

Kommunikationsværkstedet

Esperanto

Produktionsplan

&

Receptionsanalyse

Hold 1VRA

”Vestholdet”

- Andreas Kromphardt Carlsen
- Jakob Wagner Holm
- Line Mathilde Bjerring
- Line Kapella Idziak
- Louise Krarup Hansen
- Michael Vilsfort

Vejleder: Jacob Jørgensen

Afleveringsdato: 3. december 2004

**Copenhagen Business
School**

| | |
|---|----|
| 1. Indledning & Informationsproblem..... | 3 |
| 2. Hvilke mål har vi med kommunikationen?..... | 3 |
| 3. Hvilke målgrupper opererer vi med? | 4 |
| 4. Plakatens budskab | 5 |
| 4.1 Indhold - budskab | 5 |
| 4.2 Udformning – budskab..... | 6 |
| 5. Hvilke medier og metoder skal anvendes til formidling af plakatens budskab? | 6 |
| 6. Plakatens udformning..... | 6 |
| 7. Kommunikationsmiljø | 7 |
| 8. Hvilken effekt skal plakaten have hos målgruppen?..... | 8 |
| 8.1 Kortsigtede effekter..... | 8 |
| 8.2 Langsigtede effekter..... | 8 |
| 9. Receptionsanalyse..... | 8 |
| 9.1 Beskrivelse af de to respondenter..... | 9 |
| 9.2 Interviewsituationen..... | 9 |
| 9.3 Udformning og brug af Interviewguide..... | 9 |
| 10. Analyse af interview..... | 10 |
| 10.1 Plakaten..... | 10 |
| 10.2 Travel'n'Talk..... | 11 |
| BILAG 3..... | 19 |
| INTERVIEWGUIDE..... | 20 |
| BILAG 4..... | 22 |
| Vestholdet..... | 22 |
| Og din alder?..... | 22 |
| BILAG 5..... | 28 |
| 11. Refleksion..... | 13 |
| 12. Konklusion..... | 13 |
| Litteraturliste..... | 15 |
| Notehenvisninger..... | 16 |

1. Indledning & Informationsproblem

Esperanto opstod i 1887 opfundet af den polske læge L.L. Zamenhof. Han ønskede med sproget at skabe et grundlag for kommunikation mellem individuelle sprogkulturer.ⁱ Sproget har bredt sig til mange lande og har opnået en vis anerkendelseⁱⁱ men er dog aldrig blevet alment anerkendt. Der har været flere tiltag fra Esperantoforeningen for at øge kendskabet til sproget, men da foreningen pt. "kun" har 35.000 medlemmer på verdensplan, hvoraf de 200 er danske, har sproget endnu ikke haft sit store gennembrud.

På baggrund af medlemstallet i Danmark vurderer vi, at kendskabet til Esperanto er for småt, specielt blandt unge, til at sproget kan udbredes. Sproget appellerer til alle aldersgrupper, men vi mener, at der vil være størst udviklingspotentialer i den yngre aldersgruppe. Dette ser vi som et informationsproblem og ønsker derfor, at Dansk Esperanto Ungdoms Foreningⁱⁱⁱ (DEJO) skal stå i spidsen for at udbrede kendskabet til sproget, samt foreningen – for efterfølgende at øge medlemstallet.

Derfor har vi valgt at lade DEJO indgå et fiktivt samarbejde med STS sprogrejser under navnet "Travel'n'Talk" (TnT). Vi mener, at dette samarbejde kan forøge målgruppens interesse for foreningen og sproget.

Kampagnen for TnT vil tage udgangspunkt i produktionen af en plakat. Derudover har vi udført en receptionsanalyse for herigennem at kunne analysere og reflektere over produktet.

2. Hvilke mål har vi med kommunikationen?

Med plakaten som produkt ønsker vi som overordnede mål at skabe opmærksomhed omkring TnT og derigennem selve sproget. Vi vurderer, at den mest effektive måde at skabe kontakt til vores målgruppe er ved at kommunikere budskabet visuelt og eksplicit (se medievalg).

