hun følgende: ”Jo men det skjer så mye, det er så mye action gjerne” (Emilie 18-29). Blant de eldre informantene var det Sigrid (49+) som følte at stresset ble vekke.

Det var jo den langsomheten som gjorde at du fikk ro og fred i sjelen, det var avslappende. Det var helt sånn... alt stress forsvant. Og skuldrene ble senket. Jeg har kanskje ikke mye stress i livet, men jeg er jo en stresset person som liker å ha full kontroll på alt, og jeg har nok høye skuldre vanligvis. Dette her med sakte-TV, det ga jo veldig gode relasjoner sant, og det var avstressende. Det kan jeg si for mitt vedkommende (Sigrid 49+).

På den annen side var det to informanter som langt i fra hadde opplevd sakte-TV som avstressende, og som heller ikke så for seg at det kunne fungere slik for andre. Petter (18-29) uttalte at det å si at sakte-TV er en motreaksjon på stress blir å tillegge sjangeren for stor betydning. Tove (49+) uttalte at det hørtes ut som en ”klisjéaktig ting å si”, og at det blir for lett å trekke slutningen at dersom noe er langsomt, kobler man ut. Hun mente at folk som er stresset, de er stresset. Og at publikum like godt kan la seg avstresse mens de ser en rask actionfilm som når de ser på sakte-TV, så lenge de klarer å koble ut det de ellers stresser med.

Flertallet av informantene, både blant de unge og de eldre, mente uansett at sakte-TV er avslappende å se på. Som nevnt tidligere i analysen var det en av informantene, Gunnar (49+), som sa det skjedde så lite i sakte-TV at han kunne sovne underveis. Dette trenger ikke nødvendigvis å være et resultat av at innholdet er kjedelig, men at det har avslappende og søvndyssende egenskaper. Dette ser vi igjen blant annet på videoplattformen Netflix, som tilbyr seerne sakte-TV-lignende innhold med den hensikt å få seeren så avslappet at vedkommende sovner (The Guardian 2016). Det er uansett vanskelig å påvise at det å sovne har noen sammenheng med det man ser på. Når man ser på TV er det gjerne i en avslappet og tilbakelent stilling, i tillegg til at man ofte ser på fjernsyn om kvelden når man begynner å bli trøtt. Det kommer også an på hvor interessant man synes det man ser på er. Sigrid (49+)

kunne for eksempel aldri sovnet til sakte-TV. ”Nei, det er for spennende å sovne til”, fortalte hun.

Selv om informantene kanskje ikke helt kunne sovne mens de så på sakte-TV, kunne det i det minste gi dem en ”følelse av velbehag”. Flere mente at det var behagelig å se på noe der det for en gangs skyld ikke skjedde så mye hele tiden. Ikke minst mente flere at det var behagelig å høre på de naturlige lydene, som for eksempel bølgeskvulp og fuglekvisper. Sigrid fra den eldre gruppen og Andrea fra den yngre gruppen fortalte det slik:

[...] når du ser på sakte-TV, så får du en indre ro. Ting passerer uten jag og uten mas. Du satt bare og...nesten mediterte, for det ga deg så mye. Folk satt og så på i flere timer og fulgte bølgenes bevegelser, og det ga en veldig sann avslapning i kroppen. Enda det skjedde ingenting (Sigrid 49+).

[...] det at det går så sakte at du kan liksom koble av, og bare tenke på det du ser på skjermen. Og det som skjer på skjermen er ikke noe som er liksom actionfylt og gjør deg stresset på en måte...det er veldig behagelig å se på, avslappende (Andrea 18-29).

Arvid (49+) sammenlignet det å se på sakte-TV med opplevelsen man kan få når man ser på et bål som brenner:

Du vet...det der med å se, sitte og se på bølger. Det er bare avslappende. Du filosoferer. Det å se inn i et bål, er også veldig avslappende når du ser på flammene. Jeg vil si at sakte-TV har akkurat samme virkning. Du ser det som skjer, av og til er det veldig interessant, da konsentrerer du deg. Og av og til er det bare...det virker veldig avslappende å se på sakte-TV. Selvfølgelig bruker du tid...men jeg gjør det i stedet for å lese for eksempel, så ser jeg på sakte-TV. Og jeg har veldig stort utbytte av det, det er en avslapning som er ganske fantastisk (Arvid 49+).

Han fortalte videre hvordan sakte-TV kan være så avslappende at det nesten er hypnotisk:

Det å se togs�kinnene forsvinne inn under toget. Det var helt hypnotiserende. Ja altså, ikke rent hypnotiserende...men det er akkurat som å se inn i et bål, når skinnene bare går hele tiden. Å se bølger slå mot en strand, de der skinnene har akkurat samme virkning. De hypnotiserer ikke men de, de, du, du kommer over i en annen tilstand. Jeg vet ikke hvordan jeg skal forklare det (Arvid 49+).

Informantene påpekte at andre TV-programmer og serier også kan være avslappende å se på, men at det er noe spesielt avslappende med sakte-TV. Petter (18-29) uttalte at ”vanlig TV” er mer fysisk avslapning, mens sakte-TV er mer psykisk. ”Det er hypnotisk-aktig, og du kommer inn i en rytme der du bare blir tatt med inn i bildet. Det er...man kan merke at plutselig bare følger man bølgene eller hva nå enn det er, hjulene på tog-greiene” (Petter 18-29). Enkelte av informantene sa at de merket denne ”hypnotiske tilstanden” først når de ble avbrutt av andre mens de så på. ”Du kjenner det når du blir avbrutt. En eller annen telefon ringer eller et eller annet skjer, så irriterer det. Da var jeg inni der og gjerne hadde noen andre tanker” (Arvid 49+). ”[...] jeg var litt sann hvis noen begynte å mase mens jeg så, så ble jeg sann, ja men jeg

hører ikke. Jeg hører ikke lyden”, beskrev Emilie (18-29). Det at publikum kunne leve seg så inn i det de så på at de nærmest glemte omgivelsene rundt, stemmer med Prevetts antakelser om hva sakte-TV gjør med seerne. Han har også hevdet at sakte-TV kan ha en nesten hypnotisk effekt (Prevett 2015), slik noen av informantene i studien min bekrefter.

Det må likevel igjen påpekes at det er forskjeller mellom sakte-TV-programmene. I de fleste programmene trenger man ikke konsentrere seg så mye, og man kan ha det som ”glance-TV” og avslapning. Historiemaratonene med Aarebrot skiller seg derimot ut, og er mer ”gaze-TV”. Tove (49+) beskrev denne forskjellen på følgende måte:

Det er helt annerledes, en annen, altså hvilke følelser jeg har fått når jeg sitter og ser på Aarebrot når jeg sitter og føler, nå må jeg ikke gå glipp av et eneste sekund her, og de følelsene jeg fikk da jeg så deler av Hurtigruteprogrammet. Det må jo være ganske forskjellig tror jeg. Og det er jo noe med at Hurtigruten og fuglefjellet, det gir en sånn meditativ veldig fredelig følelse, ehm, mens Aarebrot er en veldig intens opplevelse. Du du, du er liksom, du er ikke tilbaketrukket og avslappet, men du er på en måte veldig på, og hører etter (Tove 49+).

### **5.5.3 Tanke- og fantasifremkallende**

En tredje opplevelse som kom frem under intervjuene var at informantene syntes sakte-TV var tanke- og fantasifremkallende. I sakte-TV viser de lange kameratakningene bildeutsnittet lenge nok til at man kan studere det skikkelig og få med seg detaljer. Jo lenger bildet vises, dess mer tid har man til å se etter detaljer og lage sine egne historier. Også NRK har påpekt at sakte-TV kan gi en slik fantasifremkallende opplevelse. I et foredrag Thomas Hellum holdt på den amerikanske videokonferansetjenesten TED, viste han flere klipp fra sakte-TV. I et av klippene ble den samme kameratakningen holdt i rundt ti minutter. I klippet kan man se en ku som står på gresset på et gårdstun og beiter. Ved hovedhuset vaier et flagg i vinden, men man ser ingen mennesker. Etter hvert beveger kuen seg mot et gjerde som innrammer eiendommen, og den bare fortsetter å gå forbi gjerdet og vekk fra gården. Hellum fortalte videre hvordan seerne gjerne begynner å tenke sine tanker. ”Er bonden hjemme?”, ”følger han med på kuen sin?” og ”hvor er egentlig kuen på vei?” (Hellum 2014).

I stedet for at produsentene skaper innholdet, fanger kameraene det som måtte skje. Det er heller ingen som har klippet i innholdet, og dermed fremhevet visse ting og utelatt andre ting. Til vanlig klippes programmene slik at de gjerne legger opp til visse tolkninger, men i sakte-TV får seeren presentert så å si hele virkeligheten. ”[...] det føles veldig ekte da, fordi det går hele tiden sant, så du har liksom ikke...det er ikke redigert eller du har ikke sjanse til å bli forstyrret da...så det er veldig ekte” (Herman 18-29). Flere informanter nevnte

at det man får se i sakte-TV følte ekte, fordi publikum får se noe ufiltrert der ingen har kuttet vekk de uinteressante delene.

Jeg synes det var fint det at man fikk se alt, at det ikke er klippet. At det ikke er noen som har bestemt hva som skal vises, men at alt er med, så kan man egentlig bestemme litt selv hva man vil se. Kanskje man kan spole litt, så man kan bestemme litt selv hva man vil klippe ut (Emilie 18-29).

Som Emilie (18-29) her påpekte, kan seeren selv bestemme hva som er ”viktig”, hva man bør få med seg og hva man kan gå glipp av. I sakte-TV får publikum anledning til å legge merke til detaljer man ellers trolig ville ha gått glipp av dersom man så programmet i et tradisjonelt format, noe Prevett påpekte i sin videodokumentar (Prevett 2015). Man kan dermed velge ut detaljer basert på egen interesse, ved at man kan la øyet fokusere på enkelte deler av skjermbildet. Emilie fortalte at det nesten er slik at publikum blir produsentene, ved at de selv må bestemme hva som er fascinerende og verdt å få med seg, og hva som ikke er det. Det er mye i bildet som ikke blir presentert eller gjort rede for, som gir rom for egne tolkninger.

Informantene forklarte denne opplevelsen på ulike måter, men det gikk igjen i svarene at sakte-TV var fantasifremkallende, fordi det fikk dem til å fantasere om det de så på skjermen. Ifølge Herman (18-29) er det litt som om man holder på med såkalt ”people watching” der man gjerne sitter, for eksempel på en kafé eller en flyplass, og studerer andre mennesker som farer forbi. ”Det er et eller annet fascinerende med å sitte og bare se på ting. Det er som når du sitter på en kafé og bare ser på folk...det er jo ikke action men det er et eller annet behagelig med det da. Jeg vet ikke om du lager din egen historie ut av det...”, fortalte han. Han beskrev videre hvordan han opplevde dette når han så på sakte-TV:

Du begynner å tenke...ja se på hun, og tenker hva holder hun på med, og hvorfor står hun og synger salmer...jeg begynner liksom å se for meg livet hennes da. Og så går jeg videre kanskje til han oppe i hjørnet, og ja han var litt eldre enn de andre da. Og det får du bare tid til hvis du...det er på samme måte når du sitter på kafé og ser på folk som går forbi. Du begynner å lage litt historier og tenker hva er det de gjør på og sånn (Herman 18-29).

