



Epilepsi på tube

Sluttrapport



Epilepsi på tube

Sluttrapport

Et prosjekt av Norsk Epilepsiforbund som tok sikte på å modernisere informasjonsarbeidet om epilepsi gjennom etablering av en informasjonskanal med ikke-skrevet informasjon.

Mål

Overordnet mål:

Etablere en kvalitetssikret og ledende informasjonskanal om epilepsi på YouTube

Delmål:

Produsere og publisere innhold for å etablere et tydelig fundament for en YouTube-kanal om epilepsi.

Målgruppe:

Primært mennesker med epilepsi, pårørende og fagpersoner med tilknytning til epilepsi.
Sekundært, øvrig befolkning.



Bakgrunn

Ikke alle leser brosjyrer eller lange, informative tekster. Eksemplene fra hverdagen er mange; Se for deg at du skal skifte lypære på bilen din. Du har valget mellom å finne frem brukermanualen på rundt 100 sider med tettpakket tekst, eller ta frem mobilen og finner et demonstrerende filmklipp på noen få sekunder. For mange er valget enkelt.

YouTube er i dag verdens største nettsted for opplasting, visning og deling av film, og publiserte filmer kan potensielt bli sett av svært mange mennesker. Filmene kan også bli sett av målgrupper som man har vanskeligere for å nå gjennom tradisjonelle informasjonskanaler. YouTube er også i seg selv en av internetts viktigste søkemotorer, linket med Google. Dersom man oppnår god synlighet på YouTube, vil man også oppnå bedre synlighet innenfor

tilsvarende nøkkelord i vanlige internettsøk. I tillegg kan deling av innhold på YouTube enkelt gjøres på andre nettsider og sosiale medier på internett.

For å lykkes på YouTube er det viktig med målrettet innsats, og en tydelig plan for hvordan man skal bygge opp en egen kanal. Dersom man kun publiserer enkelte filmer fra tid til annen, vil disse drukne i mengden av filmer. Dersom man derimot jevnlig genererer trafikk til flere publiserte filmer på en kanal, vil kanalen som helhet få høyere "rating" og sjansene er større for at alle filmene fremkommer tydeligere i søkeresultater. Det er derfor fordelaktig med en tydelig plan for produksjon, innhold, budskap, bruk av spillelister og søkeord, samt publiseringsrate.

Norsk Epilepsiforbund har det seneste året utarbeidet målsetninger med tanke på utvikling av en kanal på YouTube. Denne planen innebærer å etablere en kanal der vår viktigste informasjon og budskap er tilgjengelig i film og levende bilder. Når kanalen er bygget opp med grunnleggende informasjon om epilepsi, behandling og lignende, vil vi senere kunne bygge opp spillelister med filmer som viser andre sider ved menneskers liv knyttet til epilepsi. Disse filmene kan videre legges som anbefalte filmer i etterkant av de mer grunnleggende informasjonsfilmene om epilepsidiagnosen. Med en slik oppbygging av YouTube-kanalen, vil vi kunne gi grunnleggende informasjon samtidig som vi viser mestringsperspektiver og bryter med tradisjonell forestillinger om diagnosen allerede når mennesker gjør sin første søk om på nettet.

Dessverre er innholdsproduksjon kostnadskreven og vi var derfor avhengig av støtte for å komme videre i vårt arbeid på området. Det ble derfor gjennom prosjektet søkt midler for å sikre løpende innholdsproduksjon i 2017 på sentrale temaområder som bygger oppunder våre målsetninger for kunnskapsformidling og synlighet på YouTube.

Gjennomføring

Ved innvilgelse av prosjektet ble det nedsatt en prosjektgruppe bestående av representanter fra både Norsk Epilepsiforbund, Spesialsykehuset for Epilepsi og filmprodusent. Gruppen påbegynte arbeidet med å finne ut hvilke temaer som var viktige å dekke i grunnleggende informasjon om epilepsi. For å finne ut av dette, ble det gjennom blant annet googleanalytics og «storybase» undersøkt hvilke spørsmål som oftest søkes om i googlesøk relatert til epilepsi. Disse spørsmålene ble supplert med erfaringer fra rådgivningstjenester i Norsk Epilepsiforbund og fra klinisk virksomhet på Spesialsykehuset for Epilepsi. Totalt ble 30 spørsmål eller temaer sett som viktige og dekke og en videre utvelgelsesprosess klarte å sile dette antallet ned til 16.

Gjennom dette innledende arbeidet ble det raskt klart for prosjektgruppen at det var ønskelig å øke prosjektets størrelse, og prosjektleder gikk derfor i gang med å sikre ytterligere støtte til prosjektet gjennom blant annet samarbeidspartnere og industri. Parallelt gikk produsent inn i sin researchfase for hvordan det ville være mulig å lage en filmserie med en rekke episoder som hver svarer på et vanlig stilt spørsmål. En hovedutfordring var å finne et konsept som både har gjenkjennelige elementer gjennom alle episodene, men som samtidig ikke oppleves som et oppbrukt format allerede etter noen få episoder. Produksjon av såkalte

whiteboardfilmer ble derfor raskt forkastet og produsenten arbeidet videre med tanken om en form for programserie som bæres av en programleder gjennom alle episodene, men i ulike settinger.

