



Bachelorgradsoppgave

Produsentrollen i et nyskapende ungdomskonsept

Producer in an innovative youth concept

Hvilke grep må jeg, som produsent, ta for å nå seere i aldersgruppen 13-18 år?

What actions must I, as a producer, take to reach viewers aged 13-18?

Kim Jørgen Vang

MMT376

Bachelorgradsoppgave i Multimedieteknologi



HINT

SAMTYKKE TIL HØGSKOLENS BRUK AV KANDIDAT-, BACHELOR- OG MASTEROPPGAVER

Forfatter(e): Kim Jørgen Vang

Norsk tittel: Produsentrollen i et nyskapende ungdomskonsept

Engelsk tittel: Producer in an innovative youth concept

Studieprogram: Multimedieteknologi

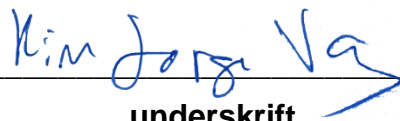
Emnekode og navn: MMT376 Bacheloroppgave med metodeseminar

**Vi/jeg samtykker i at oppgaven kan publiseres på internett i fulltekst i
Brage, HiNTs åpne arkiv**

**Vår/min oppgave inneholder taushetsbelagte opplysninger og må
derfor ikke gjøres tilgjengelig for andre**

Kan frigis fra: 01.01.2016

Dato: 5/5-14



underskrift

Forord

Mitt navn er Kim Jørgen Vang, og jeg er en 3. års student ved Multimedieteknologilinjen ved Høgskolen i Nord-Trøndelag, avdeling Steinkjer. Jeg er 24 år gammel, og har for det meste jobbet som produsent på produksjonene ved skolen og eksterne oppdrag.

Trønder TV AS er et selskap som fortsatt er i oppstartsfasen. De har levert en ny søknad etter endt forprosjekt, og søkt om mer støtte til produksjon og utvikling. Trønder TV AS kan godt tenkes å være en fremtidig arbeidsgiver, om produktet skulle falle i smak.

Vil takke min veileder Håvard Sørli, for å svare på mine mailer til alle døgnets tider, og gode råd. Vil takke alle skuespillerne som var involvert i produksjonen. Takk til VRI, som støttet oss med økonomiske midler. Takk til mine kollegaer John, Børge og Carl. Det har vært en lang periode med både opp og nedturer. Nå er vi endelig ved veiens ende.

Sammendrag

Denne Bacheloroppgaven handler om hvilke grep en produsent må ta, for å kunne nå ut til en spesifikk målgruppe. I dette tilfellet 13-18 år.

Siden dette er en produksjonsbachelor, så er mange av refleksjonene basert på erfaringer som er hentet derfra. Produktet vi endte opp med, ble også vist frem til over 100 ungdommer i målgruppen. Fra de endte vi opp med 90 svar, som på mange måter utgjorde dommen på produktet.

Resultatene viser at godt over 80 % av respondentene likte den nye måten å se serien på, og mulighetene den gir.

2 av 3 respondenter ville sett neste episode.

Abstract

This Bachelor's thesis is about the steps which a producer must take in order to reach a specific audience. In this case, 13 to 18 years.

Since this is a production bachelor, many of the reflections are based on experiences derived therefrom. The product we ended up with, was also shown to over 100 youths in the target audience. From those, we ended up with 90 responses, which in many ways represented the judgment of the product.

The results points out that well over 80 % of the responses, liked the new way of watching the series, and the possibilities it provides.

2 out of 3 respondents wanted to see the next episode.

Innholdsfortegnelse

FORORD	3
SAMMENDRAG	4
ABSTRACT	4
1 INNLEDNING	7
2 PROBLEMSTILLING	7
3 TEORI	8
SECOND SCREEN	8
<i>Bakgrunn</i>	8
<i>Hvordan vil vi løse dette?</i>	8
PLACE SHIFTING & TIME SHIFTING	9
<i>Fakta</i>	9
<i>Hvordan kan vi utnytte dette?</i>	9
SOSIALE MEDIER	10
<i>Teori</i>	10
<i>Hva vi skal gjøre</i>	13
4 FORSKNINGSMODELL OG ANTAGELSER/HYPOTESER	14
SEERNES VANER	14
HYPOTESER	14
5 METODE OG DATAINNSAMLING	15
KVANTITATIV METODE	15
6 PRODUKSJON	16
VÅR FØRSTE IDÉ.....	16
FØRSTE MØTE MED TRØNDER-ÅVISA	17
BACK TO SQUARE ONE	17
KONSEPT #2	18
NYTT MØTE MED TRØNDER-ÅVISA	19
PRODUKSJONSFASE	20
DAG 1.....	22
DAG 2.....	24
DAG 3.....	27
POSTPRODUKSJON OG METODE.....	28
LENKER TIL PRODUKSJONEN:	30
7 ANALYSE OG DISKUSJON	31
SPØRREUNDERSØKELSEN.....	31

UNIVARIAT ANALYSE	33
<i>Fordeling av kjønn</i>	33
<i>Fordeling av alder</i>	34
<i>Respondentenes meninger om serien/konseptet</i>	35
<i>Ville du sett neste episode av serien?</i>	36
<i>Kommenterte du noen av innleggene?</i>	37
<i>Om konseptet</i>	38
BIVARIAT ANALYSE	39
<i>H1</i>	39
<i>H2</i>	41
8 KONKLUSJON OG IMPLIKASJONER	44
9 REFERANSELISTE	46
10 VEDLEGG	46

1 Innledning

I samarbeid med Trønder TV AS, skal jeg, Børge Solbakk, Carl Håkon Bragstad og John Kristian Aksnes Hagen samarbeide om å utarbeide et nytt programkonsept. Dette programmet skal være rettet mot ungdom i aldersgruppen 13-18 år.

Vi skal alle fire jobbe sammen med idéutviklingen av programmet, mens vi i produksjonsfasen har mer bestemte roller. Min rolle vil da være produsent.

Som produsent for dette oppdraget, vil jobben min i korte trekk være å få programmet til å lykkes. Dette inkluderer å skaffe penger til produksjonen, utstyr, skuespillere, locations. Det inneholder også veldig mye planlegging og tilrettelegging. Har jeg gjort jobben min bra, så vil ikke de resterende i crewet være forstyrret av andre bekymringer enn de som hører med jobben.

Er det noe som virkelig bare blir større og større i den norske medie verdenen, så er det antall nettserier. Sider som VGTV og dbtv legger ut nye nettserier ved jevne mellomrom. Mens norske aviser sliter med inntektene, grunnet nedgang i salg av aviser, finner de nye veier å gå. Trønder-Avisa er Nord-Trøndelags største dagsavis, men har enda en del å gå på når det gjelder satsing på ungdom, og nettserier. Vil tørre å si at en slik ungdomssatsning er et steg i riktig retning!

2 Problemstilling.

Hvilke grep må jeg, som produsent, ta for å kunne nå seere i aldersgruppen 13-18 år?

Med grep mener jeg tiltak som vil kunne føre til høye seertall/mange hits.

Jeg vil fokusere på grep som jeg mener er nyskapende og moderne.

Oppgaven vil bli løst ved hjelp av produksjon av programmet, og avlesing av resultater fra spørreskjema.

3 Teori

Second Screen

Second screens er noe som har tatt over seerne. Før i tiden, satt folk i sofaen, og faktisk så på TV, og kun den. Nå er TV-en på, mens seerne sitter med nettbrett, mobil, laptop eller lignende og trykker samtidig. I stedet for å ignorere denne utviklingen bør vi heller prøve å utnytte den!

Bakgrunn

“Nielsen Ratings show that 88 percent of tablet owners in the US watch TV while using their device at least once a month and 45 percent will use their tablet while watching television everyday.” (Kellison, Morrow, & Morrow, 2013, s. 43)

Kellison(2013) sier videre at dette vil inspirere en ny generasjon av applikasjoner siktet til nettopp second screens.

En annen undersøkelse utført av Google (2012), sier at hele 77% av TV-titterne benytter seg av en annen enhet samtidig, i løpet av en vanlig dag.

Hvordan vil vi løse dette?

Med vårt første konsept, var planen at vi skulle bruke second screen enhetene til å gjøre tv-opplevelsen bedre. Vi ville lage en app som var relatert til programmet, slik at vi ikke ville miste seerne i Facebook og Farmville, men heller få enda mer fokus, ved at begge skjermene handlet om vårt program.

Med vårt neste konsept gikk vi bort fra dette, da vi heller gikk over til å lage en nettserie. Vi vil heller da være den som tar oppmerksomheten bort fra programmet på tv-skjermen, ved at seerne stikker innom siden vår, og sjekker om det har kommet noen oppdateringer, og legger kanskje igjen en aldeles så liten kommentar, som fører til en lengre diskusjon. Vår nettside er med andre ord laget responsivt, slik at den skal kunne sees på alle skjermer, og se lik ut.

Place shifting & Time shifting

Vi ser ikke TV lenger bare på selve TV-en. Sitter vi f.eks. på bussen, kan vi i dag likevel se hovedkampen live på nettbrettet eller mobilen, via en applikasjon fra tv-selskapet. Dette kalles Place shifting.

Time shifting forandret måten hvordan folk så på TV. Med digitale videoopptakere, og PVR-dekodere, kan hvermannsen enkelt ta opp det han ønsker å se.

Fakta

“Placeshifting is viewing and listening to live, recorded or stored media on a remote device over the Internet or a data network. Placeshifting allows consumers to watch their TV anywhere.” (Slingbox, 2013)

Vi ser ikke lenger på TV bare hjemme. Nå ser vi hele episoder av vår favorittserie på pc, mobil, nettbrett, spillkonsoller osv. (Kellison, Morrow, & Morrow, 2013, s. 18)

“In the past, a viewer was captive to the clock: if a favorite show aired at 9 p.m., the viewer rushed to the couch to catch the show before it began. This was “appointment viewing”...” (Kellison, Morrow, & Morrow, 2013, s. 18) Dette har forandret seg i dag. Seerne kan til og med laste ned en applikasjon på mobilen sin, som kan “snakke” med dekoderen. Ved hjelp av den, kan forbrukeren være borte på ferie på Kanariøyene, og via mobilen sette Game of Thrones på opptak fra stranda. Da vil nyeste episode ligge klar til avspilling så snart du er tilbake i kuldegradene.

TV er nå kontrollert av seerne. TV-en er blitt fleksibel. Du kan søke, manipulere, lagre, og nå den overalt når du vil. Seeren kan se TV når og hvor han vil. Seeren er nå i kontroll. (Kellison, Morrow, & Morrow, 2013, s. 41)

Hvordan kan vi utnytte dette?

Dette er noe vi ikke kan ignorere. Dette har forandret forholdet vårt til det gode gamle fjernsynsapparatet. Fra å se programmene når de faktisk går på TV, ser vi i stedet programmene når vi har tid, eller lyst. Hvor vi er i verden spiller ingen rolle. For oss blir det da viktig å justere oss etter forbrukeren. Vi må sørge for at

programmet vårt er tilgjengelig til enhver tid og ethvert sted. Hovedmålet som produsent, er jo at flest mulig skal se programmet. For at det skal skje, må produsenten sørge for at programmet både kan sees onsdag klokka 20.00 i sofaen, eller klokka 04.00 natta etter, når Ola kjeder seg på nattvakta. Med en nettserie, vil dette fungere knirkefritt. Episodene vil ligge ut til enhver tid, slik at de kan ses når og hvor som helst, så lenge du har tilgang til internett.

Sosiale medier

Sosiale medier har inntatt hverdagen med en storm. Takket være at alle skal være så sosiale, gjør det jobben til en produsent mye lettere. Det å kunne spre programmet ut på sosiale medier, er mye billigere, enn å måtte bruke andre kanaler på å reklamere. Promotering på sosiale medier er både billig og enkelt!

Teori

“The best form of advertising is a recommendation from a friend and a family member”. (Stelter, 2011) Dette omhandler sosiale medier i aller høyeste grad. Før var dette en veldig treg formidling, da det tok lang tid før erfaringene ble spredt omkring. Nå kan en seers erfaringer spres til alle hjørner av verden i løpet av sekunder.

“The Internet has become a mass media vehicle for consumer-sponsored communications. It now represents the number one source of media for consumers at work and the number two source of media at home. The Internet reaches more than 60% of all United States consumers for an average weekly usage rate of more than 100 minutes .” (Rashtchy, Kessler, Bieber, Shindler, & Tzeng, 2007)

“The emergence of Internet-based social media has made it possible for one person to communicate with hundreds or even thousands of other people about products and the companies that provide them.” (Mangold & Faulds, 2009)

I boka *The New Influencers*, Gillin (2007, s. 4) presiseres det at: "Conventional marketing wisdom has long held that a dissatisfied customer tells ten people. But that is out of date. In the new age of social media, he or she has the tools to tell 10 million"


Brian Stelter (2011) skriver om bruk av sosiale medier for å beholde seerens oppmerksomhet i en artikkel i *The New York Times*. Han sammenligner sosiale medier med vanddispenseren på jobb, der folk samles, og snakker.


Videre forteller han om da Howard Stern livekommenterte sin egen film, *Private Parts*, mens den gikk en kveld på HBO2. Dette førte til at kanalen fikk flere seere, og de seerne som benyttet seg av second screen, brukte sin fulle oppmerksomhet på filmen, på begge skjermer! Denne måten å se TV på, blir også mer sosial.


"Dick Costolo, the chief executive of Twitter, said last week at a mobile conference in Barcelona that online conversations about TV shows turn the programs into events, "meaning people watch them as they happen," blunting the impact of digital video recording."(Ibid)

Nå er vel DVR fortsatt mest utbredt, men det er tydelig at mange ser programmene live, slik at de kan delta i diskusjonene.


 **HowardStern** Howard Stern
she is not a smoker. i wish i had the film of her messing with their heads.priceless
10 minutes ago

 **HowardStern** Howard Stern
mary went on the street in her pregnant costume and smoked a cig to mess with peoples heads. preg lady smoking .she got dirty looks
10 minutes ago

 **HowardStern** Howard Stern
this scene with mary..there is no making out or grabbing of the breast indicated...i went for it anyway
11 minutes ago

 **redlinedave** david maccallum ↻ by HowardStern
[@HowardStern](#) My dinner is burning and Im glued here
12 minutes ago

 **HowardStern** Howard Stern
it took a long time to shoot that believe it or not and I was worried dave would just want to leave
12 minutes ago

 **HowardStern** Howard Stern
david letterman -we couldn't get the rights to dave's show and dave did me the favor of shooting this with me
13 minutes ago

 **HowardStern** Howard Stern
we actually had a stuntman to help us work out the fight..it was like a dance
14 minutes ago

 **untilitended** Chubb Andrew ↻ by HowardStern
In heaven right now watching [#PrivateParts](#) & enjoying [@HowardStern](#) twitter commentary...what could be better than this?!