Herman forklarte at det er en forskjell mellom sakte-TV og andre TV-programmer, der sakte-TV i langt større grad får frem denne fantasien og tenkingen. I andre programmer blir bildet vanligvis kuttet til en annen kameravinkel etter noen sekunder. Selv om produsentene i sakte-TV også bytter kameravinkel, skjer det ikke så ofte som i tradisjonelle TV-programmer og -serier. ”Man blir vant til TV-serier med rask klipping, og da slipper du å lage de bildene selv...og du har ikke tid sant, for det kommer noe nytt hele veien. Men når du ser på ting som går sakte, så har du mer tid til å stimulere og finne på historier selv” (Herman 18-29).

Flere av informantene, både de eldre og de yngre, uttrykte videre at sakte-TV fikk dem til å tenke på noe helt annet. TV-programmenes lengde ga bedre tid til å tenke på alt mulig som man ikke får tid til når man ser på ”vanlig TV”, og Arvid (49+) hadde blant annet tenkt på feriedestinasjoner han ville reise til. Han sa følgende om hvordan sakte-TV fikk ham til å tenke: ”[...] det får meg til å filosofere. Du sitter og ser ut på noen bølger sant, så sitter jeg der, da går tankene”. Emilie (18-29) opplevde det litt som et levende bilde man kunne sitte og studere mens man lot tankene vandre: ”Det er jo som et bevegende bilde nærmest, synes jeg. Jeg synes det er mer ekte enn, du kan jo ha en ovn eller et akvarium på TV sant, det kan jo nesten minne litt om det, men at dette er ekte. Et levende bilde”.

#### **5.5.4 ”Livefølelse”**

Et kjennetegn ved sakte-TV er at sendingene som regel er direkte sendte. På denne måten kan sakte-TV gi en spesiell ”livefølelse” av at det som skjer, det skjer *nå*. Som de generelle TV-vanene til informantene viste, pleier de eldre vanligvis å se på TV direkte, mens de yngre i langt mindre grad gjør dette. Selv om det som oftest var tilfeldig at de yngre hadde sett på sakte-TV, fortalte også disse at dersom de først skulle se på sakte-TV, så måtte det være direkte, og at livefølelsen var en viktig del av sakte-TV. Herman (18-29) fortalte: ”Jeg tror ikke jeg ville sett sakte-TV i opptak. Det er jeg avhengig av å se når det skjer... eller det kan være opptak men det må ikke være vist før jeg ser det. Det må være følelsen av at du er den første som ser det”. Pernille beskrev det som følger:

For meg så tror jeg det blir litt mer ehm... jeg vet ikke hvordan jeg skal si det. Men jeg vet at det er en direkte sending, jeg vet at det skjer nå, og da blir det på en måte annerledes enn om jeg skulle sett på det senere. Da hadde det på en måte ikke blitt helt det samme (Pernille 18-29).

Det er interessant at sakte-TV er en sjanger som publikum ønsker å se direkte. Direkte sendinger kan gi en helt spesiell opplevelse, der publikum kan få følelsen av at ”dette skjer rett foran deg, akkurat nå” (Gripsrud 1998:19). Som Johansen har sagt er direkte sendinger et overbevisende tegn på nåtid og tilstedeværelse. Publikum får være tilstede i hendelsen mens den faktisk utarter seg, sammen med de andre seerne (Johansen 2001:377). Selv i *Bergensbanen minutt for minutt*, som var et opptak, kunne seerne få en slik følelse av nærvær gjennom liveness (Gripsrud 1998:19). Når publikum så på programmet var kanskje denne liveness-følelsen enda sterkere enn i andre programmer, fordi ingenting ”kjedelig” var fjernet selv om det var et opptak. Dette henger sammen med et av de andre av NRKs kriterier for sakte-TV som omhandler den uavbrutte tidslinjen der ingenting skal være klippet vekk. Lite



av det som skjer er planlagt, og som seer blir man dermed presentert for ”virkeligheten”. Særlig en av de eldre informantene, Arvid (49+), uttrykte en begeistring for å se TV fra virkeligheten. Selv om for eksempel reiseprogrammer han pleier å se på også er fra virkeligheten, består de som regel av mye klipping og er mye kortere enn den faktiske reisen. Arvid fortalte at det irriterte ham, fordi produsentene ofte ikke fikk med seg halvparten av det som var interessant i programmet som ble vist. I sakte-TV derimot, er det ingen som har klippet vekk noe. Man får i stedet presentert hele hendelsen slik den er i sin fullstendige lengde.

At publikum gjennom sakte-TV kan se hele hendelsen direkte minutt for minutt, er sannsynligvis en årsak til at TV-programmer som i utgangspunktet ikke kan sies å være så spennende, nettopp kunne bli interessante likevel. Bare det å kjøre gjennom de mørke tunellene kunne gi en viss spenning, som Emilie fortalte:

Jeg husker best tunellene da (ler), det å komme ut av tunellen. Det var litt sånn, for det er jo helt mørkt i de der tunellene, hvert fall mange av dem, så det var så veldig lyst når jeg kom ut. Det var nesten som å kjøre, og være lokomotivfører selv. Hva venter utenfor her, litt sånn (ler) (Emilie 18-29).

Flere andre informanter nevnte også tunellene som et av høydepunktene i sakte-TV, og likte det at skjermen var helt mørk og at man ikke helt visste hva som ventet når det ble lyst. Selv etter utallige tunneller med noenlunde den samme utsikten når man kom ut, var det fremdeles en viss spenning knyttet til dette. Det kunne jo hende at det ble annerledes denne *ene* gangen, som de sa. Andre fortalte at det kunne bli spennende om man kom til et sted man hadde vært eller hvis man så bekjente i sendingene.

Generelt sett fortalte de fleste informantene at sakte-TV hadde visse spenningsmomenter, men at det ikke var direkte spennende. En av de yngre informantene sa følgende: ”Det er ganske flatt. Det er jo ikke en kurve å snakke om, det er akkurat like spennende hele veien, så det er jo ikke noe mer spennende å se på Bergensbanen på Flåm eller på Voss eller på Geilo. Altså, det er jo tog liksom (ler)” (Magnus 18-29). En eldre informant sa: ”Det er interessant, men det er ikke spennende...det er ikke det jeg regner som spennende. Da må det være *Åndenes makt* og hvordan de der åndene romsterer” (Hilde 49+). Så hvilken spenning er det snakk om? Petter (18-29) fortalte det slik:

Det er behagelig flatt, men det skjer jo noe rart når du ser på det, for det blir jo plutselig spennende...når du følger Hurtigruten, åja nå skal de inn til en havn, stilig, så det blir...rytmen i sakte-TV gjør at kravene til spenning senkes sånn at den minste rykning får det til å bli fyr i spenningskurven (Petter 18-29).

Det er nettopp det Petter forklarte her som trolig er hovedessensen i sakte-TV. I utgangspunktet er det ikke spennende å se en båt kjøre i fem dager fra ett sted til et annet eller å se hele prosessen fra klipping av sau til en ferdig strikket genser. Likevel kan det bli interessant, fordi det sendes direkte og da kan i teorien hva som helst skje. Selv om sakte-TV kan sies å være et forutsigbart programkonsept, er det ingen som vet helt sikkert hva som faktisk kommer til å skje. Det kan plutselig skje noe som bryter ensformigheten, men sannsynligvis ikke. Det må påpekes at spenning knyttet til uforutsette hendelser også kan finne sted i andre direktesendinger, men at den kanskje er litt annerledes i sakte-TV. Publikum får være med på et langsomt TV-drama hentet fra virkeligheten, med et uredigert innhold av hverdagslige hendelser filmet fra start til slutt. En av informantene, Tove (49+), syntes det var vanskelig å forklare hvorfor sakte-TV kan være spennende. Til slutt kom hun frem til at sakte-TV-programmene kan minne om en fortelling, men på en annen måte:

Ehm...det er vel ikke en spenningskurve i de. De er jo forholdsvis flate, men det er jo små høydepunkter kanskje underveis. Eh, altså hvordan gikk det egentlig med det lundefuglpåret? [...] det er jo en slags fortelling. Det har jo ikke den type dramatik som i en film men eh, det har jo en begynnelse og en slutt. Så det er jo en fortelling innenfor et avgrenset...område, og det er jo en altså et forløp men det har ikke, det har jo ikke høydepunkt og vendepunkt og sånne ting, som en annen fortelling (Tove 49+).

### 5.5.5 Nasjonalfølelse og fellesskap

En femte opplevelse informantene beskrev var nasjonalfølelse og følelse av fellesskap, som tilsynelatende var den sterkeste opplevelsen flertallet hadde fått. Som beskrevet i kapittel 2 ønsker NRK at sakte-TV skal være nasjonalt forankret, slik at man som nordmann kan relatere seg til innholdet. Informantene hadde følt på denne nasjonalfølelsen i flere av programmene, men det var spesielt i *Hurtigruten minutt for minutt* at de kjente mest på den. Men hvilke nasjonalfølelser var det snakk om?

For det første ble det tatt opp at *Hurtigruten minutt for minutt* var en slags reklame for Norge, og at det nesten ble nasjonalromantisk. Sendingen viste norsk natur med dype fjorder og høye fjell etter hvert som båten passerte forbi. ”Det blir kanskje litt den følelsen, så flott land vi har, alle må få oppleve dette. At man blir stolt av naturen og det landet vi lever i”, sa Pernille (18-29). ”Jeg blir stolt av naturen i Norge...det er fint!”, sa Knut (49+). Disse eksemplene tyder på at programmet gjorde publikum stolte av landet sitt. Her må det påpekes at to av de yngre informantene uttrykte at de ikke kjente på noen nasjonalfølelse. En av disse var Magnus (18-29), som var blant dem som generelt så på sakte-TV med mindre begeistring. Også Tove (49+) fra den eldre aldersgruppen forklarte at hun ikke er så veldig patriotisk i

utgangspunktet, men at det skjedde noe når hun så på sakte-TV. ”Altså jeg er jo ikke av de der mest patriotiske i utgangspunktet sant, så jeg ser det nok med en viss distanse, tror jeg, jeg må si. Men samtidig så blir du jo revet litt med (ler), litt overgitt og til med stolt”, måtte hun til slutt erkjenne. Det var uansett et flertall som sa at sendingene fikk frem patriotene i dem, og at de var stolte av å være fra Norge. Flere sa videre at de ble spesielt stolte når folk i utlandet gjorde narr av de norske sakte-TV-sendingene.

