

Olaf Moriarty Solstrand

Digitale seriar, sosiale rammer

– ei studie av digitale teikneseriar frå eit brukarperspektiv



DOK-3940: Mastergradsoppgåve i dokumentasjonsteori

Mastergradsprogram i dokumentasjonsvitskap

Institutt for kultur og litteratur

Det humanistiske fakultet

Universitetet i Tromsø

Vår 2009

Føreord

Målet med denne avhandlninga har vore å kartleggja korleis det norske nettbaserte teikneseriemiljøet ser ut frå eit brukarperspektiv. Eg hadde aldri sett for meg at det kunne bli så interessant som det blei. Det har vore eit stressande og hektisk år, og teksten hadde vore ein heilt annan om eg ikkje hadde fått all den hjelpa eg fekk frå ulike hald, men kvart einaste augeblikk har vore både gøy og spennande.

Det finst ikkje noko slikt som ein objektiv tekst. Eg er aktiv deltakar i det norske internetteikneseriemiljøet, og dei syna eg presenterer i denne teksten vil sannsynlegvis vera farga av posisjonen eg har i dette miljøet (om ikkje anna umedvitent). Spesielt føler eg at eg bør opplyse lesaren allereie her om at ei av dei nettsidene som er omtalt i teksten, *Nettserier.no*, er det eg som driver og har økonomisk interesse i. Eg har sjølv sagt gjort mitt beste for at dette ikkje skal påverke teksten, men for å få alle kort på bordet synest eg likevel at det er på sin plass at eg nemner dette i føreordet.

Takk til min svært tålmodige og hjelpsame rettleiar Per Bäckström ved Universitetet i Tromsø, og til alle andre forelesarar eg har hatt ved universitetet dei siste fem åra, spesielt vil eg nemne Niels Windfeld Lund, Roswitha Skare og Gaute Barlindhaug. Takk til min gode ven Arne Bye som eg har utveksla mange idear med og som har vore ein uvurderlig kollokviekamerat. Takk til Fredrik Rysjedal, som har gitt meg ei rekke gode innspel når det gjeld skjermbaserte seriar. Takk til Nils Petter Smeby, Gard Helset, Håkon og Erik Strand, Kate Beatøn og Randall Munroe for stor hjelp, og til Universitetsbiblioteket i Tromsø, som klarer det umoglege. Takk til arrangørane av og alle deltakarane på konferansen *Academic Perspectives on Comics, Manga & Graphic Novels as Intercultural & Intermedial Phenomena* ved Universitetet i Växjö 16.-18. april 2009, der eg presenterte eit førebels utkast til denne oppgåva og fekk mange gode tilbakemeldingar. Takk til dei 293 internettbrukarane som tok seg tid til å svare på spørjeundersøkinga mi og resten av det svært levande norske teikneseriemiljøet – eg hadde ikkje hatt eit kjeldemateriale om det ikkje var for dykk.

Sist, men definitivt ikkje minst: Takk til min fantastiske sambuar Kristin Cecilia Saue Romundset. Eg hadde *aldri* klart dette utan deg.

– Tromsø, mai 2009



Innhaldsforteikning

Føreord	2
Innhaldsforteikning	3
Figurliste	5
Diagramoversikt	5
1. Innleiing	7
1.1. Det sosiale ved det digitale	7
1.2. Problemstilling	9
1.3. Omgrepsforklaringar	10
1.4. Tekstens oppbygging	11
2. Teori og metode	13
2.1. Teikneseriar som dokument	13
2.2. Digitale dokument	14
2.2.1. Kva er eit digitalt dokument?.....	14
2.2.2. Remediering	15
2.3. Utviklinga til digitale teikneseriar på nettet.....	17
2.3.1. Utvikling 1993-1997	17
2.3.2. Uendelege lerret	18
2.4. Digital teikneserieteori	20
2.4.1. Ulike typar digitale teikneseriar	20
2.4.2. Teikneseriar på papir og skjerm.....	23
2.4.3. Økonomien bak digitale teikneseriar	25
2.4.4. Tradisjonelle og skjermbaserte teikneseriar.....	27
2.5. Metode.....	30
2.5.1. Forskingsstrategi.....	30
2.5.2. Design	31
3. Planlegging og gjennomføring	32
3.1. Utforming av brukarundersøkinga	32



3.1.1. Tre delproblemstillingar	32
3.1.2. Digitale teikneseriars popularitet	32
3.1.3. Økonomiske aspekt	33
3.1.4. Skjermbaserte teikneseriar	34
3.2. Gjennomføring av brukarundersøkinga	35
3.2.1. Utvalsteknikk	35
3.2.2. Arena: Internett	36
3.2.3. Problem og feilkjelder	37
4. Resultat frå brukarundersøkinga	39
4.1. Demografien til undersøkingsgruppa	39
4.2. Digitale teikneseriars popularitet	41
4.2.1. Populære seriar i utvalet	41
4.2.2. Populære seriar fordelt på kjønn	43
4.2.3. Grunnar til å lese teikneseriar	45
4.2.4. Grunnar til å ikkje lese teikneseriar	45
4.2.5. Viktige docem og paratekstuelle element	48
4.2.6. Bruk av teikneserieportalar	51
4.3. Økonomiske aspekt	53
4.3.1. Økonomi og Internett	53
4.3.2. Digitale teikneseriar og pris	53
4.3.3. Andre finansieringsformer for digitale teikneseriar	54
4.4. Skjermbaserte teikneseriar	54
5. Dataanalyse	58
5.1. Kva slags seriar er populære?	58
5.1.1. Forskjellar på skandinaviske og amerikanske seriar	58
5.1.2. Teikneseriar utan redaktørar	63
5.1.3. Format og sjanger	65
5.2. Teikneseriens docem og paratekst	67
5.2.1. Eigne nettsider og teikneserieportalar	67
5.2.2. Viktige faktorar for lesaropplevinga	69

5.2.3. Uviktige faktorar	73
5.3. Økonomiske aspekt	75
5.3.1. Fem modellar	75
5.3.2. Outsourcingmodellen: Nesten som avispublikasjon.....	77
5.3.3. Digitale brosjyrar	78
5.3.4. Betalingsmodellen – fungerer den?.....	79
5.4. Skjermbaserte teikneseriar.....	81
6. Avslutning.....	84
Litteraturliste	87
Biletrettar	91
Adresser til internetteikneseriar nemnt i denne avhandlinga	91
Stikkordregister	94
Vedlegg	99
A. Spørsmål og svar frå brukarundersøkinga	99
B. Intervju med Gard Helset	111
<i>Figurliste</i>	
Figur 1: <i>Mira</i> av Arne Bye (http://mira.arnebye.no). Til venstre eit utsnitt av stripa i original kvalitet, til høgre eit forstørra utsnitt av same utsnitt i webutgåva.	24
Figur 2: <i>xkcd</i> av Randall Munroe (http://xkcd.com) og <i>Hark, a Vagrant</i> av Kate Beaton (http://harkavagrant.com).....	51
Figur 3: <i>xkcd</i> av Randall Munroe (http://xkcd.com).....	62
Figur 4: <i>Hakkum</i> av Nils Petter Smeby (http://nettserier.no/hakkum/).	64
<i>Diagramoversikt</i>	
Diagram 1: Kjønnfordeling i undersøkinga.....	39
Diagram 2: Venstre: Aldersfordeling i undersøkinga. Høgre: Geografisk fordeling av respondentane.....	40

Diagram 3: Kor mange brukarar som har vitja åtte utvalde teikneserieportalar den siste månaden	52
Diagram 4: Kor mange brukarar som har handla i nettbutikk, kjøpt digitale produkt og kjøpt nettenester	53
Diagram 5: Venstre: Kva forhold brukarane har til skjermbaserte teikneseriar. Høgre: Korleis brukarane opplever skjermbaserte teikneseriar samanlikna med tradisjonelle.	55
Diagram 6: Kor sannsynleg brukarane trur det er at skjermbaserte teikneseriar vil bli dominerande	56



1. Innleiing

1.1. Det sosiale ved det digitale

Dersom ein definerer teikneseriar som alle dokument som formidlar noko ved å setja fleire bilete etter kvarandre, har dokumentasjonsforma eksistert i mange tusen år. Ein treng ikkje å tidfeste teikneseriens fødsel til då teikneseriar som Richard F. Outcaults *The Yellow Kid* dukka opp i amerikanske massemedia eller stille krav som at alle teikneseriar må vera trykte på papir eller at alle teikneseriar må ha tekst: Både egyptiske veggmaleri frå 1300 f.Kr. og Bayeaux-teppet kan vera døme på tidlege «teikneseriar».¹

Sjølv når ein ser bort frå slike teikneseriar og bruker teikneserieomgrepet slik det blir brukt på dagleg basis i dag, er teikneseriar ei svært fleksibel dokumentasjonsform, som kan spenne over alt frå enkle vitsar fortalt med to til tre ruter til leksikonliknande bøker som spenner over meir enn tusen sider.² Når eit så fleksibelt medium møtte den oppblomstringa i digital teknologi vi hadde på 1990-talet, er det kanskje ikkje så merkeleg at det oppstod digitale teikneseriar. Det er skrive mange bøker og avhandlingar om digitale teikneseriar det siste tiåret, men mange av desse overser etter mi meining dei to viktigaste aspekta med digitale teikneseriar: *serieskaparane* og *lesarane*.

Det finst mange gode døme på at det er menneskelege rammer som dannar grunnlaget for korleis ny teknologi kan brukast. På ei flyging med SAS Norge frå Oslo til Tromsø i august 2008 bestemte flyselskapet seg for å forsøke å korte ned innsjekkingstida ved å opne ein eigen innsjekkingsskranke for fingeravtrykk-identifikasjon. Alle som sjekkar inn bagasje på flygingane til SAS må legitimere seg både ved innsjekking og ved boarding, og som eit alternativ til å vise legitimasjon går det altså an å leggja igjen fingeravtrykket sitt. Til flyselskapets store overrasking var det berre fire-fem passasjerar som stilte seg i fingeravtrykk-køen. Mannen bak skranken stod der ganske aleine, og ropte til folk i den andre køen at det gjekk an å kome til

¹ Scott McCloud, *Understanding Comics* (New York: HarperPerennial, 1994), 9-15; Morten Harper, *Kapteinens skrekk: Den 9. kunststart* (Bø i Telemark: Telemark Tegneserieverksted, 1996), 24-26.

² Eit døme på to så ulike teikneseriar er Scott Adams' *Dilbert* og Jeff Smiths *Bone*.

hans skranke og vise fingeravtrykk der. Men folk ville heller stå i kø. Til slutt gav han opp, og opna for at folk kunne sjekke inn med vanleg legitimasjon i den skranken òg. I min barndom gjekk eg ut frå at bruk av fingeravtrykk kom til å bli ein normal måte å identifisere seg på den dagen vi hadde teknologien til det. No er teknologien her, men ei normalisering av konseptet verkar på mange måtar fjernare enn nokon gong.³

Det er skrive mange bøker og avhandlingar om digital teknologi. Ein ting mange av desse har felles, er at dei fokuserer på kva ein *kan gjera* med digital teknologi, men utan at dei kjem inn på *kvifor* ein skal gjera dette. Eit godt døme er Scott McClouds *Reinventing Comics*, der McCloud skisserer eit system der ein kan betale låge summar for digitale teikneseriar. I praksis har ikkje dette fungert like godt: McCloud har forsøkt å lage teikneseriar spesielt for nettet og selje desse frå sine heimesider for 25 cent per kapittel, men desse har ikkje selt spesielt godt, og McCloud har gjort dei to første delane av serien gratis etter at leverandøren hans av betalingstenester gjekk konkurs i 2007.⁴

Eg vil sjølvsagt ikkje hevde at digital teknologi er uviktig. Jay David Bolter og Richard Grusin påpeiker at Verdsveven er ein rival for andre dokumentasjonsformer fordi den kan gi større umiddelbarheit og rekontekstualisere dokumentasjonsformene i det omfattande elektroniske miljøet som kallast cyberspace. Bernt I. Olsen et.al. framhever viktigheita digital teknologi har for medisinske dokument. I Tromsø er det framveksten av digital teknologi og ønsket om å samle desse som har gjort at studiet i dokumentasjonsvitskap har oppstått. Ein treng ikkje å leite lenge for å finne bevis på at digital teknologi i stor grad har forandra kvardagen – både til det betre og til det verre – men ein kan ikkje sjå på teknologien som om den var lausrive frå omgivingane sine. Både dokumentprodusenten, midlane som er brukt og brukaren har ifølgje Niels Windfeld Lund ein sosial dimensjon i tillegg til den fysiske og den mentale, og alle

³ Denne anekdoten har eg fått høyra av min sambuar, som stod i denne køen på Gardermoen denne dagen.

⁴ Scott McCloud, *Reinventing Comics* (New York: Perennial, 2000), 181-188; Scott McCloud, *The right Number* (Scott McCloud, 2009), <http://www.scottmccloud.com/1-webcomics/trn-intro/index.html> (oppsoekt 13.05.2009); Fredrik Rysjedal, «Den skjermbaserte teikneserien» (masteroppgåve, Kunsthøgskolen i Bergen, 2008), 5.

tekstar som omhandlar dokumenter, digitale og andre, må ha dette med i berekningane sine for å få eit resultat som kan brukast i praksis.⁵

1.2. Problemstilling

Problemstillinga i denne teksten er å, ved hjelp av dokumentasjonsvitskapleg teori og metode, studere korleis digitale teikneseriar blir brukt i dag som sosiale og økonomiske dokument i utvikling, og kvifor dei blir brukt på denne måten. At eg har vald å sjå på akkurat digitale teikneseriar er på mange måtar tilfeldig, då ein sannsynlegvis hadde fått ein like interessant tekst ved å studere kva som helst digital dokumentasjonsform, men det er eit par særtrekk ved digitale teikneseriar som eg føler at gjer at dei utmerker seg.

For det første er digitale teikneseriar ei *utbredt dokumentasjonsform*. Internetteikneseriar er populære og lesast av veldig mange, i så stor grad at ein av verdas mest ettertrakta teikneserieprisar, The Eisner Awards, har ein eigen kategori for digitale teikneseriar.⁶ På same måte som ein ikkje kan gi eit fullverdig bilete av ein digital teknologi utan å sjå på den sosiale dimensjonen denne har, føler eg at ein ikkje kan gi eit godt bilete av korleis digital teknologi fungerer i praksis ved å fokusere på smalare dokumentasjonsformer. Eit døme på dette er *interaktiv fiksjon*, som ei rekke dokumentasjonsvitskaplege verker har studert: Bolter skriver om Michael Joyces *Afternoon*, N. Katherine Hayles skriver om Talan Memmotts *Lexia to Perplexia*, og sjølv om både Bolter og Hayles gir interessante analyser av interaktiv fiksjon, kan ein spørja seg kva nytteverdien av desse er når interaktiv fiksjon er så lite utbredt som det er i

⁵ Jay David Bolter og Richard Grusin, *Remediation: Understanding new Media* (Cambridge, Mass.: MIT Press, 2000), 200; Bernt I. Olsen, Niels W. Lund, Johan G. Bellika, Eirik Årsand, Per Hasvold, Gunnar Ellingsen, Alexander Horsch og Gunnar Hartvigsen, «Documents in Medicine: from Paper Documents to Quality-Healthcare?», i Niels Windfeld Lund, Roswitha Skare og Andreas Vårheim, *A Document (Re)turn: Contributions from a Research Field in Transition* (Frankfurt am Main: Peter Lang, 2007), 113; Niels Windfeld Lund, «Building a Discipline, Creating a Profession: An Essay on the Childhood of “Dokvit”», i Lund, Skare og Vårheim, *A Document (Re)turn*, 12; Niels Windfeld Lund, «Omrids af en dokumentationsvidenskab: Anno 2003», *Norsk tidsskrift for bibliotekforskning* 6, nr. 16 (2001), 117-118.

⁶ Comic-Con International, «Eisner Awards Celebrate the “Magic of Comics”» (Comic-Con International, 2008), http://www.comic-con.org/ci/ci_eisners_o8win.shtml (oppsøkt 13.05.2008).

dag.⁷ Ein utbredt spøk blant dokumentasjonsvitskapsstudentar er at det er fleire som skriver vitskapelege tekstar om interaktiv fiksjon enn det er forfattarar som skriver interaktiv fiksjon. Det kan godt hende at interaktiv fiksjon vil bli utbreidd og populært ein dag. Digitale teikneseriar er utbreidde og populære *no*.

For det andre er digitale teikneseriar eit område det er forska relativt lite på, og mange av dei som har forska på dette gjer den feilen eg nemnte tidlegare: Dei studerer mediets moglegheiter utan å ta det sosiale aspektet med i berekninga. Resultatet er at vi har relativt mange tekstar som ser på kva det er mogleg å gjera med digitale teikneseriar, men utan at dei kjem inn på *kvifor* ein skal gjera dette, og få tekstar som ser på korleis digitale teikneseriar faktisk fungerer i dag. Eg seier ikkje at tekstar som fokuserer på kva moglegheiter digitale media har er uinteressante, men eg saknar ein tekst som ser på korleis mediet fungerer i dag og kvifor det fungerer som det gjer.

1.3. Omgrepsforklaringar

Michael Baumann argumenterer for at det er problematisk å presse det mangfoldige mediet teikneseriane er inn i omgrepet «teikneserie» fordi det er eit problematisk omgrep med omstridt meining, og foreslår å heller bruke omgrepet *biletforteljing*. Medan eg forstår Baumanns argumentasjon, kjem eg likevel til å bruke omgrepet *teikneseriar* om det Baumann kallar biletforteljingar.⁸ Sjølv om det kan vera eit problematisk og lada omgrep, er det samtidig eit veldig etablert omgrep, noko som gjer at det kan brukast i brukarundersøkingar og liknande utan at ein må forklare kva ordet tyder.

Når det gjeld at ordet «teikneserie» kan ha mange meiningar, kjem eg til å bruke McClouds definisjon, at teikneseriar er «[j]uxtaposed pictorial and other images in deliberate sequence, intended to convey information and/or to produce an aesthetic response in the viewer».⁹ Det er ein vid definisjon – eg bruker som sagt ordet på same måte som Baumann bruker «biletforteljing» – men så lenge føremålet er å finne ut

⁷ Jay David Bolter, *Writing Space: Computers, Hypertext, and the Remediation of Print*, 2. utg. (Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2001), 124; N. Katherine Hayles, *Writing Machines*, bidrag av Anne Burdick og Peter Lunenfeld (Cambridge, Mass.: MIT Press, 2002), 49.

⁸ Michael Baumann, «Komplementær tegneserieanalyse: Biledefortellinger og dokumentasjonsvitenskap» (hovudfagsoppgåve, Universitetet i Tromsø, 2007), 17, 28;

⁹ McCloud, *Understanding Comics*, 9.

korleis ein type teikneseriar fungerer i dag, ser eg på det som ein fordel å ha ein så vid teikneseriedefinisjon som mogleg.

Det kan diskuterast om eg bruker uttrykket «digitale teikneseriar» heilt riktig i denne oppgåva. Dersom ein lar «digitale teikneseriar» bokstaveleg talt tyde «teikneseriar som er digitale», vil dette omgrepet innefatte alt frå teikneseriar på CD-ROM til dei digitale trykkfilene teikneserieforlaga sender til trykkeriet før det blir teikneserieblad av dei. Eg ønskjer som sagt å sjå på teikneseriane frå eit brukarperspektiv, så når eg skriver «digitale teikneseriar» meiner eg i utgangspunktet teikneseriar som ikkje berre er digitale i produksjonsprosessen, men teikneseriar som er digitale når dei distribuerast til lesaren. Teikneseriar som produserast fullstendig på datamaskin, men som blir trykt på papir før dei kjem fram til lesaren, er altså ikkje digitale etter denne definisjonen. Samtidig vil eg i hovudsak fokusere på den typen teikneseriar som ikkje berre er digitale, men som òg distribuerast digitalt, over eit nettverk som Internett – ei avgrensing som utelukkar CD-ROM- og disketteikneseriar, som rettnok er digitale, men som likevel er knytt opp mot eit fysisk objekt og difor ikkje kan overførast med same enkelheit som andre digitale teikneseriar. I tvilstilfelle vil eg bruke uttrykket «internetteikneseriar».

Når det gjeld dokumentasjonsvitskaplege ord og uttrykk, bruker eg Lunds omgrepsapparat. Ei *dokumentasjonsform* er ein måte å dokumentere på som anten har utvikla seg innanfor eit bestemt samfunnsmessig område, i ei bestemt historisk periode eller er knytt til bestemte media, forskjellige materialar og reiskapar, definert ut frå eit samfunnsmessig felt, historisk frå ei periode eller frå eit bestemt medium. Eit *docem* er definert som ein del av eit dokument. Andre definisjonar vil bli forklart i løpet av teksten der det er nødvendig.¹⁰

1.4. Tekstens oppbygging

I kapittel 2 av denne teksten kjem eg til å sjå på teori og metode som er relevant for problemstillinga. Innleiingsvis vil eg sjå på utvald litteratur om digitale dokument for å få eit grunnleggjande fundament for kva digitale dokument eigentleg er. Deretter vil eg

¹⁰ Lund, «Omrids af en dokumentationsvidenskab», 116-117.

sjå på eksisterande teori om digitale teikneseriar: Det er som sagt skrive relativt lite om dette, men det finst likevel ein del bøker om temaet. Eg vil bryte opp denne informasjonen i to delar: I kapittel 2.3 ser eg på historia til digitale teikneseriar og korleis desse har utvikla seg frå starten i 1992 og fram til i dag, og i kapittel 2.4 ser eg på teori om digitale teikneseriar i dag og i framtida. I kapittel 2.5 vil eg gå nærare inn på kva metode eg har brukt.

Om eg skal finne ut korleis dagens internetteikneseriar ser ut frå eit brukarperspektiv, er diverre ikkje den eksisterande teorien god nok. For å få det grunnlaget eg trenger for å finne svaret på problemstillinga mi, må eg difor samle inn eigne data. Same kor nøytral eg forsøker å vera vil dette vera ein selektiv prosess, så i kapittel 3 vil eg argumentere for kvifor eg vel å stille akkurat dei spørsmåla eg stiller. Eg vil òg kome inn på andre vurderingar som er gjort i samband med datainnsamlinga. I kapittel 4 presenterer eg resultata av datainnsamlinga, før eg i kapittel 5 byrjar å analysere dei. Med dette som grunnlag kan eg i kapittel 6 endelig byrja å få kartlagt svaret på problemstillinga mi: korleis og kvifor digitale teikneseriar blir brukt i dag.

2. Teori og metode

2.1. Teikneseriar som dokument

Teikneseriar, og kanskje spesielt digitale teikneseriar, har alltid vore eit svært vanskeleg medium å studere, fordi det er så mange ulike måtar å studere det på. Kunstvitaren kan studere det estetiske i teikneserien, og sjå på faktorar som fargebruk og komposisjon. Litteraturvitaren kan studere teikneserien som eit narrativt verk. Økonomen kan sjå på teikneserien som eit produkt som kan seljast og marknadsførast i tråd med gjeldande tilbod og etterspurnad. Språkvitaren kan studere teikneseriens semiotikk. Teknologen og webdesignaren kan sjå på ein digital teikneserie som eit resultat av eit gitt dataprogram, med ei filstorleik og ei biletoppløysing, som presenterast som ein del av ei større nettside.

Baumann argumenterer for at nettopp fordi teikneseriemediet er så mangfaldig som det er, løner det seg å studere det ved hjelp av dokumentasjonsvitskapleg metode. I dokumentasjonsvitskap studerast dokument som komplementære verk: Alle dokument har både ein mental dimensjon (det som formidlast gjennom dokumentet – i teikneseriens tilfelle historia som blir fortalt og teikningane som er brukt), ein sosial dimensjon (korleis dokumentet blir påverka av verda rundt seg – i teikneseriens tilfelle i første rekke den kulturelle konteksten til teikneserieskaparen, i andre rekke den kulturelle konteksten til *lesaren*) og ein materiell dimensjon (det fysiske aspektet ved dokumentet – for trykte teikneseriar er dette papir, trykksverte, omslag, format og liknande, for digitale teikneseriar er dette den datateknologien som ligg til grunn og alle andre fysiske komponentar som spelar ei rolle i å gjera teikneserien tilgjengeleg på nettet).¹¹

Det er skriva mange bøker om digitale teikneseriar. Dei fleste av desse fokuserer på den materielle dimensjonen ved teikneseriane, og stiller spørsmål som:

- Korleis kan digitale media brukast til å lage digitale teikneseriar?

¹¹ Baumann, «Komplementær tegneserieanalyse», 38; Lund, «Omrids af en dokumentationsvidenskab», 101.

- Kva er det mogleg å gjera med digitale teikneseriar som ein ikkje kan gjera med trykte teikneseriar?
- Er det mogleg å bruke lyd, animasjon, interaktivitet og andre multimediaelement for å lage betre teikneseriar?

Dette er viktige og interessante spørsmål, og det er forståeleg at det er materielle spørsmål som dominerer forskinga på digitale teikneseriar, ettersom det er den nye teknologien som utgjer hovudforskjellen på trykte teikneseriar og digitale teikneseriar: Utan digital teknologi hadde vi sjølvstendig ikkje hatt digitale teikneseriar. Men dei tre dimensjonane av dokumentet er ikkje sjølvstendige, frittstående entitetar: Dei overlappar kvarandre fullstendig, og alle endringar i dei materielle aspekta ved eit dokument vil difor påverke dei sosiale og den mentale aspekta.

Ved å fokusere for mykje på den materielle dimensjonen til desse teikneseriane, overser ein dei *andre* aspekta, og ved å berre stille spørsmål om kva ein *kan* gjera med digitale teikneseriar, styrer ein rundt spørsmål om kva ein *bør* gjera med digitale teikneseriar, kva brukarane *ønskjer* av digitale teikneseriar, og kva teikneserieskaparar *vil* gjera med digitale teikneseriar.

2.2. Digitale dokument

2.2.1. Kva er eit digitalt dokument?

I sin artikkel «What is a "digital document"?» kjem Michael Buckland inn på at det er vanskeleg å definere kva eit digitalt dokument er: Medan eit papirdokument er lett gjenkjenneleg fordi det er skriven på papir, kan ikkje digitale dokument gjenkjennast basert på fysisk materiale på same måte. Buckland løyser dette ved å sjå på korleis dokumentasjonsuttrykket blei brukt i første halvdel av det tjuande hundreåret, og definerer eit dokument som «the technical term to denote the objects to which the techniques of documentation could be applied».¹²

Dette er i tråd med korleis uttrykket har blitt brukt tidlegare: Paul Otlet argumenterte for at dokumenter kunne vera tredimensjonale, slik at ein kunne sjå på

¹² Michael Buckland, «What is a "Digital Document"?, *Document Numérique* 2, nr. 2 (1998), 222-223.

skulpturar og andre museumsgjenstandar frå eit dokumentasjonsperspektiv, og utdjupa i 1934 med at «objects themselves can be regarded as "documents" if you are informed by observation of them». Suzanne Briet skriver i sitt manifest frå 1951 at «[u]n document est une preuve à l'appui d'un fait»,¹³ og knytar på den måten dokumentasjonsomgrepet til *bevis* i staden for til *tekst*. Slik forklarar ho at ei antilope som spring på steppene i Afrika ikkje er eit dokument, men dersom ein fangar antilopa, tek ho med til ein dyrehage og studerer ho, vil antilopa vera eit dokument fordi ho er eit fysisk bevis brukt av dei som studerer ho.¹⁴

Det er slik, meiner Buckland, vi må sjå på digitale dokument: Definisjonar av dokument basert på form, format og medium vil ikkje fungere like godt som ein funksjonell innfallsvinkel.¹⁵

2.2.2. Remediering

Basert på McLuhans medieforståing argumenterer Bolter og Grusin for at remediering – representasjonen av eitt medium i eit anna – er eit definerande karaktertrekk ved nye digitale media. Med dette utgangspunktet definerer dei eit medium som noko som remedierer; noko som tar teknikkar, former og sosial mening frå andre media og forsøker å rivalisere eller gjenskape dei for å skape noko som er så ekte som mogleg.¹⁶

Medan det er ein interessant innfallsvinkel å sjå alle media i lys av tidlegare medium, ser eg likevel tre ulemper ved denne argumentasjonsrekka:

- Bolter og Grusin gir eit inntrykk av at «form» og «innhald» er to åtskilte delar av eit medium og at det difor er ein relativt lett operasjon å ta innhaldet med seg til ei ny form, «as if the content of the older media could simply be poured into the new one». Det er ikkje nødvendigvis så enkelt – Lund argumenterer til dømes for at eit dokument's materielle og mentale dimensjon påverkar kvarandre, då dei inngår i ein komplementaritet der alle fysiske produsentar,

¹³ «Eit dokument er eit bevis som støtter eit faktum» (mi oversetjing).

¹⁴ Ibid., 224; Suzanne Briet, *Qu'est-ce que la documentation?* (Paris: Édit, 1951), 7.

¹⁵ Buckland, «What is a "Digital Document"», 228.

¹⁶ Bolter og Grusin, *Remediation*, 45, 65.

måtar og middel har ein sosial posisjon som ramme for si dokumentasjonsverksemd.¹⁷

- Bolter og Grusin argumenterer for at remediering og at eit medium samanliknar seg sjølv med eldre media er avhengig for at det skal bli gjenkjent og anerkjent som eit medium. Medan eg ikkje har problem med å sjå at mange nye media låner element frå eldre medium, synest eg at det verkar noko bombastisk å seie at det ikkje *kan* oppstå nye media som ikkje tar utgangspunkt i eldre media.¹⁸
- Denne definisjonen av eit medium som «noko som remedierer» gjer at vi får veldig store og omfattande medium, til dømes kallar Bolter og Grusin Verdsveven eit medium, og dei argumenterer òg for at Internett remedierer telegrafan, noko som etter deira eigen logikk gjer dette til eit medium.¹⁹ Det har ingen praktisk nytteverdi å sjå på heile Internett som eitt felles medium, som Aarseth argumenterer for:

Are all digital media the same medium? Are a Furby, a Palm Pilot, and an automated teller machine (ATM) the same medium, since they are all "being digital"? Are *Tetris* and *Quake*? Surely not, no more than telegrams, lecture notes, and restaurant menus are the same medium, and probably much less so.²⁰

Aarseth kritiserer Bolter og Grusins definisjonar av kva eit medium er, og argumenterer for at desse er for sirkulære og spesielle til å fungere på eiga hand, og at dei òg skildrar enkelte medietypar betre enn andre då dei ikkje tek høgde for kommunikasjonsaspekta til media.²¹ På same måte skriver Rasmussen konsekvent ordet «nettmedier» i fleirtal: «I dag finnes det en variasjon av nettmedietyper som vi ikke får beholde lenge. Etter hvert som idealismen tørker inn og finansilder melder

¹⁷ Ibid., 45; Lund, «Omrids af en dokumentationsvidenskab», 117-118.

¹⁸ Bolter og Grusin, *Remediation*, 65.

¹⁹ Ibid., 197-210.

²⁰ Espen Aarseth, «We all want to change the World: The Ideology of Innovation in Digital Media», i *Digital Media Revisited: Theoretical and Conceptual Innovation in Digital Domains*, red. av Gunnar Liestøl, Andrew Morrison og Terje Rasmussen (Cambridge, Mass.: The MIT Press, 2004), 416.

²¹ Ibid., 437.

klarere fra om hva som holder, vil en god del friske initiativer forsvinne, og andre komme til».²²

Bolter og Grusin har eit godt poeng i at nye media hentar element frå tidlegare dokument og dokumentasjonsformer: Minibanken remedierer bankkasseraren, nettavisene remedierer aviser, og digitale teikneseriar remedierer trykte teikneseriar. Men å bruke remediering til å definere kva eit medium er, er for upraktisk, og ved å studere nye digitale dokumentasjonsformer utelukkande i lys av kva dei hentar frå tidlegare media, risikerer ein å oversjå det kanskje mest spennande aspektet ved nye dokumentasjonsformer: Kva som er nytt, og kva dei kan tilføre.