Etter endt reaserchfase, presenterte produsenten noen ulike konsept for prosjektgruppen som unisont landet på det valgte konseptet. Det ble raskt tydelig at prosjektet ønsket en programserie med korte episoder som på en leken, men samtidig informativ måte, skiller seg ut og vil ha lang levetid. Konseptet som ble valgt la opp til visuelt sterke filmer, med et tidløst preg og en karismatisk programleder med god formidlingsevne som med glimt i øyet kan forklare vanskelige fenomener på en folkelig måte. På samme tid hadde det lyktes prosjektleder å sikre betydelige tilleggssinntekter til prosjektet, men under forutsetning at filmene også ville produseres på engelske for å ha internasjonalt nedslagsfelt. Dette innebar at produksjonen nok en gang ble utvidet og innebar nå 16 episoder både på norsk og engelsk.

Da konseptet var valgt, gikk produsenten videre med både casting, rigging av studio og kulisser, mens prosjektgruppen bistod med manusarbeid og tekst. Kjersti Gullvåg ble forspurt som programleder og takket ja til dette oppdraget. Samtidig påbegynte kommunikasjonsmedarbeider i Norsk Epilepsiforbundet en omfattende arbeid med å sette opp vår YouTube-kanal med gode beskrivelser, spillelister, tekster, filmanbefalinger og thumbnails for at kanalen skulle fremstå best mulig når filmlanseringen ville trekke nye seere og genererer oppmerksomhet til kanalen.

Selve filmproduksjonen ble igangsatt i henhold til fremdriftsplan, men på grunn av at det var snakk om en større produksjon enn først antatt og noen utfordringer med lokasjon for episoden som omhandlet svømming, strakte produksjonsperioden seg et par måneder lengre enn forventet. Prosjektgruppen var hele tiden involvert i fremdriften og under selve produksjonen for å bistå med mindre manusendringer og regi som først ble synlig i produksjon. Filmen ble ferdigstilt i oktober.

Parallelt med sluttproduksjonen hadde prosjektgruppen utarbeidet en publiseringsplan for filmene for å oppnå best mulig spredning og oppmerksomhet, samtidig som det var ønskelig å generere mest mulig trafikk til YouTube-kanalen for akkumulering av seertall og langsiktig synlighet på nett. Lanseringsplanen ble derfor lagt opp med variasjon av engelske og norske filmer, lansert på henholdsvis YouTube, Facebook og via nyhetssaker på www.epilepsi.no som igjen ble spredd i sosiale medier. Det ble besluttet å dele lanseringen opp i to sesonger for å skape økt nyhetsverdi etter halvgått lansering. Den første sesongen med 8 episoder ble lansert i november/desember, og den andre i januar.

Resultater og resultatvurdering

Prosjektet har resultert i en betydelig modernisering av tilgjengelig informasjon om epilepsi på nett. Konkret har det blitt produsert 16 kvalitetsfilmer på både norsk og engelsk som hver svarer på et ofte stilt spørsmål om epilepsi. Videre har prosjektet bidratt til betydelig kvalitetsinnhold og en bedre gjennomarbeidet YouTube-kanal om epilepsi i regi av Norsk Epilepsiforbund. Kanalen har i løpet av prosjektperioden generert flere hundre nye følgere, såkalte abonnenter, samt over en halv million avspillinger på det samlede innholdet på

YouTube. I tillegg har flere av filmene gjennom direktelansering på facebook oppnådd god viraleffekt med flere hundretusen visninger. Det er liten tvil om at prosjektets resultat har blitt lagt godt merke til i prosjektperioden, og at det har skapt en langt bedre tilgjengelighet på epilepsirelatert informasjon. Gjennom film treffer vi også en helt annen målgruppe enn med tradisjonelt trykket materiell, som gjør at informasjonen blant annet treffer unge og mennesker med leseutfordringer på en langt bedre måte.

Konklusjon og videre planer

Prosjektet har vært et svært vellykket prosjekt med konkrete og varige resultater. I etterkant av lansering har vi blitt kontaktet av flere andre organisasjoner både i innland og utland som ønsker å enten oversette filmene til andre språk eller lære av prosjekterfaringene for overføring til andre områder. Norsk Epilepsiforbund har også vært i kontakt med flere miljøer som ønsker at vi skal produsere flere filmer i samme serie for å adressere flere temaer. Dette vil vi med stor sannsynlighet gjøre dersom vi lykkes med å sikre finansieringen.

Prosjektet har også etablert et enda tettere samarbeid med norsk fagmiljøer innen epilepsi som har fått et langt mer moderne syn på organisasjonen og inspirasjon til informasjonsspredning.

Selve YouTube-kanalen vil også videreføres etter endt prosjektperiode og Norsk Epilepsiforbund er allerede i gang med å produsere ulike former for filmer. Det er nemlig nå i større grad mulig å lage egne produksjoner med lavere kvalitet, uten at dette skaper negativt omdømme for vår kommunikasjon gjennom film, nå som kanalen er rigget på en svært profesjonell måte med en overvekt av kvalitetsfilmer.