[...] at de liksom er sånn, sjekk hva de holder på med i Norge (ler), for en gjeng. Så da blir du litt stolt av at sånn gjør vi det her, og det er liksom litt traust men det er liksom litt gøy da. Altså jeg kunne liksom skrytt av, hvis jeg hadde vært i utlandet kunne jeg sagt ”du sjekk ut det her vi gjør i Norge, vi sender en fuckings fuglekasse live i eks antall dager” (ler) (Herman 18-29).

Også Andrea (18-29) mente det var spesielt gøy at utenlandske medier omtalte oss nordmenn som noen raringer som satt og så på et bål som brant i ”eks antall” timer. Hun mente at programmene fremkalte nasjonalfølelser ”som bare juling”, og at vi nordmenn liker å skryte av hvor fint vi har det her i landet vårt. Videre forklarte hun at de fleste sakte-TV-programmene har handlet om nasjonale ting som for eksempel laksefiske, Bergensbanen, Hurtigruten, Skibladder og Telemarkskanalen. Hun påpekte i tillegg at enkelte av sendingene til og med inneholder ordet ”nasjonal”, som *Nasjonal vedkveld* og *Nasjonal strikkekveld*.

Petter (18-29) fortalte også at det er noe nasjonalromantisk over sendingene, som gjør at man blir stolt av det man ser. ”Når Hurtigruten var oppe i Nord-Norge så tenkte jeg jo at dette var helt sykt fint. Og tenk så sykt fint det er her i Norge. Det er jo sikkert, det er jo, det vekker jo patriotiske følelser”. De patriotiske følelsene ble for enkelte seere ekstra sterke. Herman (18-29) fortalte at når Sommerbåten seilte til hans hjemsted var det ekstra spesielt. ”[...] når Sommerbåten kom til hjemstedet mitt, jeg er enda mer glad i det stedet enn Norge, da blir du så stolt. Og så stod folk og jublet, de intervjuet folk derfra, og du tenkte nå ser hele Norge hvor flott det er der” (Herman 18-29). Herman ble tydelig rørt når han fortalte om hjemstedet sitt, som har stor betydning for ham.

En annen form for nasjonalfølelse var det at ”hele Norge” satt og så på. Da snakket informantene særlig om *Hurtigruten minutt for minutt*, som altså ble en nasjonal mediebegivenhet (Urdal 2015). Publikum kunne få en felles opplevelse og en følelse av nasjonal identitet. Sosiolog Arve Hjelseth har uttalt at folks behov for tilhørighet og fellesskap kan være en av forklaringene på suksessen til sakte-TV. Han mener at sakte-TV-programmene kan oppleves som kollektivt ved at man erfarer noe sammen, selv når man ser på alene (Hofstad 2014). Dette er derimot en opplevelse som også kan fremkomme av å se på ”vanlige” TV-programmer, som også Hjelseth påpeker. Selv om man sitter alene og ser på

TV, er det i visshet om at man sannsynligvis ser det samme samtidig med så mange andre. Dermed kan man få en følelse av at man er en del av en felles opplevelse (Buonanno 2008:24). Det blir et kollektivt ”vi”, der man tar del i et forestilt fellesskap. Selv om man aldri har møtt eller kommer til å møte menneskene som ser på, kan man forestille seg dem. ”Jeg tenkte jo at nå sitter sykt mange folk og ser på dette og det synes jeg er morsomt, eller det er liksom interessant at de har fått det til”, fortalte Andrea (18-29). Her ser man hvordan publikum antok at *Hurtigruten minutt for minutt* var et program ”alle” satt og så på. I tillegg var det et reelt fellesskap med dem man visste at så på, som blant annet dem som hadde delt at de så på i sosiale medier. For eksempel la daværende statsminister, Jens Stoltenberg, ut en Twitter-melding med et bilde av seg selv og teksten ”Ser på #Hurtigruten på NRK2, dette er Norge på sitt aller beste!” (Jørstad 2011).

At så mange så på det samme programmet samtidig er noe man ikke lenger kan ta for gitt i en mediehverdag med nærmest uendelige valgmuligheter for TV-innhold (Ellis 2000:70-71). Flere av de yngre informantene trakk frem at tanken på at så mange så på TV-programmet *Hurtigruten minutt for minutt* samtidig skapte en samlende følelse som kunne minne om hvordan man så på TV i ”gamle dager”.

[...] du følte at dette var en ting som alle i Norge fulgte med på. Så du fikk jo litt flashback til...altså jeg er jo akkurat gammel nok til å huske at vi bare hadde NRK og TV2, og du fikk liksom følelsen av at det...det inntrykket man har av NRK fra gamledager er at det var det folk så på, for det var den kanalen de hadde (Herman 18-29).

Petter (18-29) tenkte også tilbake til da han var liten og fjernsynet var mer samlende enn slik det er i dag. ”Tilbudet var så smalt, og det eneste aktuelle var å se programmene når de faktisk gikk på TV, og da hadde alle mye større felles referanser fra det. Alle hadde sett det samme og det var mye lettere å snakke om det”. Da han så på *Hurtigruten minutt for minutt* kjente han igjen på denne følelsen:

Det ble noe man følte ”alle” så på og snakket om. Eh, og det ble...samlende på en sjelden måte, synes jeg. Ja, det er få TV-programmer som har vært mer samlende de siste årene tror jeg. At det blir noe felles som du kan snakke om i lunsjen. Og hvis ikke han har sett det, kan han si, ja min mor ser på det, hun er veldig oppi det. Det ble så bredt at det ble, felles, felles eierskap til det (Petter 18-29).

Andrea (18-29) følte det kanskje ikke som et fellesskap i den forstand at man var samlet om én ting, men at man i stedet fikk noe til felles. ”Du har noe til felles, på en måte, så du danner et slags fellesskap. Du har et samtaleemne du kan snakke om liksom”, sa hun. Det var derimot ikke alle som hadde tenkt tanken om at hele Norge satt og så på dette TV-programmet, noe Tove (49+) påpekte. Et annet poeng er de seerne som ikke er etnisk norske, som kanskje ikke

følte på det sterke fellesskapet, som Sigrid (49+) påpekte. ”Det tror jeg ikke de helt klarer å forstå, sant, for vi har jo vært her så mange år og har bare bodd i Norge, og føler det sterke fellesskapet”. Selv om det var varierende hvor stolte de enkelte informantene var av Norge og det å være norsk, ga programmet likevel en følelse av fellesskap for de fleste.

En tredje form for nasjonalfølelse viste seg å henge sammen med at *Hurtigruten minutt for minutt* ble en nasjonal mediebegivenhet. Programmet var et eksempel på fjernsynets unike evne til å samle mennesker både i forestilte og i reelle fellesskap. Ikke bare samlet programmet publikum foran TV-skjermene, men det ble også en folkefest med oppmøte langs hele kysten (Urdal 2015). Ut i fra Dayan og Katz sine beskrivelser av en mediebegivenhet, lignet sendingen kanskje mest på en seremoni, med mange likhetstrekk til den landsdekkende nasjonale TV-sendingen på 17. mai (Enli mfl. 2010:209). Det var en slags hyllest av både den norske naturen og det norske fellesskapet, med jublende glade mennesker som hadde møtt opp i bunader og veivet med flagg og plakater. Man kunne nesten se flere flagg enn på 17. mai, og samlet sett kunne det se ut som et kjempelangt 17. mai-tog, i følge Sigrid (49+). Det var særlig de eldre informantene som trakk frem at de ble imponert og rørt over alle som møtte opp, og det sterke samholdet det symboliserte. Sigrid utdypet det slik:

At folk stilte til alle døgnets tider og i all slags vær og vind, og lagde innslag og de samlet lokalbefolkningen, skolekorps kom, og barn, og alle med norskeflagg og da...det var akkurat som jeg følte at vi var sammen om et felles prosjekt, og det sterke var at vi var én nasjon. Du følte deg veldig norsk, og det var veldig sterkt å se det sterke samholdet med at alle var sammen og stilte opp. Da blir du veldig stolt (Sigrid 49+).

Flere forklarte at programmet ikke bare var reklame for Norges flotte natur, men også for det å være nordmann. Det å møte opp og gjøre noe sammen med andre som om man er med på en stor fellesdugnad. ”Det forteller veldig mye om Norge og hvem nordmennene er”, sa Tove (49+). Generelt mente flertallet at de fikk en positiv opplevelse og satte pris på alle som møtte opp med ”underholdning” underveis. Informantene mente at dette gjorde programmet overraskende mer underholdende. Det var på den annen side et par av de unge informantene som syntes det var flaut å se på dem som kledde seg ut eller på andre måter viste seg frem. ”[...] jeg ser ubevisst ned på den handlingen deres. Fordi...fordi jeg synes det er litt teit. Det er bare ikke helt min stil”, uttrykte Petter (18-29). Arvid (49+) mislikte oppmøtet underveis av en helt annen grunn. Han var svært interessert i å se virkeligheten, enten det var i TV-programmer, TV-serier eller filmer.

Det jeg mener er at, sakte-TV skal gjengi virkeligheten. Når du da kommer inn til en kai i Nord-Norge, og det er stappfullt av mennesker, så er det ikke det jeg vil se. Jeg vil se hvordan det er i virkeligheten jeg. Jeg ville ha det dagligdagse, hvordan det egentlig forgikk på de

kaiene der, og hvordan de vanligvis blir tatt imot sant. Med to menn på kaien som skal hente posten (Arvid 49+).

Arvid mente at *Hurtigruten minutt for minutt* ikke burde ha blitt annonsert for i forveien, slik at man ikke visste om programmet. Som tidligere beskrevet var det nettopp medieomtalen som fikk informantene til å se på programmet, og som bidro til at det ble en mediebegivenhet som folk ønsket å få med seg. Likevel var det ingen fra NRK som hadde planlagt oppmøtet underveis. Dette var istedenfor et resultat av publikums engasjement og initiativ oppover langs kysten.

Selv om ikke de andre sakte-TV-programmene kan sies å ha vært mediebegivenheter slik *Hurtigruten minutt for minutt* var, oppga flere av informantene at også de andre programmene hadde gitt dem en viss nasjonalfølelse. De har alle hatt tema som har vært kulturelt forankret i norsk kultur, og omhandlet momenter som mange ser på som erkenorsk, som natur, fiske, tradisjonsrike båt- og togreiser, salmesang og strikking. Flere av programmene har også hatt musikk fra norske artister i bakgrunnen, som blant annet Edvard Grieg, Kari Bremnes, Halvdan Sivertsen, Madrugada og Postgirobygget. En journalist i Time Magazine har uttalt at sakte-TV-konseptet er blitt en del av den norske kulturen på nivå med eventyr om troll og skigåing (Lewis 2013). Informantene trakk også frem at de ser på sakte-TV som et særnorsk konsept, og at ordet sakte-TV i seg selv kan få frem nasjonalfølelsen. Ikke minst har alle programmene blitt produsert av NRK, som er folkets allmennkringkaster som nettopp skal styrke *norsk* språk, kultur og identitet (Hofseth 2011), og flere av informantene sa at de ser på NRK som noe av det norske av det norske.