2.3. Utviklinga til digitale teikneseriar på nettet

2.3.1. Utvikling 1993-1997

Det er mykje usikkerheit rundt kva som eigentleg var den første teikneserien som blei gjort tilgjengeleg på Internett. T Campbell meiner at den eldste internettserien vi kjenner til er *Inspector Dangerfuck*, laga av brukaren Eerie. Denne var ikkje teikna i eit biletbehandlingsprogram, men skrive i ANSI – vanleg skrift med ein del ekstra teikn (inkludert heilt einsfarga rektangel som saman kan danne ganske store einsfarga flatar), i seksten forskjellige fargar. Men lite er kjent om denne serien, og dei få førekomstane av serien som eg har klart å finne på nettet, er alle daterte i 1994. Og dersom serien er frå 1994, vil det seie at ein annan serie Campbell viser til, Hans Bjordahls *Where the Buffalo roam*, er eldre. Bjordahl byrja å publisere sin serie på USENET i PostScript- og GIF-format i april 1992, og jobba med *Where the Buffalo roam* fram til 1994.²³

Den verkelege grobotnen for teikneseriar på Internett dukka opp i 1993, då World Wide Web dukka opp og den nye nettlesaren Mosaic gjorde det mogleg å leggja inn bilete i dokumentet slik at det blei mogleg å presentere teikneseriar direkte på

²² Terje Rasmussen, *Nettmedier: Journalistikk og medier på Internett*, 2. utg. (Bergen: Fagbokforl., 2006), 70.

²³ T Campbell, *A History of Webcomics: "The golden Age": 1993-2005* (San Antonio: Antarctic Press, 2006), [12-15]; Eerie, «The mega-eeeeeeeeeeete Adventures of Inspector Dangerfuck» (Sixteen Colors ANSI and ASCII Art Archive, 1994?), <http://sixteencolors.net/packs/1994/imp-0894/EE-NP1.IMP.html> (oppsøkt 08.01.2009; nettsida utilgjengeleg 13:05.2009).

nettsider. Med Mosaic blei det òg svært mykje vanlegare blant vanlege menneske å bruke Verdsveven, og dette gav nye internetteikneseriar ei langt større potensiell lesargruppe – i motsetning til Bjordahls seriar, som blei produserte på eit tidspunkt då Internett berre blei brukt av universitet, militærbasar og forskingsinstitusjonar. Stafford Huylers *NetBoy* er den tidlegaste webserien Campbell omtaler – denne blei publisert på World Wide Web allereie i juli 1993. Ein annan nemneverdig serie frå Verdsvevens barndom er David Farleys *Doctor Fun*, ein serie vitseteikningar ofte samanlikna med *Larsons Gale Verden*, som var den første serien som blei lagt ut på nettet med jamlege oppdateringar frå september 1993.²⁴

Frå 1993 til 1997 eksperimenterte mange med dei moglegheitene digitale teikneseriar kunne tilby – nokre interessante døme er Charley Parkers *Argon Zark*, Bill Holbrooks *Kevin and Kell* og Peter Zales *Helen, Sweetheart of the Internet*, som alle blei lanserte i 1995-1996. I 1997 starta det Allen omtaler som «the modern wave of web comics», og det byrja å dukke opp seriar som Jonathan Rosenbergs *Goats*, Pete Abrams' *Sluggy Freelance* og J.D. Frazers *UserFriendly* – alle tre seriar som framleis er svært populære i dag. Det var òg i frå og med 1997 at det verkeleg byrja å dukke opp store tal digitale teikneseriar på Verdsveven. «In all likelihood,» skriver Allen, «part of the timing of the progression of web comics was due to circumstance of the technology distributing itself among the masses». For å bruke Allens uttrykk: No var slusene opna.²⁵

2.3.2. Uendelege lerret

Alle teikneseriane eg nemnte i førre kapittel er døme på det Rysjedal kallar «nettseriar»: «seriar som er lagt ut på ei nettside, og er difor tilgjengelege å lese over Internett». Dette er nok den vanlegaste måten å lage (og lese) digitale teikneseriar på, og Rysjedal anslår at det finst over 18 000 nettseriar på nettet, noko eg synest høyrast ut som eit svært forsiktig anslag. Sjølv om Rysjedals definisjon ikkje er låst fast i form på andre måtar enn at seriane må vera presenterte på ei nettside, meiner han at det er nokre trekk som går igjen i så stor grad at dei nesten definerer nettseriane: «Slik eg kan

²⁴ Campbell, *A History of Webcomics*, [13-15], [17], [19]; Todd Allen, *The Economics of Web Comics: A Study in converting Content into Revenue*, 2. utg. (Chicago: Indignant Media, 2007), 25.

²⁵ Allen, *The Economics of Web Comics*, 25-26.

tolke det så held nettserien generellt seg til dei tradisjonelle prinsippa som trykte teikneseriar, og det er mest korte teikneseriar og striper som vert publisert» [sic].²⁶ Og denne definisjonen passer heilt klart godt både på tidlege seriar som *Doctor Fun* og på tidlege seriar i «den moderne bølga» som *Sluggy Freelance*, og sannsynlegvis på dei fleste av nettseriane som er laga etter det – men dei er på ingen måte einerådande.

For Scott McCloud var ikkje nettseriane gode nok:

*Online comics are all digital comics in a technical sense, but many are still no more than "repurposed" print at heart. [...] Comics will mutate in this new environment, and it will do so in many different ways. But the ultimate goal for comics – as for any art form – will be to find a durable mutation that will continue to survive and thrive well into the new century. As in nature, that evolution will hinge on comics' ability to adapt to its environment. An environment that will include both the new technological landscape – and the needs and desires of its potential audience. In other words, we have to ask what things comics can do in a digital environment, and which of those options are going to prove valuable in the long run.*²⁷

For McCloud var det ikkje nok å presentere teikneseriar i eit nytt medium – han ville gjenoppfinne teikneserien på ein måte som utnytta alle verkemidla til det nye mediet, mellom anna ved å kaste frå seg dei krava ei trykt side stiller:

*The page is an artifact of print, no more intrinsic to comics than staples or india ink. Once released from that box, some will take the shape of the box with them – but gradually, comics creators will stretch their limbs and start to explore the design opportunities of an infinite canvas.*²⁸

McCloud utforska desse moglegheitene. Han laga digitale teikneseriar som ikkje hoppa ned på neste linje når ein nådde enden av skjermen, men som haldt fram i mange meter til. Han laga digitale teikneseriar der rutene ikkje følgde etter kvarandre horisontalt eller vertikalt, men ein i staden måtte klikke seg *innover* i biletet for å kome stadig djupare inn i historia. Han laga digitale teikneseriar som ved hjelp av Flash-teknologi let lesaren klikke seg rundt på eit gigantisk ark og anten følgja historia frå venstre til høgre eller ta avstikkarar frå denne.²⁹

²⁶ Rysjedal, «Den skjermbaserte teikneserien», 10.

²⁷ McCloud, *Reinventing Comics*, 203-207.

²⁸ Ibid., 222.

²⁹ Nokre døme: Scott McCloud, «But no one ever noticed the Walrus», *The Morning Improv* (Scott McCloud, 2003), <http://www.scottmcccloud.com/1-webcomics/mi/mi-22/mi-22.html> (oppsoekt

Og McCloud inspirerte mange til å følgja i hans fotspor – men haldninga hans som favoriserte og framheva teikneseriar som berre fungerte på nettet, provoserte mange: Når definisjonen på «gode digitale teikneseriar» ekskluderer dei aller fleste nettseriar, føler mange seg utelete. Serieskaparar som Jonathan Rosenberg og Jerry Holkins, som begge hadde og har suksess på kvar sin kant med *Goats* og *Penny Arcade*, gjekk ut og kritiserte denne elitistiske tankegongen, og Campbell meiner at «[a]t worst, this "webbish-only" policy was willfully ignorant. The man whose inclusive definition of comics helped make web comics possible was now using an exclusive definition to divide them».³⁰

McCloud innsåg etter kvart at samfunnet som hadde reist seg i protest mot tankegongen hans hadde eit godt poeng, og fekk eit betre forhold til andre digitale teikneseriar – men *infinite canvas*-tankegongen gav likevel grobotn til ei ny grein på teikneserietreet.

2.4. Digital teikneserieteori

2.4.1. Ulike typar digitale teikneseriar

Fredrik Rysjedal deler inn digitale teikneseriar i fem strukturelle definisjonar.³¹

- **Nettseriar:** Seriar som er lagt ut på ei nettside slik at dei kan lesast på Verdsveven, vanlegvis korte seriar og striper som følgjer dei same tradisjonelle prinsippa som trykte teikneseriar, til dømes Scott Kurtz' *PvP*.³²
- **E-teikneseriar:** Elektroniske reproduksjonar av teikneseriar som tidlegare har vore trykka, til dømes Marvels *Amazing Spider-Man Complete Comic Book Collection Win/Mac*.³³

13.05.2009); McCloud, *The right Number*; Scott McCloud, «Mimi's last Coffee», *The Morning Improv* (Scott McCloud, 2004), <http://www.scottmccloud.com/1-webcomics/mi/mi-26/mi-26.html> (oppsøkt 13.05.2009).

³⁰ Campbell, *A History of Webcomics*, [30-32].

³¹ Rysjedal, «Den skjermbaserte teikneserien», 10-12, 50.

³² Scott R. Kurtz, *PvPonline* (Scott Kurtz, 2009), <http://www.pvponline.com> (oppsøkt 13.05.2009).

³³ Dømet er henta frå Rysjedal, «Den skjermbaserte teikneserien», 11.

- **Hyperteikneseriar:** Teikneseriar som er bygd opp av hyperlenkjer for å fortelja ei historie, til dømes Daniel Merlin Goodbrey's *Never shoot the Chronopath*.³⁴
- **Teikneseriefilmar:** Film med utforming basert på teikneseriens form og grammatikk, berre utvikla for skjermlesing, til dømes Burgess, Kirby og Wests *Broken Saints*.³⁵
- **Skjermbaserte teikneseriar:** Teikneseriar som er skapt for å lesast på skjerm, grunnleggjande forma etter skjermens liggjande format og utforma med kombinasjonar av former som er kjent frå multimedia, som tekst, bilete, lyd, animasjon og interaktivitet, til dømes Rysjedals eigen *Ortorian*.³⁶

Denne inndelinga fungerer til sitt bruk, men desse klassane er både overlappande og på andre måtar problematiske, så eg vil forenkla denne inndelinga drastisk for denne oppgåva. Den mest problematiske kategorien Rysjedal framhever er teikneseriefilmar, då filmar som baserer utforminga si på teikneseriens form og grammatikk ifølgje definisjonen lagt til grunn av McCloud ikkje er teikneseriar i det heile tatt. Det er ikkje verkemidla som definerer mediet – teikneseriar skal bestå av ««[j]uxtaposed pictorial and other images in deliberate sequence», og så lenge «bileta i serien» er organiserte i tid ved at dei følgjar etter kvarandre på ei tidslinje i staden for at dei er plasserte i forhold til kvarandre i rom, er det ikkje lenger ein teikneserie. Eg vel difor å sjå bort frå denne kategorien av digitale teikneseriar i resten av avhandlinga.³⁷

Eg opplever først og fremst eit klart skilje mellom nettseriar og e-teikneseriar, som i utgangspunktet kunne ha vore på papir (eller i e-teikneserianes tilfelle *har* vore på papir), og dei andre klassane, som har behov for å vera digitale for å fungere. Det skal nemnast at det eksisterer trykte teikneseriar som etter mi meining kvalifiserer til å kunne kallast hypertextsteikneseriar – teikneseriar av typen «dersom du vil følgje etter bankranaren, bla til side 18, dersom du vil ringe politiet, bla til side 35» – men då

³⁴ Daniel Merlin Goodbrey, *Never shoot the Chronopath: A 24 Hour Hypercomic also featuring the Stories: Surf Ninjas of the Wild Dreaming & the Tragedy of the forgotten Form* (E-merl.com, [2007]), <http://www.e-merl.com/chrono.htm> (oppsøkt 13.05.2009).

³⁵ Dømet er henta frå Rysjedal, «Den skjermbaserte teikneserien», 12.

³⁶ Fredrik Rysjedal og Ola Kristoffer Øye. *Screen-based Comic Demo: Ortorian*, Kunsthøgskolen i Bergen, 2008, <http://www.ortorian.com> (oppsøkt 23.10.2008).

³⁷ McCloud, *Understanding Comics*, 9.

Rysjedal skiljar mellom e-teikneseriar og hyperteikneseriar på den måten han gjer, tolkar eg hans definisjon av «hyperteikneserie» slik at han føreset eit hypertekstsystem som er intuitivt og lar brukaren klikke seg vidare til neste stopp i historia utan å måtte bryte gjennomsløktigheita i historia i så stor grad som det å bla til ei bestemt side gjer, og slike hyperteikneseriar vil det sannsynlegvis ikkje vera mogleg å finne på papir.³⁸

Hyperteikneseriar kan i så måte seiast å vera ei undergruppe av skjermbaserte teikneseriar, nettseriar og e-teikneseriar kan slås saman til ein kategori, og til denne oppgåvas bruk er det difor mest praktisk å redusere talet kategoriar til to:

- **Skjermbaserte teikneseriar** – *teikneseriar som krevjar eit digitalt medium for at det skal vera praktisk mogleg å presentere dei*
- **Tradisjonelle digitale teikneseriar** – *digitale teikneseriar som det er praktisk mogleg å presentere som trykte dokument*

Desse to kategoriane dekker over alle digitale teikneseriar og er ikkje overlappande: Anten er ein serie avhengig av å eksistere i eit digitalt medium, elles er den det ikkje. Det finst grensesituasjonar, til dømes samarbeidsprosjektet *PoCom-UK-001*, som i utgangspunktet var ein fysisk teikneserie laga av papir – men denne teikneserien var 2,5 meter høg og 17 meter lang, og dekte ein heil vegg på Institute for Contemporary Arts i London under Comica-festivalen i 2003. Sjølv om denne serien har eksistert på papir, er den digitale utgåva av serien heilt klart skjermbasert. Nøkkelordet her blir «praktisk mogleg» – det ville vera vanskeleg å masseprodusere, eller skrive ut, *PoCom-UK-001*.³⁹

Dette skiljet fremmer to spørsmål som eg vil finne svar på:

³⁸ Eit døme på trykte hyperteikneseriar er Bruno Concina og Giorgio Cavazzano, «Mikke Mus: Borgens hemmelighet», i *Onkel Skrue: Nye overraskelser – Donald Pocket 80* (Oslo: Hjemmet Pocketbokforl., 1987), 68-105.

³⁹ Nick Abadzis et al., *PoCom-UK-001* (E-merl.com, 2003), <http://www.e-merl.com/pocom.htm> (oppsøkt 13.05.2009).

- Kva skiljar eigentleg tradisjonelle digitale teikneseriar frå vanlege trykte teikneseriar? Har det ei hensikt å leggja papirbaserte teikneseriar ut på nettet, eller er det like greitt å halde dei på papir?
- Stilt opp mot kvarandre, kva er dei sterke og svake sidene ved tradisjonelle digitale og skjermbaserte teikneseriar? Kva fordelar og ulemper har det at ein gitt teikneserie berre kan lesast på skjerm?

2.4.2. Teikneseriar på papir og skjerm

Det er mange aspekt som skiljar digitale teikneseriar frå trykte teikneseriar på papir. McCloud nemner nokre av fordelane ved trykte teikneseriar som seriar presentert på skjerm ikkje har:⁴⁰

- Blekk på papir har ei oppløysing som er opptil ti gonger skarpere enn det skjermar har.
- Trykte media er ofte enkle å frakte med seg rundt, putte i lomma eller ta med seg i senga – noko som er svært vanskeleg med dei fleste datamaskiner.
- Trykte teikneseriar er billig – iallfall når ein samanliknar dei med prisen for datautstyr.
- Trykte teikneseriar er tilgjengelege for alle som kan sjå: Ingen spesiell programvare eller maskinvare er nødvendig for å få tilgong.
- Trykte teikneseriar er der når du opnar bladet – ein treng ikkje å vente på at ei datamaskin skal bli ferdig med å laste dei.
- Trykte teikneseriar har ingen bratt læringskurve – dei fleste skjønner korleis ein bruker dei.

⁴⁰ McCloud, *Reinventing Comics*, 175.



Figur 1: Mira av Arne Bye (<http://mira.arnebye.no>). Til venstre eit utsnitt av stripa i original kvalitet, til høgre eit forstørtra utsnitt av same utsnitt i webutgåva.

McCloud argumenterer for at desse faktorane kjem til å forsvinne over tid – medan brukaropplevinga for trykte dokument ikkje har forandra seg stort dei siste fem hundre åra, forandrar brukaropplevinga av datamaskiner seg konstant. Han trur difor at desse problema ved digitale media kjem til å forsvinne over tid, og at dette difor ikkje vil vera avgjerande aspekt når det kjem til å definere forskjellen på trykte og digitale teikneseriar. Eit anna spørsmål han ser på er den rolla det har å kunne *ta på* det ein lesar i form av bøker og aviser, men han konkluderer med at teikneserielesarar ikkje trenger å kunne halde eller eige teikneseriar for å kunne oppleve dei fullstendig – dersom fysisk kontakt var nødvendig for å danne eit band med kreative verk, hadde ein ikkje hatt dei opplevingane ein får av film og musikk. Det er ikkje papiret som dannar mediet: «After all, without the art and ideas and prose and science and poetry an

history and faces and philosophy and politics and names and laughter and grief that have graced its surface for hundreds of years... print is nothing but *flat, dead, wood*». ⁴¹

Ein annan viktig forskjell på internetteikneseriar og trykte teikneseriar er at dei er laga med eit heilt anna tankesett til grunn enn det dei fleste trykte teikneseriar er. Dave Kellett nemner nokre av dei tinga som skiljar teikneserieskaparar som jobbar for Internett frå teikneserieskaparar som jobbar for trykte teikneseriar: ⁴²

- Dei er ikkje avhengige av forlag, syndikat eller distributørar – dei rettar seg direkte til publikum.
- Dei treng ikkje å halde seg til grenser i storleik eller stil eller farge – dei kan endre formatet til å passe til stemninga og metoden i dagens teikneserie.
- Dei er ikkje avgrensa av innhald eller ordval eller redaksjonelle filter – dei kan skrive akkurat kva dei vil, for eit så breidt eller smalt publikum dei vil.
- Dei er ikkje anonyme personlegdomar – dei er ofte like tilgjengelege i bloggar, fora og e-post som dei er gjennom sjølve teikneserien.

Teikneserieskaparen opererer no i direkte kontakt med sitt publikum, utan mellommenn. Dette er positivt ettersom det gir serieskaparen meir fridom enn tidlegare, og det er negativt fordi det gir serieskaparen langt færre ressursar enn tidlegare.

2.4.3. Økonomien bak digitale teikneseriar

Frå serieskaparens perspektiv er det økonomiske aspektet ved digitale teikneseriar ganske viktig, då det ofte er det som skiljar mellom å lage teikneseriar profesjonelt og på hobbybasis. Todd Allen fastslår i si djuptgåande studie av økonomien til digitale teikneseriar at «there's money in web comics», men *korleis* ein tener pengar på digitale teikneseriar er eit meir opent spørsmål som det finst mange moglege svar på. ⁴³

⁴¹ Ibid., 176-179.

⁴² Dave Kellett, «Your Webcomic», i Brad Guigar, Dave Kellett, Scott Kurtz og Kris Straub, *How to make Webcomics* (Berkeley: Image Comics, 2008), 11-12.

⁴³ Allen, *The Economics of Web Comics*, 8.

«The essential model,» skriver Kellett, «is to offer free-to-the-consumer, ad-subsidized content, which then trades on audience loyalty by selling books, T-shirts, merchandise and original art».⁴⁴ Både Kellett og hans tre medforfatarar (Brad Guigar, Scott Kurtz og Kris Straub) bruker denne modellen i praksis og har god erfaring med dette, og det same kan seiast om dei fleste andre populære amerikanske internetteikneseriar.

McCloud argumenterer for eit alternativ til desse løysingane: *mikrobetalingar* – der sjølve teikneserien kostar pengar, men så små summar at brukarane er villige til å betale denne. Han er klar over at det finst ein skepsis til slike betalingsløysingar, og grunngir dette med at:

- Dei fleste ønskjer ikkje å betale for webbasert innhald så lenge dette tar så lang tid å laste at ein føler at ein allereie betaler med tida si.
- Dei fleste ønskjer ikkje å betale for webbasert innhald så lenge kvaliteten er låg.
- Dei fleste ønskjer ikkje å betale for webbasert innhald så lenge betalingsprosessen er problematisk.
- Dei fleste ønskjer ikkje å betale for webbasert innhald så lenge prisen er for høg.

Dei to første punkta føler McCloud at kjem til å betre seg med tida, ettersom teknologien utviklar seg – noko vi kan gi han rett i, ettersom han skreiv dette for ni år sidan og breibandshastigheit heilt klart har blitt svært mykje betre sidan då. Dei to siste punkta føler han at det er mogleg å løyse med mikrobetalingar.⁴⁵

«Here's the truth of it,» argumenterer Kellett:

Online readers have shown again and again that they're not willing to pay for content online. There are 10,000 failed Internet ventures – and an equal number of angry venture capitalists – to back that up. Sure, a few subscription models have worked [...], but those are rare, rare exceptions.⁴⁶

⁴⁴ Dave Kellett, «Monetizing your Webcomic», i Guigar, Kellett, Kurtz og Straub, *How to make Webcomics*, 121.

⁴⁵ McCloud, *Reinventing Comics*, 181.

⁴⁶ Kellett, «Monetizing your Webcomic», 130.

Argumentasjonen til Kellett er enkel: Dersom ein har 10 000 lesarar, vil ein miste dei fleste av desse når ein byrjar å ta betalt for teikneseriane sine. Dersom ein mister 7000 lesarar, har ein framleis 3000 lesarar som betaler \$10 i året, så i utgangspunktet merkast ikkje dette som eit stort tap, men over tid vil ein miste mange av desse lesarane slik ein alltid mister nokre kundar når ein driver forretning, og så lenge innhaldet er tilgjengeleg berre for abonnentane, vil ein ikkje like lett kunne få nye lesarar. Ikkje berre er det vanskelegare for nye lesarar å få eit inntrykk av kva teikneserien handlar om, men det er òg umogleg for eksisterande lesarar å dele stripa dei liker med andre via internettfora, praterom og alle andre måtar det tradisjonelt har vore vanleg for digitale teikneseriar å vinne lesarar på.⁴⁷

Allen meiner at mikrobetalingsal av teikneseriar er ein marknad i utvikling, og at den sannsynlegvis vil passe best for eksisterande teikneserieutgivarar som DC og Marvel (eller, i norsk målestokk, Egmont Serieforlaget og Schibsted forlag). Det eksisterer ikkje nok forsøk og data på dette området til at Allen vil seie noko for sikkert, men han meiner at det eksisterer eit publikum for denne typen teikneseriar – vi veit berre ikkje kor stort det er. Vi veit dessutan ikkje enno kva prisar det går an å setja på slikt og kva format ein eventuelt kunne sjå for seg at hadde blitt standardisert. Allen etterlyser òg ein iTunes-liknande portal som gjorde det enklare for publikum å finne ein digital teikneserie.⁴⁸

Det eksisterer altså både positive og negative haldningar til ein mikrobetalingsmodellen, og det er vanskeleg å sjå konsekvensar av nokre av desse i praksis i dag så lenge modellen er så lite utbreidd som han er.

2.4.4. Tradisjonelle og skjermbaserte teikneseriar

Sjølv om teikneserien har eksistert som medium i tusenvis av år i ei rekke ulike media, kan dei fleste digitale teikneseriar seiast å remediere trykte teikneseriar. McCloud meiner at dette er fordi dei trykte teikneseriane og alt ein forbinder med dei – biletrammer, leseretning osv. – er dei einaste teikneseriane vi har hatt å halde oss til i vår æra, og at vi difor ikkje tenkjer over kor mykje av det vi forbinder med teikneseriar

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Allen, *The Economics of Web Comics*, 88-90.

som har blitt til på grunn av trykte media. På same måte som Bolter og Grusin argumenterer for at innhaldet i eitt medium kan tømmast over i eit anna, meiner McCloud at trykte media har danna eit skal rundt det vi tenkjer på som teikneseriar dei siste hundreåra, og at digitale media no sluker teikneserien med dette skalet intakt. Når dette skalet forsvinn vil teikneserien tilpasse seg det nye miljøet han har hamna i, og ein kan velja å gå i heilt andre retningar enn dei som er etablerte i trykte teikneseriar.⁴⁹

Rysjedal byggjar på McClouds teori i sin definisjon av den skjermbaserte teikneserien, og framhever ei rekke ting som kjenneteiknar den skjermbaserte teikneserien:

- Teikneserien er skapt for å lesast på skjerm.
- Teikneserien er grunnleggjande forma etter skjermens liggjande format.
- Teikneserien kan bruke tekst, bilete, lyd, animasjon, interaktivitet og til ein viss grad video – men ettersom forma er bygga på den tradisjonelle teikneserieforma, er det framleis tekst og bilete som er viktigast.
- Ein presenterer i hovudsak ei og ei rute, i motsetning til den opne rutelayouten vi kjenner frå trykte teikneseriar. Fleire ruter samtidig brukast når parallelle handlingar skal visualiserast, eller handlingar som ligg tett i tid.
- Animasjon er ikkje eit dominerande element, men er fletta inn i måten ein nyttar teikneseriegrammatikken på. Rysjedal nemner to moglege typar animasjon: passiv animasjon (loopbasert animasjon som ikkje påverkar framgangen i forteljinga, til dømes eit bål eller hår som flagrar i vinden; dette verkemiddelet gjer at tida i teikneserien føllast saktare) og overgangsanimasjon (animasjon som verkemiddel i overgangen frå rute til rute).
- Ein navigerer ved å klikke seg frå rute til rute eller frå tekstboble til tekstboble. Rysjedal anbefalar å dele skjermen inn i fire interaktive delar – høgre tre fjerdedelar av skjermflata brukast til å bevege seg framover i historia, venstre

⁴⁹ McCloud, *Reinventing Comics*, 202-203; Bolter og Grusin, *Remediation*, 45.

fjerdedel til å bevege seg bakover, menyen ligg nedst på skjermen, og avslutningsknapp og automatiske bokmerke ligg øvst på skjermen.

- Teikneserien er ei digital fil ein kan kjøpe, laste ned og eige på same måte som ein vanleg teikneserie.
- Formatet opnar for moglegheiter til å endre på språk- og lydinnstillingar. Ved bruk av interaktivitet kan ein òg la teikneserien ha to parallelle språk – slik at teksten i boblene endrar seg når ein fører musepeikaren over dei.
- Teikneserien er laga for å lesast i fullskjerm. Optimalt format å lage skjermbaserte teikneseriar for i 2008, er 1280 x 720 pikslar eller 1920 x 1080 pikslar.
- I sjølve serien skal det ikkje gå med tid til å laste teikneserien, denne ventetida skal leggjast til når ein opnar teikneserien.
- Formatet legg til rette for å blande teikneseriar og dataspel, og kan ha interaktive delar som er informasjons- eller tekstbaserte.⁵⁰

Det er nokre forskjellar i McClouds førestilling av digitale teikneseriar og dei skjermbaserte teikneseriane Rysjedal presenterer. Rysjedal presenterer lyd og animasjon som viktige verkemiddel – McCloud meiner at desse helst berre bør brukast til overgangseffektar. Rysjedal lar hovudregelen vera at ein viser berre ei rute om gongen – McCloud meiner at å bryte ned ein teikneserie i enkeltruter er å bryte ned kjernen av identiteten til teikneseriemediet. McCloud framhever det uendelege lerretet som det viktigaste verkemiddelet til digitale teikneseriar – hos Rysjedal er dette eitt av mange verkemiddel, og han bruker dessutan dette på ein heilt annan måte enn McCloud gjer. I tillegg set Rysjedal langt meir spesifikke grenser for kva som definerer den skjermbaserte teikneserien, mellom anna ved å setja fullskjermsvisning som eit kriterium.⁵¹

Desse to teoriane viser at det finst mange tankar om kva skjermbaserte teikneseriar kan vera. Det alle desse tankane har felles, er at dei forsøker å ta teikneseriemediet eitt steg vidare ved å nytte formbaserte verkemiddel som ikkje var

⁵⁰ Rysjedal, «Den skjermbaserte teikneserien», 50-51, 56-58.

⁵¹ Ibid., 50-51, 57-58; McCloud, *Reinventing Comics*, 215, 228-229.

tilgjengelege i trykte teikneseriar. Dette er òg ulempa med den skjermbaserte teikneserien – dersom ein teikneserie først er skjermbasert, lar det seg ikkje utan vidare gjera å remediere denne tilbake til papirformat.

2.5. Metode

2.5.1. Forskingsstrategi

Ringdal framstiller forskingsprosessen i seks skjematisk trinn: idé, problemstillingar, strategi og design, datainnsamling, dataanalyse og rapportering.⁵²

Idé og problemstilling for avhandlinga har eg allereie gjort reie for: å studere digitale teikneseriar som sosiale og økonomiske dokument i utvikling frå eit brukarperspektiv. Så lenge brukaranes og serieskaparanes synspunkt står i fokus, og det er så lite forskning på dette området frå før av, er det nødvendig å gjennomføre ei eller anna form for kartleggjande brukarundersøking.

Dei to forskingsstrategiane det er mogleg å velja mellom er kvalitativ metode og kvantitativ metode. Kvalitativ metode byggjar på at den sosiale verda konstruerast gjennom individs handlingar, og at sosiale fenomen difor ikkje er stabile, men i kontinuerlig endring, medan kvantitativ metode byggjar på at dei sosiale fenomena er så stabile at det gir meining å måle dei. Sjølv om alle perspektiv på digitale teikneseriar sjølvsagt konstruerast gjennom individs handlingar, er mitt inntrykk at mediet er så stabilt at det er mogleg å bruke kvantitativ metode i denne samanhengen. Eg har vald å bruke ein metode som i hovudsak er kvantitativ, fordi eg trur at det gagnar datainnsamlinga best å ha eit utval som er så representativt som mogleg, og det er vanskeleg å få representative data med så små caseutval som er vanleg i kvalitativ metode. Samtidig er det vanskeleg å få ei oversikt over kva individa i eit samfunn tenker og føler berre basert på talmateriale, så på ein del område trur eg det er nødvendig å supplere med tekstdata.⁵³

⁵² Kristen Ringdal, *Enhet og mangfold: Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*, 2. utg. (Bergen: Fagbokforl., 2007), 17-18.

⁵³ Ibid, 91-93.

2.5.2. Design

Ringdal skiljar fem klassiske typar forskingsdesign: eksperimentell, tverrsnitt, langsgåande, casestudie og komparativ design. Eksperimentell design er lite egna til å kunne nyttast i dokumentasjonsvitskap, og casestudie og komparativ design bygger begge på undersøkingar av få casar, noko som ville medføre eit langt smalare omfang enn det eg ønskjer.⁵⁴

Då digitale teikneseriar som det meste anna utviklar seg over tid, hadde det vore svært interessant å bruke ein langsgåande tidsdesign i denne undersøkinga, med gjentekne målingar over ein lengre tidsperiode. Sjølv om digitale teikneseriar verker å vera eit svært stabilt medium, utviklar digitale media seg generelt så kontinuerleg at eit studium av stabilitet og endring innanfor digitale teikneseriar kunne gi interessante resultat. Isolert sett trur eg at langsgåande tidsdesign kan vera den beste designen for å finne svar på den aktuelle problemstillinga. Problemet er at ein slik design hadde medført ei veldig stor og omfattande undersøking, og eg tviler på at ei oppgåve med det omfanget denne har ville ha ytt ei slik undersøking rettferd.⁵⁵

Eg har difor vald å gjennomføre ei typisk tverrsnittundersøking for denne avhandlinga. Tverrsnittdesign baserer seg på innsamling av data om mange analyseiningar på eitt tidspunkt, og vil difor kunne gi eitt svar på korleis digitale teikneseriar som sosiale og økonomiske dokument i utvikling brukast i dag, samtidig som det er ein gjennomførbar design innanfor den tidsramma eg har til disposisjon.⁵⁶ I kapittel 3 vil eg kome nærare inn på korleis undersøkinga er bygd opp og gjennomført, og kva utvalsteknikk eg har nytta.

⁵⁴ Ibid., 93-95.

⁵⁵ Ibid., 127-128.

⁵⁶ Ibid., 127.