 **robrin27** Robert Rinaldi ↻ by HowardStern
[@HowardStern](#) this is totally innovative final something interesting on Twitter [#kingofallmedia](#)

Bilde 1: Skjermdump fra hypervocal.com

“Blendtec was a relatively unknown company selling \$400 high-performance blenders. After seeing CEO Tom Dickson testing the machines by blending two-by-fours, Marketing Director George Wright had a brilliant idea for a series of viral videos. He started to blend everyday objects—glow sticks, iPhones, Rubik’s Cubes, and television remote controls—and posted the videos to media-sharing sites such as YouTube (see Figure 1-3). The videos have now been watched more than 100 million times and have garnered the company a ton of press and buzz.” (Zarella, 2009, s. 7)

Dette er en suksesshistorie om en bedrift, som vokste seg mye større, ved hjelp av billig PR. Det å kjøpe inn en iPhone, superlim, en baseball osv. for så å filme humoristisk at du blander det, og legge ut på youtube, er ufattelig mye billigere enn å kjøpe seg reklametid hos en stor TV-kanal.



Bilde 2: Skjermdump fra [youtube.com](https://www.youtube.com)

Hva vi skal gjøre

Sosiale medier er kraftige saker, som kan ved rett bruk, gi gode promoteringsresultater. For eksempel kan selskapet legge ut programmet sitt på Youtube, for så å poste det på Facebook, slik at de som liker selskapets side, får denne i feeden sin. La oss si at det er 500 stykker som liker selskapets side, og 50 av de ender opp med å gi videoen en "liker". Ved at de liker denne videoen, vil dette igjen vises til deres venner. Hvis vi tar et gjennomsnitt på 300 venner per pers, vil det si at 15 000 i teorien skal få opp videoen i feeden sin, og det bare i første ledd. Av 15 000, skal det godt gjøres at ikke noen skulle like programmet, og vil like siden. Dette fører til at når neste program legges ut, er det flere personer som får programmet opp fra starten av, og dette kan føre til en enda større vekst.

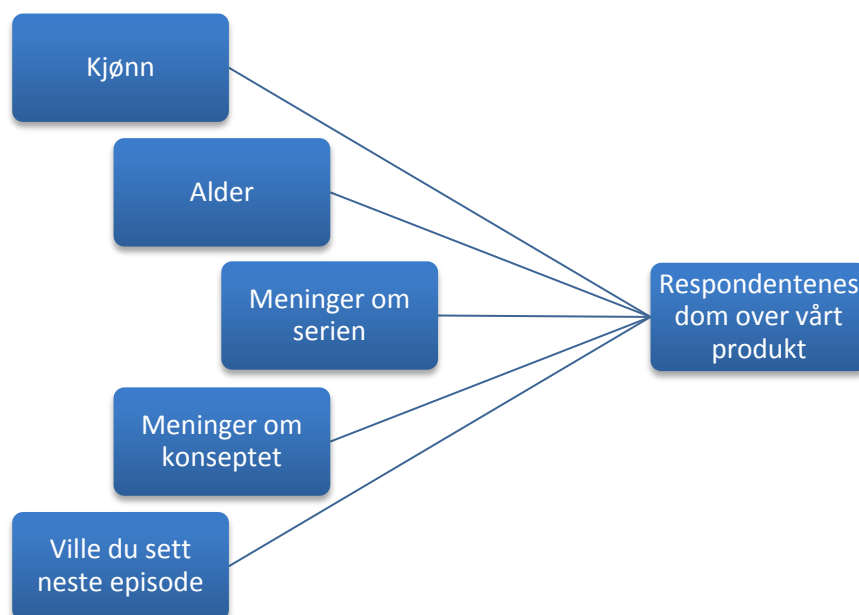
Man må også være forsiktige med sosiale medier. Tar du ting for gitt, kan det fungere mot sin hensikt. Her er det viktig og være på lag med forbrukerne. Det er ikke mye som kan være så ødeleggende for et selskap enn et dårlig omdømme. Jobber du feil med sosiale medier, kan du gå fra å være veldig godt likt, til hatet på noen få timer. Alt du trenger er at noen får en dårlig erfaring, og poster dette på siden til selskapet. Det gjelder da å være på, gi et raskt og et "riktig" svar. Dette kan kanskje snu det hele til en positiv opplevelse, og bedre ditt omdømme!

I vårt prosjekt vil vi virkelig benytte oss av sosiale medier. Vi vil lage et eget falskt sosialt nettverk, der hovedpersonen i historien vår poster innlegg, kommentarer og videoer, som til sammen danner en episode. På alle disse postene, så vil seeren ha muligheten til å kommentere. Det vil også være muligheter for seerne og dele innleggene på Facebook og Twitter.

4 Forskningsmodell og antagelser/hypoteser

Seernes vaner

I problemstillingen spørres det hvilke grep som må tas for å nå seere i aldersgruppen 13-18 år. Dette er da grep i flertall. Sjefen din i denne bransjen, som i de fleste andre, er kundene dine. Hører du på hva kundene dine vil ha, kombinert med at du kanskje har noe nytt på lur, som kunden ikke en gang vet han vil ha, så er sjansene store for å kunne lykkes. I undersøkelsen ville jeg finn ut fordelingen av kjønn og alder, hva de synes om det nye konseptet, om de likte historien, og om de vill sett neste episode.



Figur 1: Forskningsmodell for ungdommens meninger om vårt produkt.

Hypoteser

H1: Jeg har høye forhåpninger om at serien vår vil treffe begge kjønn like godt. Med andre ord at det vil være liten, eller ingen forskjell i om hvor godt respondentene likte serien, uansett kjønn.

H2: Jeg tror måten en serie blir presentert på, har mye å si på hvor godt seerne liker det de ser. Jeg vil derfor tro at det vil være en sammenheng mellom de som liker serien, og de som likte måten serien blir presentert på. På godt og vondt!

5 Metode og datainnsamling

Formålet med analysen er å få en oversikt over målgruppens meninger om produktet. En anonym spørreundersøkelse er en fin måte å få ærlige svar på. Målet er at når denne undersøkelsen er gjort, skal det være lettere for produsenten å vite hvilke områder det er verdt å bruke midler, hvordan programmet skal bygges opp, og hva seerne i målgruppen 13-18 år vil ha.

Ved hjelp av å analysere resultatene, kan man unngå å bruke mye tid og midler på noe seerne ikke vil ha.

Kvantitativ metode

“Kvantitativ tilnærming er strukturert og systematisert. Den går i bredden og tar sikte på å formidle forklaringer. Ved bruk av kvantitativ metode kan informasjon formes til målbare enheter. Dette muliggjør statistiske beregninger.” (Dalland, 2007)

I denne sammenhengen, er det dette du vil ha. Du vil ha bredde i analysen, og muligheter for målbare statistiske beregninger.

6 Produksjon

Vår produksjon endte egentlig opp med å bli todelt, noe som kanskje ikke er ideelt, med tanke på at man ikke har alt for god tid fra før av i en bacheloroppgave. På grunn av dette, og en ukens "pause" midt i produksjonen for å være med på et annet prosjekt(Verdalslaboratoriet), holdt vi på helt til 23. april.

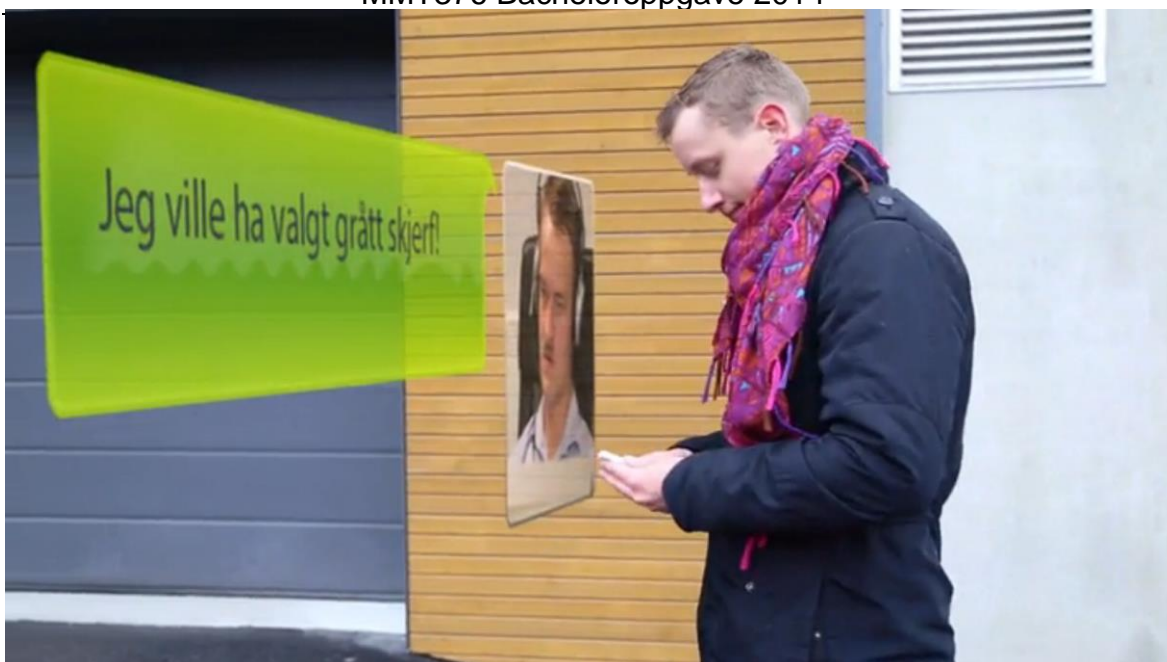
Det som er litt vanskelig med et prosjekt der vi skal skape noe nytt, er at det krever vanvittige mange kreative prosesser. Kreative prosesser er en del av prosjektet som er vanskeligst å kalkulere angående tidsbruk.

John Cleese (1991) sier i et foredrag han hadde om kreativitet, at du bør spørre deg selv når må denne avgjørelsen tas. Når du har funnet svaret på det, så utsetter du svaret til da. På den måten får du lengst mulig tid å tenke på, som igjen vil føre til den mest kreative løsningen.

Vår første idé

Vi startet med ideen at vi ville lage et humorprogram, med sosiale medier som studio. Prosjektet fikk navnet "Status". Tanken da, var at vi skulle ha et visst antall sketsjer i løpet av en episode, og at disse skulle presenteres som innlegg i sosiale medier.

F. eks. at vi får se en statusoppdatering på Facebook, så hopper vi inn i profilbildet til personen som postet, og får se historien bak oppdateringen. Dette kan også være at personen har lagt ut et bilde, og vi ville da hoppe inn i det bilde, og fortsette historien der i fra. Vi ville da prøve å bruke så mange av de forskjellige sosiale mediene som mulig, for å dekke alle de forskjellige mediene en ungdom er innom i løpet av dagen. Vi hadde da tenkt og brukt Facebook til statusoppdateringer, Twitter på Tweets, Instagram på bilder, Vine til korte videosnutter osv. Under vedleggskapitlet, har jeg lagt ved alle planer for en av sketsjene i den første prototypen, for å vise hvordan vi jobbet under den produksjonen.



Bilde 3: Skjermdump fra "Rødt Skjert" sketsjen, hentet fra første prototype

Første møte med Trønder-Avisa

Til dette første prosjektet, lagde vi en [prototype](#), som vi gjennom Håvard, fikk oppsatt et møte med Trønder-Avisa for å presentere. På dette fikk vi mye tilbakemelding, både positive og negative. Vi var enige i mye, og uenig i mye, men vi tok i mot all kritikken, og gikk tilbake til kontoret, og tilbake i tenkeboksen. Noe av den beste kritikken vi fikk, var at vi ikke burde tenke lineær TV, da det ikke fødes nye TV-seere lengre. I vår idé, ville vi lage noe til lineær TV, men at det også hadde muligheten til og deles opp til nettet. Den største grunnen til dette, var at dette prosjektet skulle leveres til Trønder-TV. Når vi da ble enig om dette, begynte vi å tenke i andre baner. Det vi endte opp med, var både ganske likt, og veldig annerledes fra vår første idé. Likt med at vi fortsatt benytter oss av sosiale medier som en plattform, og ulikt på de fleste andre parter.

Back to square one

Vi satt lenge på vårt "kreative rom" og tenkte på hva som ville slå an hos ungdommen i aldersgruppa 13-18 år. Vi brukte mye lengre tid på uttenkingen av konseptet denne gangen. Dette av to grunner. For det første, så ville vi ikke gå i samme fella, og ha en for kort, og for lite gjennomtenkt idé som blir satt til livs (igjen). For det andre, så ville vi bruke god tid på konseptet, så legge frem selve

konseptet til Trønder-Avisa på nytt. Fikk vi negative tilbakemeldinger da, så hadde vi måttet tilbake til "square one" en gang til, men da hadde vi i alle fall ikke produsert noe, og følt at vi har kastet bort så alt for mye tid og ikke minst ressurser.

Konsept #2

Konseptet vi landet på til slutt, mener vi er veldig allsidig. Det kan brukes til å fortelle mange forskjellige historier eller informasjon. Dette var en av styrkene ved dette konseptet. Har du bare en historie, og du får ikke solgt den, så har du ingenting. Har du både konseptet rundt distribueringen av historien og en historie, kan du fortsatt selge ideen om distribueringen, om de ikke skulle like historia di!

Konseptet er som sagt en ny måte å vise en nettserie på. Nettsier er veldig in for tiden. Sider som VGTV og dbtv spyr ut mange forskjellige nettsier for tiden, og det er tydelig at hvis du har noe nyskapende innen denne sjangeren, så kan fremtiden se meget lys ut for deg.

Tanken bak vårt konsept er da måten vi forteller historia på. Vi vil ha mer enn bare en Youtube-kanal, der vi legger ut en episode hver uke. Vårt konsept går ut på at vi har et eget sosialt nettverk, der vi er inne på profilen/siden til hovedpersonen i historia. Hovedpersonen legger ut statusoppdateringer, bilder, poller, videoer osv. Her vil ikke bare videoen han legger ut være episode 1, og den videoen som kommer neste uke være episode 2. Her vil statusoppdateringene, bildene, video osv. til sammen danne en episode!