### 5.5.6 Oppsummering

I denne analysedelen har jeg tatt for meg det siste forskningsspørsmålet som omhandler publikums *opplevelse* av å se sakte-TV. Ut i fra analyse materialet var det særlig fem opplevelser som gikk igjen blant svarene, både blant de unge og de eldre. For det første ga sakte-TV informantene en form for reiseopplevelse. Det kunne virke som at flere følte at de fikk bli med på turen selv, enten det var til steder de ikke hadde vært, steder de ønsker å dra til eller steder de dro kjensel på etter at de selv hadde vært der. For det andre kan sakte-TV virke avslappende og nesten hypnotisk, og seeren kobler gjerne ut alt annet. Det var imidlertid få av informantene som følte at sakte-TV i praksis kan fungere som en motreaksjon på stress i deres liv. Den tredje opplevelsen informantene oppga var at sakte-TV kan være tanke- og fantasifremkallende. Når informantene har sett på sakte-TV har de etter hvert begynt å lage egne historier ut fra det de har sett på skjermen. En fjerde opplevelse informantene hadde

kjent på var live-følelsen, der de fikk følelsen av at det som skjer, det skjer *nå*. TV-programmene har i utgangspunktet ingen spenningskurve, men de kan bli interessante likevel, spesielt fordi de er direktesendte og da bygger opp til at ”hva som helst” kan skje. Som en femte opplevelse trakk informantene frem at sakte-TV, og særlig *Hurtigruten minutt for minutt*, ga en nasjonalfølelse og følelse av fellesskap, der de følte på patriotisme og samhold med resten av Norges befolkning. Denne opplevelsen kunne også være tilstede i de andre sakte-TV-programmene på grunn av de norske temaene.

## 5.6 Ulike typer sakte-TV-seere

Basert på svarene informantene har gitt om sitt forhold til sakte-TV, tegner det seg et bilde av ulike typer sakte-TV-seere. Det er særlig tre typer som har utmerket seg: ”de entusiastiske”, ”de likegyldige” og ”de skeptiske”. Dersom studien hadde hatt flere informanter, kunne det kanskje vært enda flere nyanser av seertyper.

For det første har man de entusiastiske seerne, som mer enn gjerne ser på sakte-TV. Dette er personer som har sett mye på sakte-TV, både målt i antall programmer og tidsmessig. De entusiastiske har et ønske om å se mest mulig av de programmene de interesserer seg for, og ser gjerne favorittprogrammene om igjen flere ganger. Disse sakte-TV-seerne diskuterer også i stor grad med andre om det de har sett. I denne studien var det tre fra den eldre og en fra den yngre aldersgruppen som var særlig entusiastiske. Det var Sigrid (49+), Knut (49+), Tove (49+) og Andrea (18-29). Disse personene kan trolig også beskrives som sakte-TV-fans.

For det andre har man de likegyldige seerne, som har et mer ambivalent forhold til sakte-TV og verken er spesielt positive eller negative. De virker imidlertid generelt sett å være *mer* positive enn negative. De likegyldige seerne har sett middels mye sakte-TV, men har egentlig ikke noen sterke formeninger om det de har sett. Her befinner et flertall av de yngre i denne studien seg, i tillegg til én av de eldre. Dette var Herman (18-29), Petter (18-29), Pernille (18-29), Emilie (18-29) og Gunnar (49+).

For det tredje har man de skeptiske seerne, som har nokså lav interesse for og lite engasjement i sakte-TV. Dette er personer som i stor grad ser på sakte-TV som et merkelig fenomen, og noe de i hvert fall ikke ønsker å se mer enn én gang. I denne studien var det to seere, én fra hver aldersgruppe, som kan sies å være blant de skeptiske. Det var Magnus (18-29) og Hilde (49+). Igjen må det påpekes at Aarebrotts foredragsmaratoner skiller seg ut. Magnus (18-29), som her utpekes som blant de skeptiske, var for eksempel svært begeistret for slik akademisk sakte-TV. Uansett ser man hvordan sakte-TV kan være en sjanger som har et vidt spekter av seere fra de mest engasjerte til de mindre begeistrede i ulike aldersgrupper.

## Kapittel 6: Avslutning

I denne studien har jeg tatt for meg hvilke erfaringer publikum har med sakte-TV og hvilke opplevelser de får av å se på. Datamaterialet er basert på intervjuer med to ulike aldersgrupper for å se hvilke likheter og forskjeller det er mellom de unge og de eldre TV-seerne.

Avslutningsvis vil jeg i dette kapittelet oppsummere studiens hovedfunn. Jeg vil også presentere forslag til videre forskning på sakte-TV i Norge og i utlandet, og reflektere litt rundt sjangerens fremtid på TV-skjermen.

### 6.1 Oppsummering av hovedfunn

Studiens problemstilling er som følger: *Hvilke erfaringer og opplevelser har to generasjoner av publikum med sakte-TV på NRK?* Studien har vist at det er likheter og forskjeller mellom de to aldersgruppene, men også innad i hver enkelt aldersgruppe. Det er spesielt interessant å se at de unge i denne studien viser seg å være en relativt homogen gruppe med nokså identiske svar, mens situasjonen er en annen for de eldre. Den eldre aldersgruppen er mer sprikende i svarene, som viser at de er en heterogen gruppe med ulike preferanser. Dette skillet viser seg også i analysen av deres generelle TV-vaner. Der de yngre i all hovedsak er instrumentelle TV-seere, er de eldre i større grad en blanding av instrumentelle og ritualiserte TV-seere. Studien min viser dermed at man generelt ikke nødvendigvis kan si at de yngre ser på fjernsyn på en måte og de eldre på en annen måte.

Et av studiens hovedfunn var at informantene mente at Aarebrotts foredragsmaratoner ikke burde betegnes som sakte-TV. Informantene mente at de i så fall burde omtales som akademisk sakte-TV, da disse sendingene er mer informative enn de andre programmene. I de tilfellene hvor det har vært mer eller mindre tilfeldig at informantene har sett på de andre sakte-TV-programmene, har foredragsmaratonene derimot vært programmer som disse informantene har hatt et spesifikt ønske om å se; enten fordi de har hatt en interesse for Aarebrot som foreleser eller for temaene. Foredragsmaratonene skiller seg også ut som programmer hvor man må følge godt med for å få med seg innholdet, mens det i de andre sakte-TV-programmene er lettere å gjøre andre ting samtidig uten å gå glipp av noe vesentlig. I tillegg er opplevelsene av å se på programmene ulik. Foredragsmaratonene er for eksempel ikke tanke- og fantasifremkallende og gir heller ikke en reiseopplevelse, slik de andre sakte-TV-programmene kan gi.

Et annet sentralt funn er at måten publikum ser på sakte-TV skiller seg fra hvordan de ser på andre TV-programmer, noe som var særlig tydelig i den yngre informantgruppen. Som



informantenes generelle TV-vaner viste, pleier de yngre vanligvis å se på strømme-TV. De er i stor grad instrumentelle TV-seere som velger ut innhold etter egen interesse eller nytteverdi. De pleier å følge nokså konsentrert med på det de ser på, uten å gjøre andre ting samtidig. Når det gjelder sakte-TV har de imidlertid sett programmene direkte på lineært TV. De har ikke valgt ut programmene av egen interesse, men tilfeldigvis fått dem med seg på besøk hos foreldre eller besteforeldre. Det er dermed sannsynlig å anta at om de ikke hadde vært på besøk hos andre som så på lineært TV, ville de ikke ha fått med seg så ”mye” sakte-TV som de har gjort. De kunne også gjøre andre ting samtidig som de så på sakte-TV, uten at de gikk glipp av noe vesentlig. Noen av disse poengene gjaldt også for enkelte av informantene fra den eldre gruppen, men de var mer fremtredende hos de yngre.

Et tredje hovedfunn er at sakte-TV er en TV-sjanger for de eldre. Studiens resultater på dette punktet stemmer dermed med seertallsstatistikken som sier at det er flest eldre som har sett på sakte-TV. Blant mine informanter er det de eldre som har sett flest programmer, og som også har sett lengst på programmene de har sett. Der de yngre bare har kikket innom sendingene, har noen av de eldre sett på i opptil flere timer i strekk. De yngre fortalte at de nokså fort begynte å kjede seg, fordi programmene ikke underholdt nok. Temaene og formatet viser seg også å appellere mer til det eldre publikummet. Det er også de eldre som har diskutert sjangeren mest med andre. I diskusjonene har de yngre i hovedsak diskutert hvor spesielt konseptet er, mens de eldre har diskutert innholdet i sendingene. Det kan virke som at de eldre ikke ser på den langsomme fremstillingen som underlig, slik mange av de yngre gjør.

Et fjerde funn jeg vil trekke frem gjelder informantenes tanker om sakte-TV som en motreaksjon på stress. Flere forskere har, som beskrevet, hevdet at sakte-TV skiller seg ut fra andre TV-programmer som inneholder rask klipping og høydepunkter. NRK har i tillegg selv hevdet at sakte-TV kanskje er en motreaksjon på en ellers stressende hverdag. En grunn til at informantene mine fortsatte å se på sakte-TV var nettopp fordi det skilte seg ut fra annet innhold som de vanligvis ser. Både de eldre og de yngre sa at de satte pris på å få se ”hele virkeligheten” til en forandring, der ingen produsent har klippet i innholdet. Funnene viser at få av dem så på sakte-TV som en motreaksjon på stress, men at det å se på sakte-TV kunne fungere avslappende og nesten hypnotisk for enkelte.