3. Planlegging og gjennomføring

3.1. Utforming av brukarundersøkinga

3.1.1. Tre delproblemstillingar

Korleis brukarar oppfattar digitale teikneseriar er ei vid problemstilling som ein kan trekke ganske mange delproblemstillingar ut av. Basert på det eksisterande kjeldematerialet trur eg likevel at det spesielt er tre ting det kunne vera ekstra interessant å finne svaret på:

- Kva slags digitale teikneseriar er populære i dag? Kvifor er desse populære? Er det nokre paratekstuelle element som i stor grad påverkar om ein serie er populær eller ikkje?
- På kva måte er det realistisk og gjennomførbart å tene pengar på digitale teikneseriar?
- Kva haldningar eksisterer til skjermbaserte teikneseriar?

3.1.2. Digitale teikneseriars popularitet

Det viktigaste spørsmålet for å finne ut kva seriar som er populære i dag, er sjølvsagt kva seriar folk faktisk lesar. Her stiller eg difor respondentane spørsmål om kva seriar det er dei lesar på nettet – og dersom dei lesar veldig mange seriar, ber eg dei om å nemne dei 5-10 seriane dei liker best. For å kunne kartleggja kva det er som gjer desse seriane så populære, må eg òg stille spørsmål om brukarane kan tenkja seg at det er ein spesiell grunn til at dei lesar og liker akkurat desse seriane.

For å kartleggja kva som avgjer om ein serie er god eller ikkje, er eg òg nøydt til å nemne ei liste docem og paratekstuelle element, og spørja respondentane kor viktige desse faktorane er for deira lesaroppleving. Dei elementa eg nemner her baserer eg på kva eg, basert på teorien og egne erfaringar, ser for meg at kan spele ei rolle for lesaropplevinga, meir spesifikt:

- At serien får deg til å le
- At serien oppdaterast ofte

- At serien er gratis å lese
- At serien bruker Flash-teknologi eller liknande for å kunne ha verkemidlar som ikkje er tilgjengelege for papirteikneseriar
- At det går an å skrive ut serien
- At serien er i eit så stort format at han er lett å lese utan å anstrenge seg
- At serien har ei samanhengande historie som er i stadig utvikling
- At serien er tilgjengeleg andre stadar enn på Internett
- At serien har ei internettadresse som er lett å hugsa
- At serien er skrive på lesarens morsmål
- At serien har eit fast persongalleri
- At heile arkivet til serien er tilgjengeleg på nettet
- At nettsidene gir ei moglegheit til å skrive kommentarar til serien eller å diskutere den i eit eget diskusjonsforum
- At teikneserieskaparen har ein blogg
- At lesaren føler seg som ein del av ei større gruppe når han lesar serien

I tillegg til dette er det nødvendig å ha eit opent felt der respondentane kan nemne andre faktorar som i stor grad påverkar lesaropplevinga som ikkje er nemnde på lista over. Eg stiller òg eit spørsmål om kva teikneserieportalar – sider som samlar fleire teikneseriar på same stad – brukarane har erfaring med.

Sjølv om eg gjennomfører brukarundersøkinga i miljø der det verker naturleg at dei fleste som svarer lesar digitale teikneseriar, kan det òg hende at nokre av dei ikkje gjer det. Eg må difor finne ut om brukarane lesar digitale teikneseriar på jamleg basis, og dersom dei ikkje gjer det, kva som er grunnen til dette og kva ein digital teikneserie eventuelt måtte tilby for at dei skulle fatte interesse for denne.

3.1.3. Økonomiske aspekt

Her er det først viktig å kartleggja kva haldningar brukarane har til økonomiske spørsmål på Internett generelt, slik at eg ikkje risikerer å gå ut frå at haldningar brukarane har til internetthandel generelt gjeld for internetteikneseriar spesielt. Difor må eg stille spørsmål rundt om brukarane har handla i nettbutikkar, om dei nokon

gong har lasta ned digitale filer mot betaling, og om dei nokon gong har betalt pengar for å få tilgang til nettsider eller digitale tenester.

Dei mest utbreidde finansieringsformene for digitale teikneseriar verker å vera annonser og produktsal. Difor må eg sjølvsagt kartleggja kor mange av respondentane som faktisk kjøper produkt frå teikneserienettsider eller klikkar på annonsane der. Men den finansieringsmodellen som verker å vera hyppigast omtalt i tidlegare teori, er konkret sal av sjølve den digitale teikneserien, anten i form av mikrobetalingar eller gjennom eit abonnement, og difor trur eg det kan vera nyttig å stille ein del spørsmål om denne for å kartleggja kva haldningar brukarane har til ei slik betalingsform.

Det første spørsmålet eg stiller er sjølvsagt om respondentane har erfaring med å kjøpe digitale teikneseriar. Men ettersom dette ikkje er så utbredt i dag, vil ikkje låge tal her nødvendigvis tyde at brukarane er negativt innstilt til finansieringsforma – det kan òg tyde at dei ikkje har erfaring med ho – og ein treng difor fleire spørsmål for å finne ut om digitale teikneseriar tilbode mot betaling faktisk har noko for seg.

Spørsmålet eg veljar å stille, er: «Dersom ein teikneserie du var interessert i å lese blei gjort tilgjengeleg digitalt på nettet mot betaling til ein akseptabel pris, er det sannsynleg at du ville kjøpe den?». Ei formulering som legg til grunn at prisen ikkje er for høg og at teikneserien i seg sjølv er interessant for lesaren, verkar optimal for å finne ut kva haldningar brukarane har til digitale teikneseriar, men då er det sjølvsagt òg nødvendig å stille ekstra spørsmål for å finne ut *kva* som er ein akseptabel pris, og kor mykje av ein teikneserie lesarane ønskjer å få tilgang på som gratis smakebitar før dei betaler for serien.

3.1.4. Skjermbaserte teikneseriar

For å kartleggja haldningar til skjermbaserte teikneseriar, må eg først vise lesarane nokre døme på skjermbaserte teikneseriar slik at dei som ikkje har erfaring med slike teikneseriar har ei moglegheit til å svare på spørsmål om dei. Dei seriane eg valde å vise brukarane var *PoCom-UK-001*, *The right Number* og *Ortorian*.⁵⁷

Det første og viktigaste spørsmålet ein må stille er sjølvsagt korleis brukarane opplever skjermbaserte teikneseriar, og kva dei føler at dette gjer for lesaropplevinga –

⁵⁷ Abadzis et.al., *PoCom-UK-001*; McCloud, *The right Number*; Rysjedal og Øye, *Ortorian*.

men eit like viktig spørsmål er korleis dei opplever skjermbaserte teikneseriar å vera *samanlikna med tradisjonelle internetteikneseriar*. Eg spurte òg kva faktorar ved desse teikneseriane det var brukarane likte eller mislikte, og om dei trudde at skjermbaserte teikneseriar kom til å bli den dominerande forma for digitale teikneseriar i framtida.

3.2. Gjennomføring av brukarundersøkinga

3.2.1. Utvalsteknikk

Ringdal framhever heterogenitet og ulike meiningar og erfaringar i ulike delar av folket som ein hovudgrunn til at utvalsteknikk er viktig, og at eit utval er representativt for den populasjonen det er trekt frå.⁵⁸ Til tross for at dette er eit godt – og viktig – råd, har eg vald å ikkje følge det i dette tilfellet. Medan eg sannsynlegvis kunne ha fått betre resultat ved å setja opp ei utvalsramme, foreta tilfeldig trekking av einingar frå denne ramma, og deretter stratifisere og vekte for å sørge for at nøkkelgrupper i utvalet blir representert, byr det på eitt stort problem: Det eksisterer ikkje god nok informasjon om populasjonen til at ei sannsynsutveljing er mogleg.

Ringdal gir mange gode døme på bruk av utvalsteknikk: I *European Social Survey* 2006 var populasjonen alle personar over 15 år busett i Noreg i august, og i det tilfellet var det praktisk å gjera eit tilfeldig utval frå det sentrale befolkningsregisteret BEBAS.⁵⁹ Skal populasjonen representere arbeidsledige, går det an å ta utgangspunkt i dei som svarer at dei er arbeidsledige i arbeidskraftundersøkingane eller ta utgangspunkt i NAVs register.⁶⁰ Men det eksisterer ikkje eit register over menneske som lesar digitale teikneseriar. Det vil ikkje vera fordelaktig for denne undersøkinga å ta utgangspunkt i heile befolkninga, då hovudspørsmålet i problemstillinga handlar om kvifor dei som lesar digitale teikneseriar lesar desse på den måten dei gjer. Populasjonen eg er nøydte til å ta utgangspunkt i difor er *menneske som jamleg lesar digitale teikneseriar*, og denne populasjonen finst det veldig lite informasjon om frå før, og det lar seg sannsynlegvis ikkje gjera å produsere eit representativt utval av denne gruppa med sannsynsutveljing basert på den informasjonen vi har i dag.

⁵⁸ Ringdal, *Enhet og mangfold*, 185.

⁵⁹ Ibid., 187.

⁶⁰ Ibid., 191.

Eg har difor vald ein annan strategi – ei *slumpmessig utveljing* der eg har forsøkt å rekruttere så mange som mogleg frå ulike teikneseriemiljø på Internett. Ringdal åtvarar mot dette: «Slike teknikker er lettvinde, men gir ikke representative utvalg. Spesielle grupper, demografisk eller når det gjelder personlighet, vil bli overrepresentert».⁶¹ Eg trur at eg kan snu dette til min fordel – det er som sagt vanskeleg å finne eit representativt utval for undersøkinga i utgangspunktet. Så lenge eg held rekrutteringa til områder der eg opplever det som realistisk å finne menneske som lesar digitale teikneseriar, er det i mine auge ein sjanse for at den gruppa som først og fremst vil bli overrepresentert i undersøkinga er populasjonen eg har interesse av å finne i utgangspunktet. Ved å velja denne teknikken mister eg styrken i teknikkane for sannsynsutveljing – at eg ikkje kan statistisk generalisere frå eit utval til populasjonen – men det er ei ulempe eg ikkje klarer å unngå på eit såpass lite utforska forskingsfelt som dette.

3.2.2. Arena: Internett

Eg har vald å gjennomføre denne brukarundersøkinga på Internett. Det er det i hovudsak to grunnar til:

- Dersom datainnsamlinga skulle ha vore gjennomført utanfor Internett, ville det ha vore ein langt meir komplisert logistisk operasjon å finne eit representativt utval for heile landet. Hadde eg gjennomført datainnsamlinga lokalt, ville svara ha reflektert haldningar berre i Tromsø. Hadde eg vald å reise rundt i landet for å samle data hadde eg fått eit breiare datautval, men sannsynlegvis framleis ikkje breitt nok: Ei datainnsamling som dekte Oslo, Bergen, Trondheim og Tromsø ville til dømes dekke ganske mykje av landet, men denne ville likevel berre dekke storbyane og ikkje vise kva haldningar til digitale teikneseriar som finst i distrikta. Ved å gjennomføre undersøkinga på nettet, blir heile landet representert.
- Eg er ikkje interessert i å kartleggja haldningar blant folk flest til digitale teikneseriar. Eg er interessert i å kartleggja kva haldningar brukarar som lesar

⁶¹ Ibid.

digitale teikneseriar og allereie har eit forhold til desse har til digitale teikneseriar. Denne gruppa finst på Internett, og det er naturleg nok der det er lettast å få tak i dei.

Undersøkinga blei laga i scriptspråket PHP og lagt ut på Internett 6. februar 2009. Planen var å la undersøkinga liggja ute ut februar, med det førehaldet at eg kunne la undersøkinga liggja ei stund til dersom den ikkje fekk nok svar. Då eg i slutten av februar hadde fått 293 svar, valde eg å avslutte datainnsamlinga på det tidspunktet. Sjølve undersøkinga blei publisert på min eigen webtenar, og lenkjer til denne blei gjort tilgjengeleg i ein nyhendeartikkel på *Pondus.no*, i bloggen på *Nettserier.no*, og i diskusjonsforumma på *Kollektivet.no*, *Start.no* (M-forumet), *VG.no* (teikneserieforumet), *Andebyonline.com* og i diverse profilar på *Facebook*. Som eit intensiv for å få brukarar til å delta i undersøkinga kjøpte eg fem gåvekort à 200 kroner på den landsdekkjande teikneseriebutikkjeda *Outland*, og brukte desse som premiar i undersøkinga.

3.2.3. Problem og feilkjelder

Det oppstod nokre små problem i gjennomføringa av undersøkinga, alle av teknisk art. Det største av desse var eit teknisk problem med undersøkingsscriptet, som gjorde at alle svar på spørsmål som innehaldt avkryssingsboksar ikkje blei registrert riktig for dei 14 første deltakarane i undersøkinga, og desse svara må difor forkastast. Dette påverka to spørsmål: «Kva har du brukt Internett til i løpet av den siste månaden?» og «Kva teikneserieportalar har du besøkt i løpet av den siste månaden?». For desse to spørsmåla består utvalet av 14 færre svar enn resten av undersøkinga.

I delen om skjermbaserte teikneseriar lenkja eg til tre skjermbaserte teikneseriar for å gi dei brukarane som ikkje kjenner dokumentasjonsforma eit inntrykk av kva som kjenneteiknar denne. Ein av seriane eg lenkja til var Rysjedals *Ortorian*, som diverre forsvann frå nettet få dagar før eg starta undersøkinga. Eg sletta lenkja til *Ortorian* så snart eg oppdaga dette, første dag av undersøkinga, men eg hadde på det tidspunktet ingen andre gode døme å erstatte denne lenkja med. Utvalet av skjermbaserte teikneseriar som deltakarane i undersøkinga fekk bla gjennom var altså litt mindre enn eg eigentleg hadde tenkt.

Eit anna mindre problem var at eg i undersøkinga ikkje gjorde det obligatorisk å svare på alle spørsmåla. Det medfører at enkelte brukarar ikkje svarte på enkelte spørsmål, og det er få spørsmål som har blitt svart på av alle deltakarane. Dette blei likevel ikkje eit stort problem, då alle spørsmåla har ein svært høg svarprosent.

Med unntak av desse problema var det ingen komplikasjonar med undersøkingsresultata.

4. Resultat frå brukarundersøkinga

4.1. Demografien til undersøkingsgruppa

Det kom inn i alt 293 svar til undersøkinga. Etersom vanlege utvalsstorleikar for spørjeundersøkingar er 500-5000, og eg dessutan har basert undersøkinga på eit slumpmessig utval (ved å publisere undersøkinga på nettet og be alle som hadde moglegheit til det om å svare) og ikkje på sannsynsutveljing (der ein veljar ut eit representativt utval av gruppa og ber dei om å svare), er det litt problematisk å generalisere frå desse svara. Samtidig er populasjonen i denne undersøkinga i utgangspunktet ei relativt lita gruppe – nordmenn som leser digitale teikneseriar. Etersom eg har jobba for å hente deltakarar frå fleire ulike nettstadar og populasjonen er så liten som han er, meiner eg at data frå denne undersøkinga kan seie litt om trendar og tilstandar blant norske brukarar av digitale teikneseriar, til tross for dei overnemnde problema.⁶²

Etersom teikneseriar tradisjonelt i stor grad har vore ein mannsdominert bransje som har fanga interessa til ei manns- og gutedominert lesargruppe, forventa eg det kom til å vera ei overvekt av menn i utvalet som deltok i undersøkinga.⁶³ Dette viste seg å stemme – i tillegg til ein person som ikkje gav opp eit kjønn i undersøkinga, deltok 230 menn (78.8 %) og 62 kvinner (21.2 %).

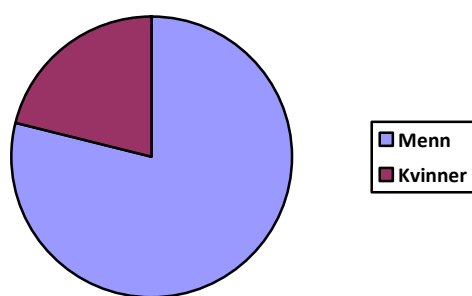


Diagram 1: Kjønnfordeling i undersøkinga

⁶² Ringdal, *Enhet og mangfold*, 174.

⁶³ McCloud, *Reinventing Comics*, 100-104.

Aldersspekteret i undersøkinga var overraskande bredt – dei yngste deltakarane var 13 år gamle, den eldste var 63 år. Dei fleste av deltakarane var mellom 18 og 35 år – medianalderen var på 25 år, og gjennomsnittsalderen var på 26,63 år. Blant menn var medianalderen 25 år og gjennomsnittsalderen 26,96 år, blant kvinner var medianalderen 25 år og gjennomsnittsalderen 25,41 år.

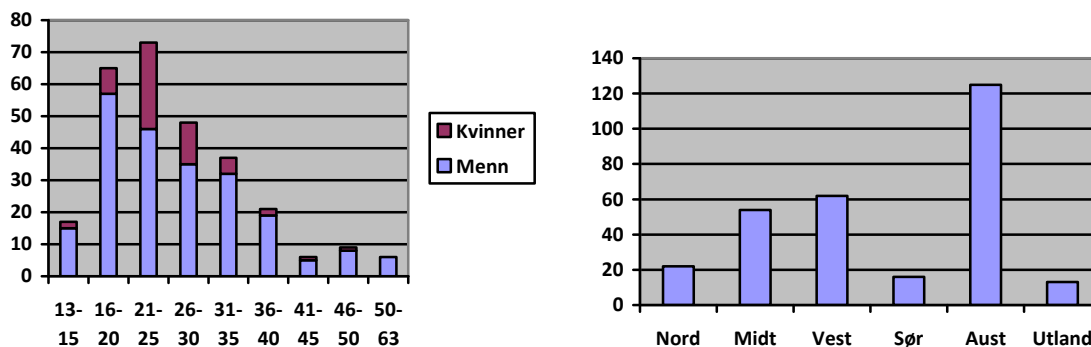


Diagram 2: Venstre: Aldersfordeling i undersøkinga. Høgre: Geografisk fordeling av respondentane.

Den geografiske fordelinga i utvalet var nokolunde som forventa. Heile landet var representert, med 22 svar frå Nord-Noreg (7.5 %), 54 svar frå Trøndelag (18.5 %), 62 svar frå Vestlandet (21.2 %), 16 svar frå Sørlandet (5.5 %) og 125 svar frå Austlandet (42.8 %). Etersom undersøkinga berre var tilgjengeleg på norsk, gjekk eg ut frå at det kom til å vera berre eit mindretal av utvalet som opphaldt seg utanfor Noreg, og det stemte – berre 13 svar (4.5 %) kom frå utlandet. Basert på språka som er nytta i tekstspørsmåla er det tydeleg at dette først og fremst er nordmenn busett i utlandet, og i andre rekke svenskar og danskar.

Dei som deltok i undersøkinga er i stor grad interessert i teikneseriar. 97.3 % av dei oppgir at dei har lest teikneseriar på nettet i løpet av dei siste tre månadane. 94.8 % har lest minst eitt teikneserieblad i løpet av dei siste tre månadane, og 93.2 % har lest teikneseriar i avisene i løpet av dei siste tre månadane.

96.6 % av dei spurte bruker Internett dagleg. På spørsmål om kva ein har brukt nettet til i løpet av den siste månaden, bruker 97.8 % nettet til å lese/sende e-post, 95.7 % til å lese teikneseriar, 94.3 % til å lese nyhende, 90.7 % til å sjå filmsnuttar, 80.6 % til å søke informasjon gjennom jobb eller skole, 72.8 % til å chatte, 71.3 % til å

bruke sosiale nettverk, 69.9 % til å lese bloggar, 67.4 % til å kjøpe varar, 58.1 % til å laste ned musikk og andre digitale produkter, 55.6 % til å spele spel, og 35.5 % til å lage eller oppdatere egne nettsider og bloggar. Andre ting mange brukte Internett til var diskusjonsfora, filoverføring, nettbank og pornografi.

4.2. Digitale teikneseriars popularitet

4.2.1. Populære seriar i utvalet

Eitt av spørsmåla i undersøkinga var kva seriar folk leste på nettet. Dei seriane som oftast blei nemnd, var desse:⁶⁴

Namn på serie:	Lesarar:	%
1. <i>Pondus</i> av Frode Øverli	147	50.2 %
2. <i>M</i> av Mads Eriksen	132	45.1 %
3. <i>Nemi</i> av Lise Myhre	67	22.9 %
4. <i>Rocky</i> av Martin Kellerman	55	18.8 %
5. <i>xkcd</i> av Randall Munroe	52	17.7 %
6. <i>Wulffmorgenthaler</i> av Mikael Wulff og Anders Morgenthaler	35	11.9 %
7. <i>Dilbert</i> av Scott Adams	30	10.2 %
8. <i>Rutetid</i> av Frode Øverli	28	9.6 %
9. <i>Sinfest</i> av Tatsuya Ishida	25	8.5 %
10. <i>Penny Arcade</i> av Jerry Holkins og Mike Krahuik	24	8.2 %
10. <i>Perry Bible Fellowship</i> av Nicholas Gurewitch	24	8.2 %
12. <i>Zofies verden</i> av Grethe Nestor og Norunn Blichfeldt Schjerven	22	7.5 %
13. <i>Ctrl+Alt+Del</i> av Tim Buckley	20	6.8 %
13. <i>Cyanide and Happiness</i> av Kris Wilson, Rob DenBleyker, Matt Melvin og Dave McElfrick	20	6.8 %
15. «Alle seriar på Nettserier.no / Diverse seriar på Nettserier.no» ⁶⁵	18	6.1 %

⁶⁴ For internettadresser til desse seriane, sjå litteraturlista.

16.	<i>Radio Gaga</i> av Øyvind «Flis» Sagåsen	17	5.8 %
17.	<i>Looking for Group</i> av Ryan Sohmer og Lar deSouza	16	5.5 %
17.	<i>Wyyrd</i> av Gard Helset	16	5.5 %
19.	<i>Questionable Content</i> av Jeph Jacques	14	4.8 %
19.	<i>UserFriendly</i> av J.D. «Illiad» Frazer	14	4.8 %

Nokre ting ein umiddelbart legg merke til på denne lista er:

- Dei fire mest populære seriane i undersøkinga – *Pondus*, *M*, *Nemi* og *Rocky* – er svært kjente seriar frå trykte media, mellom anna går alle seriane i *Dagbladet*, og ei rekke andre aviser, alle seriane har eigne teikneserieblad i Noreg, og tre av dei kan lesast på teikneserieportalen til *Dagbladet.no*. I tillegg går *Wulffmorgenthaler* i *Aftenposten* og *Dilbert* i *VG*, og begge desse kan lesast på avisenes respektive nettsider. *Rutetid* og *Zofies verden* er òg tilgjengelege på *Dagbladet.no*.
- Mange av dei andre seriane på toppen av lista er seriar som står på trykk eller har stått på trykk i Noreg. I tillegg til dei allereie nemnde seriane, som alle er på trykk i store norske teikneserieblad, har *Perry Bible Fellowship* og *Penny Arcade* gått i *M*-bladet, *Sinfest* har gått i *Nemi*-bladet, og *Radio Gaga* har gått i *Pondus*-bladet.
- Dei fleste av dei amerikanske seriane på lista er sjølvpublisert av serieskaparar med eigne heimesider. For dei norske seriane er situasjonen ein annan: Berre ein av dei norske seriane i toppsjiktet – *Wyyrd* – er sjølvpublisert, dei andre norske seriane er publisert i nettaviser.
- Berre to av seriane på lista er laga av kvinner.
- Dei ikkje-skandinaviske seriane som kjem høgt på lista kan stort sett klassifiserast som det Campbell kallar «nerdcore», seriar med ein tematisk humorstil som er tilpassa stereotypiske internettbrukarar: *xkcd* handlar ofte om matematikk og teknologi, *Penny Arcade* og *Ctrl+Alt+Del* handlar om videospel,

⁶⁵ Dette er rettnok ikkje ein serie, men såpass mange gav dette svaret at eg då eg compilerte resultatata frå undersøkinga, valde eg å oppføre det som eit eget alternativ.

Looking for Group handlar om rollespel og *UserFriendly* handlar om IT-support.⁶⁶

Eg vil sjå nærare på desse og andre aspekt i kapittel 5.

4.2.2. Populære seriar fordelt på kjønn

Heilt i toppen av lista er det ikkje store forskjellar mellom menn og kvinner, men når vi kjem litt lenger ned er det nokre forskjellar:

Populære seriar blant menn:		Lesarar:	%
1.	<i>Pondus</i> av Frode Øverli	113	49.1 %
2.	<i>M</i> av Mads Eriksen	99	43.0 %
3.	<i>xkcd</i> av Randall Munroe	45	19.6 %
4.	<i>Rocky</i> av Martin Kellerman	42	18.3 %
5.	<i>Nemi</i> av Lise Myhre	39	17.0 %
6.	<i>Dilbert</i> av Scott Adams	26	11.3 %
6.	<i>Wulffmorgenthaler</i> av Mikael Wulff og Anders Morgenthaler	26	11.3 %
8.	<i>Penny Arcade</i> av Jerry Holkins og Mike Krahuik	22	9.6 %
9.	<i>Perry Bible Fellowship</i> av Nicholas Gurewitch	21	9.1 %
10.	<i>Rutetid</i> av Frode Øverli	20	8.7 %
10.	<i>Sinfest</i> av Tatsuya Ishida	20	8.7 %
12.	<i>Cyanide and Happiness</i> av Kris Wilson, Rob DenBleyker, Matt Melvin og Dave McElfrick	19	8.3 %
13.	«Alle seriar på Nettserier.no / Diverse seriar på Nettserier.no»	18	7.8 %
13.	<i>Ctrl+Alt+Del</i> av Tim Buckley	18	7.8 %
15.	<i>Zofies verden</i> av Grethe Nestor og Norunn Blichfeldt Schjerven	17	7.4 %
16.	<i>Radio Gaga</i> av Øyvind «Flis» Sagåsen	15	6.5 %
17.	<i>Eon</i> av Lars Lauvik	12	5.2 %
17.	<i>Looking for Group</i> av Ryan Sohmer og Lar deSouza	12	5.2 %

⁶⁶ Campbell, *A History of Webcomics*, 18.

17.	<i>UserFriendly</i> av J.D. «Illiad» Frazer	12	5.2 %
20.	<i>Wyyrd</i> av Gard Helset	11	4.8 %

Populære seriar blant kvinner:		Lesarar:	%
1.	<i>Pondus</i> av Frode Øverli	34	54.8 %
2.	<i>M</i> av Mads Eriksen	33	53.2 %
3.	<i>Nemi</i> av Lise Myhre	28	45.2 %
4.	<i>Rocky</i> av Martin Kellerman	13	21.0 %
5.	<i>Wulffmorgenthaler</i> av Mikael Wulff og Anders Morgenthaler	9	14.5 %
6.	<i>Rutetid</i> av Frode Øverli	8	12.9 %
7.	<i>xkcd</i> av Randall Munroe	7	11.3 %
8.	<i>Questionable Content</i> av Jeph Jacques	5	8.1 %
8.	<i>Sinfest</i> av Tatsuya Ishida	5	8.1 %
8.	<i>Wyyrd</i> av Gard Helset	5	8.1 %
8.	<i>Zofies verden</i> av Grethe Nestor og Norunn Blichfeldt Schjerven	5	8.1 %
12.	<i>Dilbert</i> av Scott Adams	4	6.5 %
12.	<i>FreakAngels</i> av Warren Ellis og Paul Duffield	4	6.5 %
12.	<i>Girl Genius</i> av Kaja og Phil Foglio	4	6.5 %
12.	<i>Gunnerkrigg Court</i> av Tom Siddell	4	6.5 %
12.	<i>Looking for Group</i> av Ryan Sohmer og Lar deSouza	4	6.5 %

17. plass på kvinnelista er delt mellom åtte seriar: 9 *Chickweed Lane* av Brooke McEldowney, *Bizarro* av Dan Piraro, *Donald Duck* av diverse teikneserieskaparar (dei fleste av dei stripene som er tilgjengelege for lesing på nett har teikningar av Al Taliaferro), *Felina* av InkaLill, *Hakkum* av Nils Petter Smeby, *Perry Bible Fellowship* av Nicholas Gurewitch, *Ridderne av Dor* av InkaLill og *Something Positive* av R.K. Milholland, som alle lesast av tre kvinner (4.8 %).

Det som er interessant å leggja merke til her, er at det ikkje berre er nokre andre seriar på kvinnelista, men det er ein heilt annan *type* teikneseriar. På same måte som dei to førre listene er toppen av denne lista dominert av norske stripeseriar, men nerdcoreseriar som *Penny Arcade*, *Ctrl+Alt+Del* og *UserFriendly* står ikkje på

kvinnelista. I staden for er desse plassane overtatt av lengre spenningsseriar som *FreakAngels*, *Girl Genius* og *Gunnerkrigg Court*. Forskjellane mellom desse to typane seriar er ganske merkbare – medan t.d. *Penny Arcade* er ein humoristisk stripeserie som handlar om to unge menn som bruker det meste av tida si på å spele videospel, skildrar serieskaparen *FreakAngels* som ein nær-framtids-steampunk-serie om figurar som lever i eit London etter ei oversymjing dei kanskje har hatt noko å gjera med.⁶⁷ Dei mest populære seriane hos begge kjønn er altså norske stripeseriar kjent frå blad og aviser, men eit stykke lenger ned på lista er dei føretrekte seriane så forskjellige som dei kan bli. Ettersom det berre deltok 62 kvinner i denne brukarundersøkinga kan desse tala neppe generaliserast til å vera gjeldande for alle norske kvinnelege teikneserielesarar, men det er likevel ein interessant observasjon.

4.2.3. Grunnar til å lese teikneseriar

På spørsmålet om kvifor ein lesar akkurat dei seriane ein har oppgitt, er det mange gode grunnar som er oppgitt, men det er spesielt to som går igjen: *humor* og *tilgjengelegheit*. Folk lesar ofte seriar dei sjølv oppfattar som morosame, og nettet tilbyr òg noko for einkvar smak – mange svarte at dei lesar akkurat dei seriane dei lesar ikkje berre fordi dei er morosame, men fordi dei følte at det var «sin type humor».

Tilgjengelegheit er eit anna viktig aspekt for mange. Med dette kan ein forstå fleire ting – ein ting er at folk berre kan lese dei seriane dei kjenner til, dei seriane dei har lett tilgong på. Underforstått er det òg mange som lesar teikneseriar basert på kva nettsider dei besøker ofte. Mange av dei som skreiv at dei lesar *Nemi* og *Rocky*, grunngav dette med at dei leste *Pondus* på Dagbladet.no, og så leste dei *Nemi* og *Rocky* fordi dei var på same side som *Pondus*. Ein annan del av tilgjengelegheitsaspektet er at mange føretrekk seriar som oppdaterast ofte.

4.2.4. Grunnar til å ikkje lese teikneseriar

Som nemnd tidlegare var det ikkje alle dei spurte i undersøkinga som lesar digitale teikneseriar jamleg. 32 av dei spurte skriver at dei ikkje lesar digitale teikneseriar på

⁶⁷ John Anderson, «Warren Ellis addresses his 'Children' at Comic-Con», *Comics Alliance* (AOL, 29.07.2007), <http://www.comicsalliance.com/2007/07/29/warren-ellis-addresses-his-children-at-comic-con/> (oppført 13.05.2009).

jamleg basis, og åtte av disse har ikkje lest teikneseriar på nettet i det heile tatt dei siste tre månadane. Når spurt kvifor dei ikkje leser teikneseriar på nettet, svarte dei åtte:

- «Tegneserier er mer tilgjengelige fysisk, i hvert fall de seriene jeg interesserer meg for. Jeg vet ellers svært lite om hvor man finner særlig med serier på nett, og synes heller ikke det er særlig spennende å sitte og lese slike serier på en dataskjerm. Det føles rett og slett litt feil» (mann, 25 år, Vestlandet).
- «Jeg kender ingen interessante teikneserier på nettet» (mann, 50 år, utanfor Noreg).
- «Leser tegneserier ved tilfeldigheter. Hvis jeg kommer over en god en i butikken kjøper jeg den i magasin form. Er sjelden tegneserier på de nettstedene jeg besøker» (mann, 23 år, Trøndelag).
- «De tegneseriene jeg er interessert i, finnes i liten grad tilgjengelig på nettet» (mann, 30 år, Vestlandet).
- «Det er vel på grunn av jeg er virkelig skeptisk til å lese tegneserier på nett. Hovedgrunnen til min skeptiske tankegang til digitaliserte tegneserier på nett er vel fordi det er noe med den følelsen når man leser tegneserier. Når du da får kjøpt den tegneserien du like så får du den følelsen av at du har kjøpt en vare som du eier og du bestemmer utfallet av hva som skjer med varen. Når du da leser en tegneserie på netter vil ikke man få den eierfølelsen som man får når man kjøper den over disken. En annen ting er også at varen du har kjøpt ligger i bokhyllen mens tegneserien på nett ligger på nett og dermed kan forsvinne en dag. Imotsetning til å ha den i bokhyllen i flere år. Andre faktorer er jo også at man kan lene seg tilbake og lese tegneserien hvor man en ønsker i motsetning til en tegneserie på nett hvor det begrenset hvor man kan eventuelt sitte. En annen grunn er vel også manglende opplysninger og information om hvor man skal se etter tegneserier, tror vel nok at de fleste ønsker noe enkelt, istendefor at de må trenge å lete etter en tegneserie på nett som kan ta lang tid å finne fram til. Har flere grunner men jeg nøyer meg med de grunnene som jeg har oppgitt» (mann, 18 år, Austlandet).