En annen fin side ved dette, er at seeren vil bli involvert. Han vil kunne kommentere på alle statusoppdateringene som hovedpersonen legger ut, og da få svar av hovedpersonen selv, eller andre karakterer i historia. Seeren vil også få muligheten til å påvirke historia. I noen episoder, så vil vi avslutte en episode med et problem som må løses, og da spør hovedpersonen på det sosiale mediet seerne, om hva han skal gjøre. Et eksempel på det, er det vi gjorde på vår

prototype. Vi sluttet av episode 2 med at faren til Arvid(hovedpersonen) skulle fikse sykkelen til kompisen(Lasse) til Arvid. Vi la da ut en poll med spørsmålet:

”Sykkeldekket til Lasse er ødelagt, men fattern skal prøve å fikse det.

Hva tror du blir best som sykkelhjul? #pettersmart”

Vi la ved de tre alternativene gaffateip, et lite hjul, og en vektskive. Måten vi løser dette på teknisk, er at vi filmer alle de tre ulike alternativene, og eksporterer ut de

tre ulike alternativene. Når vi da i starten av neste uke skal legge ut neste video, så låser vi pollen, og legger ut den videoen med det seirende alternativet. På den måten, får seeren et dypere forhold til serien, og føler at han kan være med å påvirke seriens handling.



Bilde 4: “Justering” av sykkelhjul

Nytt møte med Trønder-Avisa

Møte nummer to med Trønder-Avisa og flere gikk over all forventning. Vi var nervøse på reaksjonene blant panelet i starten, da de fiklet litt med mobiltelefoner, og virket litt uinteresserte. Et par minutter ut i pitchen, så fikk vi de på kroken heldigvis. Når vi fikk den første latteren, så skjønnte vi at det ikke var grunn til å være nervøse lengre. Etter endt pitch, fikk vi høre fra sjefen i Trønder-Avisa at han ville ha et møte med oss med en gang, og at de var veldig interesserte! Deilig! Da var det med andre ord bare å sette i gang med produksjon.

Produksjonsfase

Etter møtet ble det noen lange og travle dager. Manuset skulle spikres for tre episoder. Alle skuddene måtte gås i gjennom grundig, og noteres ned i shotliste.

Vi trengte 10 skuespillere, og noen statister.

Vi måtte på location scouting. Vi måtte engasjere noen til å produsere vårt falske sosiale nettverk. Alt av utstyr og props måtte skaffes. Planer for innspillingsdagene måtte lages. Med andre ord, travle dager for en produsent!



Bilde 5: Locationscouting på Leksdal Skole

Det er utrolig hva man kan få til, så lenge man bare spør! Vi klarte å skaffe locations til hele innspillingen og skuespillere uten å bruke en krone av budsjettet. Pengene vi brukte på prosjektet, gikk til mat og drikke, nettside, og transport.

Det ble mange telefoner. Ingen av oss har jobbet med så unge skuespillere før, så her var det ingen hjelp fra nettverket å hente. Her ble det mange telefoner der vi ringte opp en person, fikk høre at kanskje en annen person visste om noen, så var det å ringe den personen, og bli sendt videre igjen. Heldigvis, lønte det seg å bli med på karusellen. En liten uke før innspilling, var alle rollene besatt!

Siden vi var så travle med selve produksjonen, hadde vi ikke tid til å ordne nettsiden selv. Det var også en kort tidsfrist på saken, så i stedet for at vi skulle miste en mann i preproden, som ville mest sannsynlig endt opp med et dårligere resultat, så fant vi plass i budsjettet for et eksternt samarbeid.

Vi satte først opp et møte med Snopp Media, der vi fikk presentert konseptet vårt for de, og satt i gang en diskusjon om ulike løsninger. De var veldig interesserte i oppdraget, men kunne dessverre ikke ta det på seg, da de allerede hadde planlagt overtid for store deler av april fra før av for å få ferdig andre prosjekter.

Vi fikk ikke en nettside ut av dette møtet, men vi ble mye klokere, og fikk vite at denne siden var veldig overkommelig å lage, og skulle ikke by på noen store problemer. Det eneste som trengtes, var tid. De tipset oss videre om Smart Media.

To dager senere var jeg og Børge på plass på Drivhuset, klare for nok et møte. Smart Media var også veldig travle, men en av de ansatte sa seg villig til å jobbe litt overtid, og litt i påska. Dette var starten på et meget godt samarbeid. Vi hadde laget designet på nettsiden selv, og sendte over Photoshop-filen til Smart Media, som gjorde om den til en funksjonell side i WordPress.

Vi laget en [promovideo](#) av nettsiden til møtet med Trønder-Avisa. Denne brukte vi også når vi skulle vise frem hva vi tenkte.

Nettsiden ble ferdig kvelden før første dag med spørreundersøkelse, og du finner den [her](#).

Drøye to uker etter møtet, var vi i gang med innspilling. På settet hadde vi definerte roller. John var regi, Carl foto, Børge lyd, mens jeg var produsent/innspillingsleder/teknisk ansvarlig/prod ass. Vi hadde skaffet oss ei hytte, som vi brukte til oppbevaring av mat, utstyr, og til oppholdsrom for skuespillerne når de hadde pause, slik at de fikk koblet av, og fikk varmen i seg. Vi filmet serien i Leksdalen, og hadde til sammen tre innspillingsdager.

Dag 1

Den første dagen, fredag, filmet vi først skuddene som er på vei hjem fra skolen med Arvid og Lasse. Siden dette var det første skuddet, tok det så klart litt tid. Det hjalp heller ikke på, at nærmeste nabo hadde minst 10 bikkjer på gården, som elsket å bjeffe litt ekstra på de gode klippene våre! Det var en god følelse, når alt klaffet i forhold til dagsplanen allerede første dag. Beregningen av tidsbruk var ganske nøyaktig, og dette førte til at når Torfinn kom på settet, så var vi klare til å sette i gang med hans scene, og det ble dermed ingen ventetid, eller forskyvninger i planen.

Etter å ha vært ute i lang tid for å få alle skuddene til utescenen, fant vi ly i ei bjørkevarm stue, og fikk fylt på glykogenlagrene med litt av hvert.



Bilde 6: Locationscout på Granholt gård

Her ble det en del lengre ventetid enn hva som var planlagt. Grunnen til det, var at det tok lengre tid enn først antatt før det ble så mørkt som vi ville ha scenen vår. Dette gjorde dog ingenting, da vi fant tonen med skuespillerne fort, og stemningen i stua var god fra første stund. Du skal ikke se bort i fra at varm pizza på bordet hjalp på stemningen heller. Klokka ni, en time senere enn først planlagt, dro vi opp til gården vi skulle filme scenen til "Hukkukailn".



Bilde 7: Lyssetting av utescene

Her var det en del rigging, da vi skulle ha en silhuettscene med "Hukkukailn". Dette krever veldig sterke lys, og helst mange. Vi hadde mellom 5-7 lyskilder i bakgrunnen.



Bilde 8: Resultat av lyssetting

Jeg rigget opp dette, mens resten av crewet begynte å se på de scenene som skulle være oppbyggingen til silhuettscenen. Vi løste lyset utendørs ved å parkere to biler 90 grader fra hverandre (bilde 7), slik at vi fikk et fint hovedlys, og en pen fill. (Bilde 8)

Selve silhuettscenen ble ikke helt som vi hadde tenkt oss først. Her skulle vi hatt med en hvit duk eller noe lignende og lyssatt voldsomt.

I stedet gjorde vi det beste ut av det vi hadde med. Da i stedet for å ha et wide shot med silhuetten, kjørte vi mange closeups på overkropp, hånd, øks osv. der vi lekte oss med fokus. Jeg synes vi klarte å skape den samme stemningen vi var ute etter, likevel om det ikke ble som først planlagt.



Bilde 9: Silhuettscenen. Legg merke til den kule effekten lyssatt regn gir

Dag 2

Lørdag hadde vi lånt Leksdal barneskole, og dette skulle bli en interessant, og krevende dag. Jeg hadde satt opp en plan, som jeg mente skulle være best mulig for alle involverte. Først skulle vi spille inn alle scenene der statistene var involverte, slik at de skulle slippe å være der så lenge, så gjøre oss ferdig med scenene til karakterene Maria og Torill, slik at de også skulle slippe en dag med så mye venting.



Bilde 10: Locationscouting på klasserom

Som nevnt førte denne dagen til utfordringer, og testing av fleksibiliteten. Det første som skjedde, var at vi mottok en tekstmelding fra hun som skulle spille lærerinnen, med at hun ikke klarte å møte opp til avtalt tid, men heller to timer senere. Dette førte til den første rokkeringen på dagsplanen, da vi startet med utescenene i stedet. Når vi da hadde skutt disse, i nydelig regnvær, og skulle inn for å filme scenene i klasserommet, hadde så klart en lastebil klart å kjøre borti en høyspentledning, og dermed kuttet strømmen i hele Leksdal. Dette førte nok en gang til omrokkeringer av planen og rekkefølgen på skuddene, da vi var avhengige av lys for å kunne filme innendørs.

Heldigvis for oss, var ikke strømproblemene noe som tok hele dagen. Litt ut på formiddagen, tentes lysene igjen, og vi var klare for å filme i klasserommet. Her fikk skuespillerne teste sine ferdigheter, da vi i en slik scene er avhengige av mange forskjellige skudd for at den skal fungere. Siden vi ikke hadde mulighet til å bruke mer enn ett kamera, fører dette til veldig mange tagninger.

Her ble jeg imponert av tålmodigheten til skuespillerne. De kjørte tagging på tagging uten noen tegn til misnøye i det hele tatt.

Etter at vi i crewet hadde fått i oss en rask matbit, fikk skuespillerne slappe av en stund til, mens vi møtte Pål, som skulle spille vaktmester. Heldigvis for oss, var Pål 14 hakk bedre enn oss i å lage korthus, slik at vi slapp å bruke halve dagen på det.



Bilde 11: Korthuset før det faller sammen

Det virket som om Pål hadde opplevd frustrasjonen av et korthus som faller sammen før, da hans reaksjon var såpass bra, at vi bare trengte en tagging av det skuddet.

Så var det tid for skuddet hovedrollene hadde gledet seg så mye til, nemlig scenen de skulle henge opp etter bokserne.

Måten vi gjorde dette på, var at vi brukte noen strammebånd, og la disse rundt livet på skuespillerne.



Bilde 12: Opphengingsscenen

På fremsiden hadde vi noe mykt, slik at påkjeningen ikke skulle bli så stor. Så løftet vi de opp, og la båndet over kanten på flaggstangen. Over den brettet vi bokseren, slik at den ikke skulle vises. Jeg og John sto på hver vår side, og holdt skuespillerne oppe, mens vi ventet på at kamera og lyd rullet. Når de var på løp vi unna, og lot skuespillerne gjøre sitt i ca. 10 sekunder, før vi løp tilbake, og løftet de ned igjen. Til closeupene, slapp de billigere unna. Der brukte vi benker for å få de høyere opp. (Bilde 13)



Bilde 13: Fornøyd gjeng på sett!

Til tross for Murphys lov, så endte vi opp med å være ferdig i henhold til dagsplanen. Spesielt fornøyd med både egen og resten av crewets innsats og fleksibilitet denne dagen.

Dag 3

Vår siste innspillingsdag, ble en lang, våt og kald dag. Denne søndagen, startet vi med scenene inne hos Arvid. Disse scenene spilte vi inn på hytten vi disponerte. Her var det en del rigging som skulle til, da vi måtte rydde bort alt av utstyr, ommøblere litt, slik at det så mer ut som om noen nettopp hadde flyttet inn. Vi brukte også en del tid før vi ble fornøyd med lyssettingen inne.



Bilde 14: Gårdsplass

Det beste med hytten, var at takhøyden inne var såpass høy, at vi slapp problemer med skyggen fra mikrofonbommen, da han kunne ligge ganske høyt.

Deretter var det tid for de kalde utescenene. I dag var det ekstra dårlig vær, med mye vind, til tider store nedbørsmengder, og kaldt, veldig kaldt. Vi hadde originalt tenkt å filme utescenene like utenfor hytten, men vi fant ut tidlig når vi ankom hytten for første gang, at det ikke ville la seg gjøre, da var en liten foss så nært, at det ville vært umulig å få en fin dialog. Vi hadde derfor forhørt oss, slik at vi flyttet oss 200 meter lengre unna, på en annen gårdsplass, som attpåtil så bedre ut. Med andre ord en vinn/vinn situasjon.



Bilde 15: Bilde fra locationscoutingen

Disse opptakene var de siste vi skulle ta på produksjonen. Vi var fullt klar over at det kom til å ta en del tid, da vi skulle filme deler av disse scenene tre ganger. Dette grunnet at våre seere skal få muligheten til å kunne bestemme hva som skal skje i neste episode. Jeg hadde satt av nok tid til disse scenene, men siden dette

var de siste scenene, ingen av oss hadde det travelt, og vi hadde alt av utstyr til dagen etter uansett, la jeg inn noen ekstra pauser. Dette grunnet vær og vind, slik at det ble minst mulig hat, ved at skuespillerne kunne gå inn og få i seg varmen igjen. Likevel om vi endte opp med å holde på litt lengre da, er jeg sikker på at vi fikk mer ut av det, i og med at hele crewet og skuespillere fikk humøret oppe, og kunne derfor tenke klarere, og prestere på et høyere nivå.

Etter siste skudd var i boks, var jubelbrøl, og gruppeklem på sin plass, etterfulgt av helgens varierte kost, nemlig pizza!

Postproduksjon og Metode

Så var det bare å starte med redigering. Carl og John hadde hovedansvar for klipp, og Børge for lyd. Mens de jobbet med opptakene, startet jeg på noe helt annet. Vi hadde avtalt med Steinkjer VGS, og Frol oppvekstsenter, at vi skulle få komme innom dem, og teste ut konseptet vårt på elevene. Jeg jobbet med å ferdigstille spørreundersøkelsen, og på hvordan vi skulle presentere prosjektet vårt.

Jeg jobbet også med innleggene, slik at de raskt og enkelt kunne publiseres, og generelt feilsøking på nettsiden, slik at vi ikke skulle få tekniske problemer foran en gruppe på i overkant 100 elever.