## **6.2 Veien videre for sakte-TV**

Som beskrevet er ikke resultatene av en kvalitativ studie generaliserbar, og man kan ikke nødvendigvis si at publikum i sin helhet opplever sakte-TV på samme måte som denne

studiens informanter har gjort. Selv om svarene i denne studien kan være dekkende for vesentlige reaksjonsmønstre, kan man ikke si dette med sikkerhet. Datamaterialet stammer fra bergensområdet, og selv om enkelte av informantene kom fra andre steder i Norge, er ikke studien representativ for hele landet. Man kunne derfor gjort en lignende studie i en annen by, eller undersøkt den midterste gruppen av publikum i alderen 30-48 år (som ikke er dekket i min studie). Samtidig spørres det om slike studier hadde gitt nye funn utover det som er blitt dokumentert i studien min. I stedet kan det tenkes at det hadde vært mer interessant å intervjuer to grupper som har sterke positive og negative tanker om sakte-TV. Man kunne eksempelvis ha intervjuet to ulike fokusgrupper med sakte-TV-seere for å se nærmere på ”de engasjerte” og ”de skeptiske” seerne som jeg har skissert. Som studien min har vist, er sakte-TV en sjanger som publikum kan ha varierte meninger om på tvers av aldersgrupper, og det kunne vært interessant med mer forskning på disse ulikhetene og ytterpunktene. Det kunne også vært interessant å gjennomføre en publikumsstudie på utenlandske sakte-TV-seere. Hvorfor velger de å se på norskprodusert sakte-TV og hvilke opplevelser har det gitt dem? Eksempelvis er det naturlig å anta at utenlandske seere ikke vil oppleve nasjonalfølelsen som flere av informantene i denne studien satte ord på, men at kanskje andre opplevelser er sterkere for dem. En annen mulighet er å ta en Bourdieu-inspirert innfallsvinkel, der man blant annet kunne kartlagt smakspreferansene til sakte-TV-seere og sett dem i sammenheng med utdanning, yrke og lignende. Foruten om disse forslagene er det flere andre forskningsretninger man kan benytte innenfor temaet, da forskningen på sakte-TV fremdeles bare er i startfasen.

Hva så med sakte-TV's fremtid på TV-skjermen? Sjangeren er blitt en suksess, i hvert fall sett i lys av at ”alle” har hørt om det, og at NRK har produsert flere programmer med høye seertall. Hvis man derimot ser nærmere på hvem som har sett på disse programmene, har NRK kanskje ikke lyktes så godt i å nå det yngre publikummet, med unntak av med Aarebrots forelesningsmaratoner. NRK er en lisensfinansiert allmennkringkaster og det er dermed viktig at de bevarer sin legitimitet i samfunnet, også hos de yngre. På den annen side skal NRK lage innhold for alle, også for dem som liker roligere programmer der det ikke nødvendigvis skjer så mye. Dessuten skal lisensfinansieringen bidra til at NRK produserer programmer som skiller seg fra det kommersielle konkurrenter lager. Sakte-TV kan da være et supplement og en kontrast til andre programmer som har et høyere tempo, kortere sekvenser og flere høydepunkter. Vi lever i overflodsæraen i fjernsynets historie, der publikum kan velge og vrake i et enormt utvalg TV-innhold. I denne tiden er det kanskje spesielt viktig at NRK satser på annerledes konsepter, slik som eksempelvis sakte-TV, selv om programmene ikke alltid

treffer alle aldersgrupper like godt. Gjennom intervjusamtalene dannet det seg imidlertid et inntrykk av at de yngre syntes det var bra at NRK har utviklet ”en sjanger for de eldre”. På Facebook-siden til NRK Underholdning har også en seer skrevet følgende innlegg; ”Forleden var jeg på besøk hos min mormor som hadde et hjertesukk. Hun mener at det er så mye rart på TV for tiden. Mye støy og ting hun ikke forstår seg på. Hvor ble det av alt det vi eldre liker, sier hun” (NRK Underholdning 2017). Innskriveren foreslår at NRK som løsning kan lansere NRK4 som en seniorkanal med innhold rettet mot de eldre, på samme måte som NRK Super er rettet mot barn. En slik seniorkanal vil blant annet passe utmerket for å sende sakte-TV.

Uansett hvem seerne av sakte-TV er har NRK flere planer fremover for ulike programmer innenfor sjangeren. Sommeren 2017 kommer *Sommertoget minutt for minutt* som blir en ny variant av NRKs tidligere Sommerbåt, og høsten 2017 skal Aarebrot i gang med et nytt foredrag, denne gang om europeisk historie de siste 500 årene i sendingen *500 år på 500 minutter*. Også i utlandet virker det som interessen for å lage sakte-TV øker, og der ligger det nok et stort potensiale for å produsere gode programmer. Uansett hvilket land som produserer sakte-TV fremover, tror jeg det er et par aspekter som samlet er sentrale for å sikre suksess. Sakte-TV bør for det første ha en kulturell forankring og betydning for det aktuelle landet, slik at man som seer kan relatere seg til innholdet. Jeg tror også det er viktig at sakte-TV ikke blir sendt for ofte, slik at man som publikum ikke blir ”mettet” av å se det fordi det blir en vane. Det bør være noe som bare sendes et par ganger i året. På den måten klarer det sannsynligvis å skille seg mer ut fra det andre innholdet som vises på skjermene våre, og kan oppleves mer som en begivenhet. Sist, men ikke minst, er det nok elementært at sakte-TV forblir en sjanger der lite skjer. Om man begynner å involvere for mye innhold, fordi man for eksempel er redd for at det er for kjedelig uten mange intervjuer, mister man nok kjernen i sakte-TV. Det *skal ikke* skje så mye. Poenget er nettopp den ene eksponeringen, eller de få kameraene som filmer nesten det samme hele tiden. Produsentene må stole på den rå formen for sakte-TV, der det er fascinerende nok å bare følge med på det som skjer.

Uansett hva som skjer fremover med sakte-TV har sjangeren blitt en del av både norsk og utenlandsk TV-historie. Jeg vil avslutningsvis si meg enig i analysesjef i NRK, Kristian Tolonen sin mening om at TV generelt absolutt ikke er *ut*, men bare *utvidet* (Jensen 2014). Tradisjonell TV må fortsette å tilpasse seg den mediehverdagen vi lever i dag, og produsere gode konsepter av høy kvalitet som klarer å engasjere publikum. Kanskje det nettopp er direktesendte TV-programmer som sakte-TV og mediebegivenheter som klarer å holde liv i TV-boksen og den lineære måten å se på TV. Hva som til syvende og sist skjer med fjernsynet og med sakte-TV er vanskelig å si helt sikkert. Den som lever får se (på TV).

## Referanseliste

- Aanstad, Kristine Hellem (28.07.2016) *Netflix skal vise norsk sakte-TV*. [Internett] Aftenposten. <http://www.aftenposten.no/kultur/Netflix-skal-vise-norsk-sakte-TV-601016b.html> [11.10.2016]
- Amento, Brian, Chris Harrison, Mukesh Nathan og Loren Terveen (2010) "Asynchronous Communication: Fostering Social Interaction with Collabora TV" i Subhasish Dasgupta red. *Social Computing: Concepts, Methodologies, Tools and Applications*. London, Idea Group Inc s. 732-752
- Andersland, Kjetil Kjær og Rebecca Strand (08.02.2012) *Hurtigruten – minutt for minutt er norsk dokumentarv*. [Internett] NRK. <https://www.nrk.no/hordaland/hurtigrute-tv-er-norsk-kulturav-1.7987717> [19.10.2016]
- Anderson, Benedict (1996) *Forestilte fellesskap*. Oslo, Spartacus Forlag AS
- Bjørklund, Marte (29.01.2015) *Brems litt, nå*. [Internett] Bergens Tidende. [http://www.bt.no/btmagasinet/Brems-litt\\_-na-301429b.html](http://www.bt.no/btmagasinet/Brems-litt_-na-301429b.html) [03.05.2017]
- Buonanno, Milly (2008) *The Age of Television. Experiences and Theories*. Bristol og Chicago, Intellect Books
- Bukszpan, Daniel (09.05.2016) *Show about nothing*. [Internett] Thedailybeast. <http://www.thedailybeast.com/slow-tv-netflixs-chill-mesmerizing-antidote-to-the-madness-of-2016> [07.12.2016]
- Cinema History (07.01.2013) *The Lumiere Brothers - "Arrival of a Train at La Ciotat" - First silent documentary film - 1896*. [Internett] YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=d\\_9N68MO9gM](https://www.youtube.com/watch?v=d_9N68MO9gM) [11.10.2016]
- Comenas, Gary (2015) *Sleep 1963* [Internett] Warholstars. <http://www.warholstars.org/sleep.html> [11.10.2016]
- Couldry, Nick, Hepp, Andreas og Krotz, Friedrich (2010) *Media events in a global age*. London & New York, Routledge
- Dayan, Daniel og Elihu Katz (1992) *Media events - the live broadcasting of history*. Cambridge, Massachussets & London, Harvard University Press
- Deloitte (2016) *Digital Democracy Survey. A multi-generational view of consumer technology, media, and telecom trends*. [Internett] Deloitte. <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/digital-democracy-survey-generational-media-consumption-trends.html> [19.04.2017]

- Ellis, John (1982) *Visible Fictions: Cinema, Television, Video*. London, Routledge
- Ellis, John (2000) *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*. London & New York, I.B. Tauris
- Elnan, Cathrine (22.02.2013) *Amerikansk TV-program gjør narr av "nasjonal vedkveld"*. [Internett] NRK. <https://www.nrk.no/kultur/amerikanerne-ler-av-vedkvelden-1.10922593> [08.02.2017]
- Enli, Gunn, Hallvard Moe, Vilde Schanke Sundet og Trine Syvertsen (2010) *TV - en innføring*. Oslo, Universitetsforlaget
- Enli, Gunn, Hallvard Moe, Vilde Schanke Sundet og Trine Syvertsen (2013) *From fear of television to fear for television*, *Media History* 19(2) s. 213-227 doi:[10.1080/13688804.2013.791420](https://doi.org/10.1080/13688804.2013.791420)
- Enli, Gunn og Trine Syvertsen (2016) *The End of Television – Again! How TV Is Still Influenced by Cultural Factors in the Age of Digital Intermediaries*, *Media and Communication* 4(3) s. 142-153 doi:[10.17645/mac.v4i3.547](https://doi.org/10.17645/mac.v4i3.547)
- Erstad, Ola (1993) "Forklaringsmåter i medieforskning – en vitenskapsteoretisk analyse av forklaringsmåter i studiet av fjernsynsseing" i Ola Erstad red. *Vitenskapsteori og medieforskning*. Rapport nr. 12, Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo s. 33-58
- Fordal, Jon Annar og Jan Inge Ebbesvik (24.11.2009) *Bergen - Oslo minutt for minutt*. [Internett] NRK. <https://www.nrk.no/hordaland/bergen---oslo-minutt-for-minutt-1.6880715> [21.09.2016]
- Fordal, Jon Annar (15.12.2016) *Fjernsynets historie*. [Internett] NRK. <https://www.nrk.no/organisasjon/fjernsynets-historie-1.6512060> [17.02.2017]
- Fossbakken, Erlend (27.12.2016) *600.000 så ribba steke minutt for minutt*. [Internett] Kampanje. <http://kampanje.com/medier/2016/12/600.000-sa-ribba-steke-grad-for-grad/> [13.01.2017]
- Gentikow, Barbara (2005) *Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode*. Kristiansand, IJ-Forlaget
- Gentikow, Barbara (2010) *Nye fjernsynserfaringer – teknologi, bruksteknikker, hverdagsliv*. Kristiansand, Høyskoleforlaget
- Graatrud, Gabrielle og Cathrine Elnan (16.12.2013) *NRK-fenomen ble kåret til årets nyord*. [Internett] NRK. <https://www.nrk.no/kultur/sakte-tv-er-arets-nyord-1.11414027> [05.10.2016]