- «Leser bare bøker» (kvinne, 14 år, Sørlandet).
- «ingenting er som papir!» (mann, 63 år, Austlandet)
- «HAR ikke tenkt over muligheten» (mann, 40 år, Trøndelag).

Eg spurte òg kva dei såg for seg at ein digital teikneserie måtte tilby for at dei skulle vurdere å lese den:

- «Det måtte ha vært en serie helst med korte striper, maks en side. Altså en humorserie. Dette fordi det vil ta kort tid å lese, og alt annet vil bli for langtekkelig når man sitter foran PC-en» (mann, 25 år, Vestlandet).
- «Vet ikke» (mann, 50 år, utanfor Noreg).
- «Humor ala Pondus/Rex Rudi. Tegninger av brukbar kvalitet, og at man slipper å lese avsindes langt før man kommer til poenget (Rocky)» (mann, 23 år, Trøndelag).
- «Den måtte kun være tilgjengelig på nettet og ikke som vanlig utgivelse» (mann, 30 år, Vestlandet).
- «For det første vil jeg nok ønske at den tegneserien jeg leser er på en side som har et virkelig godt brukersnitt men også er oversiktlig. En annen faktor vil kanskje være at det er enkelt for meg å komme fram til tegneserien min uten noen form for vanskeligheter og kunne nytte tegneserien min i fred og ro. Ellers kommer jeg ikke akkurat opp med flere elementer i dette øyeblikk» (mann, 18 år, Austlandet).
- «Japansk tegneserier» (kvinne, 14 år, Sørlandet).
- «at han ikkje er å få på papir?» (mann, 63 år, Austlandet)
- «at de er gode og gratis» (mann, 40 år, Trøndelag).

Eg legg merke til at alle desse brukarane verkar interesserte i teikneseriar – det er å lese seriane digitalt dei ikkje er interesserte i. Det kan òg sjå ut som om dette er eit spørsmål om smak, og at dei teikneseriane ein vanlegast finn på nettet ikkje heilt er det dei er ute etter. Når ein ser dette i samanheng med den kanskje litt einsformige lista i 4.2.1., som stort sett inneheld stripeseriar og humorseriar, gir det meining – når det

kjem til teikneserieromanar og andre lengre seriar, er det både vanskelegare å finne gode teikneserieromanar på Internett, og dersom ein klarer å finne ein er ikkje desse like praktiske å lese på skjerm som stripeseriar er, iallfall ikkje i si noverande form: Ein ønskjer å kunne ta med seg teikneserien til sofaen, ein liker kjensla av papir mellom fingrane, og for enkelte typar teikneseriar er dette spesielt viktig. At nokre ikkje lesar teikneseriar på nett på jamleg basis, heng difor sannsynlegvis saman med at ikkje alle teikneseriar er like godt tilpassa digital teknologi, i tillegg til at det sjølvsagt er ei personleg smakssak.

4.2.5. Viktige docem og paratekstuelle element

Brukarane blei spurt kva faktorar ved teikneseriane dei meiner at er viktige for si lesaroppleving. Rangert etter viktigheit var faktorane

	Svært viktig	viktig	Verken viktig eller uviktig	uviktig	Svært uviktig
At serien er i eit så stort format at den er lett å lese utan å anstrenge seg	33.6 %	49.7 %	12.3 %	3.8 %	0.7 %
At serien er gratis å lese	41.6 %	41.2 %	14.4 %	2.1 %	0.7 %
At serien oppdaterast ofte	22.4 %	55.5 %	18.3 %	3.8 %	0.0 %
At serien får deg til å le	27.4 %	45.9 %	22.3 %	2.4 %	2.1 %
At heile arkivet til serien er tilgjengeleg på nettet	19.2 %	40.5 %	26.5 %	11.7 %	2.1 %
At seriens URL er lett å hugsa	7.9 %	29.9 %	30.9 %	18.9 %	12.4 %
At serien har eit fast persongalleri	4.5 %	27.5 %	40.5 %	17.9 %	9.6 %
At serien har ei samanhengande historie som er i stadig utvikling	3.4 %	19.9 %	52.4 %	17.5 %	6.8 %
At det går an å skrive kommentarar til serien eller diskutere den i seriens diskusjonsforum	4.5 %	16.8 %	35.4 %	27.8 %	15.5 %
At serien er tilgjengeleg andre stadar enn på Internett	3.1 %	13.4 %	38.6 %	27.6 %	17.2 %
At du føler deg som ein del av ei større	3.4 %	12.3 %	27.7 %	24.3 %	32.2 %

gruppe når du leser serien

At serieskaparen har ein blogg	0.7 %	11.3 %	36.6 %	30.8 %	20.5 %
At serien er skrive på morsmålet ditt	2.4 %	7.9 %	19.2 %	33.2 %	37.3 %
At det går an å skrive ut serien	1.7 %	7.2 %	27.4 %	29.8 %	33.9 %
At serien bruker Flash-teknologi eller liknande for å ha verkemiddel som ikkje er tilgjengelege for papirteikneseriar	0.7 %	2.4 %	22.3 %	34.4 %	40.2 %

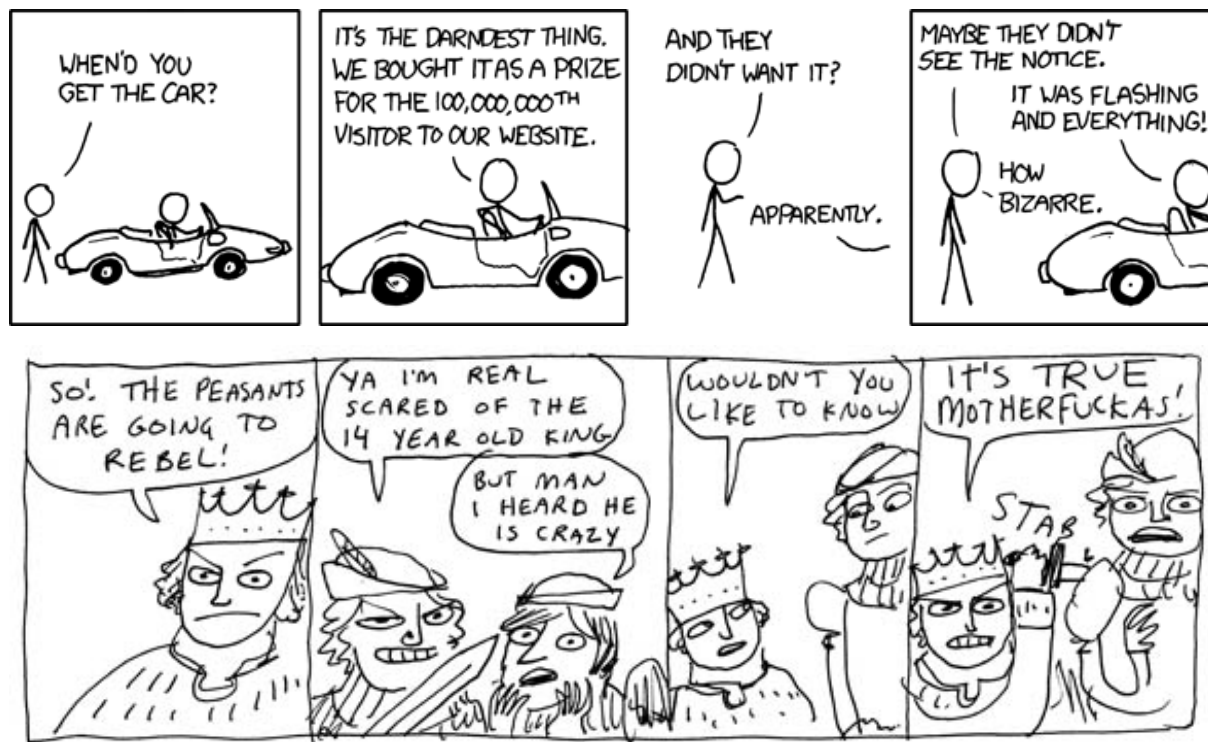
Dei fem faktorane flest brukarar meiner at er viktige eller svært viktige ved ein digital teikneserie, er altså at serien er i eit stort nok format til at den kan lesast heilt uproblematisk, at serien er gratis, at serien oppdaterast ofte, at serien klarer å få lesaren til å le og at heile arkivet til teikneserien er tilgjengeleg på nettet. Dersom ein berre ser på kva aspekt brukarane oppfattar som svært viktige, vil dei same fem aspekta hamne høgst på lista, men i ein litt annan rekkefølge: Det viktigaste er då at serien er gratis, følgd av at han er i eit stort format, at han får lesarane til å le, at han oppdaterast ofte og av at heile arkivet er tilgjengeleg på nettet. Det er verdt å merke seg at dei fire første av desse faktorane stemmer for nesten alle seriane på topplista i kapittel 4.2.1, så det er heilt klart ein samanheng mellom kva lesarane oppfattar som viktig og kva seriar dei faktisk lesar.

Dei fem minst viktige faktorane, sortert etter kva brukarane meiner er uviktig eller svært uviktig, er at serien bruker Flash, at serien er skrive på lesarens morsmål, at det går an å skrive ut serien, at ein føler seg som ein del av eit større fellesskap når ein leser serien og at serieskaparen har ein blogg det går an å følgja med på. At brukarar i så stor grad føler at bruk av applikasjonar som Adobe Flash for å lage skjermbaserte teikneseriar er uviktig er interessant, men ikkje oppsiktsvekkande – det vil eg kome tilbake til i kapittel 4.4.

Eg spurte òg kva andre aspekt brukarane følte at påverka lesaropplevinga deira. Den mest nemnte faktoren ser ut til å vera navigasjonen på sida – at det går an å bla fram og tilbake mellom stripene, at arkivet er oversiktleg og lett tilgjengeleg, og at nettsidene er brukarvennlige og enkle å navigere. Stabilitet verkar òg å vera eit gjennomgangstema: Mann/28/Trøndelag meiner at det er viktig «[a]t designet på siden

ikke blir byttet ut hele tiden», medan kvinne/24/Nord-Noreg meiner at ein digital teikneserie «er nødt til å være tegnet godt, i en gjennomgående stil, ikke for mye forandringer i stilen».

Eit anna interessant aspekt mange trekker fram, er teiknestilen. Medan det var forventa at mange teikneserielesarar framhever at kvaliteten på teikningane er viktig for lesaropplevinga, er det interessant å leggja merke til *kva* ein definerer som kvalitetsteikningar. Kvinne/23/Sørlandet meiner at «[t]egneseriens utseende er også en viktig faktor. Serien kan være spesielt pent laget (Freakangels) eller ha en interessant kunstmåte (XKCD, Ugly Girl), men det gjør ofte at jeg følger serien lenger enn jeg ville gjort med en tegneserie med middelmådig eller lite kreative bilder». Kvinne/23/Austlandet er av den oppfatninga at seriane «trenger ikke å være avsindig forseggjort (kate beatons fast comics er helt ok) men tegner må beherske verktøy vedkommende tar i bruk». Andre seriar som ligg høgt på lista i 4.2.1 er *Cyanide and Happiness*, som òg har ein svært enkel teiknestil, og *Zofies verden*, som gjenbruker teikningar frå gamle teikneseriar i staden for å teikna dei sjølv. Sjølv om alle desse teikneseriane har kvalitetar, overraska det meg å sjå dei framheva som døme på interessante og kreative teikningar. Det er tydeleg at etablerte paradigme om *kva* som er estetisk vakkert og ikkje i samfunnet i dag, trenger nokre modifikasjonar for å kunne brukast på digitale teikneseriar.



Figur 2: xkcd av Randall Munroe (<http://xkcd.com>) og Hark, a Vagrant av Kate Beaton (<http://harkavagrant.com>).

4.2.6. Bruk av teikneserieportalar

Eit anna svært viktig paratekstuert element er sjølvsgatt kva nettside ein faktisk lesar serien på. Medan dei fleste amerikanske teikneseriar ser ut til å ha sine eigne nettsider, er det ikkje tilfelle for dei store norske seriane. Det finst ei rekke nettstadar, både i Noreg og andre stadar, som samlar ei rekke ulike teikneseriar og publiserer desse saman. I undersøkinga lista eg opp ei rekke slike portalar, og spurte brukarane kva portalar dei hadde vitja den siste månaden. Dei portalane eg nemnde var teikneserieseksjonane til *Dagbladet.no*, *Start.no* og *VG.no*, den norske amatørteikneserieportalen *Nettserier.no*, og dei fire amerikanske teikneserieportalane *Comics.com*, *ComicGenesis*, *Keenspot* og *DrunkDuck*.

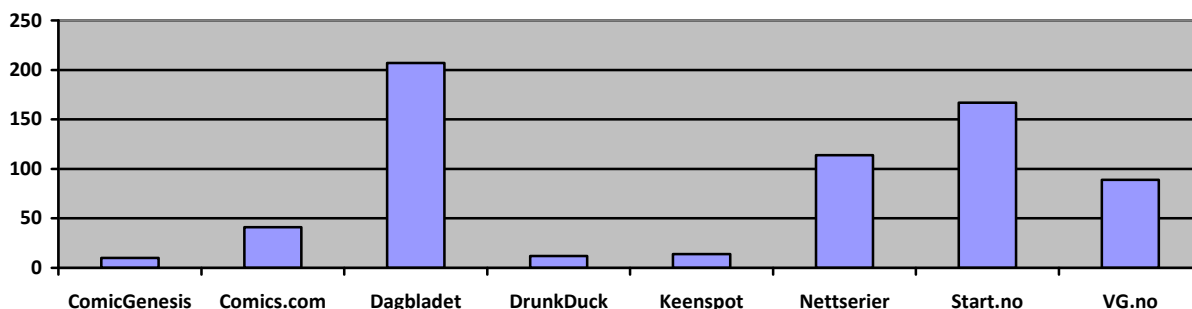


Diagram 3: Kor mange brukarar som har vitja åtte utvalde teikneserieportalar den siste månaden

Ikkje uventa var det mange som nytta seg av dei norske teikneserieportalane: 74.2 % hadde brukt teikneseriesidene på *Dagbladet.no*, 59.9 % hadde brukt teikneserieseksjonen av *Start.no*, 40.8 % hadde vore på *Nettserier.no* og 31.9 % hadde lest teikneseriar på *VG.no*. Det skal nemnast at diskusjonsforumet på *Start.no*, bloggen på *Nettserier.no* og diskusjonsforumet på *VG.no* var tre av stadane eg gjekk ut for å søke etter deltakarar i undersøkinga, så for desse tre tala er det sannsynlegvis ein merkbar feilmargin i dataa som ikkje ville ha vore like stor dersom eg hadde funne deltakarar til undersøkinga på ein annan måte.

Av dei fire amerikanske sidene eg nemnde er *Comics.com* den største, med 14.6 % oppslutning i brukargruppa. Dette er ikkje merkeleg, ettersom denne portalen inneheld klassiske avisseriar som Charles Schulz' *Knøttene* og Scott Adams' *Dilbert*, medan dei tre andre består av meir ukjente seriar og seriane i hovudsak er laga av amatørserieskaparar. Dei siste tre portalane hadde besøkstal på frå tre til seks prosent av brukargruppa.

Andre portalar som brukarane nemnde at dei hadde nytta den siste månaden var i hovudsak *Pondus.no*, *Aftenposten.no*, *GoComics*, *Daily Comics* (ei norsk aggregatorside som samlar biletlenkjer til ei rekke teikneseriar som *Pondus* og *Nemi*, og presenterer desse på same side), *MSN.no*, *Nettavisen* og *Comic Book Resources*.

4.3. Økonomiske aspekt

4.3.1. Økonomi og Internett

Undersøkingssutvalet verker å ha ganske liberale haldningar til å handle på nett. 279 av dei spurte (95.2 %) seier at dei har kjøpt fysiske produkt i ein nettbutikk. 172 (58.7 %) har lasta ned digitale produkt (musikk, film, programvare, PDF-aviser osv.) mot betaling, og 104 (framleis godt over ein tredjedel av dei spurte) har betalt pengar for å få tilgong til nettsider eller tenester på nettet som kostar pengar.

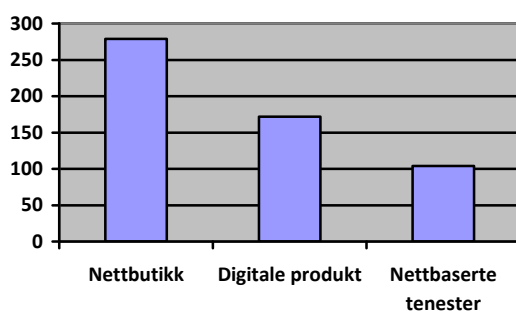


Diagram 4: Kor mange brukarar som har handla i nettbutikk, kjøpt digitale produkt og kjøpt nettenester

Basert på desse tala, sett i kombinasjon med at eit stort fleirtal av deltakarane i undersøkinga har sagt at dei leser teikneseriar på jamleg basis, ville det vera realistisk å gå ut frå at undersøkingssutvalet ville vera interesserte i å kjøpe digitale teikneseriar dersom dei fekk dette tilbodet. Undersøkinga viste derimot vidare at dette ikkje eigentleg er tilfelle.

4.3.2. Digitale teikneseriar og pris

Det var svært få – berre 1,7 % av dei spurte – som nokon gong hadde betalt pengar for å lese digitale teikneseriar på Internett. Merk at dette ikkje kan generaliserast til at utvalet ikkje er interesserte i digitale teikneseriar mot betaling – like sannsynleg skuldast dette at digitale teikneseriar mot betaling ikkje er eit veldig utbredt fenomen enno.

Dersom ein teikneserie ein er interessert i blir gjort tilgjengeleg digitalt til ein akseptabel pris, trur 40.2 % av dei spurte at det er sannsynleg at dei kunne tenkja seg å kjøpe denne. 43.0 % trur at det er usannsynleg at dei kunne tenkja seg å kjøpe denne, og 16.8 % er usikre. Det er altså ein relativt stor del av dei som leser digitale teikneseriar som sannsynlegvis kunne tenkja seg å betale for serien så lenge produktet er godt nok – men prisen må vera *låg*. 43.8 % av dei spurte meiner at serien burde vera tilnærma lik gratis, og 36.1 % meiner at prisen burde vera minst 50 % lågare enn prisen for å kjøpe ein tilsvarende teikneserie i butikken.

I tillegg vil folk veldig gjerne vite kva det er dei kjøper – ved å sjå smakebitar av serien før dei betalar for denne. For 48.1 % av dei spurte er det godt nok å få eit par sider eller 10-15 striper gratis, 31.5 % vil ha cirka eit kapittel og 18.3 % vil ha enno meir enn det – men eit svært lite mindretal, berre 2.1 %, er fornøgde med å få tilnærma lik ingenting gratis før dei bestemmer seg for om dei vil kjøpe ein digital teikneserie.

4.3.3. Andre finansieringsformer for digitale teikneseriar

Ettersom dei to andre vanlege finansieringsformene for digitale teikneseriar – annonsesal og produksalsal – er såpass utbreidde som dei er, har eg her ikkje stilt hypotetiske spørsmål om kva brukarane i utvalet kunne *tenkja* seg å gjera, eg har spurt kva dei faktisk *har gjort*. 24.9 % av dei spurte svarer at dei i løpet av den siste månaden har lagt merke til ein annonse ved sidan av ein teikneserie dei har lest på nettet og klikka på denne annonsen. 30.2 % av dei spurte seier at dei har bestilt produkt frå netthandelen til ein internetteikneserie – til dømes bøker, T-skjorter, plakatar eller andre ting.

4.4. Skjermbaserte teikneseriar

Ettersom skjermbaserte teikneseriar er så lite utbredt som det er i dag, viste eg brukarane nokre døme på skjermbaserte seriar før eg stilte spørsmål om desse. Dei to seriane eg brukte som døme, var Scott McClouds *The right Number* og det britiske

samarbeidsprosjektet *PoCom-UK-001*.⁶⁸ 95.6 % av brukarane klarte å sjå desse døma utan problem. 1.7 % av utvalet svarte at sjølv om dei hadde problem med å lese desse seriane, hadde dei erfaring med skjermbaserte teikneseriar frå før, og difor kunne dei svare på spørsmål om skjermbaserte teikneseriar likevel. Dei resterande 2.7 % hadde ikkje eit grunnlag for å uttale seg om kva dei syntes om skjermbaserte teikneseriar, og dei fekk difor hoppe over denne delen av undersøkinga.

Isolert sett hadde deltakarane eit ganske positivt inntrykk av dei digitale teikneseriane: 17.9 % var svært positive til dei endringane skjermbaserte teikneseriar hadde å by på og kva dei gjorde for lesaropplevinga, og 44.9 % var positive, totalt 62.8 %. Berre 1.4 % var svært negative, og 8.4 % var negative, totalt 9.8 %. 27.4 % var verken positive eller negative.

Eg spurte deretter korleis lesarane følte at skjermbaserte teikneseriar var å lese samanlikna med tradisjonelle internetteikneseriar. Overraskande var tendensen her ein heilt annan: Berre 3.5 % syntes at dei skjermbaserte seriane var mykje betre enn dei tradisjonelle, og 12.3 % syntes at dei var noko betre enn tradisjonelle internettseriar – totalt 15.8 %. Så mange som 8.4 % syntes at dei skjermbaserte seriane var mykje dårlegare enn dei tradisjonelle, og 24.2 % meinte at dei var noko dårlegare enn tradisjonelle – totalt 32.6 %. Heile 51.6 % svarte at dei syntes at skjermbaserte og tradisjonelle internettseriar var like gode.

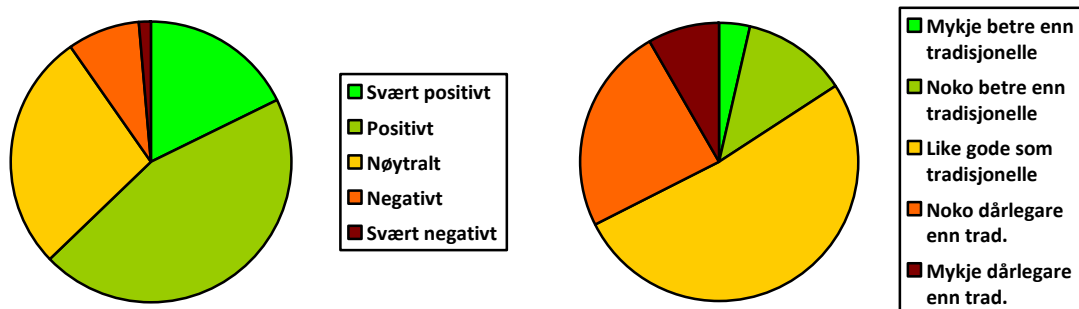


Diagram 5: Venstre: Kva forhold brukarane har til skjermbaserte teikneseriar. Høgre: Korleis brukarane opplever skjermbaserte teikneseriar samanlikna med tradisjonelle.

⁶⁸ McCloud, *The right Number*, og Abadzis et.al., *PoCom-UK-001*. Som nemnt tidlegare hadde eg eigentleg òg med Rysjedal og Øye, *Ortorian*, men denne forsvann frå nettet kort tid før eg starta undersøkinga.

Eg spurte òg om brukarane trudde at skjermbaserte teikneseriar kom til å vekse og etter kvart bli den dominerande forma av teikneseriar på Internett. 4.2 % av utvalet meinte at det var svært sannsynleg, 23.9 % meinte at det var litt sannsynleg, 28.8 % var usikre, 29.5 % meinte at det var litt usannsynleg, medan 13.7 % meinte at det var svært usannsynleg. Totalt var det altså 28.1 % som meinte at dette høyrdes sannsynleg ut, mot 43.2 % som meinte at dette høyrdes usannsynleg ut.

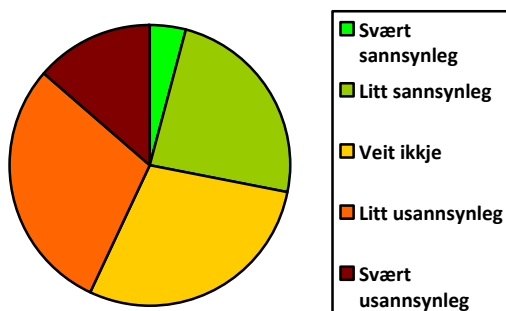


Diagram 6: Kor sannsynleg brukarane trur det er at skjermbaserte teikneseriar vil bli dominerande

Avslutningsvis i delen om skjermbaserte teikneseriar bad eg lesarane forklare med sine egne ord kva det er dei opplever som positivt og/eller negativt med skjermbaserte teikneseriar. I ettertid ser eg at dette var eit klønete formulert spørsmål, då eg ikkje tenkte over at det ikkje var openbart for respondentane kva eg meinte med «skjermbaserte teikneseriar». Enkelte av svara på dette spørsmålet skildra difor ikkje forskjellar på tradisjonelle internetteikneseriar og skjermbaserte teikneseriar slik Rysjedal definerer uttrykket, men forskjellar på *alle* internetteikneseriar og teikneseriar på papir. Dette gjorde at eg fekk ein del svar som «De kan ikke leses på dass» (mann, 23 år, Austlandet), «de krever en skjerm, hvilket begrenser mulighetene for hvor man kan lese dem» (mann, 22 år, utlandet), og «det er noe eget med å ha en papirutgave i hendene som en blir fysisk i» (mann, 50 år, Austlandet).

Dei som stilte seg positive til skjermbaserte teikneseriar meinte at det var positivt at desse brukte fleire tilgjengelege verkemiddel og slapp å halde seg til ein ikkjeeksisterande papirstorleik, og at seriane klarte å suge lesaren lenger inn i serien og

la lesaren leve seg meir inn i serien, mellom anna ved å bruke interaktivitet, og dei gjorde òg at det var vanskelegare enn i tradisjonelle internettseriar å la blikket gli umedvitet over sida og på den måten få avslørt sluttpoenget. Det blei òg framheva som positivt at desse seriane krevjar meir tankeverksemd.

Dei som stilte seg negative til skjermbaserte teikneseriar følte at skjermbaserte teikneseriar var rotete og vanskelegare å navigere i, unødvendig kompliserte og distraherande frå innhaldet i sjølve teikneserien, i tillegg til at mange var glade i og vante med den tradisjonelle stripeforma. Det herska òg ein skepsis til at desse døma nytta Flash, som er ein lukka teknologi, og svært mange omtalte skjermbaserte seriar som ein «gimmick». Det skal nemnast at desse haldningane ikkje var fordelt heilt monokromt: Ganske mange kom med både positive og negative synspunkt.

5. Dataanalyse

5.1. Kva slags seriar er populære?

5.1.1. Forskjellar på skandinaviske og amerikanske seriar

Når eg ser på lista over kva seriar som brukarane i brukarundersøkinga har oppgitt at dei lesar, er det to hovudkategoriar som utmerker seg: *skandinaviske seriar* og *amerikanske seriar*. Det interessante er at seriane i desse to kategoriane er markant forskjellige frå kvarandre.

Dei skandinaviske seriane som gjer det godt i undersøkinga kjenneteiknast ved at dei først og fremst er kjent og populære frå papirformatet, og at dei er tilgjengelege gjennom dei store nettavisene. Dei største seriane er *Pondus* av Frode Øverli, *M* av Mads Eriksen, *Nemi* av Lise Myhre og *Rocky* av Martin Kellerman. Alle desse seriane har det felles at dei går i *Dagbladet*, og dessutan har alle desse seriane sitt eget blad som distribuerast via Bladcentralen til ei rekke norske daglegvarebutikkar. Det er altså ingen av desse seriane som har bygd opp populariteten sin på nettet – dei har vekse utanfor nettet, og den store populariteten desse seriane har på Internett verker å vera eit biprodukt av seriens popularitet på trykk.

Ein annan ting desse seriane har felles, er at dei som regel ikkje har egne heimesider, men publiserast som ein del av større portalar eller nettaviser. *Pondus* har ei heimeside, *Pondus.no*, men det publiserast ikkje *Pondus*-teikneseriar her – sidene er først og fremst ein informasjonskanal frå redaksjonen i *Pondus*-måndsbladet, med informasjon om ulike tema som går igjen i teikneserien, som fotball og rock. Redaksjonen opplyser om dette på sidene:

Dette er den offisielle hjemmesiden til Frode Øverli sin tegneseriesuksess *Pondus*! Oppdateres stadig vekk med hyperaktuelle kommentarer, *Pondus*nyheter, generell hets av ting vi ikke digger, diskusjoner om viktige tema som fotball, musikk og annet snasent innhold som ikke fikk plass i bladet.⁶⁹

⁶⁹ Tom Ostad, «Informasjon», *Pondus* (Egmont Serieforlaget, 2009), <http://pondus.no/Om-oss/Informasjon/> (oppført 13.05.2009).

Tanken bak *Pondus*' offisielle heimeside er altså ikkje formidling av sjølve teikneserien, men formidling av nyhende om serien (som informasjon om når det kjem nye blad og bøker) og andre ting som lesarane sannsynlegvis *assosierer* med serien. Det publiserast òg digitale teikneseriar på sida, både biseriar frå *Pondus*-bladet (*Eon* av Lars Lauvik, *Carpe Diem* av Niklas Eriksson, *Radio Gaga* av Øyvind Sagåsen og *Helt Nils* av Nils Ofstad) og spalta «Rogers venner», der lesarane oppfordrast til å sende inn sine egne seriar for å få tilbakemeldingar frå Egmont Serieforlagets redaktørar, men ingen *Pondus*-teikneseriar bortsett frå enkelte statiske striper som brukast til å illustrere artiklar med.⁷⁰ Lesarar som er interesserte i å lese teikneserien på nett, må difor lese denne på nettaviser som *Dagbladet* og *Bergens Tidende*.⁷¹

Med små variasjonar verker det som om dette er tendensen for alle dei store skandinaviske seriane: Teikneserien er stort sett berre tilgjengeleg i nettaviser, ei eiga heimeside for serien er anten ikkjeeksisterande eller tileigna seriens teikneserieblad. *M* har rettnok daglege striper på *Madseriksen.no*, men dette domenenamnet er i realiteten ei vidaresending til ei underside av portalen *Start.no*. *Nemi* har etter det eg har klart å finne ut ikkje ei offisiell heimeside. Eit interessant unntak er den svenske heimesida til *Rocky*, som i hovudsak er ei nettutgåve av *Rocky Magasin*, som publiserer gamle *Rocky*-striper med teksten «Du läser just nu en Rockystripp från Album 2 som du köper här. För de senaste stripparna, prenumerera!» og ei lenkje til kvar ein kan bestille abonnement på *Rocky Magasin*.⁷² Nettsidene tilbyr altså striper i digitalt format, men opplyser samtidig om at desse stripene er utdaterte og at ein bør abonnere på bladet for å kunne nyte serien i si fulle prakt. Når det er sagt, går eg ut frå at dei fleste av dei som har oppgitt i undersøkinga at dei lesar *Rocky* lesar dette på *Dagbladet.no* og i andre norske nettaviser.

⁷⁰Egmont Serieforlaget, *Pondus* (Egmont Serieforlaget, 2009), <http://pondus.no> (oppsøkt 13.05.2009); Tom Ostad, «Rogers venner», *Pondus* (Egmont Serieforlaget, 2009), <http://pondus.no/Tegneserier/Rogers-venner/> (oppsøkt 13.05.2009).