Derudover har vi sat os flg. kortsigtede delmål, som vi mener, kan opnås inden for en toårig tidshorisont:

- Kendskab til Esperanto og TnT skal øges blandt målgruppen. Hver 10. elev inden for målgruppen skal kende til enten sproget eller sprogrejsetilbudet.

- Tilslutning til Esperantos sprogkurser og deraf øget medlemstal i DEJO. (Medlemstallet øges til min. 150 medlemmer i DEJO over en toårig periode)

Udover disse ser vi flg. langsigtede delmål, der kan indfries efter en længere periode med øget kendskab til sproget blandt målgruppen:

- Gøre Esperanto til et "trendsprog" blandt målgruppen, hvilket skal forstås som et håb om, at de vil se muligheder i sproget på lige fod med fx engelsk.

3. Hvilke målgrupper opererer vi med?

Den primære målgruppe for plakaten er unge i alderen 15 til 20 år, der studerer på gymnasier, handelsskoler og HF. Vi mener, at interesse for sprog og rejser er kendetegnende for denne målgruppe, og at de derfor vil have mod på at lære nye mennesker, sprog og kulturer at kende.

En spørgeskemaundersøgelse^{iv} blandt elever inden for målgruppens aldersgruppe på Frederiksberg Studenterkursus har vist, at 100 % ville finde det interessant at undersøge TnT nærmere. Ydermere ville 90 % være interesseret i at lære et nyt sprog, hvis det som oplyst før undersøgelsen i gennemsnit vil tage ca. 200 timer at opnå et vist niveau, hvor man vil være i stand til at kommunikere uden større sprogbarrierer.^v

For at afgrænse målgruppen yderligere benytter vi os af informationspotentialekortet^{vi}. Ved hjælp af dette kan vi dele målgruppen op i fire delmålgrupper ud fra relevans, samt hvor stort deres informationsbehov for TnT er. Vi estimerer, at størstedelen af vores målgruppe som udgangspunkt har et informationsbehov for emnet men ikke umiddelbart opfatter det som relevant – dvs. hovedparten af målgruppen ligger inden for +I/-R. Målgruppen ligger netop her, da informationsbehovet hos unge i denne aldersgruppe er højt pga. deres nysgerrige lyst og natur for at afprøve nye ting. De er kritiske i deres valg af information, så det, der umiddelbart virker irrelevant, sorteres fra.

Inden for målgruppen mener vi, at der findes en mindre delmålgruppe, der har informationsbehovet og samtidigt opfatter emnet som relevant – +I/+R. Denne delmålgruppe har i forvejen kendskab til Esperanto samt hvilke muligheder, der

ligger i det. Denne målgruppe skal derfor virke som relæer for +I/-R og udbrede budskabet og herved påvirke relevansen for en større del af målgruppen (+I/-R).^{vii}

Den primære målgruppe ligger derfor både i +I/+R samt +I/-R, da vi mener, at +I/+R i sig selv er en for smal målgruppe at satse på, da Esperanto pt. ikke er mere udbredt. Den sekundære målgruppe ligger stadig blandt unge dog i aldersgruppen 20-25 år. Vi mener, at ønsket om at opleve noget nyt og anderledes samt tillægge sig et nyt sprog primært ligger i aldergruppen 15-20 år, men dog stadig er relevant blandt de 20-25-årige.

4. Plakatens budskab

”Esperanto – Tal dig ud i verden.”

For at kunne beskrive budskabet bedst muligt opdeler vi det i henholdsvis *indhold* og *udformning*. Dette er for at overskueliggøre budskabets betydning, virkemiddel og hensigt.^{viii}

4.1 Indhold - budskab

Budskabet afspejler Esperantos muligheder for målgruppen og indeholder flere andre aspekter;

- Esperanto er et internationalt sprog, der kan føre de unge på rejse ud i verden.
- Det signalerer muligheden for at opleve verden på en utraditionel måde og taler dermed til underliggende tanker hos målgruppen om at finde deres egen vej i det internationale samfund.
- Inddirekte beskriver det muligheden for at kommunikere og knytte venskaber på verdensplan.
- Det har til formål at tænde lysten om at lære et nyt sprog, samt rejse og opleve verden.
- Ydermere skal det understøtte Esperantos image og værdigrundlag over for omverdenen.