- Gripsrud, Jostein (1998) "Television, Broadcasting, Flow: Key Metaphors in TV Theory" i Christine Geraghty og David Lusted red. *The Television Studies Book*. London, Arnold s. 17-32
- Gripsrud, Jostein (2015) *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo, Universitetsforlaget
- Hagen, Ingunn (2008) *Medias publikum. Frå mottakar til brukar?* Oslo, Gyldendal Akademisk
- Hellum, Thomas (10.12.2014) The world's most boring television...and why it's hilariously addictive. [Internett] YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=jxKUDXrtDFI> [12.10.2016]
- Henriksen, Arve (05.07.2011) *Hurtigruten satte Guinness-rekord*. [Internett] Aftenposten. <http://www.aftenposten.no/kultur/Hurtigruten-satte-Guinness-rekord-576534b.html> [20.11.2016]
- Henriksen, Arve (23.04.2014) *Til vær's minutt for minutt*. [Internett] Aftenposten. <http://www.aftenposten.no/kultur/Til-vars-minutt-for-minutt-90994b.html#.U1dai1eeaAg> [11.10.2016]
- Heritage, Stuart (04.10.2013) *Slow TV: the Norwegian movement with universal appeal*. [Internett] The Guardian. <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2013/oct/04/slow-tv-norwegian-movement-nrk> [20.11.2016]
- Hofseth, Anders (16.06.2011) *Hurtigruten: 5 døgn TV-maraton i midnattssol*. [Internett] NRKbeta. <https://nrkbeta.no/2011/06/16/hurtigruten/> [15.03.2017]
- Hofstad, Sigrun (01.12.2014) – *Sakte-tv dekker vårt behov for tilhørighet*. [Internett] NRK. [https://www.nrk.no/trondelag/\\_sakte-tv-dekker-vart-behov-for-tilhorighet-1.12074827](https://www.nrk.no/trondelag/_sakte-tv-dekker-vart-behov-for-tilhorighet-1.12074827) [11.10.2016]
- Ihlebak, Karoline Andrea, Trine Syvertsen og Espen Ytreberg (2011) *Farvel til mangfoldet? – Endringer i norske tv-kanalers programlegging og sendeskjemaer etter digitaliseringen*. Norsk medietidsskrift 18(3), s. 217-236
- IMDb (2016) *The Yule Log 1966* [Internett] IMDb. <http://www.imdb.com/title/tt0395823/> [11.10.2016]
- Jenkins, Henry (2006) *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York & London, New York University Press
- Jensen, Christine og Hilde Ljøen (24.11.2014) *Sakte-TV på NRK*. [Internett] NRK. <https://www.nrk.no/presse/sakte-tv-pa-nrk-1.12056455> [12.10.2016]

- Jensen, Martin Huseby (10.10.2014) *Er det nå TV-vanene dør?* [Internett] Journalisten. <http://journalisten.no/2014/06/er-det-na-tv-vanene-dor> [19.02.2017]
- Jerijervi, Dag Robert (28.04.2017) *Én million har sett reinflytting på NRK.* [Internett] Kampanje. <http://kampanje.com/medier/2017/04/en-million-har-sett-reinflytting-pa-nrk/> [26.05.2017]
- Johansen, Anders (2001) *All verdens tid.* Oslo, Spartacus
- Jørstad, Atle (20.06.2011) *Stolt Stoltenberg om Hurtigruten: - 17. mai-stemning.* [Internett] VG. <http://www.vg.no/rampelys/tv/media/stolt-stoltenberg-om-hurtigruten-17-mai-stemning/a/10087614/> [21.03.2017]
- Kantar TNS (2016) *Årsrapport for TV-seing i Norge 2016.* [Internett] TNS Gallup. [http://www.tns-gallup.no/globalassets/medier/tv/arsrapport-tv\\_2016.pdf](http://www.tns-gallup.no/globalassets/medier/tv/arsrapport-tv_2016.pdf) [07.03.2017]
- Lewis, Mark (08.07.2013) *Norway's 'Slow TV' Movement: So Wrong, It's Right.* [Internett] Time Magazine. <http://world.time.com/2013/07/08/norways-slow-tv-movement-so-wrong-its-right/> [15.05.2017]
- Lunde, Bjørn Erik Rygg og Susanne Lysvold (20.06.2011) *Herfra lages NRKs hurtigrutesending.* [Internett] NRK. <https://www.nrk.no/nordland/slik-lages-hurtigrute-sendinga-1.7680755> [12.10.2016]
- Neild, Barry (25.06.2014) *Is this the most boring inflight movie ever?* [Internett] CNN. <http://edition.cnn.com/2014/06/25/travel/boring-inflight-movie/> [11.10.2016]
- Nichols, Bill (2010) *Introduction to documentary.* Bloomington & Indianapolis, Indiana University Press
- NRK (2009) *Bergensbanen minutt for minutt.* [Internett] NRK. <https://tv.nrk.no/program/prho63004009/bergensbanen-minutt-for-minutt> [21.09.2016]
- NRK (2010) *Flåmsbana minutt for minutt.* [Internett] NRK. <https://tv.nrk.no/program/dvfj64001010/flaamsbana-minutt-for-minutt> [18.05.2017]
- NRK (2011) *Hurtigruten minutt for minutt.* [Internett] NRK. <https://tv.nrk.no/serie/hurtigruten-minutt-for-minutt/DVFJ60005012/16-06-2012> [19.11.2016]
- NRK (2012) *Nordlandsbanen minutt for minutt.* [Internett] NRK. <https://tv.nrk.no/serie/nordlandsbanen-minutt-for-minutt> [12.10.2016]

- NRK (2013) *Nasjonal vedkveld*. [Internett] NRK.  
<https://tv.nrk.no/serie/nasjonal-vedkveld> [11.10.2016]
- NRK (2014) *Salmeboka minutt for minutt*. [Internett] NRK.  
<https://tv.nrk.no/serie/salmeboka-minutt-for-minutt> [12.10.2016]
- NRK (2017) *Reinflytting minutt for minutt*. [Internett] NRK.  
<https://tv.nrk.no/serie/reinflytting-minutt-for-minutt> [07.05.2017]
- NRK Underholdning (19.05.2017) Innlegg på Facebooksiden *NRK Underholdning* [Internett] Facebook. <https://www.facebook.com/NRKUnderholdning/> [21.05.2017]
- NTB (28.09.2016) *Rekordmange så Clinton og Trump i TV-duell: 84 millioner benket seg foran skjermen*. [Internett] Medier24. <https://www.medier24.no/artikler/rekordmange-sa-clinton-og-trump-i-tv-duell-84-millioner-benket-seg-foran-skjermen/363283> [23.02.2017]
- Pedersen, Bjørn Tore (2011) *Hurtigruten minutt for minutt – jubelferden, folkefesten, landskapet*. Oslo, Pax Forlag AS
- Personopplysningsloven. *Lov om behandling av personopplysninger 14.04.2000 kapittel 6 om melde- og konsesjonsplikt*.
- Pettersen, Bjørn Hugo (01.12.2016) *40 år med små norgeshistorier*. [Internett] Dagsavisen. <http://www.dagsavisen.no/innenriks/40-ar-med-sma-norgeshistorier-1.861869> [18.05.2017]
- Prebensen, Iacob Christian (25.06.2011) *Hurtigruten: Det er forskjell på mange og mange*. [Internett] NRKbeta. <https://nrkbeta.no/2011/06/25/hurtigruten-det-er-forskjell-pa-mange-og-mange/> [12.10.2016]
- Prevett, Tim (13.11.2014a) *Slow TV – Defining the boundaries*. [Internett] Slowtelevision.blogspot.no. <http://slowtelevision.blogspot.no/2014/11/slow-tv-defining-boundaries.html> [12.10.2016]
- Prevett, Tim (13.11.2014b) *What is Slow TV?* [Internett] Slowtelevision.blogspot.no. <http://slowtelevision.blogspot.no/2014/10/what-is-slow-tv.html> [12.10.2016]
- Prevett, Tim (18.12.2015) *That Damned Cow - Just What is Norwegian Slow TV?* [Internett] YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=qBWCx4-ufdQ&list=PLKbmcqpDWOmD4rzJXbii7vXnu0Lfubn0> [15.11.2016]
- Prevett, Tim (20.09.2016a) *Slow TV Broadcasts*. [Internett] Slowtelevision.blogspot.no. <http://slowtelevision.blogspot.no/p/like-good-ale-is-best-enjoyed-chilled.html> [09.11.2016]



- Prevett, Tim (21.12.2016b) *Slow Cinema interview with Dr Nadin Mai, PhD* [Internett] YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=LY9UDjwPzDI&list=PLKbmcqDWOmCDuKLC9IY67NB1bUR3meZa> [05.04.2017]
- Proulx, Mike og Stacey Shepatin (2012) *Social TV - how marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media, and mobile*. New Jersey, John Wiley & Sons Inc
- Puijk, Roel (2015) *Slow Television: A Successful Innovation in Public Service Broadcasting*. Nordicom Review 36, Lillehammer University College
- Rath, Claus-Dieter (1989) "Live television and its audiences: challenges of media reality" i Ellen Seiter, Hans Borchers, Gabriele Kreutzner og Eva-Maria Warth red. *Remote Control – Television, Audiences & Cultural Power*. London & New York, Routledge s. 79-95
- Retriever (2017) Søkeord "Hurtigruten minutt for minutt", dato 16.06.2011-22.06.2011. [Internett] Atekst. <https://web-retriever-info-com.pva.uib.no/services/archive.html?> [21.03.2017]
- Riise, Hege Bakken og Kristi Falch-Nilsen (20.06.2011) *Hurtigruten sprenger alle rekorder!* [Internett] NRK. <https://www.nrk.no/kultur/hurtigruten-sprenger-alle-rekorder-1.7680819> [06.12.2016]
- Sagen, Håkon Vårhus (2016) *Fjernsynet i det 21. århundret. Med fokus på brukerdeltakelse i Sakte-TV-programmer*. Masteroppgave i Film- og videoproduksjon, Trondheim, NTNU
- Silverstone, Roger (1994) *Television and Everyday Life*. London & New York, Routledge
- Skrede, Sindre (11.05.2016) *Slik laget vi Saltstraumen minutt for minutt*. [Internett] NRKbeta. <https://nrkbeta.no/2016/05/11/slik-laget-vi-saltstraumen-minutt-for-minutt/> [12.10.2016]
- Syvertsen, Trine (2010) *Medieforskerne hater gamle mennesker*. Norsk medietidsskrift 17(4), s. 381-390
- Sæby, Inger-Marit Knap (30.11.2009) "Bergensbanen minutt for minutt" ble helgens store snakkis. [Internett] NRK. [https://www.nrk.no/kultur/1\\_2-millioner-innom-bergensbanen-1.6888505](https://www.nrk.no/kultur/1_2-millioner-innom-bergensbanen-1.6888505) [21.09.2016]
- The Guardian (21.10.2016) *Napflix: the streaming service that wants to bore viewers to sleep*. [Internett] The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2016/oct/21/napflix-boring-sleep-videos-spain> [20.11.2016]