⁷¹Dagbladet, «Tegneserier», *Dagbladet.no* (DB Medielab, 2009), <http://www.dagbladet.no/tegneserie/> (oppsøkt 13.05.2009); Bergens Tidende, «Tegneserier – Pondus, Nemi, Rocky og Dilbert», *BT.no* (Bergens Tidende, 2009), <http://www.bt.no/tegneserier/> (oppsøkt 13.05.2009).

⁷²Egmont Kärnan, *Rockymagasin.se* (Egmont Kärnan, 2009), <http://www.rockymagasin.se> (oppsøkt 13.05.2009).

Ved sidan av at desse seriane er morosame, er det tydeleg at nettopp det at folk kjenner seriane frå før er ein grunn til at dei blir lest på nett. Dei som har oppgitt i undersøkinga at dei leser *Pondus*, svarer oftast at dei gjer dette fordi serien har god og treffande humor, men tilgjengelegheit blir òg ofte nemnt som ein grunn:

- «Besøker [...] diverse nettaviser [daglig]» (mann, 22, utanfor Noreg).
- «Tilgjengelighet» (mann, 29, Trøndelag).
- «[*Pondus*, *Nemi*, *Donald* og *Rutetid*] er de tegneseriene som finnes på en internettside jeg jevnlig er innom» (mann, 22, Trøndelag).
- «Rocky, M og *Pondus* trenger ikke noen nærmere forklaring. De er berømte» (mann, 19, Trøndelag).
- «Lett tilgjengelig på samme nettsted, db.no» (kvinne, 27, Austlandet)
- «Leser *Nemi* og *Pondus* på grunn av lett tilgjengelighet i *Dagbladet*» (kvinne, 23, Trøndelag).
- «[*M*, *Pondus*, *Nemi* og *Wulffmorgenthaler*] er lett tilgjengelig. (I tillegg til at de er underholdende)» (kvinne, 26, Nord-Noreg).

Dei norske seriane som nemnast i undersøkinga som ikkje er kjende frå aviser og blader er i hovudsak seriar frå portalen *Nettserier.no*, men portalen har så mange seriar å velja mellom at ingen gjer eit veldig sterkt inntrykk på lesarane: Medan atten personar svarer at dei leser alle seriane på *Nettserier.no*, er det ikkje så mange som har eit forhold til enkeltseriane på portalen: Berre tre av seriane derfrå – Gard Helsets *Wyyrd*, Nils Petter Smebys *Hakkum* og Eirik Andreas Viks *Arild* – er nemnt med namn av meir enn ti personar i undersøkinga. Dette gir inntrykk av at det er svært vanskeleg for norske teikneseriar som ikkje er kjende frå bladhyllene å skape popularitet på Internett.

Det er ikkje veldig overraskande at dei seriane utvalet liker best på Internett er seriar som er populære òg i andre media. Det som derimot overraskar meg, er at ingen av desse seriane eigentleg har eigne heimesider som serien går på, men dei presenterast i nettaviser. Dette kan tyde på at det å drive serien sjølv på ei eiga side ikkje er like viktig for norske lesarar som ein får inntrykk av at det er i USA, men det

kan òg vera eit resultat av store forskjellar i korleis norske og amerikanske seriar fungerer. Eg trur at dette kan ha økonomiske årsaker, og eg kjem til å sjå nærare på dette i kapittel 5.3.

For dei amerikanske seriane som var populære i brukargruppa var stillinga ei heilt anna: Nesten alle dei store amerikanske seriane, som Randall Munroes *xkcd*, Tatsuya Ishidas *Sinfest* og Jerry Holkins' og Mike Krahuliks *Penny Arcade*, er seriar som i hovudsak har bygd opp populariteten sin på Internett. Norske lesarar har kanskje blitt kjende med nokre av desse seriane gjennom teikneserieblad – *Sinfest* har vore biserie i *Nemi*, og *Penny Arcade* har vore biserie i *M* – men i motsetning til norske seriar som *Pondus* er det på nettet dei store amerikanske seriane har oppstått. Med unntak av Scott Adams' *Dilbert* og Nicholas Gurewitch' *Perry Bible Fellowship*, er det ingen typiske amerikanske avisseriar høgt på lista: 32 personar svarer at dei leser *Dilbert*, men den nest mest populære amerikanske serien som først og fremst er kjent frå andre media er Jim Toomeys *Lagunen* lest av 8 personar, følgd av Bill Amends *Foxtrot* lest av 6 personar og Gary Larsons *Larsons gale verden* lest av 5 personar. Til samanlikning er det 52 personar som svarer at dei leser *xkcd*.

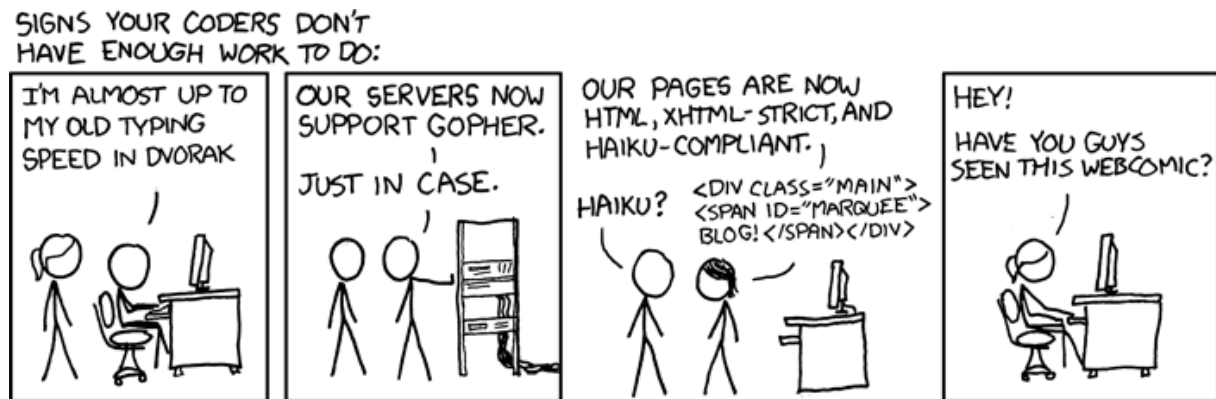
Òg innholdsmessig er det openbare forskjellar på dei norske og dei amerikanske seriane i undersøkinga, noko som sannsynlegvis har samanheng med at dei store norske seriane er laga i like stor grad for aviser og blad og difor retter seg mot eit langt større publikum enn berre internettlesarane: Mange av dei store amerikanske seriane tar for seg tema som fell innanfor det Campbell omtaler som *nerdcore*:

In the 1980s and early 1990s, Net users were nerds, almost exclusively. And they had no one to talk to but each other. The conversation that created the emoticon, and the “special emoticons” that followed, were typical results. So nerdcore humor was conceived, and *NetBoy* [av Stafford Huyler] was born. [...] [T]he nerdcore focus gave Huyler's strips an early, hardcore fan base. *Wired* and *People* magazine took notice. When web comics moved out of the Stone Age, other nerdcore strips would follow.⁷³

Mange av dei største amerikanske seriane i undersøkinga, er heilt klart innanfor dette sjiktet: *xkcd* baserer ofte humoren sin på internettfenomen som *Twitter* og *Wikipedia*, teknologiske tema som Dvorak-tastaturet, og avansert matematikk og kryptografi.

⁷³ Campbell, *A History of Webcomics*, 18-19.

Penny Arcade og *Ctrl+Alt+Del* handlar begge om videospel, og *Looking for Group* er ein teikneserie om rollespel. Nerdcore-klassifikasjonen kan ikkje brukast på seriar som *Sinfest* og *Cyanide and Happiness*, men desse gir inntrykk av å ha eit likskapstrekk med nerdcoresjangeren i den forstand at dei lager seriar for ei heilt anna målgruppe enn den dei ville hatt i andre media, som avispublisering.



Figur 3: *xkcd* av Randall Munroe (<http://xkcd.com>).

Dei mest populære amerikanske nettseriane verker altså å vera seriar av ein type som det ikkje går an å finne i tradisjonelle media. Dette stadfestast av ein del av utsegnene deltakarane i brukarundersøkinga har kome med som svar på kvifor dei liker *xkcd*:

- «Det er rett og slett min type humor, ikke for avistegneserieaktig ala Billy, Hårek og de med han Snoopy, Knøttene?» (mann, 21, Austlandet)
- «humor som noen ganger er på kanten, fag/utdanningsspesifikk humor» (mann, 24, Trøndelag).
- «Nerdete humor som ofte refererer til filmer og tv-serier jeg liker» (kvinne, 22, utanfor Noreg).
- «Dekker mine ineressefelter» (mann, 33, Austlandet).
- «tar opp temaer som jeg kjenner meg igjen i til daglig, som student går det mest i festing, data, damer og normalfordelingskurver» (mann, 22, Austlandet).

Mitt inntrykk er at amerikanske og nordiske seriar oppfattast heilt ulikt av deltakarane i undersøkinga: Dei nordiske seriane ein lesar kjenner ein allereie til frå blad og aviser,

og ein lesar det anten for å få meir av det ein allereie lesar eller fordi det er lett tilgjengeleg på nettsider ein allereie oppsøker. Dei amerikanske seriane ein lesar er derimot seriar ein *oppsøker aktivt* fordi dei omhandlar tema ein interesserer seg for.

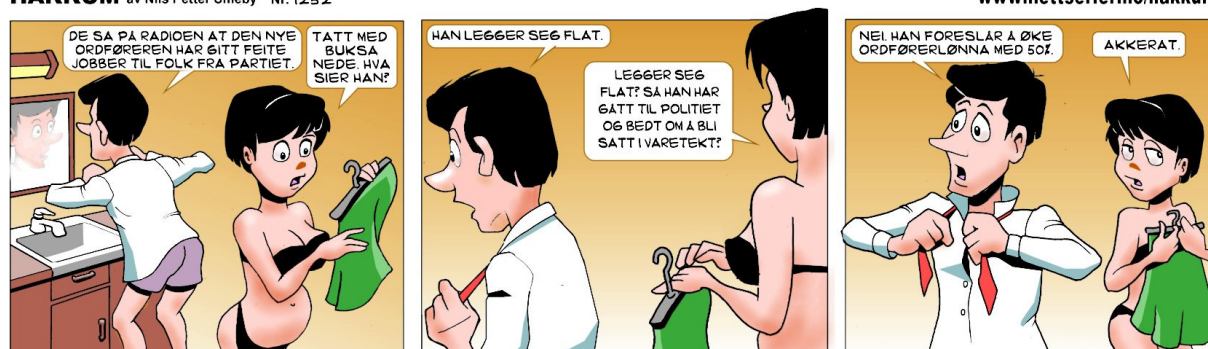
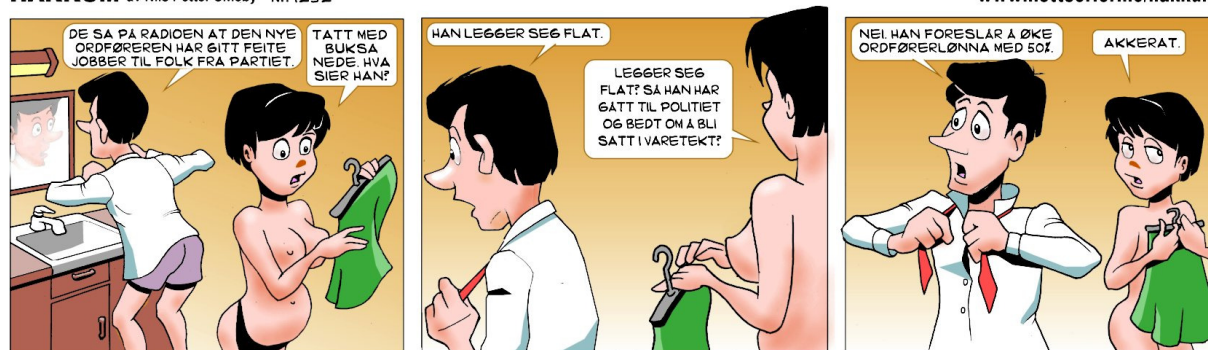
Eit naturleg spørsmål å stille blir *kvifor* ein ser eit slikt geografisk skilje – teknisk sett er det ingenting som burde hindre ein norsk lesar som oppsøker teikneseriar han er interessert i å lese norske teikneseriar. Eg trur at dette kan skuldast at den økonomiske marknaden for digitale teikneseriar ikkje har grobotn for norske digitale teikneseriar som skal stå på egne bein. Denne diskusjonen vil eg kome tilbake til i kapittel 5.3.

5.1.2. Teikneseriar utan redaktørar

Som nemnt er mange digitale teikneseriar populære nettopp fordi dei bruker ein humor og verkemiddel som er for smale eller spesielle til at dei kan publiserast i aviser og blad. Dette skiljet gjer òg at internetteikneseriar kan bruke tema som ville blitt sensurert frå aviser og blad av heilt andre grunnar. Eit døme finn vi hos Nils Petter Smeby, som har hatt sin teikneserie *Hakkum* på trykk i *Moss Dagblad* frå 2000 til avisa blei nedlagt i mars 2009, og òg har publisert serien på nettet. På spørsmål om kva som skjer med teikneserien når avisa er lagt ned, svarer Smeby at serien kjem til å halde fram på nett, med eit par forandringar, deriblant at serien kjem til å bli frekkare i den forstand at ting kjem til å skje i handlinga som han ikkje hadde turt å setja i avisene.⁷⁴

Eit døme på ei stripe Smeby har laga som blei for sterk kost for avisa er vist under. Den øvste versjonen var den versjonen av denne *Hakkum*-stripa som blei publisert på nettet sumaren 2008. Den andre versjonen er ei sensurert utgåve Smeby lagde fordi den øvste blei for kraftig for *Moss Dagblad*.

⁷⁴ Informasjonen kjem frå eit intervju Smeby gjorde med Arne Bye i samband med sistnemntes bacheloroppgåve ved Høgskolen i Nord-Trøndelag våren 2009. Oppgåva er ikkje publisert, men Bye har (med Smebys samtykke) gitt meg tilgong til kjeldematerialet.



Figur 4: Hakkum av Nils Petter Smeby (<http://nettserier.no/hakkum/>).

Det er med andre ord ganske store forskjellar på kva ein har tillating til å publisere på trykk og på kva ein tillet seg sjølv å publisere på Internett. Dette merker ein òg veldig godt på ganske mange andre seriar: *Penny Arcade* har, i tillegg til ei rekke videospelreferansar dei færraste avislesarar forstår, i periodar brukt grovt språk som eitt av sine viktigaste kjenneteikn. I aller første side av R.K. Milhollands *Something Positive*, ein annan ganske populær serie, er ekskjærausten til hovudpersonen gravid. For å hemne seg på at ho var utru mot han då dei var saman, sender han ho ein *baby shower*-gåve: ein metallkleshengar.⁷⁵

Eg våger å anta at ein slik vits aldri ville ha blitt trykt i ei norsk avis. Aviser og blad liker av og til å strekke grensene, men internetteikneseriane *har* ikkje grenser,⁷⁶ ettersom dei fleste av dei opererer som sjølvstendige nettsider og serieskaparane difor ikkje er underlagt ein redaktør som må godkjenne materialet før det kan publiserast,

⁷⁵ R.K. Milholland, «December 19, 2001», *Something Positive* (R.K. Milholland, 19.12.2001), <http://somethingpositive.net/sp12192001.shtml> (oppsøkt 13.05.2009).

⁷⁶ Unntaket er at dei som andre teikneseriar sjølvsagt må halde seg til gjeldande lovverk. Dersom ein serieskapar til dømes skulle bestemme seg for å lage ein barnepornografisk fototeikneserie, ville denne høgst sannsynlegvis bli stoppa av myndighetene.

og dei kan difor gå eit stykke lenger. Dette understrekar det eg kom fram til i 5.1.1.: at Internett har plass for eit langt breiare spekter av verkemiddel enn trykte teikneseriar, og ikkje berre frå eit teknologisk perspektiv, men òg ved at ein kan publisere både langt smalare ting og langt grovare ting. Dette er sjølvsagt framleis avgrensa dersom ein er avhengig av å produsere seriar som både kan publiserast på Internett og trykkast, men for reine internettseriar er moglegheitene for kva ein kan skrive og teikna i ein teikneserie langt større når ein ikkje har ein redaktør.

5.1.3. Format og sjanger

Morten Harper deler teikneseriemediet inn i ni sjangrar: superhelteikneseriar, snakkande dyr, humor, spenning, eventyr, science fiction, historie, sjølvbiografi og begjær/kjærleik.⁷⁷ Sjølv om denne sjangerinndelinga er ufullstendig og nokre av sjangrane dessutan overlappar kvarandre, gir denne inndelinga eit innblikk i breidda av mogleg innhald ein teikneserie kan ha. Og ein ting som utmerkar seg med dei seriane mange har svart at dei lesar, er nettopp sjangeren: Nesten alle dei populære seriane på lista i kapittel 4.2.1, både norske og internasjonale, er humorseriar.

Mange av seriane på lista inneheld meir enn berre humor. Sohmer og deSouzas *Looking for Group* kan seiast å vera like mykje ein eventyrserie som ein humorserie, og Jacques' *Questionable Content* er meir ein humoristisk dramaserie enn ein dramatisk humorserie. Desse seriane lesast av respektive 5.5 % og 4.8 % av utvalet. Dersom ein vel å tolke desse som humorseriar, vil den neste ikkje-humor-serien på lista vera Kaja og Phil Foglios *Girl Genius*, som lesast av 2.7 % av brukarane (og dermed er den 29. mest leste serien i undersøkinga). Alle seriane over denne på lista kan kallast humorseriar.

At det nesten berre er humorseriar som er populære kan skuldast fleire ting. Ein årsak er sjølvsagt tilgjengelegheit – dei mest populære seriane i utvalet er seriar som brukarane allereie kjenner til frå norske aviser og teikneserieblad, så det er openbart at denne overvekta av humorteikneseriar ikkje berre gjeld for Internetteikneseriar, men òg for teikneseriemediet generelt, og at denne overvekta av humorseriar delvis

⁷⁷Morten Harper, *Rutenes hemmelighet: 9 genrer, 99 serier* (Bø i Telemark: Telemark Tegneserieverksted, 1998), 12.

skuldast at det er desse teikneseriane brukarane kjenner til og har eit forhold til. Eg får òg eit inntrykk av at mange føler at Internett er eit svært godt medium å presentere humor i – når brukarane spørjast kvifor dei leser akkurat dei seriane dei leser, nemnast grunnar som:

- «Det är lagom avkoppling på jobbet» (mann, 47 år, Austlandet).
- «Morsom lesning som muntrer opp selv den mørkeste dag!» (mann, 15 år, Austlandet)
- «Lett tilgjengelige, morsomme og korte, slik at jeg kan lese dem når jeg har tid til det på jobben» (mann, 27 år, Nord-Noreg).
- «Humor, stripeformat - ikke så mye å lese, da passer bøker bedre» (kvinne, 25 år, Austlandet).

Mange svarer òg berre at dei leser dei seriane dei leser fordi dei er morosame, og eg får eit inntrykk av at ein del lesarar set eit mentalt likskapsteikn mellom teikneseriar og humor. Dei leser dei teikneseriane dei leser fordi dei er morosame, og verker nesten overraska over at det skal vera andre grunnar til å lese teikneseriar enn underhaldning i form av humor. Dette ser ein òg igjen i spørsmålet om viktige docem, der 27.4 % meiner at det er svært viktig og 45.9 % meiner at det er viktig at ein teikneserie kan få dei til å le, medan berre 4.5 % totalt synest at dette er uviktig eller svært uviktig. Det er tydeleg at humorteikneseriar har blitt norma på digitale teikneseriar i dag, og sjølv om dette delvis skuldast det òg til ein viss grad at humorsjangeren går som hand i hanske med det brukarane forventar og ønskjer av underhaldning på Internett.

Som nemnt tidlegare i avhandlinga, var sjangerfordelinga noko annleis på lista over seriar som lesast av kvinner, der spenningsseriar som *FreakAngels*, *Girl Genius* og *Gunnerkrigg Court* deler ein tolvteplass på lista over kva seriar kvinner lesar, med ei oppslutning som er over dobbelt så stor som den *Girl Genius* har i heile utvalet. Basert på den informasjonen er det ikkje urealistisk å sjå for seg at ei aukeing i prosentdelen kvinner som lesar digitale teikneseriar ville auke oppslutninga til spenningsseriar på Internett òg. Det er det uansett vanskeleg å seie noko alt for generelt om, då det var så få kvinner som deltok i undersøkinga at tala ikkje gir eit godt nok grunnlag til dette.

Dei populære seriane er òg ganske like i format: dei fleste av dei er stripeseriar. Det verker ikkje som om dette er tilfeldig – mange brukarar svarer òg grunnar til at dei føretrekk nettopp dette formatet for digitale teikneseriar:

- «Stripeserier er ålreit underholdning når man trenger en kort pause» (kvinne, 30 år, Trøndelag).
- «[Wulffmorgenthaler, Pondus, Zofies verden, M og Count your Sheep] er korte og de fleste krever ikke at du følger med hver dag for å få med deg historien. For lengre serier foretrekker jeg å lese dem på papir» (kvinne, 24 år, Austlandet).
- «Er veldig glad i tegneserier, både lange serier / grafiske noveller og stripeserier. Stripeserier er gøy å lese på nett, fordi det tar kort tid å lese de. Når man leser lengre serier er det godt å sitte med et blad eller en bok i sofakroken» (mann, 20 år, Austlandet).

Humoristiske stripeseriar verkar altså å vera føretrekt sjanger og format for digitale teikneseriar hos mange, fordi denne forteljingsforma passar godt saman med måten dei bruker den digitale teknologien på. Det tyder ikkje at lengre teikneseriar og teikneseriar i andre sjangrar har lågare kvalitet enn humoristiske stripeseriar, derimot tyder det at det er desse forventningane som råder til digitale teikneseriar, og så lenge det er tilfelle må andre teikneseriar gjera langt meir for å bli lagt merke til.

5.2. Teikneseriens docem og paratekst

5.2.1. Eigne nettsider og teikneserieportalar

Det verker som om det er eit klart kulturelt skilje mellom norske teikneseriar og nordamerikanske teikneseriar når det gjeld om ein teikneserie bør ha si eiga nettside eller ikkje. Medan alle dei store amerikanske seriane har sine eigne nettsider, er så godt som alle norske seriar publisert på ein teikneserieportal: Store norske seriar som

Pondus og *Nemi* publiserast hos dei store nettavisene, medan mindre norske seriar er publisert på *Nettserier.no*.⁷⁸

For mange norske seriar ser dette ut til å vera ein fordel – ved at serien presenterast på ei allereie godt besøkt nettside, vil det vera enklare for serien å bli lagt merke til. Samtidig gjer det at serien mister ganske mykje av det særpreget ei slik nettside kan gi, ved at serien blir kopla saman med andre seriar i brukarens medvite. Eit døme på at portalsider gir seriar fleire besøk ved å samle dei, ser vi på *Dagbladet.no*. Teikneserieseksjonen deira inneheld for tida seriane *Pondus*, *Rutetid*, *Nemi*, *Rocky*, *Zofies verden*, samt ein gjesteserie av eit ungt norsk teikneserietalent under spaltetittelen «Rogers venner» som blir bytta ut med jamne mellomrom.⁷⁹ Fleire svarte i undersøkinga at grunnen til at dei leste *Nemi* og *Rocky* var at desse seriane blei presentert på same side som *Pondus*:

- «[Eg leser] *Pondus* (.. og da blir *Nemi* og *Rocky* med også)» (mann, 53 år, Trøndelag).
- «[Etter å ha nemnt *Pondus* og seks andre seriar han leser fast] Og *Nemi* og *Rocky* (mest fordi de er på samme side som *Pondus* på *dagbladet.no/tegneserier*)» (mann, 30 år, Austlandet).

Desse to seriane får altså fleire lesarar av å presenterast på same side som *Pondus*. Om dei får fleire *tilhengjarar* er sjølvsagt eit heilt anna spørsmål. På teikneserieportalen *Nettserier.no* kan det verke som om situasjonen er ein annan: 40.8 % av dei som deltok i undersøkinga svarte at dei hadde brukt *Nettserier.no* i løpet av den siste månaden, og på spørsmålet om kva seriar ein lesar på nettet svarte 6.1 % at dei leser «alt på *Nettserier.no*». Men med få unntak er det ingen *enkeltseriar* på *Nettserier.no* som kan skilte med dei tala. Den største ser ut til å vera Gard Helsets *Wyyrd* (5.5 %). Berre 5 av dei 950 seriane som ligg på *Nettserier.no* er lest av meir enn 2.7 % av utvalet. Sjølvsagt er det andre faktorar som òg spelar inn her: Seriane på *Dagbladet.no* har meir erfaring

⁷⁸ Enkelte seriar, mellom anna Gard Helsets *Wyyrd*, Kristian Nygårds *Optipess* og Arne Byes *Mira*, har eigne heimesider der det går an å lese serien, men serieskaparane publiserer seriane på *Nettserier.no* i tillegg til dette.

⁷⁹ 13.05.2009 var dette Are Edwardsens *Geba*.

og stabilitet, dei er færre som kjemper om merksemda, og *Dagbladet.no* har eit svært mykje høgare besøkstal enn *Nettserier.no*: Dagbladet har 901 000 lesarar kvar dag, medan *Nettserier* har 999 lesarar kvar dag.⁸⁰ Avhengig av situasjonen vil eg seie at det har både positive og negative sider at ein serie er publisert på ei portalside: Det gir eit større potensielt publikum, men fjernar noko av det spennande særpreget som gjer at serien skiljar seg ut. Parateksten spelar ei rolle for korleis vi oppfattar teikneserien. Enkelte seriar har ein veldig gjennomarbeidd profil på nettsidene sine som hadde forsvunne om dei berre skulle selje serien til nettaviser: Holkins' og Krahuliks *Penny Arcade* er eit døme på ein slik serie, der t.d. bloggen ofte er eit viktig verkemiddel ein må sjå teikneserien i samanheng med for å skjønne dagens stripe, og i tillegg har sidene diskusjonsforum, nettbutikk og ei rekke andre ting dei neppe hadde fått hjå i norske nettaviser. Ved å publisere seriane sine gjennom eksterne nettaviser, gir ein frå seg mykje av kontrollen over serien sin. Eg vil likevel gå ut frå at grunnen til at så mange nordmenn publiserer seriane sine på portalsider, er økonomisk – noko eg vil kome nærare tilbake til i kapittel 5.3.

5.2.2. Viktige faktorar for lesaropplevinga

Dei fem faktorane ved teikneserien som brukarane føler at er viktigast når det kjem til å påverka deira lesaroppleving, er som sagt:

- At serien er i eit så stort format at den er lett å lese utan å anstrenge seg
- At det ikkje kostar noko å lese serien
- At serien oppdaterast ofte
- At serien får brukarane til å le
- At heile arkivet er tilgjengeleg på nettet

⁸⁰ Tal for *Dagbladet.no* er gjennomsnittleg dagleg besøkstal for andre kvartal 2008. Sjølv sagt er ikkje alle desse besøkande innoom teikneserieseksjonen av *Dagbladet*, men det er likevel eit svært høgt tal. Kjelde: *DB Medialab* (DB Medialab AS, 2008?), <http://www.dbmedialab.no/> (oppsøkt 13.05.2009). Tal for *Nettserier.no* er gjennomsnittleg dagleg besøkstal for første kvartal 2009. Kjelde: Google Analytics-statistikk for *Nettserier.no* (som nemnt i føreordet driver eg *Nettserier.no*, og eg har difor tilgong til denne).

At den eigenskapen som reknast som viktigast for digitale teikneseriar er at den er stor nok til å lese utan problem, er ikkje overraskande, ettersom det viktigaste for brukarane av eit kva som helst produkt naturleg nok er å faktisk kunne bruke produktet, så dette burde vera eit område der alle dei populære seriane utmerker seg positivt. Problemet er at dette kolliderer med eit anna mål serieskaparar ofte set seg: at serien bør kunne lesast utan å skrolle (iallfall utan å skrolle horisontalt), og med det målet kan maksimal storleik ikkje kan vera høgare enn skjermresolusjonen – noko som problematiserast av at brukarane gjerne har ulike skjermoppløysingar. Tidlegare har det vore normal etikette å utvikle nettsider slik at dei fungerer i ei skjermoppløysing på 800 x 600 pikslar. No er dette eit døande format, og dette medfører at mange digitale teikneseriar våger å passere 800-piksels-grensa.⁸¹

Pondus, Nemi, Rocky, og Zofies verden er alle 960 pikslar breie når dei publiserast på *Dagbladet.no*, og medan bilethøgda varierer verker normalen å liggja ein stad mellom 300 og 350 pikslar. *M* og andre teikneseriar på *Start.no* har ei breidde på 750 pikslar, og bilethøgda er gjerne litt under ein tredjedel av dette. *xkcd* varierer konstant i høgde og breidde, men breidda er sjeldan meir enn 740 pikslar. *Wulffmorgenthaler* har på seriens eigne heimesider eit format på 666 x 230 pikslar, men dei versjonane som publiserast hos *Aftenposten.no* er større – der er serien 798 pikslar brei og cirka 275 pikslar høg. *Dilbert*-striper på *Dilbert.com* er 640x199 pikslar store, og dei *Dilbert*-stripene som blir publisert på *VG.no* er 600 x 189 pikslar store. *Sinfest*-striper har eit format på 740 x 252 pikslar, *Penny Arcade* har ei breidde på 750 pikslar, *Perry Bible Fellowship*-striper har eit format på 900 x 300 pikslar, *Nettserier.no* har ei grense som gjer at serieskaparar ikkje kan leggja ut seriar breiare enn 750 pikslar, *FreakAngels* har eit format på 750 x 1145 pikslar, og *Girl Genius* har ei breidde på 700 pikslar og ei variabel høgde som pleier å liggja på cirka 1050 pikslar. Det er altså mange ulike dimensjonar i bruk, men det kan sjå ut som om normalverdien i utgangspunktet har ligge på ei breidde på 700-750 pikslar, og at vi etter kvart som teknologien har utvikla seg og dataskjermer har blitt større og større, har fått ein del nye seriar med ei

⁸¹ Nettredaktor.no, «Skjermoppløsning for norske web-brukere», *Nettredaktor.no: En gratis nettressurs for deg som jobber med innhold på web* (Nettredaktor.no, 2007?), http://www.nettredaktor.no/Fakta_om_Web/Nokkeltall/?module=Articles;action=Article.publicShow;ID=2255 (oppført 13.05.2009).



breidde på 900-1000 pikslar. Seriar som fortel lengre historier bruker eit format som simulerer boksida, slik at det ikkje er mogleg å lese heile desse sidene utan skrolling, men alle seriane i undersøkinga har ei slik breidde at det bør gå heilt fint å lese dei med ei skjermopløysing på 1024 x 768 pikslar utan å måtte skrolle horisontalt. Det kan sjå ut som at formatet digitale teikneseriar presenterast i, veks i tråd med teknologien, slik at målet om at digitale teikneseriar skal vera store nok til at det går greitt å lese dei utan å måtte anstrenge seg i stor grad er gjennomført, og kjem til å bli perfeksjonert i framtida.

Spørsmålet om pris vil eg kome tilbake til i kapittel 5.3, men eg konstaterer foreløpig at alle dei seriane som er nokolunde populære i undersøkinga, er tilgjengelege gratis for brukaren og at den innstillinga at det er viktig at ein teikneserie er gratis, difor er reflektert i kva brukarane lesar i praksis.

At så mange som 77.9 % av dei spurte synest at det er viktig at teikneserien oppdaterast ofte, tyder på at det å lese digitale teikneseriar er eit ritual som ein gjennomfører jamleg. Dette understrekar kan kanskje seiast å understreke digitale teikneseriar som først og fremst ei vidareføring av avisene i motsetning til teikneserieblad og teikneserieromanar – lesarane er ikkje på jakt etter ein digital teikneserieroman dei kan lese i eitt, snarare ønskjer dei ein teikneserie delt opp i stykke som dei kan lese i små porsjonar, og sjølv for lengre historier verkar det normalt at desse publiserast ei side om gongen i motsetning til å leggjast ut i større sjeldnare porsjoner. Alle seriane på topp 20-lista i 4.2.1 er seriar som oppdaterast minimum tre gonger i veka, og dette verker å vera eit optimalt minstemål til oppdateringsfrekvens, då det ser ut som om seriar som oppdaterast sjeldnare enn dette har ein tendens til å forsvinne i mengda. I tillegg til å oppdatere ofte, kan det òg sjå ut som om det er ein fordel å oppdatere dei same dagane kvar veke. Å ha ein fast vekeplan framhevast som noko av det aller viktigaste i ein digital teikneserie av Kris Straub, fordi det er denne som skaper eit tillitsforhold mellom serieskapar og lesar. Når serieskaparen lover oppdateringar på faste dagar, er dette noko ho må klare å gjennomføre for å «halde sin del av avtalen» og vinne respekt hos lesarane sine.⁸²

⁸² Kris Straub, «Formatting», i Guigar, Kellett, Kurtz og Straub, *How to make Webcomics*, 41.