4.2 Udformning – budskab

Budskabet er målrettet til målgruppen og skal lede til en konklusion af ovenstående punkter. Det er udformet som et slogan for produktet TnT, der ekspliceres direkte på plakaten. Dette tydeliggør hensigten med TnT over for målgruppen, for at de derigennem kan tolke budskabet individuelt og associere over indholdet. Budskabet taler til en ung målgruppe, der derfor skal "fanges" i øjeblikket i en meget travl og hektisk hverdag.

5. Hvilke medier og metoder skal anvendes til formidling af plakats budskab?

Valget af plakat som medie, mener vi, egner sig bedst til vores primære målgruppe, da det visuelle taler bedre og "hurtigere", og vi kan dermed opnå vores overordnede mål. Dette skal ses i modsætning til eksempelvis en informationsrig, men teksttung folder, der umiddelbart i størstedelen af tilfældene ville miste interessen ganske hurtigt og herefter blive kasseret uden at være blevet læst.

Ved at placere plakaten centralt på institutionen eksponeres et større antal af målgruppen for budskabet flere gange. En klar og central eksponering er vigtig for at sikre, at budskabet bliver erindret af modtageren. Ifølge Sepstrups model for informationsproces^{ix} kan en eksponering udvikle sig på flere forskellige måder hos modtager. Enten vil en informationsproces ophøre, eller også vil modtager gå videre til næste trin i processen og forsat være opmærksom på budskabet. En fortsat opmærksomhed kan medføre en forståelse for budskabet og ideelt set en erindring af samme. En erindring fremmes via et klart budskab og gentagelse af budskabet, hvilket i vores tilfælde sikres gennem en central placering af plakaten.

Med håb om at plakaten skal opnå interesse hos målgruppen, er det vigtigt, at læseren aktualiserer plakaten ved at selv at udfylde de tomme pladser, som vi opstiller, som ex plakats billeder. Det er i vores interesse, at målgruppen selv skal tolke og skabe mening omkring plakaten og derigennem se vores budskab, som det er intenderet. Opnår vi ikke målgruppens interesse, vil plakaten fremstå ukomplet. Ovenstående antager vi på baggrund af Umberto Ecos teori om læserens rolle^x.

6. Plakatens udformning

Vi har opbygget plakaten^{xi} omkring en kombination af kompleks/sofistikeret hovedbudskabs-form^{xii}. Dette betyder, at produktet (TnT) ikke er plakats visuelle hovedtema, men at den i højere grad består af symbolik, som antyder følgevirkningerne ved brug af produktet. Ydermere er plakaten primært opbygget omkring appelformen pathos^{xiii}. Dette ses i plakats billedvalg. Billederne udtrykker stemninger og oplevelser, som appellerer til målgruppens følelsesmæssige sanser. Billedvalget skal underbygge og forstærke budskabet og vække en umiddelbar opmærksomhed hos målgruppen.

Plakaten ønskes udformet i A1, fordi denne størrelse er mere opsigtsvækkende end mindre plakater, samt er en passende størrelse til fx en opslagstavle. Layout er opbygget omkring Esperantos logo, den grønne stjerne. Baggrunden består af mange forskellige kvadratiske billeder, som tematiserer rejse, unge, samtale, kultur, oplevelser m.m. Centralt har vi placeret en stor stjerne, der overskrider plakats format for at symbolisere sprogets udvikling, samt at Esperanto fungerer på tværs af grænser og kulturer. Vi har markeret stjernen i en grøn tone, da en grøn stjerne er Esperantos internationale symbol, og for at symbolisere at Esperanto er med til at gøre livet farverigt. Den resterende plakat er sort/hvid for at underbygge essensen med stjernen. Derudover har vi valgt at fremhæve overskrift og budskab i en rød tone, da denne er komplementær farve til grøn.

I bunden af plakaten har vi valgt at placere et hvidt felt. Dette er grundet et ønske om at afveje plakaten, så den får et mere kvadratisk billedfelt, for at skabe ro. Det hvide felt giver foreningen mulighed for at skrive oplysninger, således at de fx kan skrive, hvornår et eventuelt foredrag vil blive afholdt på en given uddannelsesinstitution. I feltet skal der ydermere stå kontaktoplysninger, samt en kort beskrivelse af TnT.