- Tjelle, Irina (14.05.2016) *Obama spøkte om NRKs sakte-TV*. [Internett] NRK.  
<https://www.nrk.no/urix/obama-spokte-om-nrks-sakte-tv-1.12946802> [07.05.2017]
- TV2 (22.05.2014) *Slik ser du "Fly med oss" på TV2.no*. [Internett] TV2.  
<http://www.tv2.no/a/5600843/> [21.09.2016]
- Urdal, Elisabeth (28.05.2015) *"Hurtigruten minutt for minutt" – en mediebegivenhet?"*  
Bacheloroppgave i medievitenskap, institutt for informasjons- og medievitenskap  
Bergen, UiB
- Vaage, Odd Frank (2016) *Norsk mediebarometer 2015*. [Internett] Statistisk sentralbyrå.  
<https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/artikler-og-publikasjoner/attachment/262805?ts=159b78419c8> [10.03.2017]
- Video 125 (Ukjent årstall) *About Video 125*. [Internett] Video 125.  
[http://www.video125.co.uk/acatalog/about\\_us.html](http://www.video125.co.uk/acatalog/about_us.html) [11.10.2016]
- Vollan, Mari Brenna (03.11.2016) *Netflix vinner TV-kampen*. [Internett] Klassekampen.  
<http://www.klassekampen.no/article/20161103/ARTICLE/161109985> [20.11.2016]
- Waatland, Eirik (10.05.2017) *Det begynte med en gal idé om et tog og er blitt til 15 eventyrlige program. Her er historien og mannen bak sakte-TV*. [Internett] Medier24.  
<https://www.medier24.no/artikler/det-begynte-med-en-gal-ide-om-en-togtur-og-er-blitt-til-15-eventyrlige-sendinger-her-er-historien-og-mannen-bak-nrks-sakte-tv/382722> [19.05.2017]
- Ytreberg, Espen (26.04.2017) *Fjernsynet og Finnmarksvidda*. [Internett] Morgenbladet.  
<https://morgenbladet.no/ideer/2017/04/fjernsynet-og-finmarksvidda> [18.05.2017]
- Zakaria, Fareed (28. juni 2011) *The longest TV show on Earth*. [Internett] CNN.  
<http://globalpublicsquare.blogs.cnn.com/2011/06/28/the-longest-tv-program-on-earth/>  
[07.12.2016]

## Vedlegg

### Vedlegg 1: Oversikt over sakte-TV-produksjoner

#### NRKs sakte-TV-produksjoner fra 2009 – 2016

- *Bergensbanen minutt for minutt 2009*  
Togreise på Bergensbanen fra Bergen til Oslo, 7 timer og 14 minutter.
- *Flåmsbana minutt for minutt 2010*  
Togreise på Flåmsbanen fra Myrdal stasjon til Flåm stasjon, 1 time.
- *Hurtigruten minutt for minutt 2011*  
Båtreise med Hurtigruten fra Bergen til Kirkenes, 5 og ½ døgn.
- *Lakseelva minutt for minutt 2012*  
Temasending om laksefiske i elven Gaula, 24 timer.
- *Telemarkskanalen minutt for minutt 2012*  
Båtreise på Telemarkskanalen fra Skien til Dalen, 11 timer.
- *Nordlandsbanen minutt for minutt 2012*  
Togreise med Nordlandsbanen fra Trondheim til Bodø, 9 timer og 50 minutter.
- *Nasjonal vedkveld 2013*  
Temasending om ved, 12 timer.
- *Sommeråpent minutt for minutt 2013*  
Båtreise langs Norskekysten i sammenheng med programmet Sommeråpent.
- *Nasjonal strikkekveld 2013*  
Temasending om strikking, 12 timer.
- *200 år på 200 minutter 2014*  
Historisk foredragsmaraton om Norges historie de siste 200 årene, 200 minutter.
- *1814 på 24 timar 2014*  
Historisk foredragsmaraton om året 1814, 24 timer.
- *Piip-show 2014*  
Fôringsautomat innredet som en kaffebar med ville småfugler, 14 timer.
- *Salmeboka minutt for minutt 2014*  
Salmemaron med 899 sanger sunget av rundt 200 kor, 60 timer.
- *Krig på 200 minutter 2015*  
Historisk foredragsmaraton om temaet 2. verdenskrig, 200 minutter.
- *Sommeråpent minutt for minutt 2015*  
Båtreise langs Norskekysten i sammenheng med programmet Sommeråpent.

- *Saltstraumen minutt for minutt 2016*  
Temasending om tidevannsstrømmen Saltstraumen i Bodø, 12 timer.
- *Fuglefjellet minutt for minutt 2016*  
Temasending om sjøfuglene på Hornøya i Finnmark, 5 uker.
- *Hele Norge bygger minutt for minutt 2016*  
Temasending om landsdekkende byggeprosess i spillet "Minecraft", 12 timer.
- *Skibladners seilas minutt for minutt 2016*  
Båtreise med Skibladner på Mjøsa i sammenheng med programmet Sommeråpent.
- *#NRKFjos 2016*  
Temasending om kuene i fjøset på gården Ulberg i Gudbrandsdalen, 12 døgn.
- *USA-valget: 227 år på 227 minutter 2016*  
Historisk foredragsmaraton om temaet amerikansk presidentvalg, 227 minutter.

## Vedlegg 2: Oversikt over seertall sakte-TV

Statistikken gjelder kun publikum som har sett sakte-TV på lineær TV, og inkluderer ikke dem som så programmene direkte på NRK sin nettavspiller eller de som har sett i ettertid. Seertallene kan dermed være noe avvikende fra virkeligheten.

Tabellforklaring:

Rtg(000) forteller hvor mange tusen som har sett hele programmet

Share (markedsandel) forteller hvor stor andel av dem som så på tv på det angitte tidspunkt som valgte å se på sakte-TV-sendingen

Rch% (dekning) forteller hvor stor andel av den norske befolkning over 12 år som på ett eller annet tidspunkt var innom sendingen

Rch(000) (dekning) forteller hvor mange tusen som på ett eller annet tidspunkt var innom sendingen

<b>Bergensbanen</b>					<b>Flåmsbana</b>				
Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)	Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)
Befolkningen 12+	175	16	32	1267	Befolkningen 12+	578	37	28	1087
Menn 12+	99	18	35	693	Menn 12+	297	40	29	565
Kvinner 12+	76	13	29	574	Kvinner 12+	282	35	26	522
P12-19	6	7	11	54	P12-19	12	11	9	43
P20-29	8	6	15	88	P20-29	19	11	9	51
P30-39	8	5	28	187	P30-39	50	23	18	115
P40-49	21	10	31	208	P40-49	69	27	26	174
P50-64	67	22	44	391	P50-64	209	50	41	358
P65+	65	31	53	339	P65+	218	62	54	346
<b>Hurtigruten</b>					<b>Lakselva</b>				
Dag for dag	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)	Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)
	187	36	75	2959	Befolkningen 12+	23	12	13	509
16.06.2011	162	21	34	1347	Menn 12+	18	20	17	336
17.06.2011	143	28	43	1686	Kvinner 12+	5	5	9	173
18.06.2011	177	36	40	1583	P12-19	0	1	4	21
19.06.2011	248	40	50	1989	P20-29	0	1	5	33
20.06.2011	196	39	47	1861	P30-39	2	6	10	64
21.06.2011	196	40	47	1846	P40-49	2	7	13	86
22.06.2011	121	72	17	676	P50-64	7	15	18	159
					P65+	12	27	22	146
Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)	<b>Telemarkskanalen</b>				
Befolkningen 12+	187	36	75	2959	Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)
Menn 12+	93	36	74	1471	Befolkningen 12+	224	29	33	1313
Kvinner 12+	93	36	75	1487	Menn 12+	99	25	31	640
P12-19	4	11	53	266	Kvinner 12+	126	33	34	672
P20-29	10	16	55	330	P12-19	6	13	10	51
P30-39	14	20	77	505	P20-29	11	11	14	85
P40-49	22	27	79	539	P30-39	8	7	20	129
P50-64	67	48	87	763	P40-49	21	16	31	215
P65+	69	54	87	556	P50-64	83	43	50	438
					P65+	95	49	58	394
<b>Nordlandsbanen</b>					<b>Nasjonal vedkveid</b>				
Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)	Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)
Befolkningen 12+	156	13	28	1139	Befolkningen 12+	160	9	23	916
Menn 12+	86	15	29	599	Menn 12+	94	11	24	493
Kvinner 12+	70	12	27	540	Kvinner 12+	67	7	21	423
P12-19	3	4	9	42	P12-19	5	4	9	44
P20-29	16	11	15	97	P20-29	9	4	10	65
P30-39	6	5	15	100	P30-39	13	5	19	124
P40-49	19	9	25	177	P40-49	20	6	23	162
P50-64	52	18	43	377	P50-64	67	14	33	288
P65+	60	21	51	346	P65+	47	13	35	233

<b>Nasjonal strikkekveld</b>					<b>200 år på 200 min</b>				
Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)	Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)
Befolkningen 12+	93	15	24	990	Befolkningen 12+	242	15	18	760
Menn 12+	31	11	23	466	Menn 12+	136	17	21	437
Kvinner 12+	61	18	25	524	Kvinner 12+	106	13	16	322
P12-19	3	9	6	29	P12-19	6	8	8	41
P20-29	6	7	14	84	P20-29	8	6	9	58
P30-39	9	10	23	148	P30-39	30	13	14	88
P40-49	13	11	23	167	P40-49	25	8	15	108
P50-64	38	22	33	298	P50-64	88	19	26	238
P65+	24	18	36	264	P65+	85	21	31	227

<b>1814 på 24 timer</b>					<b>Piip show</b>				
Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)	Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)
Befolkningen 12+	30	6	17	702	Befolkningen 12+	9	2	6	254
Menn 12+	15	7	19	383	Menn 12+	5	2	7	135
Kvinner 12+	15	6	15	319	Kvinner 12+	5	2	6	119
P12-19	0	1	5	27	P12-19	0	1	2	9
P20-29	1	2	10	63	P20-29	0	0	3	15
P30-39	1	2	10	68	P30-39	1	2	3	22
P40-49	3	3	12	88	P40-49	0	1	5	35
P50-64	8	7	23	209	P50-64	2	2	10	88
P65+	17	14	33	248	P65+	5	6	12	86

