

PODKASTEN TRETEN

EN RÅDGIVNINGSDPODKAST FOR UNGDOM



Illustrasjon fra Tretten-podcasten

SLUTTRAPPORT TIL STIFTELSEN DAM 2020.

Prosjektnavn: Juniorpodden.

Prosjektleder: Kathrine Nygård.

Søkerorganisasjon: Blå Kors.

Innholdsfortegnelse:

1. Forord
2. Sammendrag
3. Bakgrunn for prosjektet
4. Målsetting og målgruppe
5. Prosjektgjennomføring
6. Resultater
7. Oppsummering

1. Forord:

Første sesong av podkasten «Tretten» er laget av journalist og innholdsprodusent, Kathrine Nygård, i samarbeid med Blå Kors sammen med produksjonsselskapet Rubicon. Prosjektperioden varte i et år, fra januar 2020 til januar 2021 og ferdigstilling av denne sluttrapporten.

I et år har Kathrine Nygård jobbet sammen med programleder Malin Hellebø og produsent Hanne Mjelstad i Rubicon, for å ferdigstille det som har blitt til 20 informative og rørende episoder om tematikk som spenner seg fra seksualitet og identitet til familie og vennskap. Vi har hatt et særlig fokus på å bryte stigma ved å ta opp spørsmål på ungdommenes premisser - og ta opp tematikk som sjeldent blir snakket om fra et ungdomsperspektiv. Vi har forsøkt å være digitale storesøsken og sammen med vår fagekspert, Doktor Nils, har vi på et vis laget et lite lydbibliotek av informasjon som kan være nyttig for målgruppen og også mennesker som arbeider med ungdom, eksempelvis lærere.

På tross av en utfordrende situasjon med Covid-19 og delvis stengte studioer og begrenset mulighet for fysiske møter kom vi oss i mål med både planlegging, innspillinger og ferdigstilling og første episode kom på lufta 9. juni 2020 og siste episode var ute 13. august 2020.

I hver episode har vi tatt for oss en ny tematikk og invitert nye ungdommer i målgruppa til å gjeste som rådgivere, sammen med Doktor Nils og programledere i studio. Episodene er todelt der første del blir besvart av ungdommene som er på besøk og andre del med Doktor Nils, som kan sørge for at spørsmålene blir besvart på best mulig måte med hensyn til sårbar tematikk.

Et viktig mål for prosjektet var å bryte stigma ved å snakke om utfordrende og tabubelagt tematikk, og dette bisto Blå Kors svært godt med og vi endte opp med to hele episoder om alkohol og to hele episoder om gaming. I alle fire episoder byttet vi ut vår faste lege i psykiatri, Doktor Nils, med fagekspert fra Blå Kors som kunne bistå å svare ungdommene fra studio. Spesielt fint var det å få med ungdommer som har vært direkte involvert i Blå Kors sine behandlingstilbud for å være med i panelet og svare på spørsmål sammen med programledere og ekspert.

Med Doktor Nils, en profilert influencer og lege i psykiatri, kjent fra blant annet P3s prisbelønte program Juntafil og Hanne Mjelstad, produsent i Rubicon som har bakgrunn fra Norges mest populære morgenshow for ungdom og unge voksne, P3Morgen og en medprogramleder kjent for barna fra NRK Super, Malin Hellebø, har dette vært et fantastisk år med en bratt læringskurve av hva det betyr å lage podkast for en så ung, nysgjerrig og ærlig målgruppe.

Blå Kors og initiativtager er stolt og glad for å ha fått lov å lage Norges aller første rådgivningspodkast for barn og ungdom og opplever å ha fått med oss et dyktig team i ryggen som har vært opptatt av å møte ungdommene med åpne sinn og store hjerter. Undertegnede drømmer om at Tretten skal få fortsette å utvikle seg og bli et digitalt univers som ungdommene kan finne fellesskap i når de føler seg alene med tankene sine. Med viktig erfaring fra første sesong ser vi frem mot mer av «Tretten»!

Kathrine Nygård, prosjektleder.

2. Sammendrag

I starten av 2019 inngikk Kathrine Nygård et samarbeid med Rubicon om å lage Norges første rådgivningspodkast for barn. I slutten av 2019 ble Blå Kors pekt ut som en organisasjon som delte mange av de samme verdiene og målene for prosjektet og særlig et av hovedmålene, som beskrives i punkt 4 (*se innholdsfortegnelse*). Derfor ble Blå Kors en naturlig søkerorganisasjon som prosjektleder og produksjonsselskap er svært glade for å ha hatt i ryggen i hele perioden.