Store deler av bachelorproduksjonen vår, har vært meget travel, noe jeg også mener den skal være. Denne perioden var ikke et unntak. Vi hadde egentlig planlagt ganske bra med tiden for redigering, men når skolen plutselig skal ha skolen stengt i påsken, ble tiden knapp. Vi mistet en dag med redigering her, da vi fikk kontaktet noen lærere, slik at vi fikk "lurt" oss inn dagen etter. Dette ble ganske travelt, og stressende, da vi skulle vise frem konseptet vårt til en klasse på Steinkjer Videregående skole dagen etter. Vi satt helt til vi ble kastet ut, og litt til, og møtte opp når skolen åpnet igjen dagen etter, for å få lastet opp de siste filene, slik at vi var klare for presentasjon.

Presentasjonen var klokken ni på morgenen. Det var også den første skoledagen etter påskeferien. Det var ikke vanskelig å se at elevene var trøtte, noe som

kanskje ikke var optimalt for presentasjonen. En del av konseptet er at seerne skal kunne kommunisere med hovedpersonen, via kommentering på innleggene. Vi var derfor så klart negativ etter presentasjonen, da vi ikke fikk noen kommentarer, og klassen var generelt stille under hele seansen. Vi var med andre ord nervøse når vi etter fremleggingen dro tilbake til kontoret, og sjekket resultatene fra spørreundersøkelsen de gikk i gjennom på slutten. Vi hadde spesielt et spørsmål vi var spente på, nemlig: "Ville du sett neste episode?". Vi hadde en gjettekonkurranse her på turen tilbake fra skolen. John gjettet 25 %, Carl 35 %, Børge 45 %, og jeg som den optimisten jeg er, på 48 %. Gleden, for ikke å snakke om overraskelsen ble stor, da vi logget inn, og så tallet 79%! De svarte også at de likte måten serien ble presentert på, likevel om de ikke kommenterte noe. Noen av grunnene til at de ikke kommenterte, tror jeg kan ha noe med tiden på døgnet, antallet elever i klassen, og at de hadde litt for kort tid disponibel.

Dagen etter var det klart for ny visning. Denne dagen på Frol oppvekstsenter. Her skulle vi få 5 klasser. Når klokka var blitt 1315, og timen startet, hadde vi et fullstappet auditorium med godt over 100 elever til stede. Siden dette var en ungdomsskole, og det at det var så mange elever til stede, forventet vi noen kommentarer på innleggene denne dagen. Dette gikk over all forventning. Kommentarfeltet var oppe i ca. 30 minutter, og vi fikk over 320 kommentarer. Det vil si ca. 11 kommentarer i minuttet. Hvis vi da også drar inn tiden da vi spilte av episodene på storskjerm, som var på 12 minutter, så vil jeg si meg fornøyd med aktiviteten.

Dagen etter møttes vi for en kort analyse av resultatene. Så var eventyret over. Produktet var ferdig, det ble presentert for ungdommer i målgruppen.

Lenker til produksjonen:

Første prototype: https://www.dropbox.com/s/xxo3anj46g5x7u8/Prototype_v1.mp4

Promovideo for nettsiden:

<https://www.dropbox.com/s/9knidxjuibndrlj/SosiJarle%20v1.0.mov>

Endelig utgave av nettside: <http://hukkudalen.smas.no>

Anbefaler å se episodene på nettsiden, for å få følelsen av hvordan det er å se episodene slik de skal sees. Husk at en episode til oss ikke bare består av videoen! Skulle du uansett ønske å se de utenfor nettsiden, finner du de nedenfor.

Episode 1: <https://www.youtube.com/watch?v=fAJYNtyBuRE>

Episode 2: <https://www.youtube.com/watch?v=aCeKmf32e2M>

Episode 3 (3 versjoner)

Gaffateip: <https://www.youtube.com/watch?v=MyaZbn5MSBE>

Vektskive: <https://www.youtube.com/watch?v=X-ymMEUM0GM>

Lite hjul: <https://www.youtube.com/watch?v=QBvs1ODBKcM>

7 Analyse og diskusjon

I dette kapitlet vil jeg ta for meg analysen av spørreundersøkelsen. Først vil jeg ta en univariat analyse, så vil jeg ta for meg en bivariat analyse til slutt, for å sjekke ut om hypotesene mine stemte. Nedenfor finner du spørreundersøkelsen som ble brukt til å samle vår kvantitative empiri.

Spørreundersøkelsen

1) * Kjønn

Gutt

Jente

2) * Alder

Under 13

13

14

15

16

17

18

Over 18

3) * Ranger alternativene fra 1-10.(1=dårligst, 10=best)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hva synes du om serien?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hvor morsom var serien?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hvor spennende var serien?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hvor enkelt var det å navigere rundt på siden? (1=vanskelig, 10=enkel)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4) * Ville du sett neste episode av serien?

Ja

Nei

Vet ikke

5) * Kommenterte du noen av innleggene?

Ja

Nei

6) * Hva synes du om måten å se serien på?

Hva liker du, og hva liker du ikke?

7) * Hva synes du om

	Vet ikke/ingen mening	Veldig dårlig	Dårlig	OK	Bra	Veldig bra
muligheten til å kunne kommunisere med hovedpersonene?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muligheten til å kunne påvirke serien?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
at serien blir vist via et sosialt medie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
designet på nettsiden?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8) * Hvilke(n) av disse enhetene har du tilgang på?

Stasjonær PC

Bærbar PC

Mac

Nettbrett(iPad, android, surface osv.)

iPhone

Android telefon

Annen smarttelefon

Annet:

9) * Hvilke serier følger du?

10) Takk for din deltagelse. Hvis du har noen andre tilbakemeldinger, så skriv det inn i tekstboksen under!

Figur 2: Spørreundersøkelsen

På spørreundersøkelsen fikk vi inn 97 svar. 7 av disse ble fjernet, da de ble gått i gjennom, og funnet useriøse. Med andre ord, så er min analyse basert på 90 besvarelser fra ungdom i målgruppen.

Måten vi luket ut de useriøse besvarelsene, var at når jeg laget spørreundersøkelsen, la jeg inn noen spørsmål, der respondentene kunne svare med fritekst. F. eks. på spørsmål ni: "Hvilke serier følger du?", var det et par stykker som valgte å skrive porno. Når de da attpåtil har svart akkurat likens på alle rangeringsspørsmål, er det lett å forstå, at her er det bare noen som har trykt seg gjennom fortest mulig. Jeg la også inn alternativene under 13 år, og over 18 år som alternativ, for å luke ut folk som ikke var i målgruppen, eller de som var useriøse.

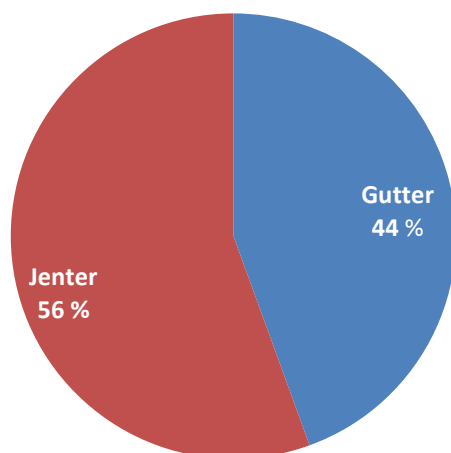
Vi fikk veldig seriøse svar hos klassen vi besøkte på Steinkjer videregående skole. Mye av grunnen til dette, mener jeg er mye takket være at de er eldre. Jeg tror også at det hjalp at de var bare 18 stykker, noe som førte til at behovet for å vise seg frem ikke er like stort. Vi var der også klokken kvart over ni på morgenen, noe som ikke akkurat er tidspunktet da folk er mest aktive.

Ved Frol oppvekstsenter, var det tydelig mer testosteron i lufta. Her var alderen lavere, antallet over femdoblet, og tidspunktet senere. Dette så vi utfallet av i undersøkelsen, da mange av svarene var useriøse.

Univariat analyse

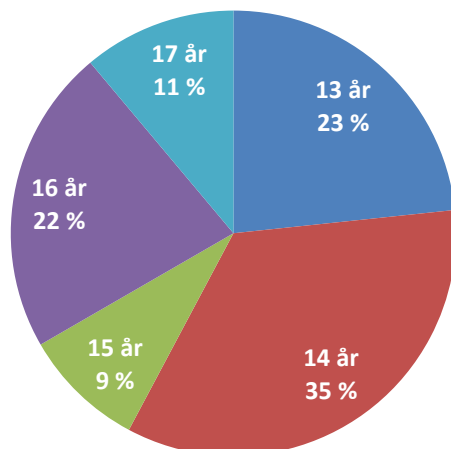
Jeg har valgt å bruke henholdsvis sektordiagram, og stolpediagram, da jeg mener de best viser fordelingen av besvarelsene innenfor de ulike variablene.

Fordeling av kjønn



Figur 3: Fordelingen av jenter og gutter

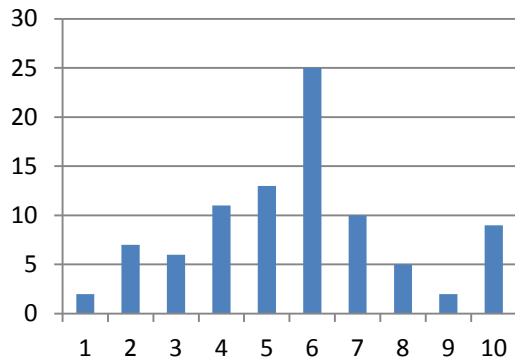
Vi hadde 40 gutter, og 50 jenter i spørreundersøkelsen. Dette var en fin fordeling, noe som gjør tester og sammenligninger med dataen mer pålitelige. Siden vi dro rundt på skoler og gjorde undersøkelsene i klasserom og auditorium, kunne vi også vært ganske uheldige, og fått en stor overvekt av et kjønn.

Fordeling av alder**Figur 4: Fordeling av alder (Modus=14, Median=14, Gj.snitt=14,63)**

Vi ser en overvekt av ungdom i den yngre delen av skalaen, med 58 % fordelt på de to yngste årsklassene. Største grunnen til dette, er at vi fikk en liten klasse på Steinkjer Videregående, og 5 klasser på Frol Oppvekstsenter (ungdomsskole). Dette vil da gjøre at fordelingen av alder blir litt skjev.

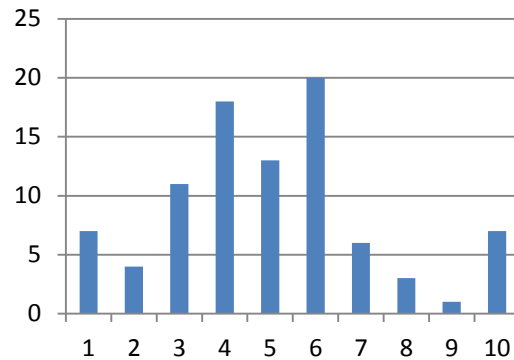
Respondentenes meninger om serien/konseptet

Hva synes du om serien?



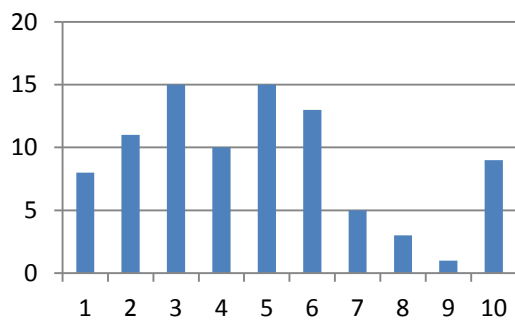
Figur 5 (Mo=6, Md= 6, Gj.snitt=5,69)

Hvor morsom var serien?



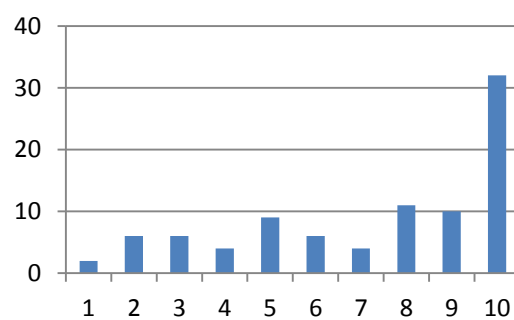
Figur 6 (Mo=6, Md= 5, Gj.snitt=5)

Hvor spennende var serien?



Figur 7 (Mo=4, Md= 5, Gj.snitt=4,73)

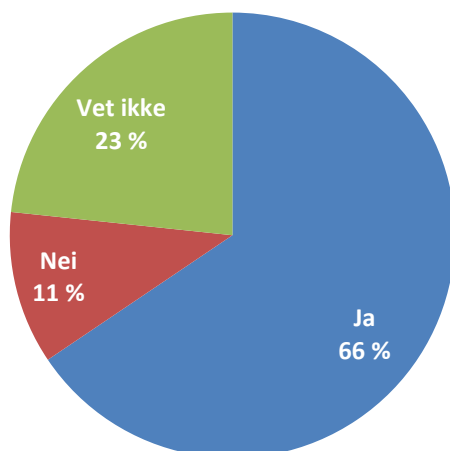
Hvor enkelt var det å navigere rundt på siden?



Figur 8 (Mo=10, Md=8, Gj.snitt=7,28)

Respondentenes meninger om serien var veldig spredt, og resultatene ganske gjennomsnittlig. Navigeringen på siden fikk den beste rangeringen, noe som er veldig viktig for at konseptet skal fungere. Skal du presentere noe på en ny måte, og den måten er vanskelig å forstå seg på, blir det fort vanskelig å slå i gjennom.

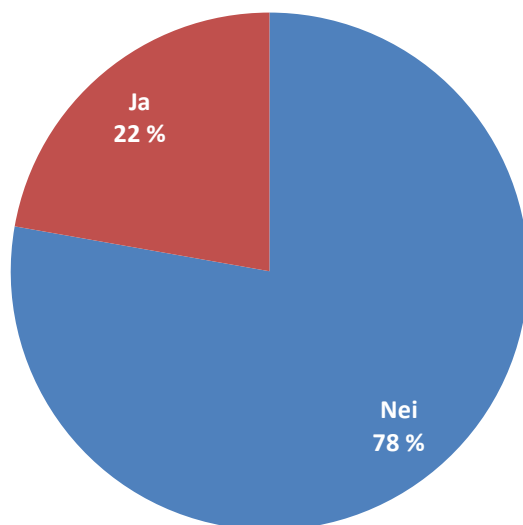
Ville du sett neste episode av serien?