Vi har valgt ikke at gøre plakaten for informationstung, da vi antager, at det ikke virker fængende på målgruppen. Vi håber på, at billederne kan underbygge budskabet, og de derigennem hjælpes til forståelse af dette.

7. Kommunikationsmiljø

Vi ønsker at præsentere plakaten for målgruppen på deres uddannelsesinstitutioner. Vi er opmærksomme på, at der kan være nogle kommunikationshindringer^{xiv} i forhold til at placere plakaten her. Miljøet vil ofte være præget af hektisk stemning og mangel på tid til fordybelse på grund af mange gøremål, samt overflod af information. Dog mener vi, at denne placering er det mest passende sted, da der her findes de tekniske faciliteter (fx opslagstavler, fællesrum, kantiner m.m.) til at placere plakaten i. Målgruppen tilbringer ydermere meget tid på uddannelsesinstitutionerne, og de har deres daglige gang her. For at underbygge dette opfatter vi også uddannelsesinstitutionerne som inspirerende områder mht. opsætning af plakat,

da det er her, de tilegner sig viden og derfor også i højere grad vil være åbne over for nye indtryk.

8. Hvilken effekt skal plakaten have hos målgruppen?

For at overskueliggøre de ønskede effekter i forbindelse med plakaten har vi valgt at opdele dem i kortsigtede og langsigtede effekter.^{xv}

8.1 Kortsigtede effekter

Den kortsigtede effekt med plakaten er umiddelbart at vække opsigt hos målgruppen. De skal standse op og tænke over plakaten og dens visuelle samt tekstuelle budskab. Herefter er den ønskede effekt, at 10 % af alle, der bliver eksponeret for plakaten og samtidig ligger inden for den primære målgruppe, skal ønske at modtage yderligere oplysninger omkring Esperanto og TnT.

8.2 Langsigtede effekter

De mere langsigtede effekter med plakaten er, at målgruppen på længere sigt skal kunne identificere sig med billederne på plakaten. Billederne skal appellere til målgruppens tanker og interesser omkring rejse, kommunikation, fællesskab, venner og sprog. Målgruppen skal kunne forestille sig selv på sprogrejse med TnT og herigennem lære at tale Esperanto.

Rent konkret er den ønskede langsigtede effekt, at kendskabet til Esperanto øges gennem plakats eksponering og derved øges interessen for at lære at tale det. Vi mener realistisk set, at interessen for Esperanto og DEJO kan øges blandt målgruppen, således at effekten vil være, at 5 % ud af dem, der ønsker at modtage yderligere oplysninger, vil enten ønske at begynde på et Esperanto sprogkursus eller ønske at blive meldt ind i enten DEJO eller Esperantoforeningen.

I forbindelse med effekten af kampagnen vil der naturligvis forekomme en del "støj"^{xvi}, da der i forvejen er mange tilbud til de unge i en hektisk hverdag. Ydermere er målgruppen meget kritisk i sit valg af information, hvilket kan bevirke en svækkelse i effekten, da information blandt unge nu til dags gerne forekommer via en slags domino-effekt. Hvis noget er interessant, spredes ordet, og der dannes en trend.

9. Receptionsanalyse

Formålet med receptionsanalysen er at få en idé om, hvorledes målgruppen modtager budskabet om TnT/Esperanto gennem plakaten, samt i hvilket omfang de herefter vil være interesseret i Esperanto.

Ydermere vil formålet være at teste om det valgte medie, en plakat, vil være det optimale til at opnå opmærksomhed og interesse for Esperanto inden for målgruppen.