Etter at første episode gikk på lufta den 9. juni har vi vært innom 10 ulike temaer som ungdommer

interessere seg for og ønsker å lære mer om. Spørsmålene har blitt samlet inn underveis i innspillingsperiode gjennom Instagram og fysiske besøk på skoler rundt om i Norge som har blitt gjennomført av programleder Malin Hellebø, som har samlet inn spørsmål i forbindelse med sin karriere som barnebokforfatter og dermed har vært på bokturnè mellom innspillinger av Tretten.

De involverte i prosjektet har også store nettverk blant barn og unge og har benyttet seg av dette for å få inn varierte spørsmål og tips til ønsket tematikk i episodene.

Dette har gjort at vi har fått dekket store geografiske områder i landet og er således med på å inkludere en stor bredde av mangfoldig ungdom. Hver episode har vi valgt å navngi med et av spørsmålene vi har fått inn fra ungdommene som blir besvart. Episodene har fordelt seg slik:

Episode 1: Tema: Vennskap:

Episodetittel: *Hvor mange venner er det vanlig å ha?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Vilde Winge kjent fra Norske Talenter og hennes venn Viktor.

Episode 2: Tema: Vennskap:

Episodetittel: *Hva skal du gjøre når du har kranglet med en venn?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Vilde Winge kjent fra Norske Talenter og hennes venn Viktor.

Episode 3: Tema: Ensomhet:

Episodetittel: *Jeg er ensom selv om jeg har mange venner. Hvorfor det?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Jenny, hovedrollen i NRK Super-serien Lik Meg og hennes venn Andrea.

Episode 4: Tema: Ensomhet:

Episodetittel: *Jeg er mye alene, men føler meg ikke ensom. Er jeg rar?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Jenny, hovedrollen i NRK Super-serien Lik Meg og hennes venn Andrea.

Episode 5: Tema: Familie:

Episodetittel: *Hva skal du gjøre når du krangler med søsken?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Tale, hovedrollen i NRK Super-serien Klassen og hennes venn Marte.

Episode 6: Tema: Familie:

Episodetittel: *Hva kan du gjøre for å ha det hyggelig sammen med familien?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Tale, hovedrollen i NRK Super-serien Klassen og hennes venn Marte.

Episode 7: Tema: Sosiale medier:

Episodetittel: *Jeg er avhengig av TikTok.*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Influencer og programleder Victor Sotberg og hans venn kjent fra Beas Verden, Beatriz.

Episode 8: Tema: Sosiale medier:

Episodetittel: *Hvorfor er folk så slemme på nett?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Influencer og programleder Victor Sotberg og hans venn kjent fra Beas Verden, Beatriz.

Episode 9: Tema: Sex.

Episodetittel: *Hva betyr det egentlig å ha sex?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Vilde Winge kjent fra Norske Talenter og hennes venn Viktor.

Episode 10: Tema: Sex.

Episodetittel: *Hvor gammel bør en være når en mister jomfrudommen?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Vilde Winge kjent fra Norske Talenter og hennes venn Viktor.

Episode 11: Tema: Mental helse.

Episodetittel: *Hvordan få bedre og sunn mental helse?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Dina kjent fra MGP Junior og Idol og hennes venninne Ashwaq.

Episode 12: Tema: Mental helse.

Episodetittel: *Når bør man snakke med en psykolog?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Dina kjent fra MGP Junior og Idol og hennes venninne Ashwaq.

Episode 13: Tema: Gaming.

Episodetittel: *Hvorfor er det sånn at folk setter håndball og fotball over spilling?*

Ekspert: Blå Kors-ekspert Malin Wuttudal.

Gjester: Verdensmester i Fortnite Emil (kjent som Nyhrox) og hans gamervenn Markus.

Episode 14: Tema: Gaming.

Episodetittel: *Er en venner selv om en aldri møtes IRL?*

Ekspert: Blå Kors-ekspert Malin Wuttudal.

Gjester: Verdensmester i Fortnite Emil (kjent som Nyhrox) og hans gamervenn Markus.

Episode 15: Tema: Kjønn.

Episodetittel: *Hvorfor er toalett delt mellom gutter og jenter?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Dat kjent fra ZombieLars på NRK og Årolilja, medlem i Blå Kors Ung.

Episode 16: Tema: Kjønn.

Episodetittel: *Jeg liker å gå i gutteklær, betyr det at jeg er gutt?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Dat kjent fra ZombieLars på NRK og Årolilja, medlem i Blå Kors Ung.