Figur 9

Dette spørsmålet er mest sannsynlig det viktigste spørsmålet vi stilte på undersøkelsen. Heldigvis, fikk vi veldig gode resultater på dette spørsmålet. Hvis vi tenker på at dette var noe respondentene ble "tvingt" til å se på, så er 66 % ganske bra! Hadde det vært et show som folk hadde betalt for og sett, hadde jeg ikke vært like positiv. Hvis vi tenker at 2 av 3 tenåringer i målgruppen 13-18 år i Trøndelag vil se fortsettelsen av Hukkudalen, så har vi en jobb etter endt bachelor!

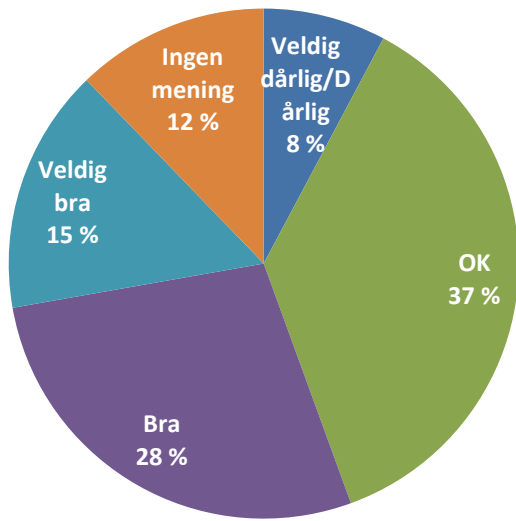
Kommenterte du noen av innleggene?



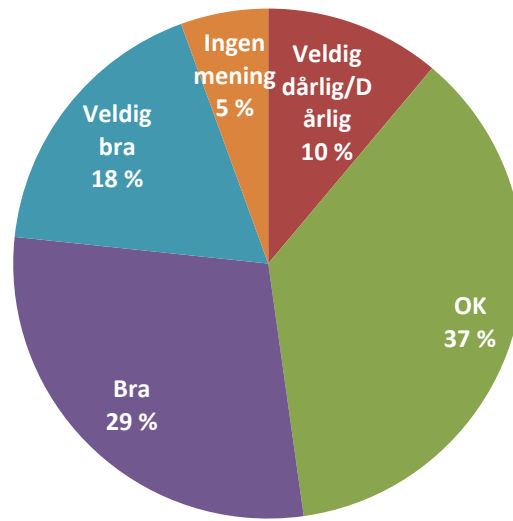
Figur 10

Etter første dag på Steinkjer vgs, hadde vi 100 % på nei. Heldigvis forandret dette seg raskt når vi ankom Frol. Det at 22 % av publikum kommenterte på nettsiden, viser at dette er et godt tilbud for de som vil ha mer enn bare en video i uka. Over 1 av 5 som var inne på siden la igjen en kommentar. Det å kommentere en sak, er ikke noe for alle, så dette er nok et godt resultat.

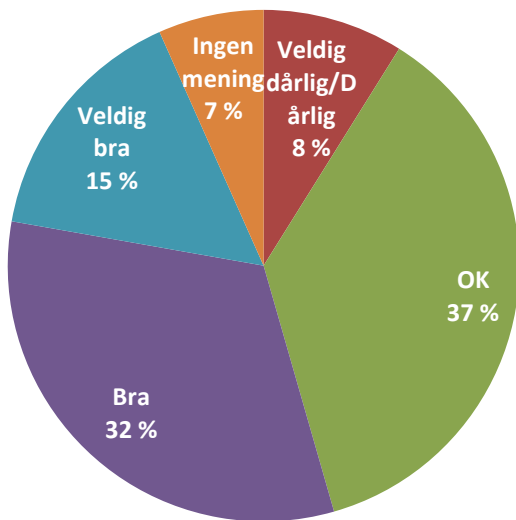
Om konseptet



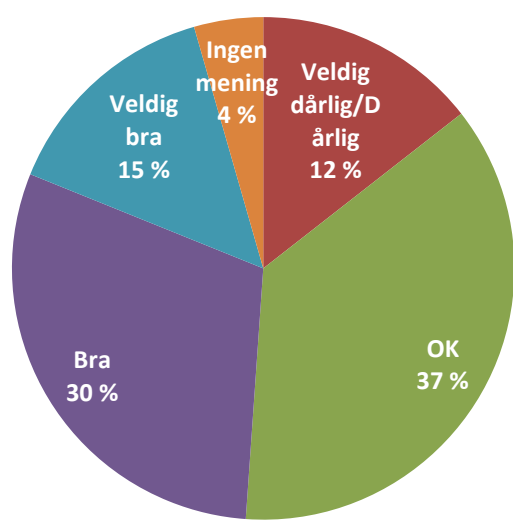
Figur 11: Muligheten til å kommunisere med hovedpersonen?



Figur 12: Muligheten til å kunne påvirke serien?



Figur 13: at serien blir vist via et sosialt medie?



Figur 14: designet på nettsiden?

Resultatene fra spørsmålene angående konseptet var veldig oppløftende. Hvis vi ser på prosentene til respondentene som synes dette var dårlig, så ser vi at tallene er veldig lave. Tallene på OK og opp til veldig bra, tar mellom 80-84 % av resultatene. Det er tydelig på disse besvarelsene at konseptet har fungert.

Bivariat analyse

Bivariat analyse er en analyse mellom to to variabler, og deres forhold til hverandre. For å sjekke hypotesene som ble nevnt i forskningsmodellkapitlet stemmer er det naturlig å bruke bivariat analyse. En av de mest brukte testene for å sjekke forholdene mellom to variabler innen bivariat analyse er kjikvadrattesten.

H1

Jeg har høye forhåpninger om at serien vår vil treffe begge kjønn like godt. Med andre ord at det vil være liten, eller ingen forskjell i om hvor godt respondentene likte serien.

For å se om det er noen sammenheng mellom kjønn og deres rangering av serien, skal vi foreta oss en aldri så liten kjikvadratstest.

Kjikvadratstest:

Observert fordeling:

	Jenter	Gutter	Total
1	0	2	2
2	5	2	7
3	4	2	6
4	6	5	11
5	5	8	13
6	15	10	25
7	4	6	10
8	4	1	5
9	2	0	2
10	5	4	9
TOT	50	40	90

Fordeling uten statistisk avhengighet:

	Jenter	Gutter	Total
1	1	1	2
2	4	3	7
3	3	3	6
4	6	5	11
5	7	6	13
6	14	11	25
7	6	4	10
8	3	2	5
9	1	1	2
10	5	4	9
TOT	50	40	90

Utrekning:

$$\begin{aligned}
 x^2 = & \frac{(0-1)^2}{1} + \frac{(2-1)^2}{1} + \frac{(5-4)^2}{4} + \frac{(2-3)^2}{3} + \frac{(4-3)^2}{3} + \frac{(2-3)^2}{3} + \frac{(6-6)^2}{6} \\
 & + \frac{(5-5)^2}{5} + \frac{(5-7)^2}{7} + \frac{(8-6)^2}{6} + \frac{(15-14)^2}{14} + \frac{(10-11)^2}{11} + \frac{(4-6)^2}{6} \\
 & + \frac{(6-4)^2}{4} + \frac{(4-3)^2}{3} + \frac{(1-2)^2}{2} + \frac{(2-1)^2}{1} + \frac{(0-1)^2}{1} + \frac{(5-5)^2}{5} \\
 & + \frac{(4-4)^2}{4}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 x^2 = & 1 + 1 + 0,25 + 0,33 + 0,33 + 0,33 + 0 + 0 + 0,57 + 0,66 + 0,07 + 0,09 + 0,66 \\
 & + 1 + 0,33 + 0,5 + 1 + 1 + 0 + 0
 \end{aligned}$$

$$x^2 = 9,12$$

Frihetsgraden i denne utregningen er på 9(df=(10-1)(2-1)=9*1=9).

Med et signifikansnivå på 0,05 blir da kritisk verdi blir da på 16,92. (Ringdal, 2001, s. 491)

Kjikkvadratet på 9,12 er under kritisk verdi på 16,92.

Avvikene mellom den observerte fordelingen og fordelingen uten statistisk avhengighet er derfor så små, at det er mindre enn 5 prosent sjans for at det er en statistisk sammenheng i populasjonen.

Det vil si at vi får støtte for **H1**, og beholder den. Med andre ord, det er ingen sammenheng mellom kjønn og deres rangering på serien.

H2

Jeg tror måten en serie blir presentert på, har mye å si på hvor godt seerne liker det de ser. Jeg vil derfor tro at det vil være en sammenheng mellom de som liker serien, og de som likte måten serien blir presentert på. På godt og vondt!

For å sjekke denne hypotesen, vil jeg nok en gang bruke kjiqvadrattesten på spørsmålene: “Hva synes du om serien?” og “Hva synes du om at serien blir vist via et sosialt medie?”.

Jeg har valgt å fjerne dataene for de som svarte “Vet ikke/Ingen mening på spørsmålet: “Hva synes du om at serien blir vist via et sosialt medie?”. Grunnen til det, er at jeg bare kan ha svarene hos de som har en mening om saken, for å få et riktig resultat av testen.

Observert fordeling:

	Veldig dårlig	Dårlig	OK	Bra	Veldig Bra	Total
1	0	0	1	0	1	2
2	0	1	3	1	0	5
3	0	0	4	0	0	4
4	1	3	5	2	0	11
5	0	2	6	5	0	13
6	0	0	7	12	5	24
7	0	1	4	3	2	10
8	0	0	2	2	1	5
9	0	0	1	1	0	2
10	0	0	0	3	5	8
TOT	1	7	33	29	14	84

Fordeling uten statistisk avhengighet:

	Veldig dårlig	Dårlig	OK	Bra	Veldig Bra	Total
1	0,02	0,17	0,79	0,69	0,33	2
2	0,06	0,42	1,97	1,73	0,83	5
3	0,05	0,33	1,57	1,38	0,67	4
4	0,13	0,92	4,32	3,80	1,83	11
5	0,15	1,08	5,11	4,49	2,17	13
6	0,29	2	9,43	8,29	4	24
7	0,12	0,83	3,93	3,45	1,67	10
8	0,06	0,42	1,96	1,73	0,83	5
9	0,02	0,17	0,76	0,69	0,33	2
10	0,09	0,67	3,14	2,76	1,33	8
TOT	1	7	33	29	14	84

Jeg velger ikke å legge ved utregningen på dette regnestykket, da den ville tatt opp unødvendig mye plass, og jeg viser på **H1** at jeg vet hvordan man regner ut.

$$x^2 = 48,01$$

Frihetsgraden i denne utregningen er på 36(df=(10-1)(5-1)=9*4=36).

Med et signifikansnivå på 0,05 blir da kritisk verdi blir da på 51,00. (Ringdal, 2001, s. 491)

Kjikkvadratet på 48,01 er under kritisk verdi på 51,00.

Avvikene mellom den observerte fordelingen og fordelingen uten statistisk avhengighet er derfor så små, at det er mindre enn 5 prosent sjanse for at det er en statistisk sammenheng i populasjonen.

Det finnes med andre ord ikke støtte å kunne si at det er en sammenheng mellom hvordan serien blir presentert, og hva de synes om selve serien. Selv om det er

veldig nært for å kunne støtte opp under hypotesen, så nådde den akkurat ikke opp, og vi må derfor forkaste **H2**.

8 Konklusjon og implikasjoner

I konklusjonen, vil jeg gå gjennom de største grepene jeg som produsent var med og tok i gjennom produksjonen. Jeg vil også forklare kort rundt grepene, og hvordan vi kom frem til de.

Som produsent, er du øverste leder på produksjonen. Går det bra, så er du ansvarlig, går det ikke så bra, er du også dessverre ansvarlig.

På vår første idé, var vi litt for ivrige, og hoppet på den første og beste ideen vi kom med. Etter det, skjønnte jeg at vi ville trenge mye lengre tid for å kunne ha muligheten til å skape et nyskapende konsept. Jeg til rette for at vi skulle la konseptutviklingen bli en mye større del av produksjonen vår. Er det en ting som ikke fungerer i den kreative prosessen, så er det tidspress. De beste kommer når man føler at man har all tiden i verden på å utvikle noe. Kjenner man på tidspresset, er det vanskelig å jobbe i åpen modus, og du vil mest sannsynlig komme med enkle løsninger. Det de løsningene som regel vil mangle, er originalitet, kreativitet, og det lille ekstra.

Et viktig grep som ble tatt, var å gjøre om vårt program til en nettserie. Er det noe som er viktig hvis du skal ha en tenåring til å se noe, så er det at han skal ha muligheten til å kunne se det når han vil. En nettserie vil være tilgjengelig overalt der det er internett.

Er det noe som er viktig når du er produsent, og skal være med på å skape noe nytt, så er det å tenke først på hvem du lager det til, så tenke igjen, hva er det de driver på med om dagene? Ungdommer bruker store deler av døgnet på å sitte på sosiale nettverk. Som et forsøk på å være nyskapende og in, prøver vi å kombinere dette med serien vår. I stedet for å lage en ordinær nettserie som legger ut en video i uka i en Youtube-kanal, går vi nye veier. Vi har laget et nytt, falskt sosialt nettverk, der du befinner deg på siden/profilen til hovedpersonen i historien. Hovedpersonen i historia, legger ut bilder, statusoppdateringer, Vines, polls, og ikke minst videoer. Det som er spesielt her, er at i stedet for at en video

er en episode, så er det alle innleggene som hovedpersonen legger ut i løpet av en uke som blir en episode. Det som er veldig spesielt her, er at seerne har muligheten til å kommentere på alt som hovedpersonene legger ut. De vil også kunne få svar fra hovedpersonen, eller andre karakterer i historien. Vi legger også vekt på interaktivitet. Seeren har muligheten til å påvirke historien, blant annet ved å svare på polls som blir lagt ut.

Ved hjelp av disse grepene, fikk vi et produkt det er mulig å være stolte av. Vi har skapt et nytt konsept for distribuering av en nettserie på en moderne, og annerledes måte. Seeren vil kunne få et helt annet forhold til serien, da han kan både kommunisere med karakterene i serien, og være med på å påvirke historien.