Set i forlængelse af modellen for informationsproces^{xvii}, som tidligere nævnt i afsnit 5, beskæftiger vi os primært med den indledende opmærksomhed i forbindelse med eksponeringen af plakaten. Derudover har vi i selve interviewet, hvor vi har testet plakaten på 2 udvalgte repræsentanter fra målgruppen, beskæftiget os med den fortsatte opmærksomhed, samt forståelse af budskabet. Vi antager, at disse faser vil kunne afspejle en realistisk ramme for reaktion hos målgruppen, efter de er blevet eksponeret for plakaten. Vi ønsker med interviewet at give et billede af, hvorledes de to repræsentanter ved førstehåndsindtryk vil tage plakats budskab til sig.

9.1 Beskrivelse af de to respondenter

Vi har foretaget to interviews^{xviii}, der danner baggrund for receptionsanalysen.

To respondenter, der begge befinder sig inden for målgruppen er udvalgt. De er begge to elever på Frederiksberg Gymnasium i 1.g på matematisk linje. De to respondenter, Stephanie og Mikkel, repræsenterer hvert køn og er begge 16 år. Respondentene er tilfældigt udvalgt inden for målgruppen.

9.2 Interviewsituationen

Interviewet foregik i kantinen på Frederiksberg gymnasium. Louise, Jakob og Andreas repræsenterede gruppen. Interviews blev optaget på minidisc, Jakob var interviewleder, Andreas interviewassistent og Louise var observatør og skrev notater. Hvert interview havde en varighed på ca. 25 minutter.

9.3 Udformning og brug af Interviewguide^{xix}

Vi starter interviewet med spørgsmål omkring personlige oplysninger og generelt kendskab til Esperanto. Det gør vi for at skabe en god stemning samt for at have baggrund for videre undersøgelse. Derefter foreviser vi plakaten, og de får ca. 1

minut til at danne sig et indtryk af den og stiller derefter spørgsmål til denne. Herunder fx underspørgsmål som følgende: førstehåndsindtryk, indhold, billeder, layout samt medie. Dette bliver gjort for at uddybe de områder, vi ønsker at få yderligere belyst. Herefter spørger vi respondenterne om dennes førstehåndsindtryk af plakaten for at undersøge målgruppens umiddelbare reaktion. Vi går i dybden med TnT-konceptet for at undersøge målgruppens reaktion, opfattelse samt interesse for ideen som helhed.

Vi ønsker, at interviewsituationen skal blive naturlig. Dette kan betyde, at enkelte spørgsmål bliver udeladt eller omformuleret, hvis de allerede er blevet besvaret.

10. Analyse af interview

De to respondenter bliver kort introduceret til Esperanto. Stephanie kender på forhånd ikke til det, men Mikkel har hørt om det i sin folkeskole. Dette stemmer overens med vores tidligere antagelse om, at kendskabet til Esperanto i målgruppen er begrænset. Altså, at der ikke pt. eksisterer nogen reel grobund for sproget inden for målgruppen, men de ikke er skeptiske over for sproget. Dog finder de det begge vigtigere at lære sprog som fx spansk eller fransk. Dette hænger sammen med, at sproget ikke har nogen umiddelbar anvendelse, som det fx kunne få, hvis det bliver vedtaget til oversættersprog, eller hvis udbredelsen bliver større.

Stephanie har tidligere været på sprogophold i USA, til forskel fra Mikkel der endnu ikke har prøvet det. De har begge interesse for at rejse og rejser i gennemsnit to gange årligt. Dette følger vores antagelse om, at der er relativ stor rejse lyst i vores målgruppe, og at de faktisk rejser regelmæssigt.

10.1 Plakaten

For at udbrede kendskabet til Esperanto antager vi, at det er vigtigt, at plakaten virker fængende og iøjefaldende på målgruppen. Dette for at den vil kunne trænge igennem alle de andre budskaber, en elev bliver eksponeret for i løbet af en skoledag. Derfor er det i analysen af plakaten centralt at vurdere, hvorvidt modtageren, i dette tilfælde de to respondenter, finder vores plakat iøjefaldende og herunder, hvorvidt de forstår budskabet.