Episode 17: Tema: Alkohol.

Episodetittel: *Hvordan skal jeg si nei til alkohol når vennene mine drikker?*

Ekspert: Blå Kors-ekspert Mette Norman.

Gjester: Ole Tobias og «Vilde» (anonymisert) som er brukere av Blå Kors Kompasset, Blå Kors sitt terapitilbud for unge mellom 13 og 35 år. Begge oppvokst i hjem med misbruk av alkohol.

Episode 18: Tema: Alkohol.

Episodetittel: *Hvorfor vil folk bli fulle på fest?*

Ekspert: Blå Kors-ekspert Mette Norman.

Gjester: Ole Tobias og «Vilde» (anonymisert) som er brukere av Blå Kors Kompasset, Blå Kors sitt terapitilbud for unge mellom 13 og 35 år. Begge oppvokst i hjem med misbruk av alkohol.

Episode 19: Tema: Kropp.

Episodetittel: *Hvordan bli kvitt kroppspress?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Kevin Haugan, kjent fra Snøfall og NRK Super og tvillingsøsteren Nanette.

Episode 20: Tema: Kropp.

Episodetittel: *Er det normalt å barbere seg nedentil?*

Ekspert: Doktor Nils (Nils-Petter Sørung)

Gjester: Kevin Haugan, kjent fra Snøfall og NRK Super og tvillingsøsteren Nanette.

I og med at podkast er et nytt medium for vår målgruppe var hele sesongen preget av å være et pilotprosjekt for å finne ut av hvordan lage innhold som treffer en ung målgruppe på best mulig måte. Derfor sjonglerte vi lenge frem og tilbake på hvordan gjestene skulle settes sammen i episodene og hvor stor relevans kjendisstatus hadde på interessen for podkasten. For voksne lyttere er kjendisstatus ofte relevant, for ungdom later det til å se ut som at det ikke er så viktig så lenge tematikken er relevant og interessant. Valget vårt falt på å benytte oss av minst én profilert gjest som skulle ta med seg en av sine nærmeste venner. Dette har blitt gjort i omtrent alle episoder, med unntak av et få der tematikken har vært irrelevant for eventuell kjendisstatus.

I tillegg til å kommunisere med ungdommene gjennom skoler og Instagram, har vi på vår Instagram-konto, «trettenpodden», publisert episodebilder og tematikk for hver nye episode.

Vi har eksperimentert med Instagram som annonseringsplattform og opplevde at ungdommene var vanskeligere å nå enn det erfaringsvis har vært å nå voksne gjennom samme medium. Mer om dette i punkt 6 (*se innholdsfortegnelse*).

I august 2020 var hele sesong 1 av «Tretten» ute og vi har etter nøyaktige målinger hatt 7663 faste lyttere i målgruppen. Episodene om sex er de mest populære og har blitt lyttet til 10.002 ganger.

Blå Kors arbeider med livsmestring på tvers av områder, i tillegg til å gi oss faglig eksperthjelp i episodene om gaming og alkohol, søkte vi god hjelp og innspill underveis i innspillingsprosessen. Et felles mål for Tretten og Blå Kors er å bidra til å fjerne stigma, og med et så vidspenn av tematikk i episodene opplever vi å ha bidratt til dette. Blå Kors sitt fokus på ungdom og livsmestring gjorde at dette var en god organisasjon å samarbeide med.

3. Bakgrunn for prosjektet:

I 2019 kom ideen om Tretten til etter at jeg, Kathrine Nygård var programleder i NRK Super. Som homofil, adoptert og med et flytende kjønnsuttrykk valgte jeg å være åpen med barna som lyttet om min identitet. Det kom raskt inn spørsmål som omhandlet både barnas egen identitet - men også spørsmål om andre. Spørsmålene gikk direkte på annerledeshet og det skulle raskt vise seg at det var mange som brant inne med spørsmål de trodde de var alene om. Slik åpenbarte det seg et tydelig behov; mange barn i målgruppen 12-15 år har spørsmål om egen identitet, tanker, følelser og liv som de ikke nødvendigvis tør spørre foreldrene sine om eller andre voksne. Jeg ville derfor lage et rådgivningsprogram der de kunne stille spørsmål hvor ingenting er flaut og alt er lov - med besvarelser fra andre unge gjester og med faglig tyngde i en ekspert. Jeg ønsket at podkasten skulle fungere som digitale storesøsken på nett, noe jeg opplever at vi har blitt.