<b>Salmeboka</b>					<b>Krig på 200 min</b>				
Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)	Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)
Befolkningen 12+	87	11	53	2136	Befolkningen 12+	246	21	20	804
Menn 12+	37	10	51	1001	Menn 12+	128	24	21	410
Kvinner 12+	49	13	54	1134	Kvinner 12+	118	19	19	394
P12-19	2	4	22	111	P12-19	7	13	6	30
P20-29	3	5	38	210	P20-29	5	6	4	24
P30-39	6	6	47	277	P30-39	16	11	12	72
P40-49	8	6	56	403	P40-49	29	14	17	126
P50-64	22	11	59	534	P50-64	75	23	27	241
P65+	46	20	76	601	P65+	113	33	39	311

<b>Saltstraumen</b>					<b>Fuglefjellet</b>				
Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)	Demografi	Rtg(000)	Share	Rch%	Rch(000)
Befolkningen 12+	84	13	26	1045	Befolkningen 12+	29	3	41	1651
Menn 12+	38	12	26	503	Menn 12+	15	3	44	843
Kvinner 12+	47	13	26	542	Kvinner 12+	14	3	39	808
P12-19	4	10	10	48	P12-19	0	1	13	63
P20-29	4	7	13	75	P20-29	1	1	23	125
P30-39	8	10	20	118	P30-39	3	2	31	184
P40-49	12	10	25	177	P40-49	2	1	43	305
P50-64	21	12	31	282	P50-64	11	3	54	488
P65+	35	19	45	345	P65+	12	4	63	485

## Vedlegg 3: Intervjuguide

### Intervjuguide til forskningsprosjektet "Sakte-TV og publikum"

*Starte intervjuet med å la informanten få se en liste over alle sakte-TV-programmene til NRK fra 2009-2016. Informanten skal sette ett kryss foran programmene vedkommende har sett deler av (enten direkte eller i ettertid) og to kryss foran programmene vedkommende har sett alt av (enten direkte eller i ettertid).*

#### Del 1 – Informantinformasjon

- Kjønn
- Fødselsår
- Hjemsted
- Høyeste fullførte utdanning
- Jobbstatus: student, i arbeid, trygd, hjemmeværende, pensjonist, annet

#### Del 2 – Generelle TV-vaner

- Kan du starte med å fortelle litt om TV-vanene dine?
- Hvorfor ser du på TV?
- Ser du på TV hver dag?
  - På hvilket tidspunkt på dagen?
- Hvilken TV-kanal(er) pleier du å se på?
  - Har det alltid vært slik eller har det endret seg i løpet av årene?
- Hvilke TV-sjangre foretrekker du å se? Hvorfor?
  - Er det noen programmer du absolutt ikke liker å se? Hvorfor?
- Hvilke TV-programmer pleier du å se på?
  - Er dette faste du må se eller er det tilfeldig valgte?  
(- Hva skjer når du ikke får sett programmet?)
- Ser du som regel på programmene direkte når de sendes på TV, enten lineært eller nett-TV, eller i ettertid gjennom opptak via TV-boks eller via strømming på nett?
- Ser du vanligvis på TV alene eller sammen med andre? Hvorfor?
- Gjør du andre ting samtidig som du ser på TV?
  - Pleier du å være på Internett, enten via mobil, nettbrett eller datamaskin, mens du ser på TV?  
(Hvis ja; hvorfor?)
- Pleier du å diskutere det du ser på TV med andre?
  - Diskuterer du underveis eller i etterkant?
  - Hvem diskuterer du med?
  - Hva diskuterer dere?
- Har du noen tanker om hvordan TV-utviklingen har vært fra du var liten til i dag?

### **Del 3 – Bakgrunnsspørsmål om sakte-TV**

- Hva er det første du tenker på når jeg sier ordet sakte-TV?
- Hva er din oppfatning av sakte-TV?
  - Hva er det du liker?
  - Hva er det du ikke liker?
- Har du sammenlignet sakte-TV med andre sjangre eller TV-programmer du har sett?  
(Hvis ja; hvilke og hvorfor?)
- Hvorfor tror du publikum liker denne TV-sjangeren?
- Hva synes du om at NRK velger å lage sakte-TV?
- Har du selv deltatt i et sakte-TV-program?  
(Hvis nei; er dette noe du kunne ha gjort?)
  - Hva tenker du om andre som deltar?

### **Del 4 – Forskningsspørsmål 1; hvorfor se sakte-TV?**

- Hva fikk deg til å se TV-programmene i utgangspunktet?
  - Hadde du noen forventninger til sakte-TV før du så på?  
(Hvis ja; stemte forventningene dine med det du så?)
- Hadde du lest om TV-programmene i media?  
(Hvis ja; påvirket det du leste deg for din oppfatning av sakte-TV?)

*Ta frem listen informanten har markert på, og nevnt hvilke sakte-TV-programmer vedkommende har sett.*

- Hvorfor har du sett akkurat disse programmene?
  - Er det temaet/innholdet du har interessert deg for eller det at det går sakte?
  - Har du vært mest interessert når det har gått som saktest eller når det har skjedd litt mer?
- Hvorfor så du så mye/lite av de sakte-TV-programmene du har sett?
  - Ble du i noen av programmene sittende å se lenger enn du hadde tenkt? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Hvilket av programmene har du likt best? Hvorfor?

### **Del 5 – Forskningsspørsmål 2; hvordan se sakte-TV?**

- Så du TV-programmene direkte når de ble sendt på TV, enten lineært eller nett-TV, eller i ettertid gjennom opptak på TV-boksen eller via strømming på nett?
- Så du TV-programmene alene eller sammen med andre?
  - Hvor så du TV-programmene?
- Gjorde du andre ting samtidig som du så på sakte-TV?
  - Var du på Internett, enten via mobil, nettbrett eller datamaskin, mens du så på sakte-TV?  
(Hvis ja; hvorfor?)



- Diskuterte du det du så med andre?
  - Diskuterte du underveis eller i etterkant?
  - Hvem diskuterte du med?
  - Hva diskuterte dere?

**Del 6 – Forsknings spørsmål 3; opplevelse av å se sakte-TV**

- Hvilke reaksjoner eller følelser fikk du da du så på sakte-TV?
- Hva har du fått ut av å se på sakte-TV?
  - Hva tror du andre mennesker kan bruke sakte-TV til?
- Noen har sagt at sakte-TV kan være en motreaksjon på vårt ellers så stressende liv. Hva tenker du om det?
  - Stemmer dette for din del?
- Opplevde du noen form for fellesskap, identifikasjon, patriotisme eller lignende når du så på TV-programmene?
- Hvis du skal trekke frem ett øyeblikk, hva husker du aller best fra TV-programmene du har sett?

**Del 7 – Avslutningsspørsmål**

- Hva tenker du om fremtiden til sakte-TV?
- Har du noe mer du vil tilføye som vi ikke har fått snakket om?
- Hvordan synes du intervjuet gikk?
- Har du noen spørsmål du lurer på i forhold til prosjektet for øvrig?

## Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet

### *”Sakte-TV og publikum”*

#### **Bakgrunn og formål**

Jeg er en masterstudent som holder på med en studie om sakte-TV og publikum. Jeg skal intervju 10-12 personer i aldersgruppene 18-29år og 49år+ for å finne ut hvilke erfaringer og opplevelser de har av å se sakte-TV. Kravet er at de må ha sett noe av ”Hurtigruten minutt for minutt”, men også gjerne andre sakte-TV-programmer i tillegg. Spørsmål jeg kommer til å stille er blant annet hvorfor de valgte å se på sakte-TV, hvordan de så på det, og hvilke reaksjoner de fikk av å se på det. Studien inngår i min mastergrad i medievitenskap ved Universitetet i Bergen.

#### **Hva innebærer deltakelse i studien?**

Deltakelse i studien innebærer at man deltar i et halvstrukturert intervju på ca. én time. Det vil bli gjort lydopptak av intervjuet, som så vil bli skrevet ut som tekst (transkribert) kort tid etter at intervjuet er gjennomført. Lydopptaket vil deretter bli slettet. Spørsmålene vil, bortsett fra noen få om respondentens alder og bakgrunn, samt generelle TV-vaner, handle om sakte-TV (programmer tilgjengelig på [www.nrktv.no](http://www.nrktv.no)) og respondentens erfaringer med denne sjangeren.

#### **Hva skjer med informasjonen om deg?**

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt og kun være lagret på min datamaskin. Alle innsamlede opplysninger anonymiseres og lydopptak slettes (prosjektet skal etter planen avsluttes 31.05.17). Ingen enkeltpersoner vil kunne gjenkjennes i den ferdige publikasjonen.

#### **Frivillig deltakelse**

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke deg uten å oppgi noen grunn. Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli anonymisert.

Dersom du har spørsmål til studien, kontakt meg på 48046479 eller send en e-post til

[elisabethurdal@hotmail.com](mailto:elisabethurdal@hotmail.com).

Du kan også kontakte veilederen min, Tone Kolbjørnsen, på [tone.kolbjornsen@uib.no](mailto:tone.kolbjornsen@uib.no).

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, NSD - Norsk senter for forskningsdata AS.

Med vennlig hilsen

Elisabeth Urdal

#### **Samtykkeerklæring**

Jeg har mottatt informasjon om studien, og er villig til å delta

-----  
(Signert av prosjektdeltaker, dato)

## Vedlegg 5: Godkjenning fra NSD



Tone Kristine Kolbjørnsen  
Institutt for informasjons- og medievitenskap Universitetet i Bergen  
Fosswinckelsgate 6  
5007 BERGEN

Vår dato: 24.10.2016

Vår ref: 50224 / 3 / STM

Deres dato:

Deres ref:

### TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 26.09.2016. Meldingen gjelder prosjektet:

<i>50224</i>	<i>Sakte-TV og publikum</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>Universitetet i Bergen, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Tone Kristine Kolbjørnsen</i>
<i>Student</i>	<i>Elisabeth Urdal</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstillere kravene i personopplysningsloven.

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 31.05.2017, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Kjersti Haugstvedt

Siri Tenden Myklebust

Kontaktperson: Siri Tenden Myklebust tlf: 55 58 22 68

Vedlegg: Prosjektvurdering

*Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.*

## Personvernombudet for forskning



### Prosjektvurdering - Kommentar

Prosjektnr: 50224

Utvalget informeres skriftlig om prosjektet og samtykker til deltakelse. Informasjonsskrivet er godt utformet.

Personvernombudet legger til grunn at student etterfølger Universitetet i Bergen sine interne rutiner for datasikkerhet.

Forventet prosjektslutt er 31.05.2017. Ifølge prosjektmeldingen skal innsamlede opplysninger da anonymiseres. Anonymisering innebærer å bearbeide datamaterialet slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes. Det gjøres ved å:

- slette direkte personopplysninger (som navn/koblingsnøkkel)
- slette/omskrive indirekte personopplysninger (identifiserende sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. bosted/arbeidssted, alder og kjønn)
- slette digitale lydopptak