Respondentene er uenige i deres beskrivelse af førstehåndsindtrykket. Stephanie mener, at den er lidt forvirrende på grund af de mange billeder. Dog synes hun, at plakaten er fængende i og med, at de mange billeder gør, at man

får lyst til at studere plakaten for at finde ud af, hvad den handler om. Skal hun umiddelbart vurdere valget af billederne, synes hun godt om dem, da de signalerer tidsbestemte momenter, samt er fyldt med mennesker. Mikkel synes, at plakaten er flot, overskuelig samt meget fængende. Derudover mener han, at billederne signalerer kommunikation mellem mennesker, hvilket giver en god stemning på plakaten. Med hensyn til farvevalget er de begge tilfredse, og yderligere pointerer Stephanie, at det giver en god effekt med den grønne stjerne. Vores to respondenter er på nogle punkter uenige om, hvad der gør plakaten fængende – men vigtigst er det, at plakaten fanger deres interesse.

Vi har, som nævnt, fundet det væsentligt at forsøge at klarlægge, hvorvidt modtageren forstår vores budskab på den tilsigtede måde. Derfor har vi bedt respondenterne fortælle os om, hvordan de vil eksplicere plakaten og dens budskab til en ven.

Mikkel vil klargøre budskabet, som omhandlende den globaliserede verden og om internationalt samarbejde. Stephanie er enig med Mikkel i, at den handler om mennesker og sprog, men ellers er hun i tvivl om plakatens handling. Dette begrundes med, at hun synes, at temaet virker uvant for hende, og på baggrund af denne holdning er hun meget i tvivl om, hvorvidt hun vil fortælle andre om plakaten.

Vi spurgte dem om deres vurdering af plakatens målgruppe. Hertil påpeger Mikkel, at det er gymnasieelever, idet plakatens billeder henvender sig til sprog- og kulturinteresserede. Stephanie vurderer, at den henvender sig til lidt ældre personer, idet billederne ikke umiddelbart appellerer til unge.

For at kunne se kritisk på vores produkt forhørte vi os også om, hvad vi kunne have gjort anderledes mht. udformning af plakaten. De mener begge, at der mangler noget information på plakaten, og desuden finder Mikkel det relevant at ændre budskabet til et stærkere, for at det skal kunne holde. Udover at spørge ind til selve plakaten ønsker vi samtidig at få belyst, hvor godt plakaten, som medievalg, kan formidle budskabet til målgruppen. De er begge enige i, at det er et godt valg at producere en plakat. Dette begrundes de med, at det er interessant at gå rundt på gangene og se på opslag. Ydermere påpeger Stephanie, at det kan være svært at koncentrere sig om budskaber, der fremvises i fjernsynet, da man ofte laver alt andet end at høre efter. Vi spurgte herefter, om de alligevel kunne forstille sig andre metoder til at formidle budskabet. Dertil svarede Mikkel, at det kunne være en god ide at indrykke

annoncer i interne gymnasieblade på de forskellige uddannelsesinstitutioner. Samtidig mener han, det er en god ide at placere historier om Esperanto i dagspressen, for at Esperanto kan blive sat på dagsorden.

10.2 Travel'n'Talk

Vi har valgt at introducere konceptet Travel'n'Talk til de to respondenter til slut i forløbet, således at deres meninger om plakaten ikke bliver farvet af selve konceptet, men udelukkende går på plakatsens udformning, budskab og appel. Vi har kort præsenteret konceptet omkring samarbejdet med STS og spørger dem herefter, hvad deres umiddelbare indtryk er, og om det virker tiltalende. Herefter går vi mere i detaljer med selve ideen om sprogrejser for at sikre, at målgruppen overordnet er interesseret i konceptet omkring sprogrejser.

I Stephanies tilfælde er ideen om en sprogrejse meget relevant, da hun selv overvejer at tage på en sådan. Mikkel har endnu ikke overvejet at tage på sprogrejse men er åben over for at prøve det. Stephanie virker umiddelbart begejstret for ideen omkring TnT. Mikkel er også positiv omkring tanken med TnT og ser straks muligheden for at eksponere den gratis indlogering på selve plakaten som *"..et salgstrick"*^{xx} Han giver udtryk for, at flere "salgstricks" som fx: "Bo gratis!" bør fremgå af plakaten, så konceptet herved bliver mere tiltrækkende.