Podkast som plattform har de siste årene blitt et av Norges mest benyttede medium, og i 2017 viste tall fra TNS Gallup at hver femte nordmann lyttet til podkast minst én gang i uken. Likevel kom vi til 2020 uten at noen hadde produsert særlig podkast-innhold for vår unge målgruppe, derfor var det også vanskelig å si noe konkret om hvordan resultatet ville bli. Et spennende pilotprosjekt der vi kunne utforske hva ungdommene ønsket seg i podkast-universet; hva som traff dem og hva som ikke gjorde det.

For *Tretten* videre ønsker vi å fokusere tydeligere på tematikken som var mest populær blant ungdommene, da dette viser oss hvilke behov de har og hva de ønsker å diskutere, reflektere over og ikke minst - lære mer om. *Mer om dette i punkt 4 under.*

4. Målsetting og målgruppe

Målet for prosjektet var å få ungdom mellom 12 og 15 år til å bli bedre rustet til å mestre sine liv gjennom læring og refleksjon om temaer som angår dem, gjennom en tilgjengelig, kvalitetssikret og trygg plattform. Dette har vi opplevd å lykkes med gjennom konkrete besvarelser på spørsmål fra den aktuelle målgruppen. Alle spørsmål i episodene er stilt av ungdom mellom 12 og 15 år og etter å ha sortert ut spørsmålene og knyttet de opp mot den enkelte episodematikken har vi, med faglig kompetanse fra Doktor Nils, Malin Wuttudal og Mette Norman, sørget for å svare på spørsmål som kan gi læring og rom for refleksjon. Ved å bruke fagekspertter opplever vi også å ha lykkes med da vi alltid har kvalitetssikret både spørsmål og episoder før de ble ferdigstilte.

Tretten hadde to viktige delmål i tillegg til podkastens hovedmål. Det første var å nå alle barn i målgruppen i hele Norge. Vi satte oss et lyttertall på 50.000 lyttere, men oppnådde 7663 lyttere. I ettertid innså vi raskt at målsettingen vår var for stor og at 50.000 i målgruppen var urealistisk. Dette har vært svært nyttig læring for oss i det videre arbeidet med å nå ut til flest mulig. Begrunnelsen for at vi ikke klarte nå lyttermålet er satt sammen av ulike årsaker og dette er erfaringen vi gjorde oss:

Ungdommer har lite kjennskap til podkast som brukerplattform fordi de ikke har tilbud for sin målgruppe. Derfor er det grunn til å tro at det generelle tallet for barn og unge som hører podkast vil øke i takt med flere podkasttilbud. Podkast er rett og slett ikke godt nok etablert blant ungdom, noe vi ser på som en viktig oppgave å endre - ved å lage godt innhold rettet mot målgruppen.

Et annet viktig moment er annonseverktøyene vi har brukt. Vi har kommunisert gjennom Instagram for å nå ungdommene og har annonsert innhold mot målgruppen. Nettopp på grunn av at podkast er en så ny plattform har dette også vært en bratt læringskurve. Det viktigste vi har gjort oss erfaring med er at Snapchat fungerer bedre som annonseverktøy enn Instagram - da tallene viser oss at det er høy terskel for å trykke seg inn på en annonse man får i Instagram-feeden.

300.000 personer mellom 13 og 30 år er nådd via annonser på Instagram. Vi valgte å annonsere for en eldre målgruppe først og fremst fordi Instagram har 13-års aldersgrense og fordi vi ønsket å nå lærere og andre som jobbet med målgruppa. Det vi så var at det var de voksne mellom 25 og 30 år som trykket seg inn på lenken. De under 25 år ble ikke nok engasjert til å trykke på lenken.

Det som derimot viser seg å fungere godt er når influencere, for eksempel Helsesista, har delt episodene våre. Da hopper lyttertallene opp og flere engasjerer seg. Dette viser oss at *fremstakk* fungerer bedre enn ren annonsering. Derfor vil vi fokusere på å få gjester og influencere til å dele episodene våre fremover slik at vi oppnår å nå enda flere. Denne erfaringen gjør at vi ved senere sesonger vil fordele budsjettet vårt annerledes. Vi ønsker å benytte oss av Snapchat i enda større grad og forholde oss til influencere og andre aktuelle samarbeidspartnere og gjester til deling i sosiale medier. Vi er per desember 2020 aktive med annonsering på Snapchat, noe vi antar at vi påvirke lyttertallene i positiv forstand.