Vi har jobbet hardt og lenge for å oppnå det resultatet vi landet på til slutt. Det var mange omveier, bomturer, og nestenulykker på turen dit, men vi kom oss helskinnet gjennom. Igjen sitter vi med et nytt og spennende konsept, og mye mange erfaringer

Resultatene fra undersøkelsen, tyder på at vårt produkt er noe som kan være verdt å satse på!

9 Referanseliste

- Cleese, J. (1991). *John Cleese on creativity*. Hentet Mai 2, 2014 fra Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=AU5x1Ea7NjQ>
- Dalland, O. (2007). *Metode og oppgaveskriving for studenter*. Oslo: Gyldendal Akademiske.
- Gillin, P. (2007). *The new influencers: A marketer's guide to the new social media*. Sanger, CA: Quill Driver Books.
- Google. (2012, August). *The New Multi-screen World: Understanding Cross-platform Consumer Behavior by Google*. Hentet Desember 9, 2013 fra Slideshare: <http://www.slideshare.net/smoble/the-new-multiscreen-world-by-google-14128722>
- Kellison, C., Morrow, D., & Morrow, K. (2013). *Producing for TV and New Media*. Burlington and Abingdon: Focal Press.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 357-365.
- Rashtchy, F., Kessler, A. M., Bieber, P. J., Shindler, L. H., & Tzeng, J. C. (2007). *The user revolution: The new advertising ecosystem and the rise of the Internet as a mass medium*. Minneapolis, MN: Piper Jaffray Investment Research.
- Ringdal, K. (2001). *Enhet og mangfold*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Slingbox. (2013, 12 09). *Placeshifting*. Hentet 12 09, 2013 fra Slingbox: <http://www.slingbox.com/get/placeshifting>
- Stelter, B. (2011, February 11). *TV Industry Taps Social Media to Keep Viewers' Attention*. Hentet January 17, 2014 fra The New York Times: <http://www.nytimes.com/2011/02/21/business/media/21watercooler.html?pagewanted=all>
- Zarella, D. (2009). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol: O'Reilly Media.

10 Vedlegg

“Rødt skjerf”

Tittel	Navn	TLF
Produsent	Kim Jørgen Vang	48 29 72 94
Regi	Børge Solbakk	90 75 55 73
Foto	Carl Håkon Bragstad	98 47 01 29
Foto	John Kristian Aksnes Hagen	93 06 90 04
Skuespiller(Reidar)	Dennis Eriksen	93 09 29 65

DAGSPLAN

Dag 1 **Mandag 17.02.2014** **Arbeidstid:0900-1830**

TIDSPLAN:	BESKRIVELSE:	KOMMENTARER:
-----------	--------------	--------------

0900-1000	John henter Red Rock, mikrofonbom og opptaker, og plukker opp Carl og Dennis.
0915-1000	Børge og Kim møtes på HiNT Røstad, og tar en liten locationscout før crewet samles.
1000	Oppmøte ved Rema 1000 på Røstad i Levanger.
1040-1150	Start av opptak: sekvens 14-24.
1150-1205	Pause.
1205-1345	Start av opptak: sekvens 25-41.
1345-1415	Matpause, Børge henter Felix(bikkja).
1415-1600	Start av opptak: sekvens 42-51.
1600-1700	Matpause og skifte av Location til Reistad Gård.
1700-1730	Start av opptak: sekvens 1-5
1730-1830	Start av opptak: sekvens 6-13
1830	It's a wrap!

MERKNADER:

FROKOST: Spiser vi før oppmøte

LUNCH: 1345 til 1415. Matpakke medbringes, evt. kjøpes selv på Rema klokka 10.00. Eget ansvar å være tilbake på sett og klar til opptak kl 1415

MIDDAG: 1600-1700. Felles middag, før vi drar til Reistad Gård, og filmer resterende.

TRANSPORT:

17.02.2014	0915	Kim	HiNT Røstad	Sjåfør
17.02.2014	0915	Børge	HiNT Røstad	Sjåfør
17.02.2014	0900	John	HiNT Steinkjer	Sjåfør
17.02.2014	0900	Carl	HiNT Steinkjer	Sitter på hos John
17.02.2014	0900	Dennis	HiNT Steinkjer	Sitter på hos John

Shotliste for Rødt Skjerf

Ultranær - UNÆ

Nær - NÆ

Halvnær - HNÆ

Halvtotal - HTOT

Total - TOT

1. INT. Badet | Antatt tid: 30 minutter

Shot 1 - TOT - mens dusjen går

Shot 2 - UNÆ - Skrur av kranen

Shot 3 - NÆ - tar tak i en håndduk

Shot 4 - HTOT - i speilet, Reidar kommer inn i bildet.

Shot 5 - HTOT/HNÆ - parfyme kler på seg

2. INT. Gangen | Antatt tid: 50 minutter

Shot 6 - TOT - Reidar kommer ned trappa. Fokuspull - Fra Reidar til Skjerf

Shot 7 - TOT - Reidar tar et skjerf og ser seg i speilet. kaster skjerf

Shot 8 - NÆ - Han tar nytt skjerf.

Shot 9 - TOT - tar opp mobilen

Shot 10 - UNÆ - skriver på mobilen.

Shot 11 - TOT - Tar på seg jakken. Fokuspull - henter hatten.

Shot 12 - TOT - tar opp mobilen.

Shot 13 - UNÆ - ser meldingen.

3. EXT. i byen | Antatt tid: 60 minutter

Shot 14 - TOT - spankulering i skog

Shot 15 - HTOT - går ut av skog

Shot 16 - HTOT - spankulering gatelangs

Shot 17 - TOT - spankulering m/ noe i veien for underlivet.

Shot 18 - HTOT - folk han møter

Shot 19 - HTOT - Reidar tar av seg hatt

Shot 20 - HTOT - forfra når han får melding.

Shot 21 - NÆ - mobil

Shot 22 - HTOT - forfra

Shot 23 - HNÆ - Ansiktet.

Shot 24 - TOT - Han snur seg og går andre veien.

4. EXT. I byen | Antatt tid: 90 minutter

Shot 25 - NÆ - ansiktet til reidar når han går.

Shot 26 - TOT - uteligger roter i søpla

Shot 27 - OTS - Reidar går mot uteligger

Shot 28 - HTOT - Uteligger roter i søpla

Shot 29 - NÆ - uteligger tar opp banan

Shot 30 - HTOT - uteligger ser på banan

Shot 31 - UNÆ - Uteligger spiser banan

Shot 32 - NÆ - Reidar reagerer

Shot 33 - HTOT - Reidar nærmer seg uteligger

Shot 34 - TOT - Sjøppelkasse dekker for underlivet til Reidar. Uteligger begynner å prate med reidar.

Shot 35 - HNÆ – Uteligger

Shot 36 - HNÆ - Reidar

Shot 37 - HTOT - Uteligger prater og roter i søpla.

Shot 38 - HNÆ - Reidar som prater

Shot 39 - HTOT - Uteligger tar opp colaflaske og drikker, spyttter det i trynet på Reidar.

Shot 40 - NÆ - Reidar får brus i trynet

Shot 41 - HNÆ - følger ansiktet til Reidar når han går bort fra uteliggeren.

5. EXT. I byen | Antatt tid: 90 minutter

Shot 42 – HTOT - Reidar går mot skogen

Shot 43 – TOT - En hund som sitter ved en benk.

Shot 44 – OTS - fra Reidar mot hunden.

Shot 45 – TOT - Reidar stopper ved benken.

Shot 46 – HNÆ - Reidar ser ned på hund

Shot 47 – HNÆ - Hund ser opp på Reidar

Shot 48 – HNÆ (POV) - Reidars Replikk

Shot 49 – HNÆ TILT - bakfra når Reidar prater

Shot 50 – UNÆ - Bikkjetryne

Shot 51 – Så crane shot som mulig. sakte zoom ut fra penistegningen.

Det Røde Skjerfet

Screenplay

By

Børge Solbakk

INT. BADET

Reidar skrur av dusjen og begynner å årdne håret. Han sprayer på seg parfyme og begynner å kle på seg.

INT. GANGEN

Reidar kommer gående i gangen og skal ta på seg et skjerf, han tar på seg et rødt skjerf men, er ikke sikker på at det er det riktige valget og prøver på et skjerf med en annen farge også. Han skriver en facebook-oppdatering:

FACEBOOK-REIDAR

Skal man gå for rødt eller gult
skjerf i dag da?

Han tar på seg jakken, og det tikker inn meldinger om at han bør ta det røde skjerfet. Han tar på seg det røde skjerfet, og han tar på seg en hatt før han går ut.

EXT. I BYEN

Reidar spankulerer fornøyd nedover gata. Alle som går forbi Reidar kikker på han som om han hadde vært et spøkelse. Reidar hilser pent og tar av seg hatten for alle som kikker på han.

Etter en stund tikker det inn en melding fra facebook som sier at han burde ha valgt det andre skjerfet. Han skal til å legge ned telefonen da det tikker inn en ny melding om at han burde ha valgt det andre skjerfet. Reidar stopper opp. Han blir oppgitt. Han himler med øynene, snur seg og går hjemover.

EXT. I BYEN 3

På tur tilbake ser Reidar en uteligger som leter i en søppelkasse etter tomflasker. I det Reidar nærmer seg, trekker han en opp en halvspist banan og spiser det som er igjen.

UTELIGGER

ER DU KLAR OVER AT FOLK LEGGER
MERKE TIL AT DU KLER DEG SOM EN
IDIOT!?! DU ER FORKASTELIG!! JEG
BLIR KVALM AV SÅNNE SOM DEG! PRØV Å
OPPFØR DEG SKIKKELIG NÅR DU ER UTE
BLANDT FOLK!

Uteliggeren drar fram en halvtom colaflaske og begynner å drikke av den.

REIDAR

Ja, jeg vet jeg vet. Det er kanskje litt for mye med så mye rødt, så tidlig i sesongen

Reidar blir avbrutt av at uteliggeren spytter brus over hele han.

REIDAR

Fy faen!

Reidar snur seg og går bort fra uteliggeren. Uteliggeren blir stående ved søppelkassen og tømme ut det som er igjen av colaflasken på bakken. Colaen som tømmes ut inneholder sneiper, snus og annet gruff.

Reidar, som fortsatt går bort fra uteliggeren, prøver å tørke bort flekkene fra jakken

REIDAR

(mumler til seg selv)

Fy faen for en dag... Det her er den...

Han stopper litt opp når han ser en hund litt lenger bort i gata

EXT. I BYEN 4

Reidar går mot en hund som står helt for seg selv.

REIDAR

Jeg har hatt verdens værste dag i dag. Det er godt å kunne snakke til noen som ikke dømmer meg.

Reidar ser ned på hunden og hunden ser opp på Reidar. Kameraet tilter ned fra hodet til Reidar til skoene hans og avslører at han er naken fra beltet og ned samtidig som han sier:

REIDAR

Jeg skjønner ikke hvorfor dagen ble slik. Bare på grunn av at jeg valgte feil skjerf?

Hunden begynner å knurre

CUT TO BLACK

Hunden knurrer og vi hører en glefselyd etterfulgt av et høyt skrik.

EXT. I BYEN 4

På bakken ser vi at det er tegnet en strektegning av en avbrukken penis på bakken og at det er blod i rundt strektegningen.

“Hukkudalen”

Tittel	Navn	TLF
Produsent	Kim Jørgen Vang	482 97 294
Regi	John Kristian Aksnes Hagen	930 69 004
Foto	Carl Håkon Bragstad	984 70 129
Lyd	Børge Solbakk	907 55 573
Skuespiller(Arvid)	Jonas Sklett Løvik	915 36 518
Skuespiller(Lasse)	Benjamin Kvaløysæter	410 76 383
Skuespiller(Berit)	Turid Aksnes	917 97 115
Skuespiller(Roger)	Stian Hårberg	928 45 133
Skuespiller(Ronny)	John Kristian Aksnes Hagen	930 69 004
Skuespiller(Maria)	Maja Melhus Tobiassen	909 30 616
Skuespiller(Torill)	Tonje Westerhus	
Skuespiller(Lærer)	Sissel Kristin Hermann	952 72 244
Skuespiller(Kurt)	Torfinn Hynne	920 79 359
Skuespiller(Vaktmester)	Pål Stornes	

DAGSPLAN

Dag 1 Fredag 11.04.2014 Arbeidstid:1000-2200

ROLLER:	MEDVIRKENDE:	OPPMØTE:
Arvid	Jonas Sklett Løvik	1600
Lasse	Benjamin Kvaløysæter	1600
Kurt	Torfinn Hynne	1730
TIDSPLAN:	BESKRIVELSE:	KOMMENTARER:

1000	Oppmøte HiNT, uthenting av utstyr
1100-1130	Utpakking av utstyr, Leksdal
1130-1300	Testing av utstyr, og props(sykkel)
1300-1330	Lunsj
1330-1530	Testing av utstyr
1530-1600	Opprigg til første scene, og transport til Jonas og Benjamin
1600-1900	Episode 2, Scene 2
1900-1930	Nedrigg, matpause
1930-2000	Opprigg, gjennomgang med skuespillere
2000-2100	Episode 3, Scene 3
2100-2200	Nedrigg, transport hjem av skuespillere
2200	Crew finner soveposen

MERKNADER:

FROKOST: Spiser vi før oppmøte.
LUNSJ: 1300 til 1330. Mat finnes på sett.
LUNSJ 2: 1900 til 1930. Mat finnes på sett.