Mikkel trækker også muligheden frem om, at læren omkring en anden kultur samtidigt kommer tæt på, når man bliver indlogeret privat til forskel fra en sproglejr eller indkvartering på hotel/vandrehjem. Begge er de dog enige om, at de sætter pris på at få et ordentligt sted at bo, og at forholdene skal være i orden, inden man rejser ud i verden. Mikkel understreger dog, at man er nødsaget til at lære Esperanto, inden man rejser ud i verden netop til forskel fra de fleste andre sprogrejsetilbud, hvor kendskab til et sprog ikke er et krav men dog en fordel. Ydermere nævner han, at han næppe vil være interesseret i at lære Esperanto, hvis sprogets brug ikke bliver mere relevant, end det er pt. Set fra et økonomisk synspunkt giver begge respondenterne os ret i, at muligheden for at rejse med TnT eller Esperanto som sprog er yderst fordelagtigt til forskel fra andre aktuelle sprogrejsetilbud, der pt. findes på markedet.

I målgruppe I/R-skemaet^{xxi} vil Mikkel fremstå som I+/R-, da han som udgangspunkt finder konceptet interessant, men han synes ikke, det er relevant for ham lige pt. Stephanie er ligeledes positivt stemt over for Travel'n'Talk, men

hun udtrykker dog, at foredragene som understøttelselement til plakaterne er en vigtig faktor i markedsføringen af konceptet. Hun mener ikke, at plakaterne som informationskilde er informerende nok om hele konceptet, hvorfor foredragene er nødvendige. Stephanie vil i målgruppe I/R-skemaet^{xxii} ligeledes fremstå som I+/R-, da hun synes konceptet er interessant, men der er flere andre sprog, hun vil vælge, før Esperanto. Hun udtrykker dog, at hun endnu mangler flere informationer om konceptet, og hun er derfor sværere at fastsætte.

Den første milepæl med produktionsplanen og produktet er med overstående respondenters svar nået, da de begge, efter at have hørt om konceptet samt formidlingsmetoder, er positivt stemte. De er begge enige om, at de skal have flere informationer for endegyldigt at vurdere konceptet, men som udgangspunkt finder de det spændende og interessant.

11. Refleksion

Som udgangspunkt er det naturligt at pointere, at vores empiriske undersøgelse ikke danner et sandfærdigt billede af målgruppens holdninger og reaktioner, da vi ikke har benyttet et repræsentativt udsnit af målgruppen. Dette kunne afhjælpes ved at have interviewet en større procentdel af målgruppen.

Vi har i udformningen af plakaten vurderet, at mængden af informationer er fyldestgørende, men de to respondenter mener, at der burde være flere konkrete informationer om Esperanto på plakaten, for at budskabet kan fange deres opmærksomhed. Vi har på forhånd forestillet os at supplere plakaten med foredrag samt lokale repræsentanter. Dette er respondenterne ligeledes positivt indstillet overfor, hvorfor vi kan gøre plakaten mere informativ, samtidig med bibeholdelse af foredrag og lokale repræsentanter.

Respondenterne har to forskellige indtryk af plakaten. Hvor Mikkels umiddelbare reaktion er positiv over for plakats udformning, finder Stephanie den forvirrende. Vi har valgt en fængende udformning af plakaten, hvilket bliver udtrykt i form af billeder, men også for at i mødekomme Stephanies holdning kan vi overveje at have mere fængende information. Det skal her pointeres, at Stephanie synes om layoutet som helhed, hvorfor vi burde bibeholde plakats opbygning herunder billederne. Dog burde vi ændre enkelte billeder, da Stephanie mener, at disse henvender sig til en anden målgruppe end vores tiltænkte.

Vi er bevidste om, at vores overordnede mål med kommunikationen muligvis er for ambitiøse. Dette er grundet begge respondenters holdning til relevansen af

indlæringen af sproget. De vurderer, at de kun er interesseret i at tilegne sig sproget, såfremt det bliver mere relevant; fx hvis det bliver indført som oversættersprog i EU. På baggrund af dette kan vi ydermere reflektere over, om vores tema og herigennem budskab er stærkt nok til at kunne omvælte ovenstående radikale holdning.