Humorseriar verker å vera det som slår best an blant lesarane, sannsynlegvis fordi dette er det rådande paradigmet blant digitale teikneseriar i dag: dei er stort sett til for enkel underhaldning. Vil folk ha teikneserieromanar føretrekk dei framleis å lese dette på papir – Internett bruker dei for å få underhaldning til morgonkaffien eller i pausane på jobben. Dette er eitt av dei elementa i undersøkinga eg ser for meg at har størst potensiale for å forandre seg, til dømes verkar det som sagt som om episk steampunk og fantasy kan få ei vekst dersom fleire kvinner byrjar å lese digitale teikneseriar.

Det femte viktigaste aspektet ved digitale teikneseriar var at heile arkivet til teikneserien er tilgjengeleg på nettet. Interessant nok er dette *ikkje* tilfelle for dei fire mest populære seriane i undersøkinga. Som eg kjem nærare inn på seinare trur eg dette skuldast at dei drivast etter ein heilt annan forretningsmodell enn teikneseriar som er laga spesielt for nettet, og å leggja ut heile arkivet på nett hadde vore skadeleg for desse seriane. At dette reknast som viktig av så mange brukarar er likevel interessant, fordi det markerer ein signifikant forskjell frå avisteikneseriane: Når ein teikneserie ligg på nettet, er det *mogleg* å ha heile arkivet tilgjengeleg. Lesarar som ønskjer å få med seg utviklinga i teikneserien frå starten av kan difor klikke seg tilbake og lese seriane der, og dersom serien er annonsefinansiert vil dette òg gagne serieskaparen, som får fleire sidevisningar basert på dette. At dette er mogleg, gjer det og enklare for teikneserieskaparar på Internett å i større grad enn tidlegare bruke kontinuitet i seriane sine: Sjølv om dei føretrekte formene verker å vera stripeseriar som har ein vits kvar dag, går det her an å leggja inn referansar til to år gamle striper – har ikkje lesaren sett denne, er ho berre eit par museklikk unna. Med ei stripe dagleg i avisene er det vanskeleg å bruke interne referansar og kontinuitet på denne måten.

Så sjølv om lesarane i stor grad verker å ønskje det same av digitale teikneseriar som dei ønskjer av avisteikneseriar, er det nokre nyanseforskjellar med i biletet som viser at teikneseriar på nettet blir oppfatta og brukt på ein heilt annan måte enn teikneseriar på papir – forskjellar som at historia kan få djupare meining fordi ein har heile arkivet tilgjengeleg, eller at seriane lesast i andre arenaar og samanhengar enn papirteikneseriar.

5.2.3. Uviktige faktorar

Dei fem aspekta ved den digitale teikneserien som brukarane føler at er minst viktige når det kjem til å påverka deira lesaroppleving, er som sagt:

- At serien bruker Flash eller tilsvarende teknologiar for å kunne gjera ting med teikneseriemediet som ikkje er mogleg i trykte teikneseriar
- At serien er skriva på lesarens morsmål
- At det går an å skriva ut serien på papir
- At ein føler seg som ein del av eit større fellesskap når ein lesar serien
- At serieskaparen har ein blogg ein kan lese

Sjølvsagt kan ein ikkje tolke punkt to slik at lesarane er heilt likegyldige til kva språk ein serie er skriva på, ein vil alltid vera avgrensa til å lese dei språka ein faktisk forstår, og eg ser ikkje for meg at dei fleste teikneserielesarar er interessert i å lese teikneseriar med norsk-italiensk ordbok. Men dette viser at lesarane ikkje er avhengige av at ein serie er på norsk for at dei skal kunne lese han, noko som i teorien opnar for at digitale teikneseriar kan vera noko globalt og verdsomfattande så lenge dei er skriva på engelsk eller andre utbreidde språk. I praksis viser dette seg stort sett berre gjennom at ein lesar amerikanske teikneseriar i tillegg til norske, noko som kanskje har like mykje med kultur og tilgjengelegheit å gjera som det har med språk å gjera. Dei amerikanske seriane har generelt eit større nettverk og difor òg ein større sjanse for å bli funne av mange lesarar enn seriar frå andre land, i tillegg til at USA sannsynlegvis er det landet der digitale teikneseriar har blitt best utvikla og eksperimentert med det siste tiåret.

Mange skriver i undersøkinga at dei på mange område føretrekk trykte teikneseriar framfor digitale teikneseriar, og som grunnar til dette nemner dei at du kan ta med deg desse seriane overalt, inkludert på bussen, i senga og på toalettet. Med tanke på dette er det interessant at 63.7 % av utvalet meiner at det er uviktig kor vidt det er mogleg å skriva ut digitale teikneseriar, medan berre 8.9 % meiner at det er viktig. Dette viser at for brukarane som lesar digitale teikneseriar på jamleg basis, *er ei papirutgåve av ein internetteikneserie og ein trykt papirteikneserie ikkje likeverdige dokument*: Sjølv om ein føretrekk å lese teikneseriar på papir, ønskjer ein å lese

teikneseriar som er produsert for skjerm på skjermen. Mange nyttar sjølvstundt likevel anledninga til å skriva ut teikneseriar, men det er ikkje viktig at dette er mogleg, fordi moglegheita til å kunna lesa ein serie på papir ikkje er så viktig når den først er publisert på Internett.

At det ikkje er viktig å føle seg som ein del av ei større gruppe når ein lesar digitale teikneseriar, gir eit inntrykk av at lesarane stort sett lesar teikneseriar på nettet for sin eigen del. Enkelte teikneseriar på Internett har laga eit brukarnettverk der dei ulike brukarane kan kommunisere og diskutere med kvarandre, og dette er noko erfarne teikneserieskaparar oppfordrar til å gjera, fordi det gir eit meir engasjert og levande lesarmiljø.⁸³

Har ein ressursar til dette er det noko eg òg anbefaler for den delen av brukarane som er interesserte i det, men undersøkinga viser altså at dei fleste som lesar teikneseriar på nettet gjer det for si eiga underhaldning og ikkje er interesserte i kven dei andre som lesar same serie er. Dette kan òg ha noko å gjera med tilgjengelegheit: Når det gjeld trykte teikneseriar er ein avhengig av å kjenne nokon som har kjøpt serien for å kunna diskutere denne med andre – for internetteikneseriar er det nok å gi dei ei lenkje. Mange er nok òg klare over at situasjonen for mange teikneserieblad er at dersom dei ikkje sel så-og-så-mange tusen eksemplar i månaden, er det ein sjans for at bladet blir nedlagt, noko som ikkje er like overhengande i digitale teikneseriar.

At det er interessa for teikneserien som står i fokus merkast òg på at over 50 % av brukarane i undersøkinga finner det uinteressant kor vidt serieskaparen har ein blogg eller ikkje. Det er sjølv teikneserien dei er interessert i å lesa, ikkje parateksten. I norske forhold der det er såpass utbredt som det er at dei mest populære seriane er dei som publiserast i nettavisene, er kanskje dette å forvente. Når 12 % av brukarane er interesserte i å lesa om kva som skjer bak kulissene er det sjølvstundt inga ulempe å blogge for å dele tankar om teikneserien med brukarane, men for mange er altså dette ganske uviktig.

⁸³ Dave Kellett, «Interacting with your Audience», i Guigar, Kellett, Kurtz og Straub, *How to make Webcomics*, 109-111.

Det er openbart at dei fleste teikneserielesarar på Internett lesar teikneseriar for teikneseriens skuld og ikkje av andre grunnar, og at dei føretrekk å lese teikneseriane i det mediet dei er laga for, uavhengig av kva medium dei føretrekk i utgangspunktet. Dei fleste er òg likegyldige til kva språk ein serie er skriven på så lenge dei forstår det. Då er det interessant at dei fleste seriane i undersøkinga er norske eller nordamerikanske – sjølv om det har sine logiske grunnar at t.d. teikneseriar som er skriven på ungarsk ikkje slår an i Noreg, må det vera andre grunnar enn berre språket som gjer at teikneseriar frå Ungarn som er skriven på engelsk ikkje gjer det. Det same kan seiast om teikneseriar frå dei britiske øyer, Australia og andre land med engelsk som førstespråk, som er kraftig underrepresenterte i undersøkinga samanlikna med dei nordamerikanske teikneseriane. Sannsynlegvis har dette med utbreiing og dårleg kjennskap til andre lands digitale teikneseriar å gjera.

5.3. Økonomiske aspekt

5.3.1. Fem modellar

Basert på resultatane i undersøkinga vil eg hevde at det finst fem utbreidde måtar å tjene pengar på ein digital teikneserie på:

- **Annonsemodellen** – serieskaparen legg inn annonser på nettsidene teikneseriane visast på, og får betalt av annonsørane for dette basert på anten kor lenge annonsen er vist, kor mange gongar ein annonse er vist, kor mange gongar ein annonse er klikka på, eller ein kombinasjon av desse moglegheitene.
- **Produktsalmodellen** – teikneserieskaparen produserer spinoffprodukt av teikneserien og sel dei gjennom nettsida, alternativt gjennom eksterne butikkar. Populære produkt er bøker som samlar teikneseriestripene som har vore publisert på nett, T-skjorter med motiv eller sitat frå teikneserien, og for store teikneseriar kan dette òg vera plysfigurar. Sal av andre produkt som er relatert til teikneserien, som sal av originalteikningar, fell òg i denne kategorien.

- **Betalingsmodellen** – same forretningsmodell som den som er normal i trykte teikneseriar: For å få tilgang til å lese teikneserien er lesaren nøydt til å betale ei avgift, anten som mikrobetalingar eller gjennom ei abonnementsordning.
- **Outsourcingmodellen** – serieskaparen lager ikkje ei nettside for serien sin – i staden for sel ho rettane til å publisere denne serien på nettet til andre nettsider, til dømes nettaviser. I denne kategorien inkluderer eg òg seriar der rettane til serien er eid av eit syndikat.
- **Reklameeffektmodellen** – serieskaparen tener ikkje pengar direkte på denne måten, men ved at serien distribuerast på nett har ho eit publisert produkt som gjer at teikneseriebransjen kan oppdage ho på nettet (og eventuelt òg oppdage at serien har mange engasjerte lesarar) og betale ho for å bruke seriane hennes i trykte teikneseriar.

I praksis er det normalt å kombinere desse modellane.

Som nemnt i kapittel 2.4.4 er det vanlegaste blant amerikanske profesjonelle internettseriar å basere seg på ein kombinasjon av annonsemodellen og produksalmodellen. Dette er òg dei to innteningsmodellane som gjer det best i denne undersøkinga: 30.2 % av respondentane har handla i nettbutikken til ein digital teikneserie, og 24.9 % har klikka på ein annonse på ei teikneserienettside berre den siste månaden, tal som gjer dette til relativt gode innteningsmodellar. Problemet med desse modellane er at dei krevjar relativt store brukartal for å kunne gi ei tilfredsstillande fortjeneste. Kellett anslår at «you can potentially start make a living from an audience in the low ten thousands – say, 10,000-30,000 readers»,⁸⁴ og sjølv om dette er lågare tal enn det lesartalet ein treng for å kunne leve av ein trykt teikneserie, er dei så høge at dei færraste norske internetteikneseriar kan drøyme om slike tal, særleg om dei ikkje allereie er kjende frå trykk. Ein serie som *Pondus* kunne kanskje klare å tene pengar på denne måten, men ein mindre serie som *Hakkum* ville fort ha fått problem om den ikkje blei omsett til engelsk først. Og medan eg trur at ein større

⁸⁴ Kellett, «Monetizing your Webcomic», 122.

norsk serie kunne tene pengar på annonsemodellen og produktsalmodellen, er spørsmålet om desse lar seg kombinere med den måten serien tener pengar på i dag.

5.3.2. Outsourcingmodellen: Nesten som avispublikasjon

Outsourcingmodellen er den mest populære blant store norske seriar i dag, ikkje utan grunn, ettersom den veldig lett lar seg kombinere med tradisjonelle avisdistribusjon av teikneseriar. Når serieskaparen eller serieskaparens agent sel ei avis rettigheitar til å bruke teikneserien, er det ein fordel å kunne tilby same avis moglegheita til å bruke same teikneserie på avisas nettsider. Strand Comics, som er distributør av seriane *Pondus*, *Nemi*, *Rocky* og *Rutetid*, skriver på sine nettsider at «[a]lle våre serier er tilgjengelige for nettpublisering. Nettsteder og aviser som publiserer våre serier melder om svært høye besøkstall.»⁸⁵ For Strand Comics og dei aktuelle teikneserieskaparane er det altså ei inntektskjelde å kunne tilby *andre* nettsider å bruke seriane sine, og dersom Frode Øverli hadde oppretta ei eiga nettside der han publiserte *Pondus*, ville dette sannsynlegvis gjera det langt vanskelegare for Strand Comics å selje *Pondus* til andre nettsider. Og sjølv om ein populær serie som *Pondus* burde ha ein sjanse til å tene pengar på sal av annonser, må ein spørja seg om det i hans tilfelle hadde gitt ei betre fortjeneste enn det han tener i dag på å ha denne serien på *Dagbladet.no*, *BT.no* og ei rekke andre nettaviser. I verste fall ville ei etablering av ei eiga *Pondus*-nettside gjera at Øverli mista avispublikasjonar.

Som nemnt tidlegare: Desse serianes popularitet på nettet verkar å vera biprodukt av serianes popularitet i trykte media, og for å unngå konkurranse mellom desse publiseringskanalane, legg Strand Comics og andre distributørar av populære avisteikneseriar desse så tett opptil kvarandre som mogleg: Måten *Pondus* publiserast på nett på, er same måte som den publiserast på i aviser: Øverli lager ikkje ei heimeside sjølv på same måte som han ikkje produserer aviser sjølv, i staden for lager han stripene sine og gjer dei tilgjengeleg på same måte for nettsider som han gjer for aviser, og hans agent tilbyr desse for sal til den same kundegruppa som kjøper teikneseriane for å trykke dei i aviser. Outsourcingmodellen er altså ein publikasjonsmodell som ligg

⁸⁵ Strand Comics, «Nordens beste avistegneserier – i papirutgaver og på nett» (Strand Comics, 200?), <http://www.strandcomics.no/aviser.html> (oppsett 13.05.2009).

veldig tett opptil avispublikasjon. Det er vanskeleg å uttale seg om kva som er best av annonsemodellen og outsourcingmodellen, då desse sjeldan brukast av same serie, men det er tydeleg at sistnemnte fungerer fint for seriar som *Pondus*, *M* og *Nemi*. Derimot er denne meir uoppnåeleg for mindre seriar: Det er lettare å overtyde ei nettavis til å betale for ein serie som allereie er godt kjent frå trykte media, og det er difor ikkje ei reell moglegheit for ein digital teikneserie som er heilt i oppstartfasen. I oppstartfasen vil ein naturleg nok ikkje tene veldig mykje pengar same kva innteningsmodell ein veljar, men annonsemodellen gjer det mogleg å tene små summar allereie frå dag ein, medan outsourcingmodellen har ein terskel som må kryssast før den blir oppnåeleg.

5.3.3. Digitale brosjyrar

Reklameeffektmodellen er til ein viss grad til stades for alle digitale teikneseriar: Ved å publisere ein teikneserie på Internett, eksponerer ein serien, og dermed aukar sjansen for at redaktørar i aviser og blad skal kome over den og betale for å publisere den på papir. Enkelte teikneserieskaparar jobbar sjølvstøtt hardare for at akkurat dette skal skje, og for nokre teikneserieskaparar er dette den einaste potensielle inntektskjelda dei har. Eit døme på dette finn vi på *Nettserier.no*: Serieskaparane som publiserer seriane sine der, tener normalt ikkje pengar på dette, fordi annonseinntektene på portalen ikkje blir utbetalt til serieskaparane og portalen heller ikkje støtter betalingsteikneseriar. Nokre få av serieskaparane har lagt ut produkt for sal der, men dei færreste av brukarane på *Nettserier.no* tener pengar på internettpublikasjon. Det dei derimot får, er eksponering, då portalen brukast av både profesjonelle teikneserieskaparar og norske teikneserieredaktørar. Ved å leggja ut gode teikneseriar på *Nettserier.no* har ei handfull teikneseriar (mellom anna Preben Moans *Nilsen* og Viktor og Alexander Løkens *Dante*) blitt oppdaga av redaktørar i Schibsted forlag og blitt publisert på trykk. I dette tilfellet er altså internettpublikasjon eit verkemiddel som brukast for å nå ut til andre media, og det er ikkje før i desse andre media at innteningsprosessen startar. Den digitale teikneserien kan i det tilfellet lesast som ei digital brosjyre som er meint å presentere teikneserien for eit publikum.

5.3.4. Betalingsmodellen – fungerer den?

Konseptet med å ta betalt for digitale produkt verker enkelt, fordi det er den modellen vi gjenkjenner frå trykte teikneserieblad: For å kunne lese eit teikneserieblad eller ein teikneserieroman, er ein først nøydt til å betale for produktet. Det går ofte an å bla i teikneserien i butikken, men bortsett frå det har ein som regel ingen gratis prøver som kan gi eit inntrykk av teikneserien før ein betaler for han. Heile økonomien bak trykte teikneseriar er tufta på å betale først og lese seinare. Logisk sett kan det argumenterast for at den same modellen burde fungere fint for digitale teikneseriar. I praksis er eg ikkje sikker på at det er tilfelle.

Til tross for at 58.7 % av brukarane i utvalet hugsar å ha lasta ned digitale produkt mot betaling – produkt som musikkfiler, filmar, programvare, PDF-aviser og liknande – er det berre 1.7 % som svarer at dei har lest ein digital teikneserie mot betaling. Betalingsmodellen er altså ikkje eit veldig utbredt fenomen. Men om den kan bli det, er sjølvstøtt eit anna spørsmål, og det er fleire som argumenterer for at dette er framtida til digitale teikneseriar.

Tala frå undersøkinga viser at brukarar framleis er skeptiske til å betale for digitale teikneseriar. Dersom ein teikneserie dei var interesserte i å lese blei gjort tilgjengeleg på nettet mot betaling til ein akseptabel pris, trur berre 10.7 % av dei spurte at det er svært sannsynleg at dei ville ha kjøpt dette, medan 29.6 % trur at det er litt sannsynleg. Totalt er det altså berre fire av ti som kunne tenkja seg å betale for ein digital teikneserie, eit tal som er langt lågare enn prosentdelen brukarar som svarer at dei har lasta ned digitale produkt mot betaling tidlegare. I tillegg meiner òg desse brukarane at prisen må vera låg for at dei skal bli interessert: 43.8 % vil ha ein pris som er tilnærma lik gratis, medan 36.1 % vil ha ein pris som er minimum 50 % lågare enn i butikken. I tillegg er det berre 2.1 % av brukarane som svarer at dei er interesserte i å kjøpe ein digital teikneserie sjølv dersom dei får ingenting eller tilnærma lik ingenting av teikneserien gratis på førehand slik at dei kan danne seg eit inntrykk først.

Allen anslår at prisen for ein digital teikneserie kan tilsvare 1-2.5 % av den prisen folk er villige til å betale for den same teikneserien i trykt format.⁸⁶ Spørsmålet er kor

⁸⁶ Allen, *The Economics of Web Comics*, 7.

mykje dette faktisk tilsvarer, ettersom teikneseriar på nett gjerne presenterast på ein annan måte enn teikneseriar på papir. Den følgjande tabellen viser utsalssprisar inkludert meirverdiavgift for eit utval av tilgjengelege teikneseriar i Noreg i 2009:

Serie ⁸⁷	Sider	Sider m. seriar	Pris	Relativ pris
<i>Donald Duck & Co</i>	68	52	32,90 kr	0,63 kr/s.
<i>Pondus</i>	68	59	38,00 kr	0,64 kr/s.
<i>Nemi</i>	60	51	44,50 kr	0,87 kr/s.
<i>M</i>	44	36	34,50 kr	0,96 kr/s.
<i>Kollektivet</i>	44	40	34,50 kr	0,86 kr/s.
<i>Donald Pocket</i> (pocketbok)	256	250	56,50 kr	0,23 kr/s.
<i>Death Note</i> (pocketbok)	194	182	59,50 kr	0,33 kr/s.

I tabellen har eg berre med teikneserieblad og liknande som seljast i daglegvarebutikkar. For innbunde hardcoverbøker er prisen per side langt høgare, og det er ikkje uvanleg at prisen ligg så høgt som 2 kroner/side, men då denne prisen ligg så høgt nettopp fordi bøkene seljast med stive permar og på betre papir, vil det vera meningslaust å ta så høge prisar med i ei berekning av kva ein god pris for tilsvarande digitale seriar ville koste.

Den relative prisen for desse teikneseriane spenner altså frå 23 øre per side til 96 øre per side. For dei fleste av desse utgivingane kunne det vera minst like interessant å finne ein pris per *stripe*, då dei fleste populære teikneseriar både på Internett og i bladhyllene verker å vera stripeseriar, men dette er vanskelegare å berekne, då dei færraste blad inneheld utelukkande stripeseriar og det er ulike måtar å trykke teikneseriestriper på (der nokre striper trykkast fire og fire per side, blåsast andre striper opp slik at kvar stripe tar opp ei heil side). For enkelheits skuld går eg difor ut frå eit gjennomsnitt på tre striper per side.

⁸⁷ Tabellen er laga av meg for denne oppgåva, basert på følgjande primærkjelder: Marius Molaug og Svein Erik Søland, red., *Donald Duck & Co* 2009, nr. 19, overs. av Nina Svendsrud (Oslo: Egmont Serieforlaget, 2009); Tormod Løkling og Svein Erik Søland, red., *Pondus* 2009, nr. 5 (Oslo: Egmont Serieforlaget, 2009); Sigbjørn Stabursvik og Svein Erik Søland, red., *Nemi* 2009, nr. 4 (Oslo: Egmont Serieforlaget, 2009); Wivi Eilertsen, red., *M* 2009, nr. 3 (Oslo: Schibsted forlag, 2009); Gøran Karlsvik og Dag Lønsjø, red., *Kollektivet* 2009, nr. 3 (Oslo: Schibsted forlag, 2009); Merete Markeng Skar og Svein Erik Søland, red., *Donald Pocket 347: Nede for telling*, overs. av Nina Svendsrud og Harald Hauglie (Oslo: Egmont Serieforlaget, 2009); Tsugumi Ohba og Takeshi Obata, *Death Note 10: Sletting*, overs. av Magne Tørring (Oslo: Egmont Serieforlaget, 2009).

Når nordmenn kjøper teikneserieblad i daglegvarehandelen, er dei altså villige til å betale opptil 96 øre per side med teikneseriar. Medianprisen for dei sju nemnte teikneserieblada er 64 øre per side, og om ein berre ser på dei teikneserieblada som i hovudsak inneheld norsk materiale, er medianprisen 87 øre per side. Om ein går ut frå ein realistisk utsalspris på 87 øre per side og eit gjennomsnitt på tre striper per side, tilsvarer dette altså 29 øre per stripe. Sjølv dersom ein kunne gå ut frå at ein digital teikneserie kunne krevja så mykje som 10 % av denne prisen, vil det seie at dersom ein stripeserie som publiserer ei stripe dagleg skulle bestemme seg å bruke betalingsmodellen ved å tilby brukarane sine eit abonnement på serien, ville kvar betalende brukar utgjera mindre enn ei krone i månaden – og det er før utgifter til etablering av betalingsteneste og eventuell meirverdiavgift er trekt frå. Om ein heller bruker Allens anslag på maks 2.5 %, er ein nede på 25 øre i månaden per brukar – og ein må ha 40 000 betalende lesarar for å kunne få ei månadslønn på 10 000 kroner brutto.

Eg meiner at desse tala viser ganske tydeleg at iallfall for stripeseriar på den norske marknaden er betalingsmodellen ikkje god nok. Det kan argumenterast for at slike tal er gode nok for store amerikanske internetteikneseriar som teknisk sett har moglegheit til å få mange hundre tusen lesarar, eller teikneseriar som subsidierer innteninga med annonsemodellen og produksalmodellen, men når ein i tillegg tar med dei ulempene ved betalingsmodellen som kom fram i kapittel 2.4.4 i reknestykket, vil eg likevel argumentere for at betalingsmodellen for dei fleste seriar kjem til kort samanlikna med andre innteningsmodellar. Det er fullt mogleg å eksperimentere med denne modellen, men den kjem sannsynlegvis ikkje til å bli den rådande finansieringsforma blant digitale teikneseriar.

5.4. Skjermbaserte teikneseriar

Brukarane som deltok i undersøkinga var heilt klart positive til skjermbaserte teikneseriar sett isolert: 62.8 % av dei var positive eller svært positive til dei moglegheitene denne dokumentasjonsforma tilboud, medan berre 9.8 % var negative eller svært negative. Desse tala stemmer godt overeins med dei tala Rysjedal kom fram til då han demonstrerte betautgåva av sin serie *Ortorian* for 77 personar på Raptus-

festivalen i 2007: 31 % svarte at dei ville ha lest ein slik teikneserie, og 47 % svarte at dei sannsynlegvis ville ha lest ein slik teikneserie.⁸⁸ Brukarane verkar altså svært positive til skjermbaserte teikneseriar – men det Rysjedal *ikkje* spurte si fokusgruppe om, var korleis dei oppfatta desse seriane sett i samanlikning med vanlege nettsieriar – eit datasett som viser ein heilt annan trend.

Medan 62.8 % av dei spurte er positive til verkemidla brukt i skjermbaserte teikneseriar, er det berre 15.8 % som synest at skjermbaserte seriar er betre enn tradisjonelle internetteikneseriar. 32.6 % meiner at skjermbaserte teikneseriar er dårlegare enn tradisjonelle, medan dei resterande 51.6 % sidestiller desse to formene som like gode. Og når den same brukargruppa blei spurt om dei trudde at skjermbaserte teikneseriar kom til å bli den dominerande forma for internetteikneseriar, svarte totalt 28.1 % at dette var sannsynleg, medan 43.2 % meinte at dette var usannsynleg.

Frå eit serieskaparperspektiv legg Gard Helset til at sjølv om tanken på å leike seg med GIF-filer og Flash ikkje er framand, vil han sannsynlegvis halde seg til tradisjonelle digitale teikneseriar – av den enkle grunn at han drøyer om å få serien trykt på papir. Dersom han skulle lage ein skjermbasert teikneserie, ville han miste ein potensiell marknad for teikneserien sin. Dette er nok ikkje eit like stort potensielt problem for amerikanske seriar som i utgangspunktet har eit langt større potensielt publikum på Verdsveven, men for norske teikneserieskaparar er moglegheita til å kunne nå ut i fleire marknader ein viktig økonomisk faktor.⁸⁹

Desse tala viser at ein marknad for skjermbaserte teikneseriar absolutt eksisterer, men dei viser òg at dei fleste av lesarane eigentleg er ganske nøytrale eller til og med negative til desse ekstra verkemidla, og at det i dagens system har . Det tyder ikkje at skjermbaserte teikneseriar ikkje har ei framtid, noko eg fast bestemt trur at dei har, men desse tala støtter på ingen måte teoriar om at dette kjem til å bli den dominerande forma av internetteikneseriar. McCloud skreiv i 2000 at teikneserieskaparar gradvis kjem til å gå bort frå den tradisjonelle sideforma til fordel

⁸⁸ Rysjedal, *Den skjermbaserte teikneserien*, 44.

⁸⁹ Privat intervju, 9. mai 2009. Sjå vedlegg B.

for det uendelege lerretet – med tanke på kor lang tid ni år er i den digitale verda, vil eg hevde at han tok feil.⁹⁰

Dette tyder ikkje at verkemiddel som er tilpassa skjermen er heilt uinteressante. Det er mange populære internetteikneseriar som gjer ting det er heilt umogleg å gjera på trykk. Ein vanleg teknikk brukt blant amerikanske teikneseriar, til dømes *Penny Arcade* og *PvP*, er at seriane når som helst kan leggja ut ei stripe som har ein storleik som avviker frå normalen – noko det ikkje hadde vore mogleg å gjera i ein avisteikneserie. Ein annan stadig vanlegare teknikk, mellom anna nytta av *xkcd*, er at det dukkar opp ein bilettekst når ein fører musepeikaren over teikneseriestripa som gir ein ekstra kommentar til handlinga i teikneserien. Dette er likevel på ingen måte så store verkemiddel som det uendelege lerretet eller andre verkemiddel McCloud skisserer.

Skjermbaserte teikneseriar er eit interessant tilskot til den digitale teikneseriejungelen, og dei har mange interessante bruksområde som tradisjonelle digitale teikneseriar ikkje tilbyr – men det er lite som tyder på at desse seriane kjem til å bli så store som mange vil ha det til.

⁹⁰ McCloud, *Reinventing Comics*, 222.

6. Avslutning

Kva er egentleg ein internetteikneserie? Heilt teknisk kan ein seie at internetteikneseriar er teikneseriar på Internett. Men i praksis gir ikkje dette reknestykket eit godt bilete av kva slags internetteikneseriar som faktisk eksisterer: Sjølv om alle slags teikneseriar *kan* fungere på nettet, verker presentasjonsforma å favorisere korte teikneseriar (stripeseriar og andre tilsvarande korte seriar), og aller helst humorseriar. Det tyder sjølvsagt ikkje at andre typar teikneseriar er uønskja på Internett, men dei ligg utanfor norma for kva som er forventa av internetteikneseriar og må difor jobbe langt hardare for å vinne eit publikum. Sluttbrukarane er ein svært viktig del av dokumentasjonsprosessen, mellom anna er dei i dette tilfellet fundamentet for alle vanlege måtar å tene pengar på internetteikneseriar på, og med det praktiske førehaldet har andre former for internetteikneseriar sjølvsagt vanskelegare for å overleve på Internett i lengda.

Teknisk sett har internetteikneseriar som medium mange moglegheiter som trykte teikneseriar ikkje har, ved bruk av teknikkar som baserer seg på digital teknologi. I praksis meiner dei fleste av lesarane at desse teknikkane ikkje tilfører internettseriane så veldig mykje. Det er fullt mogleg å bruke desse teknikkane for det mindretalet som set pris på dei, men ettersom dette medfører ganske mykje meir arbeid for ei endring mange brukarar er negative eller likegyldige til, blir dette veldig fort eit praktisk spørsmål: *Kvifor* skal serieskaparane bruke tid og pengar på å lage skjermbaserte teikneseriar? For mange norske og andre ikkje-amerikanske teikneserieskaparar er moglegheita for avispublisering dessutan heilt nødvendig for å ha kunne gjera teikneserien til ei inntektskjelde – eit argument som taler sterkt imot produksjon av skjermbaserte teikneseriar.

Teknisk sett er det fullt mogleg å bruke ein forretningsmodell for internetteikneseriar som tilsvarer den betalingsmodellen ein finn igjen i trykte teikneseriehefte. I praksis er brukarane framleis skeptiske til å betale pengar for digitale teikneseriar, og i dei tilfella der dei er villige til å vurdere det, krevjar dei at prisen er svært låg og at ein del materiale er tilgjengeleg gratis. Det vil altså vera svært vanskeleg å få avkastning for ein teikneserie som publiserast på denne måten. Det

verker som om gratistankegongen er eit av dei viktigaste paradigma for digitale teikneseriar, og andre innteningsmetodar, som annonsefinansiering og produktsal, vil difor vera langt enklare og meir lønsame å bruke i praksis.

Teknisk sett kan alt som leggjast ut på Internett delast med heile verda, og det er i teorien ingenting som burde gjera at teikneseriar som er laga i USA får fleire lesarar på verdsbasis enn engelskspråklege teikneseriar som er laga i Sverige eller Romania. Brukarane seier òg i undersøkinga at det ikkje er viktig for dei å få teikneseriar på morsmålet sitt, så ein skulle tru at teikneseriar frå heile verda var representert i spekteret av nettsider nordmenn vitjar. Likevel viser undersøkinga at alle dei populære teikneseriane blant brukarane er anten skandinaviske eller nordamerikanske, noko som sannsynlegvis tyder at i praksis er det berre amerikanske seriar som verkeleg klarer å finne eit globalt publikum.