Det siste delmålet har vi oppnådd å lykkes med i stor grad. Vi ønsket å speile et reelt mangfold som omfattet både religion, bakgrunn, legning, kjønn og funksjonsevne. Dette har vi oppnådd ved et stort mangfold både blant programlederne, men viktigst av alt, gjestene våre. Vi har hatt stort fokus på sammensetning av gjester og forsøkt etter beste evne å representere flest mulig. Dette fordi vi ønsker være en podkast som Tarjei (14) i Oslo kjenner seg like mye igjen i som Ahmed (12) i Tromsø. Dette ønsker vi at skal være bærende også for videre arbeid med *Tretten*.

5. Prosjektgjennomføring:

Prosjektet har blitt gjennomført med Rubicon som produksjonsselskap med innspilling i studio. Her har vi, programledere og produsent, arbeidet tett med både planlegging og gjennomføring.

På tross av Covid-19 og noen utfordrende måneder fikk vi gjennomført fysiske innspillinger med alle gjester, med smittevern i høysetet og fokus på avstand.

I fire episoder med tematikk om alkohol og gaming har Blå Kors vært behjelpelige med fagkunnskap og bisto oss med å besvare spørsmål på en stødig og profesjonell måte.

I alle resterende episoder har vi hatt med oss vår egen ekspert, Doktor Nils, som er godt kjent blant ungdom og unge voksne i Norge, blant annet gjennom seksualprogrammet Juntafil på NRK P3. Dette har gitt oss stødig fagkompetanse gjennom hele prosjektperioden.

6. Resultater:

Konkrete målte resultater er 7663 lyttere i målgruppen.

Det er ikke mulig å fastslå hundre prosent hvor stor geografisk spredning vi har oppnådd.

Den mest nedlastede episodene er sex-episodene «*Hvor gammel bør en være når en mister jomfrudommen?*» og «*Hva betyr det egentlig å ha sex?*» med 10.002.

7. Oppsummering:

Vi har opplevd at det er vanskelig å nå ungdommer på podkastplattformen på grunn av at den både er mindre kjent for målgruppa i kombinasjon med at kun presenteres auditivt. Unge i dag er vant til flere sanseintrykk når de lytter og ser innhold derfor er dette nyttig erfaring til videre arbeid som viser oss at det kan være lurt å tenke mer visuelt enn vi har gjort i sesong 1. Således har denne sesongen fungert som en slags pilotsesong. Både programledere og produsent har erfaring med både TV- og radioarbeid og vi har brukt den kunnskapen inn mot arbeidet med Tretten. Slik har vi oppnådd ny kunnskap om et nytt, og stadig voksende medium som podkastuniverset er.

Produsent Hanne Mjelstad har dette å melde etter arbeidet med Tretten:

Det finnes fortsatt få podkaster for barn og ungdom, da dette er en foreløpig ganske liten, men økende gruppe innen podkastlytting. Noe av grunnen til at færre i denne gruppen lytter til podcast, kan nok være mangel på innhold direkte rettet mot dem. Det gjør vi noe med i Tretten, der vi bruker spørsmål fra ungdom, svar fra ungdom, og snakker til ungdom. Det å få inn de unge i studio, og å gå ut på skoler for å få inn spørsmål, gjør podkasten mer relaterbar for de unge lytterne. At vi i tillegg har inne voksne som kan komme med "fasitsvar" er tryggende, og gir mer faglig tyngde.

Vi har brukt mye tid på å forme denne podkasten, så den skal være lett å lytte på, og passe for målgruppen. Dette blant annet ved å dele opp episodene i tre deler, og å dele alle tema inn i to episoder, så de blir kortere og mer tilpasset en ung hjerne. Vi har invitert inn gjester som kan kjennes litt som en trygg storebror eller -søster, og som de unge har lyst til å lytte til.

Å jobbe med en så ung målgruppe har vært nytt for meg, og har derfor vært både spennende og utfordrende. Jeg har også brukt en del tid på å trygge gjestene våre i studio, noe som har vært særlig viktig når vi har hatt helt vanlig ungdom som gjester. Det har vært en fin erfaring, som jeg bruker videre i annet arbeid.

Hanne Mjelstad, produsent.

Kreditering til Stiftelsen Dam har blitt tydeliggjort på Instagram gjennom tekst i biografien og i slutten av sesong 1 av Tretten. Vi takker for støtten og for at vi har fått muligheten til å lage Norges første rådgivningspodkast for ungdom! Vi gleder oss til å utvikle og utforske podkastuniverset for ungdom videre!

Kathrine Nygård, programleder og prosjektleder.