TRANSPORT:

Dato	Tid	Hvem	Hvor	Hvordan
11.04.2014	1000	Kim	HiNT Steinkjer	Sjåfør
11.04.2014	1000	Børge	HiNT Steinkjer	Sjåfør
11.04.2014	1000	John	HiNT Steinkjer	Sjåfør
11.04.2014	1000	Carl	HiNT Steinkjer	Buss
11.04.2014	1600	Jonas	Leksdal	Sitter på hos John
11.04.2014	1600	Benjamin	Leksdal	Sitter på hos John
11.04.2014	1730	Torfinn	Leksdal	Sjåfør

“Hukkudalen”

Tittel	Navn	TLF
Produsent	Kim Jørgen Vang	482 97 294
Regi	John Kristian Aksnes Hagen	930 69 004
Foto	Carl Håkon Bragstad	984 70 129
Lyd	Børge Solbakk	907 55 573
Skuespiller(Arvid)	Jonas Sklett Løvik	915 36 518
Skuespiller(Lasse)	Benjamin Kvaløysæter	410 76 383
Skuespiller(Berit)	Turid Aksnes	917 97 115
Skuespiller(Roger)	Stian Hårberg	928 45 133
Skuespiller(Ronny)	John Kristian Aksnes Hagen	930 69 004
Skuespiller(Maria)	Maja Melhus Tobiassen	909 30 616
Skuespiller(Torill)	Tonje Westerhus	
Skuespiller(Lærer)	Sissel Kristin Hermann	952 72 244
Skuespiller(Kurt)	Torfinn Hynne	920 79 359
Skuespiller(Vaktmester)	Pål Stornes	455 13 091

DAGSPLAN

Dag 2

Lørdag 12.04.2014

Arbeidstid:0800-1830

ROLLER:	MEDVIRKENDE:	OPPMØTE:
Arvid	Jonas Sklett Løvik	0830
Lasse	Benjamin Kvaløysæter	0830
Maria	Maja Melhus Tobiassen	0830
Torill	Tonje Westerhus	0830
Ronny	John Kristian Aksnes Hagen	0800
Lærer	Sissel Kristin Hermann	0830
Vaktmester	Pål Stornes	1545
Statister	Martine Venås med flere	0830
TIDSPLAN:	BESKRIVELSE:	KOMMENTARER:

0800-0830	Opprigg
0830-0900	Opprigg og gjennomgang med skuespillere
0900-1100	Episode 1, scene 1(shot 3, 4, 13-23)
1130-1200	Lunsj, omrigg
1200-1330	Episode 1, scene 2
1330-1345	Pause
1345-1515	Episode 1, scene 3 og Episode 2, scene 1
1515-1600	Omrigg, Matpause
1600-1800	Episode 1, scene 1(shot 1, 2, 5-12)
1800-1830	Nedrigg, takk for i dag!

MERKNADER:

FROKOST: Kan spises på sett.
LUNSJ: 1130 til 1200. Mat finnes på sett.
Middag: 1515 til 1600. Mat finnes på sett.

TRANSPORT:

Dato	Tid	Hvem	Hvor	Hvordan
12.04.2014	0830	Kim	Leksdal skole	Sjåfør
12.04.2014	0800	Børge	Leksdal skole	Sjåfør
12.04.2014	0830	John	Leksdal skole	Sjåfør
12.04.2014	0800	Carl	Leksdal skole	Buss
12.04.2014	0830	Jonas	Leksdal skole	Sitter på hos John
12.04.2014	0830	Benjamin	Leksdal skole	Sitter på hos John
12.04.2014	0830	Sissel	Leksdal skole	Sjåfør
12.04.2014	1545	Pål	Leksdal skole	Sjåfør
12.04.2014	0830	Statister	Leksdal skole	Sitter på hos Børge
12.04.2014	0830	Maja	Leksdal skole	Sitter på hos Kim
12.04.2014	0830	Tonje	Leksdal skole	Sitter på hos Kim

“Hukkudalen”

Tittel	Navn	TLF
Produsent	Kim Jørgen Vang	482 97 294
Regi	John Kristian Aksnes Hagen	930 69 004
Foto	Carl Håkon Bragstad	984 70 129
Lyd	Børge Solbakk	907 55 573
Skuespiller(Arvid)	Jonas Sklett Løvik	915 36 518
Skuespiller(Lasse)	Benjamin Kvaløysæter	410 76 383
Skuespiller(Berit)	Turid Aksnes	917 97 115
Skuespiller(Roger)	Stian Hårberg	928 45 133
Skuespiller(Ronny)	John Kristian Aksnes Hagen	930 69 004
Skuespiller(Maria)	Maja Melhus Tobiassen	909 30 616
Skuespiller(Torill)	Tonje Westerhus	
Skuespiller(Lærer)	Sissel Kristin Hermann	952 72 244
Skuespiller(Kurt)	Torfinn Hynne	920 79 359
Skuespiller(Vaktmester)	Pål Stornes	455 13 091

DAGSPLAN

Dag 3

Søndag 13.04.2014

Arbeidstid:0800-1800

ROLLER:	MEDVIRKENDE:	OPPMØTE:
Arvid	Jonas Sklett Løvik	0830
Lasse	Benjamin Kvaløysæter	0830
Berit	Turid Aksnes	1130
Roger	Stian Hårberg	0830
TIDSPLAN:	BESKRIVELSE:	KOMMENTARER:

0800-0830	Opprigg
0830-0900	Opprigg og gjennomgang med skuespillere
0900-1000	Episode 2, scene 4
1000-1015	Omrigg
1015-1045	Episode 2, scene 3
1045-1115	Episode 2, scene 5
1115-1145	Lunsj
1145-1430	Episode 3, scene 1
1430-	Nedrigg. It's a wrap!!

MERKNADER:

FROKOST: Kan spises på sett.

LUNSJ: 1115 til 1145. Mat finnes på sett.

TRANSPORT:

Dato	Tid	Hvem	Hvor	Hvordan
13.04.2014	0800	Kim	Leksdal	Sjåfør
13.04.2014	0800	Børge	Leksdal	Sjåfør
13.04.2014	0830	John	Leksdal	Sjåfør
13.04.2014	0830	Carl	Leksdal	Sitter på hos John
13.04.2014	0830	Jonas	Leksdal	Sitter på hos John
13.04.2014	0830	Benjamin	Leksdal	Sitter på hos John
13.04.2014	1130	Berit	Leksdal	Sjåfør
13.04.2014	0830	Roger	Leksdal	Sjåfør

HUKKUDALEN - SHOTLISTE

Episode 1 Scene 1 - Inne i skolen

Shot 01 - POV shot GoPro og 6D

Shot 02 - Froskepersp. - Arvid løper mot kamera.

Shot 03 - Halvnært mot Lærer. Starter dagen.

Shot 04 - Profil av lærer i forgrunn. Dør i bakgrunnen. Focus pull?

Shot 05 - Halvtotal - Døra til vaktmesteren. Arvid løper inn i bildet.

Shot 06 - Halvnært - Arvid ved vaktmester-dør - fra side

Shot 07 - Halvnært - mot Arvid - fra innside av vaktm-rom

Shot 08 - Halvtotal - mot vaktmester

Shot 09 - Halvnært - Vakmester

Shot 10 - Korthus i forgrunn, dør i fokus. Korthus raser sammen

Shot 11 - Tilt fra kort, opp til Vaktmesters reaksjon.

Shot 12 - Halvtotal på klasseromsdør. Arvid løper inn i bildet og stopper.

Shot 13 - Nærbilde fra siden. Arvid åpner døra. Pan mot klassen når han går inn.

Shot 14 - Totalutsnitt - fra elever og lærer mot Arvid.

Shot 15 - OTS fra Lærer og Arvid mot klassen - Total

Shot 16 - Halvnært - Lærer

Shot 17 - Toskudd, Lærer og Arvid

Shot 18 - Arvid - Nært

Shot 19 - OTS fra Arvid mot Maria - halvnært

Shot 20 - Halvnært - Lasse lyser opp

Shot 21 - Total mot klassen

Shot 22 - Nærbilde hånda til Ronny. Tilt ned mot ansikt.

Shot 23 - Halvnært mot Ronny

Shot 24 - Toskudd mot Lasse og Arvid - halvtotal

Shot 25 - Froskepersp. Arvid ser ned mot sekk

Shot 26 - Ned på sekk. Tilt opp mot Lasse.

Episode 1 Scene 2 - Skolegården

Shot 01 - Nærbilde av ringeklokken

Shot 02 - Undervinkla. Telefon i forgrunn. Fokus på Arvid. Arvid ser mobbing.

Shot 03 - Halvtotal mot Arvid som reiser seg

Shot 04 - OTS fra Arvid mot Reiseronny

Shot 05 - Halvnært på Arvid som går mot Ronny. Håndholdt kjøring.

Shot 06 - Halvnært på Ronny som snur seg. Håndholdt kjøring.

Shot 07 - OTS fuglepersp. på Ronny mot Arvid (david å goliath)

Shot 08 - OTS froskepersp. Ronny ser ned på Arvid.

Shot 09 - Døm-ikkje-skudd. Arvid og Ronny i profil. Focus pull. Lasse rister på hodet.

Shot 10 - Ultranært Arvid, dådyr.

Shot 11 - Ultranært Ronny, ki-ki-killah

Episode 1 Scene 3 - Skolegården

Shot 01 - Toskudd på Arvid og Lasse - halvtotal fra siden

Shot 02 - Close-up, håndhilsning

Shot 03 - Halvnært - Arvid henger

Shot 04 - Halvnært - Lasse henger

Shot 05 - Rask zoom mot Torill og Maria - Halvtotal

Shot 06 - Halvtotal mot Arvid

Shot 07 - Nærbilde stressa Arvid.

Shot 08 - Nærbilde Lasse ser på klokka.

Shot 09 - Nærbilde på Arvid. Focus-pull mot Lasse, «henge her som en taper». Fokus tilbake mot Arvid.

Episode 2 Scene 1 - Skolegården

Shot 01 - Nærbilde Lasse ser på klokka. Faller ut av bildet.

Shot 02 - Close-up av bokser som ryker

Shot 03 - Halvnært Lasse prøver å løfte Arvid.

Shot 04 - Halvtotal - Lasse og Arvid

Shot 05 - Toskudd mot Torill og Maria - halvtotal

Shot 06 - Toskudd mot Lasse og Arvid - halvnært

Shot 07 - Nærbilde på Lasse. Siste setning.

Episode 2 Scene 2 - På vei hjem

Shot 01 - Dollyshot/easyrig kjøring - lasse og arvid - halvtotal

Shot 02 - Halvnært Lasse.

Shot 03 - Halvnært Arvid.

Shot 04 - Nært Lasse som ser ned.

Shot 05 - Lasse POV. Ned mot skeivt sykkelhjul.

Shot 06 - Totalutsnitt mot Lasse og Arvid.

Shot 07 - Nærbilde av Arvid som ser Kurt.

Shot 08 - Totalutsnitt mot kurt på sykkel. Framing mellom L. og A.

Shot 09 - Halvnært Kurt som sykler. Kjøring/GoPro

Shot 10 - Total fra siden. Alle 3. Kurt sykler inn i bildet, hopper av sykkel, og

Shot 11 - Halvnært mot Kurt.

Shot 12 - Toskudd. Arvid og Lasse.

Shot 13 - Starter på halvnært på Kurt. Pan mot Kurt på åkeren. Pan mot LA som ler.

Shot 14 - Halvnært Arvid begynner å gå - Kjøring?

Shot 15 - Halvnært Lasse stopper og peker mot Berit.

Shot 16 - Ultratotal mot Berit. OTS?

Shot 17 - Toskudd på L og A. Skrått fra siden.

Shot 18 - Nærbilde på Berit.

Episode 2 Scene 3 - Utenfor huset til Arvid

Shot 01 - Total av huset. Arvid og Lasse går inn i bildet.

Shot 02 - Halvnært - Lasse

Shot 03 - Halvnært - Arvid

Shot 04 - Total - Arvid og Lasse

Episode 2 Scene 4 - Inne i huset

Shot 01 - Halvnært Arvid sparker eske. Tilt opp mot L og A.

Shot 02 - Halvtotal - Roger dukker opp.

Shot 03 - Halvnært toskudd - Lasse og Arvid

Shot 04 - Nærbilde mot Lasses reaksjon. «Ødla sykkel'n»

Shot 05 - Halvnært - Roger

Shot 06 - Total - mot Roger, Lasse og Arvid

Episode 2 Scene 5 - Gårdsplassen

Shot 01 - Nærbilde rørleggersprekk

Shot 02 - OTS fra Roger mot LA

Shot 03 - Halvnært - Roger

Shot 04 - Halvnært - Lasse

Shot 05 - POV bak busk.

Episode 3 Scene 1 - Gårdsplassen

Shot 01 - POV bak busk. Roger ser Berit.

Shot 02 - Totalutsnitt mot berit - OTS Roger

Shot 03 - Halvnært toskudd - Lasse og Arvid ser rart på hverandre

Shot 04 - Halvnært - Roger ser mot Berit

Shot 05 - Halvnært - Berit gjemmer seg

Shot 06 - Halvnært - Berit går frem

Shot 07 - Total - The whole bunch

Shot 08 - Toskudd - Berit og Roger

Shot 09 - Halvnært - Lasse

Shot 10 - Halvnært - Berit

Shot 11 - Halvnært - Berit, pan til Lasse «Får'n hjelp tå Hukkukukukail?!»

Shot 12 - Halvnært - Arvid

Shot 13 - Nærbilde - Lasses åpenbaring

Episode 3 Scene 2 - Hukkukail'n

Shot 01 - Halvnært toskudd - lasse og arvid - Håndholdt kjøring

Shot 02 - Totalutsnitt - mot Lasse og Arvid

Shot 03 - Nærbilde mot Lasse

Shot 04 - Nærbilde mot Arvid

Shot 05 - Totalutsnitt mot hukukailln. LA-frame

Shot 06 - Halvnært - Øks

HUKKUDALEN

By

Børge Solbakk &
John Hagen

Basse Media SB

borge@bassemedia.no
john@bassemedia.no

INT. GANGEN

Arvid kommer løpende mot klasserommet. Han er andpusten og ser på klokken sin.

INT. KLASSEROMMET

Læreren begynner å prate til klassen.

LÆRER

Ja... I dag får vi mest sannsynlig
en ny elev i klassen. Han heter
Arvid og....

INT. GANGEN

Arvid står foran en dør og puster tungt ut for å psyke seg opp. Han åpner døren og får øyekontakt med vaktmesteren, som holder på å fullføre et korthus. Vaktmesteren står helt i ro med et kort i hånda.

ARVID

Klasserommet til niende?

Vaktmesteren peker sakte i retningen mot klasserommet.

ARVID

Å ja. Takk.

Arvid slår igjen døra litt for hardt, og korthuset raser sammen. Vaktmesteren biter tennene sammen for å holde raseriet og sorgen inne.

INT. KLASSEROMMET

Døren åpner seg og Arvid kommer inn i klasserommet.

LÆRER

Ja, der har vi jo Arvid! Han har
flyttet hit fra Trondheim og vil
begynne i klassen vår. Jeg håper at
alle vil ta godt i mot han, slik at

han trives her på Hukkudalen
Ungdomsskole. Ja Arvid, du kan jo
fortelle litt om deg selv.

ARVID

Ehhm... Ja, det kan jeg sikkert.
Jeg kommer som sagt fra Trondheim,
hehe... Og skal begynne i samme
klasse som dere, hehe... Ehhhmm...