Teikneseriearenaen på Internett er enorm, og det er plass til alle slags alle slags eksperimentelle teikneseriar der, men det norske lesarar i dag er ute etter når dei veljar å oppsøke digitale teikneseriar, er korte gratisseriar som kan gi dei tretti sekund med underhaldning. I den forstand det er mogleg å produsere det ønskjer mange helst teikneseriar som er tilpassa deira eigen personlege smak, men bortsett frå det er den typen seriar som er populære på Internett stort sett dei same seriane som er populære i norske aviser. Og så lenge det er slike teikneseriar brukarane oppsøker, vil det for serieskaparar som lager andre typar teikneseriar vera ein langt større jobb å trekke brukarane til seg.

Alt forandrar seg heile tida, og alt har ein kontekst. Denne avhandlinga er basert på ei undersøking som er gjennomført i Noreg i 2009, og resultata kan ikkje generaliserast til å reflektere globale forhold. Samtidig kan ei tverrsnittundersøking sjølvstund ikkje vise meir enn kva som er situasjonen akkurat i det tidspunktet undersøkinga er gjennomført, og i verste fall vil mykje av denne informasjonen vera utdatert om eit år. Når det er sagt, antar eg likevel at når det gjelder skjermbaserte teikneseriar og betaling for tilgong til internetteikneseriar, kjem ikkje tala i undersøkinga til å forandre seg stort. Dette er teoriar som har eksistert og vore kjende i over eit tiår – noko som er ganske lenge når det gjeld digital teknologi – og likevel har dei ikkje slått an og blitt populære blant teikneserieskaparar og teikneserielesarar. Eg

trur difor det er trygt å seie at skjermbaserte betalingsseriar ikkje blir det neste store på Internett – dei har eksistert så lenge at eg trur at dei hadde oppnådd stor popularitet for mange år sidan dersom det hadde vore marknad for dei. Dersom brukarane og serieskaparane ønskjer og tillet det, kan dei kanskje ha ein sjanse til å bli populære i samband med ny maskinvare som nyttar Internett, som iPhone, Playstation Portable eller Amazon Kindle, men eg trur ikkje dei kjem til å vekse særleg meir på den nettlesarbaserte Verdsveven slik vi kjenner han i dag.

Det er lett å tenkja på paradigma til internetteikneseriar som høgtsvevande fenomen som ligg eit stykke inn i framtida. Basert på denne undersøkinga trur eg at det er trygt å konkludere med at paradigma til internetteikneseriar ikkje er eit framtidsfenomen – dei er allereie til stades og svært levande. Den store innovasjonen som skiljar digitale teikneseriar frå trykte teikneseriar er ikkje animasjon eller lyd eller uendelege lerret. Hovudforskjellen på trykte teikneseriar og digitale teikneseriar er openheitsprinsippet og distribusjonsmetoden: at Internett er opent for alle, noko som i første rekke betyr at det vil kunne publiserast seriar på nettet som redaktørar ikkje tør å sleppe til i blad og aviser, og i andre rekke at det går an å finne teikneseriar på nettet om dei fleste tema, same kor smale dei måtte vera. Ved å vera finansiert av reklame og produksal og å kunne overførast direkte til brukarens datamaskin digitalt er dessutan digitale teikneseriar langt meir fleksible og tilgjengelege enn trykte teikneseriar: Så lenge ein ikkje trenger å oppsøke blad og aviser for å få tak i teikneseriane, og ein dessutan kan lese dei utan å måtte betale for dei, gjer det at det er lettare for brukarar flest å få tak i eit større utval av seriar. Sjølv dersom det hadde vore mogleg å ha alle teikneseriar i verda tilgjengelege i bladhylla på min lokale teikneseriebutikk, ville eg ikkje kunne lese desse seriane utan å både bevege meg til butikken og kjøpe den aktuelle serien, og når meir tid og pengar står på spel, stiger terskelen for kor interessert eg må vera i ein teikneserie for å titte på den. Denne uredigerte distribusjonsmetoden er det som i dag gjer digitale teikneseriar til digitale teikneseriar. Internetteikneseriar er ikkje eit framtidsfenomen – dei lever i beste velgåande, og det som skiljar dei frå deira trykte sidestykke er dei sosiale rammene vi lesar dei i.

Litteraturliste

- Abadzis, Nick, Matt Abbiss, Patrice Aggs, Sarnath Banerjee, Brad Brooks, Faz Choudhury, Malcy Duff, Tom Gauld, Daniel Goodbrey, Paul Gravett, Daniel Johnstone, Roger Langridge, Simone Lia, Gary Northfield, Paul Peart-Smith, Barnaby Richards, Dave Shelton, Mark Stafford, Chris Ware og Zeel. *PoCom-UK-001*. E-merl.com, 2003, <http://www.e-merl.com/pocom.htm> (oppsøkt 13.05.2009).
- Allen, Todd. *The Economics of Web Comics: a Study in converting Content into Revenue*. 2. utgåve. Chicago: Indignant Media, 2007.
- Anderson, John. «Warren Ellis addresses his 'Children' at Comic-Con». *Comics Alliance*. AOL, 29.07.2007, <http://www.comicsalliance.com/2007/07/29/warren-ellis-addresses-his-children-at-comic-con/> (oppsøkt 13.05.2009).
- Baumann, Michael. «Komplementær tegneserieanalyse: Bildefortellinger og dokumentasjonsvitenskap». Hovudfagsoppgåve, Universitetet i Tromsø, 2007.
- Bergens Tidende. «Tegneserier – Pondus, Nemi, Rocky og Dilbert». *BT.no*. Bergens Tidende, 2009, <http://www.bt.no/tegneserier/> (oppsøkt 13.05.2009).
- Bolter, Jay David. *Writing Space: Computers, Hypertext, and the Remediation of Print*. 2. utgåve. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2001.
- Bolter, Jay David og Richard Grusin. *Remediation: Understanding new Media*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2000.
- Briet, Suzanne. *Qu'est-ce que la documentation?* Paris: Édit, 1951.
- Buckland, Michael. «What is a "digital document"?». *Document Numérique* 2, nr. 2 (1998): 221-230.
- Campbell, T. *A History of Webcomics: "The golden Age": 1993-2005*. San Antonio: Antarctic Press, 2006.
- Comic-Con International. «Eisner Awards celebrate the "Magic of Comics"». Comic-Con International, 2008, http://www.comic-con.org/cci/cci_eisners_o8win.shtml (oppsøkt 13.05.2009).

- Concina, Bruno og Giorgio Cavazzano. «Mikke Mus: Borgens hemmelighet». I *Onkel Skrue: Nye overraskelser – Donald Pocket 80*, 68-105. Oslo: Hjemmet Pocketbokforl., 1987.
- Dagbladet. «Tegneserier». *Dagbladet.no*. DB Medielab, 2009, <http://www.dagbladet.no/tegneserie/> (oppsøkt 13.05.2009).
- DB Medialab. DB Medialab AS, 2008?. <http://www.dbmedialab.no/> (oppsøkt 13.05.2009).
- Eerie. «The mega-eeeeeeeeeeeeete Adventures of Inspector Dangerfuck». Sixteen Colors ANSI and ASCII Art Archive, 1994?, <http://sixteencolors.net/packs/1994/imp-o894/EE-NP1.IMP.html> (oppsøkt 08.01.2009; nettsida utilgjengelig 13.05.2009).
- Egmont Kärnan. *Rockymagasinet.se*. Egmont Kärnan, 2009, <http://www.rockymagasinet.se> (oppsøkt 13.05.2009).
- Egmont Serieforlaget. *Pondus*. Egmont Serieforlaget, 2009, <http://pondus.no> (oppsøkt 13.05.2009).
- Eilertsen, Wivi, red. *M* 2009, nr. 3. Oslo: Schibsted forlag, 2009.
- Goodbrey, Daniel Merlin. *Never shoot the Chronopath: a 24 Hour Hypercomic also featuring the Stories: Surf Ninjas of the wild Dreaming & the Tragedy of the forgotten Form*. E-merl.com, 2007, <http://www.e-merl.com/chrono.htm> (oppsøkt 13.05.2008).
- Guigar, Brad, Dave Kellett, Scott Kurtz og Kris Straub. *How to make Webcomics*. Berkeley: Image Comics, 2008.
- Harper, Morten. *Kapteinens skrekk: Den 9. kunstart*. Bø i Telemark: Telemark Tegneserieverksted, 1996.
- _____. *Rutenes hemmelighet: 9 genrer, 99 serier*. Bø i Telemark: Telemark Tegneserieverksted, 1998.
- Hayles, N. Katherine. *Writing Machines*. Med bidrag av Anne Burdick og Peter Lunenfeld. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2002.
- Karlsvik, Gøran og Dag Lønsjø, red. *Kollektivet* 2009, nr. 3. Oslo: Schibsted forlag, 2009.

- Kellett, Dave. «Your Webcomic». I Guigar, Kellett, Kurtz og Straub, *How to make Webcomics*, 10-17.
- _____. «Interacting with your Audience». I Guigar, Kellett, Kurtz og Straub, *How to make Webcomics*, 104-114.
- _____. «Monetizing your Webcomic». I Guigar, Kellett, Kurtz og Straub, *How to make Webcomics*, 118-139.
- Kurtz, Scott R. *PvPonline*. Scott Kurtz, 2009, <http://www.pyponline.com> (oppsøkt 13.05.2009).
- Lund, Niels Windfeld. «Omrids af en dokumentationsvidenskab: Anno 2003». *Norsk tidsskrift for bibliotekforskning* 6, nr. 16 (2001): 92-127, 141.
- _____. «Building a Discipline, creating a Profession: An Essay on the Childhood of "Dokvit"». I Lund, Skare og Vårheim, *A Document (Re)turn*, 11-26.
- Lund, Niels Windfeld, Roswitha Skare og Andreas Vårheim, red. *A Document (re)turn: Contributions from a Research Field in Transition*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2007.
- Løkling, Tormod og Svein Erik Søland, red. *Pondus* 2009, nr. 5. Oslo: Egmont Serieforlaget, 2009.
- McCloud, Scott. *Understanding Comics*. New York: HarperPerennial, 1994.
- _____. *Reinventing Comics*. New York: Perennial, 2000.
- _____. «But no one ever noticed the Walrus». *The Morning Improv*. Scott McCloud, 2003, <http://www.scottmccloud.com/1-webcomics/mi/mi-22/mi-22.html> (oppsøkt 13.05.2009).
- _____. «Mimi's last Coffee». *The Morning Improv*. Scott McCloud, 2004, <http://www.scottmccloud.com/1-webcomics/mi/mi-26/mi-26.html> (oppsøkt 13.05.2009).
- _____. *The right Number*. Scott McCloud, 2009, <http://www.scottmccloud.com/1-webcomics/trn-intro/index.html> (oppsøkt 13.05.2009).
- Milholland, R.K. «December 19, 2001». *Something Positive*. R.K. Milholland, 19.12.2001, <http://somethingpositive.net/sp12192001.shtml> (oppsøkt 13.05.2009).
- Molaug, Marius og Svein Erik Søland, red. *Donald Duck & Co* 2009, nr. 19. Oversatt av Nina Svendsrud. Oslo: Egmont Serieforlaget, 2009.

- Nettredaktor.no. «Skjermopløsning for norske web-brukere». *Nettredaktor.no: En gratis nettressurs for deg som jobber med innhold på web*. Nettredaktor.no, 2007?,
http://www.nettredaktor.no/Fakta_om_Web/Nokkeltall/?module=Articles;action=Article.publicShow;ID=2255 (oppsøkt 13.05.2009).
- Ohba, Tsugumi og Takeshi Obata. *Death Note 10: Sletting*. Oversatt av Magne Tørring. Oslo: Egmont Serieforlaget, 2009.
- Olsen, Bernt I., Niels W. Lund, Johan G. Bellika, Eirik Årsand, Per Hasvold, Gunnar Ellingsen, Alexander Horsch og Gunnar Hartvigsen. «Documents in Medicine: from Paper Documents to Quality-Healthcare?» I Lund, Skare og Vårheim, *A Document (Re)turn*, 95-116.
- Ostad, Tom. «Informasjon». *Pondus*. Egmont Serieforlaget, 2009,
<http://pondus.no/Om-oss/Informasjon/> (oppsøkt 13.05.2009).
- _____. «Rogers venner». *Pondus*. Egmont Serieforlaget, 2009,
<http://pondus.no/Tegneserier/Rogers-venner/> (oppsøkt 13.05.2009).
- Rasmussen, Terje. *Nettmedier: Journalistikk og medier på Internett*. 2. utg. Bergen: Fagbokforl. 2006.
- Ringdal, Kristen. *Enhet og mangfold: Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. 2. utg. Bergen: Fagbokforl. 2007.
- Rysjedal, Fredrik. «Den skjermbaserte teikneserien». Masteroppgåve, Kunsthøgskolen i Bergen, 2008.
- Rysjedal, Fredrik og Ola Kristoffer Øye. *Screen-based Comic Demo: Ortorian*. Kunsthøgskolen i Bergen, 2008, <http://www.ortorian.com> (oppsøkt 23.10.2008; nettsidene har seinare blitt lagt ned, og dokumentet er no ikkje lenger tilgjengeleg på nett).
- Skar, Merete Markeng og Svein Erik Søland, red. *Donald Pocket 347: Nede for telling*. Oversatt av Nina Svendsrud og Harald Hauglie. Oslo: Egmont Serieforlaget, 2009.
- Stabursvik, Sigbjørn og Svein Erik Søland, red. *Nemi* 2009, nr. 4. Oslo: Egmont Serieforlaget, 2009.

Strand Comics. «Nordens beste avistegneserier – i papirutgaver og på nett». Strand Comics, 200?, <http://www.strandcomics.no/aviser.html> (oppsøkt 13.05.2009).

Straub, Kris. «Formatting». I Guigar, Kellett, Kurtz og Straub, *How to make Webcomics*, 28-43.

Aarseth, Espen. «We all want to change the World: The Ideology of Innovation in Digital Media». I *Digital Media Revisited: Theoretical and Conceptual Innovation in Digital Domains*, redigert av Gunnar Liestøl, Andrew Morrison og Terje Rasmussen, 415-439. Cambridge, Mass.: The MIT Press, 2004.

Biletrettar

Side 24: *Mira* © Arne Bye. Stripe 34, <http://www.nettserier.no/mira/2009/01/13/>, 13. januar 2009.

Side 51: *xkcd* © Randall Munroe. «New car», <http://xkcd.com/570/>, april 2009.
Hark, a Vagrant © Kate Beaton. Utsnitt frå side 141, <http://www.harkavagrant.com/index.php?id=141>, 2009.

Side 62: *xkcd* © Randall Munroe. «Not enough work», <http://xkcd.com/554/>, 2009.

Side 64: *Hakkum* © Nils Petter Smeby. Stripe 1252, <http://www.nettserier.no/hakkum/2008/07/07/>, 7. juli 2008.

Mira, *Hark, a Vagrant* og *Hakkum* er brukt med løyve frå serieskaparane. *xkcd* er brukt i samsvar med den lisens som er gitt på <http://www.xkcd.com/about/>.

Adresser til internetteikneseriar nemnt i denne avhandlinga

9 Chickweed Lane av Brooke McEldowney:
http://comics.com/9_chickweed_lane/

Argon Zark av Charley Parker:
<http://zark.com>

Arild av Eirik Andreas Vik:
<http://nettserier.no/arild/>

Bizarro av Dan Piraro:
<http://kingfeatures.com/features/comics/bizarro/about.htm>

Serien er òg tilgjengeleg i nettaviser,

mellom anna på
<http://start.no/tegneserier/>

«**But no one ever noticed the Walrus**» av Scott McCloud:
<http://scottmccloud.com/1-webcomics/mi/mi-22/mi-22.html>

Carpe Diem av Niklas Eriksson:
Tilgjengeleg på
<http://pondus.no>

Count your Sheep av Adrian Ramos:
<http://countyoursheep.keenspot.com/>

Ctrl+Alt+Del av Tim Buckley:
<http://ctrlaltdel-online.com>

Cyanide and Happiness av Kris Wilson, Rob DenBleyker, Matt Melvin og Dave McElpatrick:
<http://explosm.net>

Dante av Alexander Løken:
<http://nettserier.no/dante/>

Dilbert av Scott Adams:
<http://dilbert.com>
Serien er òg tilgjengeleg i nettaviser, mellom anna på
<http://vg.no/spesial/dilbert/>

Doctor Fun av David Farley:
<http://ibiblio.org/Dave/drfun.html>

Donald Duck av Al Taliaferro et.al.: Kan mellom anna lesast på
<http://donald.no>

Eon av Lars Lauvik: Tilgjengeleg på
<http://pondus.no>

Felina av InkaLill:
<http://nettserier.no/felinakatt/> (norsk)
<http://webcomicsnation.com/inq/>
(engelsk)

Foxtrot av Bill Amend:
<http://foxtrot.com>

FreakAngels av Warren Ellis og Paul Duffield:
<http://freakangels.com>

Girl Genius av Kaja og Phil Foglio:
<http://girlgeniusonline.com/>

Goats av Jonathan Rosenberg:
<http://goats.com>

Gunnerkrigg Court av Tom Siddell:
<http://gunnerkrigg.com>

Hakkum av Nils Petter Smeby:
<http://nettserier.no/hakkum/>

Hark, a Vagrant av Kate Beaton:
<http://harkavagrant.com>

Helen, Sweetheart of the Internet av Peter Zale:
<http://peterzale.com/helen/>

Helt Nils av Nils Ofstad: Tilgjengeleg på
<http://pondus.no>

Hårek den hardbalne av Dik og Chris Browne:
<http://www.kingfeatures.com/features/comics/hagar/about.htm>

Kevin and Kell av Bill Holbrook:
<http://kevinandkell.com>

Knøttene av Charles Schulz:
<http://comics.com/peanuts/>

Lagunen av Jim Toomey: Kan mellom anna lesast på
<http://start.no/tegneserier/>

Larsons gale verden av Gary Larson: Eg har ikkje klart å finne ei lenkje til denne serien, då serien ikkje verkar å vera tilgjengeleg på lovlege internettsider.

Looking for Group av Ryan Sohmer og Lar deSouza:
<http://lfgcomic.com>

M av Mads Eriksen:
<http://start.no/m/>

«**Mimi's last Coffee**» av Scott McCloud:
<http://scottmccloud.com/1-webcomics/mi/mi-26/mi-26.html>

Mira av Arne Bye:
<http://mira.arnebye.no>

The Morning Improv av Scott McCloud:
<http://scottmccloud.com/1-webcomics/mi/>

Nemi av Lise Myhre: mellom anna tilgjengeleg på
<http://dagbladet.no/tegneserie/nemi/> og
<http://metro.co.uk/nemi/>

NetBoy av Stafford Huyler
<http://netboy.com>

Never shoot the Chronopath av Daniel Merlin Goodbrey:
<http://e-merl.com/chrono.htm>

Nilsen og Viktor av Preben Moan:
<http://nettserier.no/nilsenogviktor/>

Optipess av Kristian Nygård:
<http://optipess.com> (engelsk)
<http://nettserier.no/optipess/> (norsk)

Ortorian av Fredrik Rysjedal og Ola Kristoffer Øye: Serien er ikkje lenger tilgjengeleg.

Penny Arcade av Jerry Holkins og Mike Krahulik:
<http://penny-arcade.com>

The Perry Bible Fellowship av Nicholas Gurewitch:
<http://pbfcomics.com>

PoCom-UK-001 av Nick Abadzis et.al.:
<http://e-merl.com/pocom.htm>

Pondus av Frode Øverli: Mellom anna tilgjengeleg på
<http://dagbladet.no/tegneserie/pondus/>

PvP av Scott Kurtz:
<http://pvponline.com>

Questionable Content av Jeph Jacques:
<http://questionablecontent.net>

Radio Gaga av Øyvind Sagåsen:
Tilgjengeleg på
<http://pondus.no> og
<http://radiogaga.no>

Ridderne av Dor av InkaLill:
<http://nettserier.no/inkalill/> (norsk)
<http://webcomicsnation.com/inq/>
(engelsk)

The Right Number av Scott McCloud:
<http://scottmccloud.com/1-webcomics/trn-intro/index.html>

Rutetid av Frode Øverli: Mellom anna tilgjengeleg på
<http://dagbladet.no/tegneserie/rutetid/>

Sinfest av Tatsuya Ishida:
<http://sinfest.net>

Sluggy Freelance av Pete Abrams:
<http://sluggy.com>

Something Positive av R.K. Milholland:
<http://somethingpositive.net>

Spider-Man og andre Marvel-teikneseriar:
<http://marvel.com/digitalcomics/>

Ugly Girl av Nanda:
<http://nanda.comicgenesis.com/>

UserFriendly av J.D. Frazer:
<http://userfriendly.org>

Where the Buffalo roam av Hans Bjordahl:
<http://shadowculture.com/wtbr/>

Wulffmorgenthaler av Mikael Wulff og Anders Morgenthaler:
<http://wulffmorgenthaler.com>
Serien kan òg lesast i nettaviser, mellom anna på
<http://aftenposten.no/tegneserier/>

Wyyrd av Gard Helset:
<http://wyyrd.gardhelset.com> (engelsk)
<http://nettserier.no/wyyrd/> (norsk)

xkcd av Randall Munroe:
<http://xkcd.com>

Zofies verden av Grethe Nestor og Norunn Blichfeldt Schjerven:
<http://www.zofiesverden.no>
Serien kan òg lesast i nettaviser, mellom anna på
<http://dagbladet.no/tegneserie/zofiesverden/>

Alle lenkjer i lista er sist oppsøkt 14. mai 2009.

Stikkordregister

- 9 Chickweed Lane..... 44
- Aarseth, Espen.....16
- Abadzis, Nick..... 22; 34; 55
- Abrams, Pete.....18
- Adams, Scott..... 7; 41; 43; 44; 52; 61
- Adobe Flash 19; 33; 49; 57; 73; 82
- Aftenposten 42
- Aftenposten.no 52; 70
- Afternoon 9
- Allen, Todd 18; 25; 27; 79; 81
- Amazon Kindle86
- Amend, Bill61
- Andebyonline.com 37
- Anderson, John..... 45
- animasjon.....14; 21; 28
- annonsemodellen75; 76; 77; 78; 81
- Argon Zark18
- Arild..... 60
- Baumann, Michael..... 10; 13
- Bayeaux-teppet 7
- Beaton, Kate..... 50; 51
- Bellika, Johan G. 9
- Bergens Tidende 59
- betalingsmodellen 76; 79; 81
- biletforteljing.....10
- Billy..... 62
- Bizarro..... 44
- Bjordahl, Hans.....17; 18
- Bladcentralen..... 58
- Bolter, Jay David..... 8; 9; 10; 15; 16; 17; 28
- Bone7
- Briet, Suzanne 15
- Broken Saints..... 21
- BT.no59; 77
- Buckland, Michael 14; 15
- Buckley, Tim..... 41; 43
- Burdick, Anne..... 10
- Burgess, Brooke..... 21
- But no one ever noticed the Walrus ... 19
- Bye, Arne24; 63; 68
- Campbell, T 17; 18; 20; 42; 43; 61
- Carpe Diem59
- Cavazzano, Giorgio22
- CD-ROM..... 11
- Comic Book Resources52
- Comica22
- ComicGenesis..... 51
- Comics.com.....51; 52
- Concina, Bruno22
- Count your Sheep67
- Ctrl+Alt+Del41; 42; 43; 44; 62
- Cyanide and Happiness41; 43; 50; 62
- Dagbladet.....42; 58; 59
- Dagbladet.no42; 45; 51; 52; 59; 60; 68;
69; 70; 77
- Daily Comics52
- Dante78
- DC Comics.....27

<i>Death Note</i>	80	Foglio, Phil.....	44; 65
DenBleyker, Rob.....	41; 43	<i>Foxtrot</i>	61
deSouza, Lar	42; 43; 44; 65	Frazer, J.D.....	18; 42; 44
digital teikneserie, definisjon.....	11	<i>FreakAngels</i>	44; 45; 50; 66; 70
<i>Dilbert</i>	7; 41; 42; 43; 44; 52; 59; 61; 70	<i>Geba</i>	68
docem, definisjon	11	<i>Girl Genius</i>	44; 45; 65; 66; 70
<i>Doctor Fun</i>	18; 19	<i>Goats</i>	18; 20
dokumentasjonsform, definisjon.....	11	GoComics	52
dokumentasjonsvitskap	8	Goodbrey, Daniel Merlin.....	21
<i>Donald Duck</i>	44; 60	Grethe og Norunnsjå Nestor, Grethe og Schjerven, Norunn Blichfeldt	
<i>Donald Duck & Co</i>	80	Grusin, Richard	8; 9; 15; 16; 17; 28
<i>Donald Pocket</i>	22; 80	Guigar, Brad	25; 26; 71; 74
DrunkDuck	51	<i>Gunnerkrigg Court</i>	44; 45; 66
Duffield, Paul.....	44	Gurewitch, Nicholas	41; 43; 44; 61
Edwardsen, Are.....	68	<i>Hakkum</i>	44; 60; 63; 64; 76
Eerie	17	<i>Hark, a Vagrant</i>	50; 51
Egmont Kärnan	59	Harper, Morten	7; 65
Egmont Serieforlaget.....	27; 59	Hartvigsen, Gunnar.....	9
Eilertsen, Wivi	80	Hasvold, Per	9
Eisner Awards, The.....	9	Hauglie, Harald.....	80
Ellingsen, Gunnar	9	Hayles, N. Katherine	9; 10
Ellis, Warren	44; 45	<i>Helen, Sweetheart of the Internet</i>	18
<i>Eon</i>	43; 59	Helset, Gard.....	42; 44; 60; 68; 82
Eriksen, Mads	41; 43; 44; 58	<i>Helt Nils</i>	59
Eriksson, Niklas	59	Holbrook, Bill.....	18
e-teikneseriar	20	Holkins, Jerry.....	20; 41; 43; 61; 69
Farley, David.....	18	Horsch, Alexander	9
<i>Felina</i>	44	Huyler, Stafford.....	18; 61
Flash	sjå Adobe Flash	hyperteikneseriar	21
Flis	sjå Sagåsen, Øyvind	<i>Hårek den hardbalne</i>	62
Foglio, Kaja	44; 65		

Illiad	sjå Frazer, J.D.	Lunenfeld, Peter.....	10
infinite canvas.....	sjå uendeleg lerret	Løken, Alexander	78
InkaLill	44	Løkling, Tormod	80
<i>Inspector Dangerfuck</i>	17	Lønsjø, Dag.....	80
interaktiv fiksjon	9	<i>M</i> (teikneserie)41; 42; 43; 44; 58; 59; 60;	
iPhone	86	61; 67; 70; 78; 80	
Ishida, Tatsuya.....	41; 43; 44; 61	Marvel Comics.....	20; 27
iTunes.....	27	McCloud, Scott7; 8; 10; 19; 20; 21; 23; 24;	
Jacques, Jeph.....	42; 44; 65	26; 27; 28; 29; 34; 39; 54; 55; 82; 83	
Joyce, Michael.....	9	McEldowney, Brooke	44
Karlsvik, Gøran	80	McElpatrick, Dave.....	41; 43
Keenspot	51	McLuhan, Marsh\$all	15
Kellerman, Martin	41; 43; 44; 58	Melvin, Matt.....	41; 43
Kellett.....	27	Memmott, Talan	9
Kellett, Dave	25; 26; 71; 74; 76	micropayments.....	sjå mikrobetalingar
<i>Kevin and Kell</i>	18	<i>Mikke Mus</i>	22
Kirby, Ian	21	mikrobetalingar.....	26; 27
<i>Knøttene</i>	52; 62	Milholland, R.K.	44; 64
<i>Kollektivet</i>	80	Mimi's last Coffee.....	20
Kollektivet.no	37	<i>Mira</i>	24; 68
Krahulik, Mike.....	41; 43; 61; 69	Moan, Preben	78
Kurtz, Scott.....	20; 25; 26; 71; 74	Molaug, Marius	80
<i>Lagunen</i>	61	Morgenthaler, Anders.....	41; 43; 44
Larson, Gary.....	18; 61	<i>Morning Improv, The</i>	19; 20
<i>Larsons gale verden</i>	18; 61	Morrison, Andrew	16
Lauvik, Lars.....	43; 59	Mosaic.....	17
<i>Lexia to Perplexia</i>	9	<i>Moss Dagblad</i>	63
Liestøl, Gunnar	16	MSN.no	52
Lise	sjå Myhre, Lise	Munroe, Randall	41; 43; 44; 51; 61; 62
<i>Looking for Group</i>	42; 43; 44; 62; 65	Myhre, Lise	41; 43; 44; 58
Lund, Niels Windfeld	8; 9; 11; 13; 15; 16		

*Nemi*41; 42; 43; 44; 45; 58; 59; 60; 61; 68;
 70; 77; 78; 80
 nerdcore 42; 44; 61; 62
 Nestor, Grethe 41; 43; 44
NetBoy18; 61
 Nettavisen 52
 Nettredaktor.no 70
 Nettserier.no37; 41; 43; 51; 52; 60; 68; 69;
 70; 78
Never shoot the Chronopath 21
Nilsen og Viktor 78
 Nygård, Kristian 68
 Obata, Takeshi..... 80
 Ofstad, Nils 59
 Ohba Tsugumi 80
 Olsen, Bernt I..... 8; 9
Optipess 68
Ortorian 21; 34; 37; 55; 81
 Ostad, Tom 58; 59
 Otlet, Paul.....14
 Outcault, Richard F. 7
 Outland 37
 outsourcingmodellen76; 77; 78
 Parker, Charley18
*Penny Arcade*20; 41; 42; 43; 44; 45; 61;
 62; 64; 69; 70; 83
People 61
*Perry Bible Fellowship*41; 42; 43; 44; 61;
 70
 Piraro, Dan..... 44
 Playstation Portable 86
PoCom-UK-001 22; 34; 55
*Pondus*41; 42; 43; 44; 45; 47; 58; 59; 60;
 61; 67; 68; 70; 76; 77; 78; 80
 Pondus.no..... 37; 52; 58
 problemstilling 9
 produktsalmodellen 75; 76; 77; 81
PvP 20; 83
Questionable Content 42; 44; 65
Radio Gaga..... 42; 43; 59
 Raptus 82
 Rasmussen, Terje 16; 17
 reklameeffektmodellen 76; 78
 remediering 15
Rex Rudi 47
Ridderne av Dor 44
Right Number, The 8; 20; 34; 54; 55
 Ringdal, Kristen..... 30; 31; 35; 36; 39
*Rocky*41; 42; 43; 44; 45; 47; 58; 59; 60;
 68; 70; 77
Rocky Magasin 59
 Rogers venner 59; 68
 Rosenberg, Jonathan 18; 20
Rutetid 41; 42; 43; 44; 60; 68; 77
 Rysjedal, Fredrik8; 18; 19; 20; 21; 22; 28;
 29; 34; 37; 55; 56; 81; 82
 Røsberg, Ingalill*sjå* InkaLill
 Sagåsen, Øyvind 42; 43; 59
 sannsynsutval 35; 36; 39
 SAS Norge 7
 Schibsted forlag 27; 78
 Schjerven, Norunn Blichfeldt .. 41; 43; 44

Schulz, Charles	52	tradisjonelle digitale teikneseriar.....	22
Siddell, Tom.....	44	Tørring, Magne	80
<i>Sinfest</i>	41; 42; 43; 44; 61; 62; 70	uendeleg lerret	18; 19; 20; 83; 86
Skar, Merete Markeng.....	80	<i>Ugly Girl</i>	50
Skare, Roswitha	9	<i>UserFriendly</i>	18; 42; 43; 44
skjermbaserte teikneseriar	21; 22; 23; 27;	Verdsveven	82
	28; 29; 32; 34; 35; 37; 49; 54; 55; 56; 57;	VG	42
	81; 82; 83; 84; 85; 86	VG.no	37; 42; 51; 52; 70
skjermoppløysing	70	Vik, Eirik Andreas	60
<i>Sluggy Freelance</i>	18; 19	Vårheim, Andreas	9
slumpmessig utval	36; 39	West, Andrew.....	21
Smeby, Nils Petter	44; 60; 63; 64	<i>Where the Buffalo roam</i>	17
Smith, Jeff	7	Wilson, Kris.....	41; 43
Sohmer, Ryan.....	42; 43; 44; 65	<i>Wired</i>	61
<i>Something Positive</i>	44; 64	Wulff, Mikael.....	41; 43; 44
<i>Spider-Man</i>	20	<i>Wulffmorgenthaler</i>	41; 42; 43; 44; 60; 67;
Stabursvik, Sigbjørn	80		70
Start.no.....	37; 51; 52; 59; 70	<i>Wyyrd</i>	42; 44; 60; 68
Strand Comics	77	<i>xkcd</i>	41; 42; 43; 44; 50; 51; 61; 62; 70; 83
Straub, Kris	25; 26; 71; 74	<i>Yellow Kid, The</i>	7
Svendsrud, Nina	80	Zale, Peter.....	18
Søland, Svein Erik.....	80	<i>Zofies verden</i>	41; 42; 43; 44; 50; 67; 68; 70
Taliaferro, Al.....	44	Øverli, Frode	41; 43; 44; 58; 77
teikneserie, definisjon	10	Øye, Ola Kristoffer	21; 34; 55
teikneseriefilmar.....	21	Årsand, Eirik.....	9
Toomey, Jim.....	61		

Vedlegg

A. Spørsmål og svar frå brukarundersøkinga

Desse spørsmåla blei stilt i brukarundersøkinga. For alle spørsmål som hadde enkle svaralternativ eller avkryssingsboksar, viser eg òg her eit samandrag av resultatata frå undersøkinga. For spørsmål der det var lagt opp til at brukarane skulle svare med fritekst, viser eg til avhandlingas kapittel 4 for ei oppsummering.

1. Har du, i løpet av dei siste tre månadane, lest teikneseriar på Internett?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Ja	285	97.3 %	97.0 %	98.4 %	97.6 %	97.5 %	96.2 %
Nei	8	2.7 %	3.0 %	1.6 %	2.4 %	2.5 %	3.8 %

2. Har du, i løpet av dei siste tre månadane, lest eit teikneserieblad?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Ja	276	94.8 %	94.3 %	96.8 %	95.1 %	92.5 %	97.4 %
Nei	15	5.2 %	5.7 %	3.2 %	4.9 %	7.5 %	2.6 %

3. Har du, i løpet av dei siste tre månadane, lest teikneseriar i ei avis?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Ja	272	93.2 %	93.9 %	90.3 %	97.6 %	90.0 %	94.9 %
Nei	20	6.8 %	6.1 %	9.7 %	2.4 %	10.0 %	5.1 %

4. Kor ofte bruker du Internett?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Dagleg	283	96.6 %	97.4 %	93.5 %	92.7 %	97.5 %	98.7 %
4-5 dagar i veka	8	2.7 %	2.2 %	4.8 %	4.9 %	2.5 %	1.3 %
Fleire gonger i veka	2	0.7 %	0.4 %	1.6 %	2.4 %	0.0 %	0.0 %
Cirka ein gong i veka	0	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Fleire gonger i månaden	0	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Cirka ein gong i månaden	0	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Sjeldnare	0	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %

5. Kva har du brukt Internett til i løpet av den siste månaden? Kryss av for alle alternativa som stemmer.

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Lese/send e-post	273	97.8 %	97.2 %	100.0 %	93.7 %	100.0 %	100.0 %
Chatte, t.d. gjennom IRC eller eit Messenger-program	203	72.8 %	70.8 %	80.6 %	82.3 %	84.5 %	46.7 %
Halde kontakten med vener gjennom sosiale nettverk, t.d. Facebook eller MySpace	199	71.3 %	67.1 %	85.5 %	70.9 %	79.3 %	58.7 %
Kjøpe varar i ein nettbutikk, t.d. Amazon.com eller CDON	188	67.4 %	68.5 %	64.5 %	48.1 %	75.9 %	78.7 %
Laste ned musikk eller andre filer, t.d. gjennom iTunes	162	58.1 %	60.6 %	50.0 %	57.0 %	63.8 %	52.0 %
Lese nyhende i nettaviser	263	94.3 %	95.8 %	88.7 %	87.3 %	96.6 %	97.3 %
Lese bloggar	195	69.9 %	70.4 %	67.7 %	67.1 %	74.1 %	65.3 %
Sjå filmsnuttar, t.d. på YouTube eller nrk.no	253	90.7 %	92.6 %	83.9 %	92.4 %	93.1 %	84.0 %
Lese teikneseriar	267	95.7 %	94.9 %	98.4 %	96.2 %	96.6 %	93.3 %
Spele spel	155	55.6 %	55.6 %	56.5 %	68.4 %	57.8 %	38.7 %
Informasjonssøking /research i samband med jobb eller skole	225	80.6 %	82.9 %	74.2 %	86.1 %	81.9 %	74.7 %
Lage/oppdatere eiga heimeside/ blogg	99	35.5 %	35.2 %	37.1 %	30.4 %	40.5 %	34.7 %

6. Kva andre ting har du brukt nettet til? (tekstboks)

7. Har du nokon gong kjøpt varer (fysiske produkt) i ein nettbutikk?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Ja	279	95.2 %	94.8 %	96.8 %	86.6 %	100.0 %	97.5 %
Nei	14	4.8 %	5.2 %	3.2 %	13.4 %	0.0 %	2.5 %

8. Har du nokon gong lasta ned musikk, film, programvare, PDF-aviser eller liknande mot betaling?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Ja	172	58.7 %	61.7 %	46.8 %	31.7 %	67.8 %	73.4 %
Nei	121	41.3 %	38.3 %	53.2 %	68.3 %	32.2 %	26.6 %

9. Har du nokon gong betalt pengar for å få tilgong til ei nettside eller teneste på Internett?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Ja	104	35.6 %	38.9 %	22.6 %	27.2 %	39.7 %	36.7 %
Nei	188	64.4 %	61.1 %	77.4 %	72.8 %	60.3 %	63.3 %

10. Leser du teikneseriar på Internett på jamleg basis?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Ja	253	88.8 %	88.3 %	90.2 %	96.3 %	89.8 %	80.3 %
Nei	32	11.2 %	11.7 %	9.8 %	3.8 %	10.2 %	19.7 %

11. Her vil eg gjerne at du skal nemne nokre av dei teikneseriane du leser eller har lest på nettet. Dersom det er veldig mange seriar, kan du nemne dei 5-10 seriane som du liker best. (tekstboks)
12. Kan du tenkja deg ein spesiell grunn til at du leser/likar akkurat desse seriane? (tekstboks)

Spørsmål 13 og 14 blei stilt berre til dei som svarte nei på spørsmål 1.

13. På første side av denne spørjeundersøkinga svarte du at du ikkje har lest teikneseriar på nettet dei siste tre månadane. Kva er grunnen til det? (tekstboks)
14. Dersom du skulle byrja å lese ein teikneserie på nettet, kva element ser du for deg at ein slik teikneserie måtte ha for å fange interessa di? (tekstboks)

15. Dei neste spørsmåla i undersøkinga vil handle om skjermbaserte teikneseriar – teikneseriar som er laga spesielt for å kunne lesast på skjerm, og bruker spesielle verkemiddel som ikkje kan brukast på papir (lyd, animasjon, ekstremt store format, tre dimensjonar osv.). Dersom du ikkje har mykje erfaring med skjermbaserte teikneseriar, er det fint om du bruker nokre minutt på å utforske eit par av desse døma før du går vidare i undersøkinga (lenkjene opnast i nytt vindauge).

[Lenkjer til *The Right Number* av Scott McCloud og *PoCom-UK-001* av Nick Abadzis m.fl.]

Hadde datamaskina di problemer med å vise desse seriane?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Nei	280	95.6 %	95.2 %	96.8 %	95.1 %	97.5 %	94.9 %
Ja, men eg har erfaring med skjermbaserte seriar tidlegare, så eg kan svare på spørsmål om dei likevel	5	1.7 %	2.2 %	0.0 %	2.4 %	1.7 %	1.3 %
Ja, eg fekk ikkje sett desse seriane	8	2.7 %	2.6 %	3.2 %	2.4 %	0.8 %	3.8 %

Spørsmål 16-19 blei stilt berre til dei som ikkje svarte «Ja, eg fekk ikkje sett desse seriane» på spørsmål 15.

16. Kva synest du om dei ekstra moglegheitene som skjermbaserte teikneseriar byr på og det dei gjer for lesaroplevinga?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært positivt	51	17.9 %	17.0 %	21.7 %	20.0 %	15.8 %	17.1 %
Positivt	128	44.9 %	44.6 %	46.7 %	51.3 %	40.8 %	44.7 %
Verken positivt eller negativt	78	27.4 %	29.0 %	21.7 %	26.3 %	31.7 %	23.7 %
Negativt	24	8.4 %	8.5 %	6.7 %	1.3 %	9.2 %	14.5 %
Svært negativt	4	1.4 %	0.9 %	3.3 %	1.3 %	2.5 %	0.0 %

17. Kva synest du om skjermbaserte teikneseriar samanlikna med «vanlege» internetteikneseriar? (Berre presentasjonsforma - ikkje sjølve historiene!)

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Dei skjermbaserte er mykje betre	10	3.5 %	4.0 %	1.7 %	2.5 %	1.7 %	6.6 %
Dei skjermbaserte er noko betre	35	12.3 %	12.9 %	10.0 %	16.3 %	8.3 %	14.5 %
Dei skjermbaserte og andre internet-teikneseriar er like bra	147	51.6 %	47.8 %	66.7 %	48.8 %	59.2 %	40.8 %
Dei skjermbaserte er noko dårlegare	69	24.2 %	25.9 %	16.7 %	28.8 %	20.0 %	27.6 %
Dei skjermbaserte er mykje dårlegare	24	8.4 %	9.4 %	5.0 %	3.8 %	10.8 %	10.5 %

18. Trur du at det er sannsynleg at skjermbaserte teikneseriar i framtida i stor grad vil overta for andre internettseriar og bli den dominerande teikneserieforma på Internett?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært sannsynleg	12	4.2 %	4.0 %	5.0 %	1.3 %	6.7 %	3.9 %
Litt sannsynleg	68	23.9 %	23.7 %	25.0 %	25.0 %	20.8 %	26.3 %
Veit ikkje	82	28.8 %	25.4 %	41.7 %	27.5 %	26.7 %	34.2 %
Litt usannsynleg	84	29.5 %	31.3 %	23.3 %	30.0 %	30.8 %	27.6 %
Svært usannsynleg	39	13.7 %	15.6 %	5.0 %	16.3 %	15.0 %	7.9 %

19. Kan du kort grunngi kva du opplever som positivt og/eller negativt med skjermbaserte seriar? (tekstboks)

20. Har du i løpet av den siste månaden, som du hugsar, lest ein teikneserie på nettet, lagt merke til ein av annonsane over / under / ved sidan av serien og klikka på denne?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Ja	73	24.9 %	25.2 %	24.2 %	34.1 %	24.8 %	16.5 %
Nei	220	75.1 %	74.8 %	75.8 %	65.9 %	75.2 %	83.5 %

21. Har du nokon gong bestilt eit produkt frå netthandelen til ein internetteikneserie, til dømes bøker, T-skjorter, plakatar eller andre ting som har med serien å gjera?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Ja	88	30.2 %	31.7 %	24.6 %	24.4 %	31.7 %	35.4 %
Nei	203	69.8 %	68.3 %	75.4 %	75.6 %	68.3 %	64.6 %

22. Har du nokon gong betalt pengar for å få lese ein digital teikneserie på nettet?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Ja	5	1.7 %	1.7 %	1.6 %	0.0 %	3.3 %	1.3 %
Nei	287	98.3 %	98.3 %	98.4 %	100.0 %	96.7 %	98.7 %

23. Dersom ein teikneserie du var interessert i å lese blei gjort tilgjengeleg digitalt på nettet mot betaling til ein akseptabel pris, er det sannsynleg at du ville kjøpe den?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært sannsynleg	31	10.7 %	10.5 %	11.3 %	11.1 %	12.4 %	7.6 %
Litt sannsynleg	86	29.6 %	30.1 %	27.4 %	29.6 %	31.4 %	27.8 %
Verken sannsynleg eller usannsynleg	49	16.8 %	16.6 %	17.7 %	16.0 %	12.4 %	24.1 %
Litt usannsynleg	70	24.1 %	23.1 %	27.4 %	22.2 %	21.5 %	30.4 %
Svært usannsynleg	55	18.9 %	19.7 %	16.1 %	21.0 %	22.3 %	10.1 %

24. Kva føler du i så fall at er ein akseptabel pris for ein digital teikneserie?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Tilnærma lik gratis, ettersom ein ikkje får eit fysisk produkt for pengane	126	43.8 %	43.8 %	43.5 %	46.9 %	41.7 %	40.3 %
Ein pris som er minst 50 % lågare enn prisen for å kjøpe ein tilsvarende teikneserie i butikken	104	36.1 %	36.3 %	35.5 %	30.9 %	35.0 %	45.5 %
Ein pris som er minst 25 % lågare enn prisen for å kjøpe ein tilsvarende teikneserie i butikken	21	7.3 %	7.1 %	8.1 %	9.9 %	8.3 %	3.9 %
Cirka same pris som for å kjøpe ein tilsvarende teikneserie i butikken	12	4.2 %	4.0 %	4.8 %	7.4 %	4.2 %	1.3 %
Annan pris, vennligst spesifiser:	25	8.7 %	8.8 %	8.1 %	4.9 %	10.8 %	9.1 %

25. (tekstboks som heng saman med siste alternativ på spørsmål 24)

26. Kor mykje av ein teikneserie bør vera tilgjengeleg som gratis smakebitar for at du skal vurdere å kjøpe den?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Ingenting / tilnærma lik ingenting	6	2.1 %	2.2 %	1.6 %	1.2 %	1.7 %	3.9 %
Eit par sider / 10-15 striper	139	48.1 %	46.7 %	53.2 %	53.1 %	43.8 %	49.4 %
Cirka eit kapittel	91	31.5 %	31.3 %	32.3 %	34.6 %	33.9 %	26.0 %
Ganske mykje av serien	53	18.3 %	19.8 %	12.9 %	11.1 %	20.7 %	20.8 %

27. Det finst ei rekke teikneserieportalar på nettet. Vennligst set eit kryss for alle dei av desse portalane du har besøkt den siste månaden.

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
ComicGenesis.com	10	3.6 %	2.8 %	6.5 %	3.8 %	4.3 %	2.7 %
Comics.com	41	14.7 %	13.9 %	17.7 %	10.1 %	11.2 %	25.3 %
Dagbladet.nos teikneseriesider	207	74.2 %	76.9 %	66.1 %	79.7 %	72.4 %	73.3 %
DrunkDuck.com	12	4.3 %	4.6 %	3.2 %	8.9 %	2.6 %	2.7 %
Keenspot.com	15	5.4 %	5.1 %	6.5 %	5.1 %	5.2 %	5.3 %
Nettserier.no	114	40.9 %	39.8 %	45.2 %	63.3 %	30.2 %	36.0 %
Start.nos teikneseriesider	167	59.9 %	60.2 %	59.7 %	59.5 %	64.7 %	54.7 %
VG.nos teikneseriesider	89	31.9 %	31.5 %	33.9 %	38.0 %	31.9 %	26.7 %

28. Dersom du har besøkt andre teikneserieportalar på nettet den siste månaden, vennligst nemn dei her. (tekstboks)

Kor viktig for di lesaroppleving er det at ...

29. ... serien får deg til å le

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	80	27.4 %	28.3 %	24.2 %	31.7 %	27.3 %	21.5 %
Viktig	134	45.9 %	45.2 %	48.4 %	45.1 %	46.3 %	48.1 %
Verken viktig eller uviktig	65	22.3 %	21.7 %	24.2 %	18.3 %	23.1 %	25.3 %
Uviktig	7	2.4 %	2.2 %	3.2 %	2.4 %	1.7 %	3.8 %
Svært uviktig	6	2.1 %	2.6 %	0.0 %	2.4 %	1.7 %	1.3 %

30. ... serien oppdaterast ofte

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
vært viktig	65	22.4 %	24.6 %	14.5 %	16.0 %	25.6 %	26.9 %
Viktig	161	55.5 %	54.8 %	58.1 %	64.2 %	50.4 %	51.3 %
Verken viktig eller uviktig	53	18.3 %	17.5 %	21.0 %	17.3 %	18.2 %	19.2 %
Uviktig	11	3.8 %	3.1 %	6.5 %	2.5 %	5.8 %	2.6 %
Svært uviktig	0	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %

31. ... serien er gratis å lese

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	121	41.6 %	42.4 %	38.7 %	44.4 %	41.3 %	39.2 %
Viktig	120	41.2 %	41.5 %	40.3 %	43.2 %	36.4 %	45.6 %
Verken viktig eller uviktig	42	14.4 %	13.5 %	17.7 %	8.6 %	19.0 %	13.9 %
Uviktig	6	2.1 %	1.7 %	3.2 %	2.5 %	3.3 %	0.0 %
Svært uviktig	2	0.7 %	0.9 %	0.0 %	1.2 %	0.0 %	1.3 %

32. ... serien bruker Flash-teknologi eller liknande for å kunne ha verkemidlar som ikkje er tilgjengelege for papirteikneseriar

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	2	0.7 %	0.4 %	1.6 %	1.2 %	0.0 %	1.3 %
Viktig	7	2.4 %	1.7 %	4.8 %	1.2 %	1.7 %	3.8 %
Verken viktig eller uviktig	65	22.3 %	24.0 %	16.1 %	25.9 %	15.7 %	27.8 %
Uviktig	100	34.4 %	31.4 %	45.2 %	30.9 %	33.9 %	41.8 %
Svært uviktig	117	40.2 %	42.4 %	32.3 %	40.7 %	48.8 %	25.3 %

33. ... det går an å printe ut serien

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	5	1.7 %	1.7 %	1.6 %	0.0 %	1.7 %	3.8 %
Viktig	21	7.2 %	8.3 %	3.2 %	6.1 %	5.0 %	12.7 %
Verken viktig eller uviktig	80	27.4 %	27.8 %	25.8 %	31.7 %	27.3 %	22.8 %
Uviktig	87	29.8 %	28.7 %	33.9 %	26.8 %	28.9 %	32.9 %
Svært uviktig	99	33.9 %	33.5 %	35.5 %	35.4 %	37.2 %	27.8 %

34. ... serien er i eit så stort format at den er lett å lese utan å anstrenge seg

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	98	33.6 %	33.5 %	33.9 %	36.6 %	29.8 %	32.9 %
Viktig	145	49.7 %	49.1 %	51.6 %	48.8 %	51.2 %	49.4 %
Verken viktig eller uviktig	36	12.3 %	13.5 %	8.1 %	7.3 %	15.7 %	13.9 %
Uviktig	11	3.8 %	3.0 %	6.5 %	6.1 %	3.3 %	2.5 %
Svært uviktig	2	0.7 %	0.9 %	0.0 %	1.2 %	0.0 %	1.3 %

35. ... serien har ei samanhengande historie som er i stadig utvikling

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	10	3.4 %	2.6 %	6.5 %	4.9 %	3.3 %	2.5 %
Viktig	58	19.9 %	20.9 %	16.1 %	23.2 %	13.2 %	24.1 %
Verken viktig eller uviktig	153	52.4 %	52.6 %	51.6 %	51.2 %	58.7 %	46.8 %
Uviktig	51	17.5 %	16.5 %	21.0 %	11.0 %	17.4 %	25.3 %
Svært uviktig	20	6.8 %	7.4 %	4.8 %	9.8 %	7.4 %	1.3 %

36. ... serien er tilgjengeleg andre stadar enn på Internett

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	9	3.1 %	2.6 %	4.9 %	2.4 %	4.2 %	2.6 %
Viktig	39	13.4 %	13.5 %	13.1 %	14.6 %	9.2 %	17.9 %
Verken viktig eller uviktig	112	38.6 %	40.2 %	32.8 %	42.7 %	35.8 %	37.2 %
Uviktig	80	27.6 %	27.1 %	29.5 %	29.3 %	28.3 %	26.9 %
Svært uviktig	50	17.2 %	16.6 %	19.7 %	11.0 %	22.5 %	15.4 %

37. ... seriens URL/internettadresse er lett å hugsa

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	23	7.9 %	7.4 %	9.8 %	6.1 %	9.2 %	7.6 %
Viktig	87	29.9 %	30.0 %	29.5 %	36.6 %	30.0 %	22.8 %
Verken viktig eller uviktig	90	30.9 %	30.4 %	32.8 %	25.6 %	32.5 %	34.2 %
Uviktig	55	18.9 %	17.8 %	23.0 %	14.6 %	18.3 %	24.1 %
Svært uviktig	36	12.4 %	14.3 %	4.9 %	17.1 %	10.0 %	11.4 %

38. ... serien er skrive på morsmålet ditt

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	7	2.4 %	3.0 %	0.0 %	4.9 %	0.8 %	2.5 %
Viktig	23	7.9 %	6.5 %	12.9 %	6.1 %	8.3 %	10.1 %
Verken viktig eller uviktig	56	19.2 %	20.0 %	16.1 %	23.2 %	11.6 %	24.1 %
Uviktig	97	33.2 %	33.0 %	33.9 %	36.6 %	26.4 %	40.5 %
Svært uviktig	109	37.3 %	37.4 %	37.1 %	29.3 %	52.9 %	22.8 %

39. ... serien har eit fast persongalleri

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	13	4.5 %	5.2 %	1.6 %	7.3 %	3.3 %	2.5 %
Viktig	80	27.5 %	26.5 %	31.1 %	31.7 %	23.3 %	30.4 %
Verken viktig eller uviktig	118	40.5 %	40.4 %	41.0 %	35.4 %	43.3 %	41.8 %
Uviktig	52	17.9 %	17.0 %	21.3 %	18.3 %	18.3 %	17.7 %
Svært uviktig	28	9.6 %	10.9 %	4.9 %	7.3 %	11.7 %	7.6 %

40. ... heile arkivet til serien er tilgjengeleg på nettet

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	56	19.2 %	21.0 %	12.9 %	14.6 %	19.0 %	24.4 %
Viktig	118	40.5 %	41.5 %	37.1 %	41.5 %	43.8 %	35.9 %
Verken viktig eller uviktig	77	26.5 %	24.5 %	33.9 %	30.5 %	22.3 %	26.9 %
Uviktig	34	11.7 %	10.9 %	14.5 %	9.8 %	14.0 %	11.5 %
Svært uviktig	6	2.1 %	2.2 %	1.6 %	3.7 %	0.8 %	1.3 %

41. ... det går an å skrive kommentarar til serien eller diskutere den i seriens diskusjonsforum

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	13	4.5 %	4.3 %	4.9 %	6.1 %	4.2 %	3.8 %
Viktig	49	16.8 %	19.6 %	6.6 %	28.0 %	12.5 %	11.4 %
Verken viktig eller uviktig	103	35.4 %	35.2 %	36.1 %	35.4 %	37.5 %	32.9 %
Uviktig	81	27.8 %	25.7 %	36.1 %	18.3 %	29.2 %	35.4 %
Svært uviktig	45	15.5 %	15.2 %	16.4 %	12.2 %	16.7 %	16.5 %

42. ... serieskaparen har ein blogg

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	2	0.7 %	0.9 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.5 %
Viktig	33	11.3 %	11.3 %	11.3 %	17.1 %	10.7 %	5.1 %
Verken viktig eller uviktig	107	36.6 %	38.7 %	29.0 %	41.5 %	34.7 %	34.2 %
Uviktig	90	30.8 %	28.7 %	38.7 %	23.2 %	32.2 %	38 %
Svært uviktig	60	20.5 %	20.4 %	21.0 %	18.3 %	22.3 %	20.3 %

43. ... du føler deg som ein del av ei større gruppe når du leser serien

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Svært viktig	10	3.4 %	3.9 %	1.6 %	4.9 %	3.3 %	2.5 %
Viktig	36	12.3 %	12.6 %	11.3 %	19.5 %	7.4 %	12.7 %
Verken viktig eller uviktig	81	27.7 %	29.6 %	21.0 %	35.4 %	24.0 %	24.1 %
Uviktig	71	24.3 %	22.2 %	32.3 %	14.6 %	29.8 %	26.6 %
Svært uviktig	94	32.2 %	31.7 %	33.9 %	25.6 %	35.5 %	34.2 %

44. Dersom du kan tenkja deg andre faktorar som i veldig stor grad påverker lesaropplevinga di når du leser ein digital teikneserie, set eg pris på det om de nemnar det her. (tekstboks)

45. Kjønn

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Mann	230	78.8 %	100.0 %	0.0 %	87.8 %	66.9 %	88.6 %
Kvinne	62	21.2 %	0.0 %	100.0 %	12.2 %	33.1 %	11.4 %

46. Alder (tekstboks)

47. Kvar bur du?

	Alle respondentar		Kjønn		Alder		
	Tal	Prosent	Menn	Kvinner	13-20	21-30	31-63
Nord-Noreg	22	7.5 %	6.5 %	11.3 %	8.5 %	5.8 %	8.9 %
Trøndelag	54	18.5 %	17.8 %	21.0 %	19.5 %	22.3 %	13.9 %
Vestlandet	62	21.2 %	23.5 %	12.9 %	26.8 %	20.7 %	15.2 %
Sørlandet	16	5.5 %	5.7 %	4.8 %	8.5 %	3.3 %	5.1 %
Austlandet	125	42.8 %	42.2 %	45.2 %	34.1 %	43.0 %	51.9 %
Utanfor Noreg	13	4.5 %	4.3 %	4.8 %	2.4 %	5.0 %	5.1 %

B. Intervju med Gard Helset

Intervjuet er gjennomført over Windows Live Messenger 9. mai 2009. Mine spørsmål er her skrive med feit tekst, medan Gards svar står i normal tekst.

Eg kan jo byrja med å spørja deg kva som er grunnen til at du lager og legger ut Wyyrd.

En grunn? Tja, om det må være en grunn så er det ikke så godt å si lenger. Det begynte i 2003 med den forrige konkurransen i Dagbladet. Jeg hadde tidligere alltid hatt en forkjærlighet for mediumet, men aldri egentlig satt meg ned for å lage noe på profesjonell basis. På den tiden så virket det å kunne lage tegneserier for andre som et slags eventyr-scenario som var forbeholdt de beste av de beste, så jeg hadde ikke gjort noe skikkelig før da. Det var vel egentlig da jeg fikk tegneserier som hobby. men for å komme til poenget: Wyyrd ble til senere det året, etter mye prøving og feiling. Og det ble til en slags sikkerhetsventil for meg, som jeg laget mest for meg selv og skrivebordsskuffen.

Skjønner. Kvifor har du vald akkurat Internett som publikasjonskanal for serien din?

Det var det enkleste og minst kostbare. Spesielt siden serien debuterte online på DeviantArt. Det ble derimot raskt klart for meg at Wyyrd var viktigere (og for andre) til at DeviantArt var det riktige mediumet for serien, så jeg begynte å sette opp et eget nettsted på mitt eget domene. Jeg lagde nettstedet som en egen treningsoppgave i webdesign og koding, ettersom jeg gikk grafisk design og vi hadde nettopp dekket dette temaet. De første versjonene av siden var preget av å være svært på amatørbasis, og det er de mer eller mindre enda, om enn litt bedre. Og siden der var litt demand så begynte jeg å utarbeide siden slik at folk kanskje kunne få litt mer innblikk i serien annet enn hva som var direkte tydelig ved første øyekast. Internett er fint sånn sett, en kan presentere sitt eget univers på en fin og sømløs måte.

Kva delar av nettsidene dine vil du seie er dei viktigaste til akkurat det føremålet – å gi lesarane eit innblikk i serien?

Det blir på en måte ekstramaterialet som jeg har påbegynt. Jeg behandler på en måte siden som en DVD der en kan få litt behind the scenes footage og greier. Så nettstedet inneholder en heller lang redegjørelse om seriens historie fra begynnelse til et par år inn sett fra mitt perspektiv, en haug med sære fakta, litt interaktive greier, og for å ikke snakke om mine egne tanker om hver stripe. Kommentarene jeg legger ved sier en del mer her enn på nettserier, og



snakker ofte mye mer om hendelser som kanskje har inspirert stripen eller siden. Et annet aspekt ved denne siden som jeg synes er et lite poeng for meg er at jeg er alltid tilgjengelig om publikum har spørsmål og ønsker. Gjesteboken og forumet er gode kanaler for folk å henvende seg til meg på, og avogtil komme med ønsker. nettstedet er selvsagt under utvikling, og har ikke sett mye på den fronten det siste året. I fremtiden skal nettsiden innholde link til den lokale avisen i byen der Wyyrd foregår, som da vil innholde artikler som kan peke på ting som skal skje i fremtiden, annonser av forskjellig natur og diverse andre finurligheter.

Kor viktig trur du at dette ekstramaterialet er for opplevinga lesarane dine har av Wyyrd?

Det er nok ikke så viktig som det selve serien er, men det er en ekstra kilde til underholdning. Filosofien er vel noe slikt som "mer til folket". Ekstramaterialet kan i noen tilfeller hjelpe folk til å se på figurene på måter de ikke helt har gjort før. Serien vil alltid være det viktigste for uten den er det ikke behov for noe ekstramateriale til å begynne med.

Har du nokre tal på kor mange besøkande serien har?

Nei, det er litt varierende. Dessverre så viser ikke nettleverandøren denne informasjonen noe særlig godt.

OK, skjønner. Eit anna spørsmål: Tjener du noko som helst på serien? Ser ut som om du har null annonser på sidene, litt produktsal ... er det lønnsomt?

Enkelt og greit, nei. Det er finnes ikke lønnsomt. xD Jeg lager serien helt pro bono. Selv da serien hadde et par sider i M jula 2007 så fikk jeg til sist ikke betalt på grunn av noen leie greier med at jeg befant meg i England og at diverse faktorer gjorde at skatteinformasjon ikke var å oppdrive å få gitt til forlaget. Slikt suger, men jeg har derfor lært meg å ikke fokusere på penger når jeg lager serien. Når det kommer til salg av t-skjorter og slikt så har jeg vel en eller to i måneden, noe som ikke er så alvorlig, men så kan jeg heller ikke si at jeg ser på Wyyrd som en forretning. Jeg har imidlertid vurdert å gjøre dette, men har enda ikke kommet til nøyaktig hvordan jeg vil gjøre det.

Skjønner. Du har både ei eiga nettside i tillegg til at du har serien på Nettserier. Kva vil du seie at er fordelar og ulemper med desse to ulike publiseringsformene?

Vel, fordelene er at jeg kan presentere serien til et internasjonalt publikum på den ene siden der jeg kun fokuserer på serien, også holde serien norsk på den andre siden, samtidig som jeg ikke

blir behandlet som en allvitende profesjonell tegneserieskaper. På Nettserier kan en få kritikk, på en side slik som Wyyrds hjemmeside får en ikke slikt, kun partisk ris og ros.

Wyyrd er ein ganske tradisjonell teikneserie -- ser du for deg at du i framtida kjem til å gjera fleire ting med serien som det ikkje går an å gjera med teikneseriar på papir, eller vil sjølve serien halde seg til å vera enkle JPG-ar?

Drømmen er å komme seg på papiret, men det å begynne å leke seg med gif eller flash er ikke fremmed. MEST sannsynlig vil jeg kun holde meg tradisjonell, jeg er mer komfortabel med dette mediumet. Jeg har tidligere prøvd meg på en serie som var mer formattert å være på skjerm, men av forskjellige årsaker ble jeg aldri ferdig med denne. Det er nok helt klart at jeg holder på å sikte meg inn på et trykktbasert medium, da produksjonsmetodene mine er mer tilnærmet det, samt at jeg holder på å justere fargeleggingen min til et nivå som vil gjøre seg bra på trykk samtidig som det ser bra ut på skjermen.

Eit siste spørsmål: Kva trur du det er som gjer Wyyrd så populær som serien er?

Vanskelig spørsmål, da jeg har spurt meg selv dette spørsmålet utallige ganger. Jeg tror nok at det koker ned til at folk kjenner seg igjen i figurene og sympatiserer med historien og tankegangen som ligger bak det. Jeg trodde aldri at serien ville få stort mer enn kanskje 20-30 favoritter på nettserier for eksempel, men så har jeg nå alltid vært ganske smålydt av meg og forventer ikke at folk skal legge merke til hva jeg gjør. Tok feil der gitt.