Arvid ser på Maria, som smiler av sympati pga. Arvids forsøk
på humor. Arvid smiler tilbake.

ARVID

Nei, hva skal jeg si? Jeg flytta
hit sammen med faren min, som er
opprinnelig Hukkudaling.
Eh... Jeg liker spill, spesielt
Call of Duty.

Lasse lyser opp når han ser at Arvid nevner Call of Duty.

ARVID

Såååå... Hvis dere vil vite mer om
hvordan jeg er, så kan dere legge
meg til på facebook eller snapchat,
så finner dere fort ut hvordan jeg
er.

LÆRER

Ja, da har vi blitt litt kjent med
Arvid. Så kan jo de som er litt
teknisk anlagt legge han til på
facebook og SnapCat.

Den store eleven Ronny rekker opp hånden.

RONNY

Jeg tror det heter SnapCHAT..!

Arvid får store øyne når han ser Ronny

LÆRER

Ja, dere kan legge han til både på
snapchat og på snapchat, bare for å
være sikker da.

LÆRER

Ja Arvid, da kan du egentlig bare
sette deg på pulten ved siden av
Lasse.

Lasse trekker frem stolen, slik at Arvid får satt seg på
pulten ved siden av. Arvid legger merke til at Lasse har
mange bokseren i sekken sin. Lasse ser at Arvid legger merke
til bokserene og tar lokket over sekken, slik at Arvid ikke
ser innholdet.

EXT. SKOLEGÅRDEN

Skoleklokken ringer. Arvid sitter å spiller på mobilen.

Han ser at Ronny mobber Lasse. Arvid går mot Ronny og Lasse,
hvor nå Ronny er i ferd med å henge opp Lasse etter bokseren
på en knagg.

ARVID

Ey! Du! Sett han ned! Ellers...

Ronny snur seg mot Arvid, med mord i blikket. Arvid stopper
og ser opp mot den svært truende Ronny.

RONNY

Ellers hva..?

Arvid mister motet og ser opp mot Ronny med Bambi-øyne.

ARVID

(Hvisker)

Nei... Da skal du få... juling?

Lasse er livredd og rister på hodet.

RONNY

Skal du gi MEG juling?!

ARVID

ja..?

Arvid og Ronny veksler dådyr- og morder-blikk.

EXT. SKOLEGÅRDEN 2

Skjermen blir svart. Lyden av en revnet bokser høres.

Arvid hylar. Arvid henger nå på siden av Lasse.

ARVID

Han der... Han kan ikke være 14 år gammel!

LASSE

Ronny det? Han er faktisk 14. Men jeg mistenker at han hoppa rett over puberteten.

Lasse rekker ut hånden mot Arvid.

LASSE

Jeg heter Lasse forresten.

Arvid henger litt for langt unna. Håndtrykket blir i stedet en klumsete berøring av fingertupper.

ARVID

Arvid.

ARVID

Skjer dette ofte med deg eller?

LASSE

Tja. Det er ikke uten grunn at jeg alltid har med et par ekstra boksere i sekken.

ARVID

Ah.

Begge nikker for seg selv.

Arvid får øye på Maria og Torill som er et stykke unna. De går i hans retning. Maria og Torill snakker med hverandre uten å legge merke til Arvid og Lasse med det første.

ARVID

Nei, nei, nei.

LASSE

Hva er det?

ARVID

Det er hun jenta i klassen. Hun er på vei hit!

LASSE

Jenta? Hvem, Torill eller Maria?

Arvid prøver å finne en måte for å få seg ned.

ARVID

Hun blonde.

LASSE

Maria det? Er du forelska eller?
Hæ? Hæ?

ARVID

Slapp av da!

LASSE

Jeg slapper av jeg.

Lasse ser rolig på klokken sin. Jentene kommer stadig nærmere.

ARVID

Ok! Greit. Kanskje jeg liker henne!
Og kanskje jeg ikke vil henge her
som en taper!

LASSE

Øyh..!

ARVID

Sorry. Men vi må få oss ned!

Lasse ser fortsatt på klokken. Arvid blir oppgitt over at han ikke gjør noe.

ARVID

Ahh... Hvorfor prøvde jeg å redde deg!?

Arvid er livredd. Jentene nærmer seg, men har fortsatt ikke lagt merke til Arvid og Lasse.

SLUTT Episode 1.

EXT. SKOLEGÅRDEN - EP.2

LASSE

Tre, to, en, og.....

Lasses bokser revner helt, så han faller ned. Lasse hjelper Arvid ned før jentene ser de hengende på knaggen. Guttene later som at de bare står og snakker idet jentene går forbi.

LASSE OG ARVID

Hei!

MARIA OG TORIL

Hei!

Maria smiler til Arvid og Arvid smiler tilbake idet de går forbi.

ARVID
Hvordan visste du?

Lasse drar fram den revnete bokseren fra buksa.

LASSE
Billig-boksere fra Cubus revner
alltid etter to minutter.

EXT. PÅ TUR HJEM

Arvid og Lasse går med syklene sine langs en vei.

LASSE
Er det ikke rart å tenke på hvor
rar kroppen egentlig er? Liksom.
Man kan dø av å drukne, men når man
har druknet så flyter kroppen opp!
Hvorfor er det ikke slik at når man
er levende så flyter man opp, men
med en gang man dør, SÅ synker man
til bunnen...

ARVID
Jo... Det er sant...

LASSE
En annen ting som også er
interessant er at-

ARVID
Du, det framhjulet ditt ser ikke
helt bra ut.

Lasse og Arvid stopper opp og ser på det skeive sykkelhjulet.

LASSE

Nei, det er sant. jeg tipper at
Ronny har hatt en finger, eller et
balltre, med i spillet her.

ARVID

Ah, for en drittsekk. Vi må ta hevn
på en eller annen måte!

LASSE

Ja, det hadde vært kult!

Arvid får øye på noe oppover veien.

ARVID

Hvem er det?

Det er en syklist iført FK-dress, som vinker iherdig i det
han nærmer seg.

LASSE

Det der er Kurt. Han jobber som
avløser på flere av gårdene her.
Han er litt sånn...

ARVID

Litt sånn, hva?

LASSE

Hvordan skal man si det da... Han
er...

Kurt har nå tatt igjen Lasse og Arvid. Kurt kaster fra seg
sykkelen i grøfta, og stiller seg andpusten foran guttene
med et stort smil.

KURT

Hei!

Kurt gliser stort.

ARVID

Ehm, Hei! jeg heter Arvid.

KURT

Åja! Det hadde jeg aldri gjettet.
Jeg tippet at navnet ditt var
Eiolf, eller Karnot. Eller...
Kveitulf.

Kurt ler litt.

KURT

Og hvis jeg skal være spåmann så
tipper jeg at du heter Lasse!

Kurt gliser enda større og ser stolt bort på Arvid og prøver
å få anerkjennelse på at han er synsk. Lasse ser bort på
Kurt som om han er en idiot, før han svarer tørt.

LASSE

Du vet at jeg heter Lasse. Vi har
møttes 1000 ganger før.

Kurt gliser fortsatt og svarer raskt.

KURT

Ja!

Han snur seg brått og henter sykkelen fra grøfta og sykler
fra Arvid og Lasse. Han sykler rett over åkeren (i luftlinje
hjem). Arvid og Lasse blir stående å se på hverandre en
liten stund før begge begynner å le.

ARVID

Hehe, nå skjønner jeg hva du mener
med litt sånn... Finnes det mange
slike her eller?

LASSE

Nei, det finnes bare **en** Kurt.

Lasse stopper opp igjen.

LASSE

Men hvis du virkelig vil vite
hvordan folk i bygda er bør du
snakke med Berit. Hun er bygdas
sladrekjærring og må vite absolutt
alt om alle.

Lasse nikker i retning mot Berit, som står utenfor huset
sitt. Berit snakker svært entusiastisk med en kvinne. Berit
får øye på guttene og ser mot dem med stor nysgjerrighet.
Guttene ser skeptisk tilbake.

ARVID

Skal vi gå videre?

LASSE

Jepp.

EXT. UTENFOR HUSET TIL ARVID

Arvid og Lasse stopper på veien utenfor huset til Arvid.

ARVID

Ja, dette er da mitt nye hjem. Hvor
bor du?

LASSE

Par kilometer den veien.

Lasse peker mot retningen de kom fra.

ARVID

Å... Ok. Så, kanskje du har du lyst
til å-

LASSE

-spille Call of Duty?

ARVID

Ja. Det kan vi gjøre.

Arvid ser ned på sykkelen.

ARVID

Så kan kanskje pappa fikse
sykkehjulet ditt.

LASSE

Nice! Er faren din reparatør, eller
mekaniker, eller noe sånt?

ARVID

Nei, han er mer en slags
hobby-oppfinner.

LASSE

Ah. Sånn Petter Smart type?

ARVID

Nææh... ikke helt.

INT. HJEMME HOS ARVID

Lasse og Arvid går inn i huset til Arvid. Det er fortsatt
ganske rotete der, siden de nettopp har flyttet inn.

ARVID

Sorry for at det er litt rotete
her.

ARVID

PAPPA!?!? Kan du komme hit å hjelpe
oss med et sykkelhjul?

Faren til Arvid, Roger, kommer løpende inn i gangen, kun
iført ullsokker og truse. Han går og spiser en brødkive med
salami.

ROGER

Sykelhjul?

Arvid blir tydelig flau over faren.

ARVID
Herregud, pappa.

Faren ser på Lasse

ROGER
Hvem er dette?

ARVID
Dette er Lasse, fra klassen min.

ROGER
Åjåj!

Roger tørker fingrene på siden av trusa si, før han rekker ut hånda til Lasse.

ROGER
Roger!

LASSE
Lasse.

ARVID
Pappa, skal du ikke ta på deg klær-

ROGER
Men du sa sykkelhjul? Har du ødelagt sykkelen din Arvid?

ARVID
Nei, det er Lasse som har ødelagt-

Roger ser strengt på Lasse.

ROGER
Har du ødelagt sykkelen til sønnen min, din lille-

ARVID

Det er sykkelen til Lasse! Den har
blitt ødelagt! ...av noen andre.

Roger angrer på reaksjonen sin med en gang.

ROGER

Å ja. Sorry... Borrry. Jeg kan se om
jeg får fikset sykkelen.

EXT. GÅRDSPLASSEN

Roger bøyer seg ned å begynner å arbeide med sykkelen. Arvid
og Lasse blir vitne til norgesrekord i rørlegger-sprekk.

ARVID

Oh jesus... Lasse, vær så så snill
og ikke fortell om dette til noen.

LASSE

Jeg lover.

(mystisk stemning) Vi ser fra perspektivet til en person som
spionerer på Arvid, Lasse, og Roger.

SLUTT Episode 2.

EXT. GÅRDSPLASSEN - EP.3

Vi ser at noen står å kikker på gjengen på gårdsplassen.

ROGER

Sånn gutter! God som ny!

Lasse prøver å sykle litt rundt. Personen som spionerer følger fortsatt med. Roger ser på at Lasse sykler rundt, og får øye på et hode som stikker frem bak en busk.

ROGER

Hei!

Personen trekker hodet raskt tilbake.

ROGER

Berit? Er det deg?

Vi ser sladrekjærringa Berit sitter med ryggen inntil en busk. Hun forstår det er ikke noe vits å gjemme seg, og bestemmer seg for å dukke opp.

BERIT

(Overglad)

...Heeei!

Lasse og Arvid ser rart mot hverandre.

ROGER

Nei, men hei Berit. Hva gjorde du bak-

Berit avbryter og prøver å skifte tema.

BERIT

Hei Roger. Det var lenge siden. Ja, jeg fikk høre at du hadde flyttet tilbake til Hukkudalen.

ROGER

Ja, det er godt å være tilbake. Vi begynner å finne oss til rette, gjør vi ikke det Arvid?

Arvid ser på faren som fortsatt bare har på seg jakke og underbukse.

ARVID

Det ser ut som du har funnet deg til rette hvertfall.

ROGER

Hæ?

ARVID

Ingenting.

BERIT

Hvis dere vil finne dere ordentlig til rette her i bygda så bør dere være med på Hukkudagan i neste uke.

ROGER

Ja! Arrangeres det fortsatt potetløp?

BERIT

Jo da, vi holder fast ved tradisjonene.

ROGER

Yes! Det blir moro!

Roger klapper Arvid på skuldra.

ARVID

Potetløp? Næ...

LASSE

Det er ikke noe vits å delta uansett. For Ronny vinner hvert år. Det virker som det potetløpet betyr **alt** for han.

BERIT

Nååååå... Han Ronny vinner jo bare på grunn av at han får hjelp fra Hukkukallen.

LASSE

Får Ronny hjelp av Hukkukallen?!

ARVID

Hvem er det?

BERIT

Det er broren til Snåsakallen. Han har også magiske krefter.

Lasse får en åpenbaring.

LASSE

Ok, ok. Arvid, hvis du og jeg drar til Hukkukallen nå, så kan vi knuse Ronny!

ARVID

...i et potetløp?

LASSE

Knusing Arvid! Knusing!

EXT. PÅ TUR MOT HUKKUKALLEN

LASSE

En gang, så klarte hukkukallen å spå hvem som vant tippeligaen lenge før tippeligaen ble spilt ferdig!

ARVID

Det betyr vel ikke at han har magiske krefter. Hvem som helst kan gjette hvem som vinner tippeligaen.

LASSE

Men, Hukkukallen klarte det 10 ganger på rad. Fra 93 til 2003. Han trodde riktig nok at Sogndal skulle vinne i 2004, men da hadde han ei dame fra Sogndal boende hos seg.

ARVID

Alle i hele Norge viste at Rosenborg kom til å...

Lasse avbryter

ARVID

Hvilken lyd?

LASSE

Jeg syntes jeg hørte en lyd.

ARVID

Det var sikkert bare hukkukallen som drev med noe voodoo-shit og så...

Arvid blir avbrutt av en høy lyd.

ARVID

Oi, nå hørte jeg og det.

Arvid og Lasse lister seg inn mot et hus. De er tydelig redde etter å ha hørt lyder. Det er nesten helt mørkt. Det er helt stille. PLUTSELIG slås et sterkt lys på og de ser silhuetten av en mann med øks stående i lyset.

GUDESTEMME

HVEM I SVARTE ER DERE!?!?!?

SLUTT EP.3