12. Konklusion

På baggrund af vores produktionsplan har vi udarbejdet en plakat. Den blev testet på målgruppen i form af to interviews, og resultatet af dette ses i receptionsanalysen. Overordnet kan vi konkludere, at det er nødvendigt at revidere informationsmængden samt enkelte elementer af layoutet, for at målgruppen opnår en mere optimal forståelse for Esperanto og TnT. Ydermere kan vi konkludere, at kommunikationsmiljøet gør en optimering af plakaten endnu vigtigere, da målgruppen befinder sig i et virvar af informationer i deres dagligdag.

Får vi optimeret plakaten og gennemført kampagnen med de nævnte tiltag, ser vi det som muligt at opnå vores foreskrevne mål. Vores målsætninger omkring den ønskede effekt hos målgruppen er sat lavt, men det skal ses i lyset af, at kendskabet til Esperanto er yderst begrænset. Derfor kan vi med plakaten vække opmærksomhed hos målgruppen, på længere sigt øge kendskabet til Esperanto og derved skabe en platform for udbredelsen af Esperanto.

Litteraturliste

- Sepstrup, P.
Tilrettelæggelse af information,
Forlaget Systime A/S,
1999.
- Kragh Jakobsen, J.
25 spørgsmål: en moderne retorik til planlægning af kommunikation,
Roskilde Universitetsforlag,
2001.
- Jørgensen, J.
Medie, tekst og billede – tekster til kommunikationsværksted, HA (kom.),
semester 2004,
Handelshøjskolen København,
2004.
- Jørgensen C. & Onsberg M.
Retorikkens kommunikationsforståelse
Teknisk forlag
1999.
- Weaver W. & Shannon C.
The mathematical theory of communication
University of Illinois Press
1963.
- Eco U.
Læserens rolle
Borgen Basis
1981.

Notehenvisninger

- i Esperanto – brochure (udleveret i værkstedstimerne)
- ii 1999, Esperanto afstemning i EU, 43% for at anvende Esperanto som oversættelsessprog (www.Esperanto.dk)
- iii DEJO repræsenterer ungdomsafdelingen af Esperanto-foreningen, har pt. 9 medlemmer (www.dejo.dk).
- iv Se bilag 1
- v Målgruppe – spørgeskemaundersøgelse (Frederiksberg studenterkursus)
- vi Sepstrup, P., 2001, s.155, figur 38.
- vii "I+/R+ kan virke som 'relæer' i forhold til andre modtagere med et mindre informationspotentiale..."Sepstrup,. P., 2001, s. 155
- viii Sepstrup, P, 2001, s. 163
- ix Sepstrup, P., 2001, s.49
- x Eco, U., 1981, s. 178., s, 181
- xi Se bilag 2
- xii Sepstrup, P., 2001. s. 183, fig. 146
- xiii Jørgensen, C. & Onsberg M., 1999., s. 56
- xiv Jacobsen, J.K., 1997, s. 69
- xv Sepstrup, P., 2001, s. 86
- xvi Shannon, C. & Weaver, W., 1963, s.7
- xvii Sepstrups model for informationsproces s. 49
- xviii Se bilag 4 og 5
- xix Se bilag 3
- xx Se bilag 5, Interview 2; s.8 L.16
- xxi Sepstrup, P., 2001, s. 155
- xxii

Målgruppeundersøgelse

Frederiksberg Studenterkursus d. 25/10-04

Alder _____ Køn m/k _____

- Kendte du til Esperanto inden vores oplæg?
- Hvis ja – i hvilken forbindelse?
- Er du sproginteressert (hvis ja, hvilke sprog taler/læser du)?
- Ville du være interesseret i at lære et nyt sprog fra bunden, hvis det kun tog 1/10 af den tid det normalt tager at lære et andet sprog (f.eks. Engelsk)? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Kan du lide at rejse?
- Har du nogensinde været på sprogrejse? (hvis ja, hvornår, hvor og med hvilket selskab?)
- Ville du være interesseret i at rejse og lære et nyt sprog, hvis det betød, at du kunne rejse over hele verden og møde mennesker, der talte det samme sprog som dig? Hvorfor/hvorfor ikke?



Travel'n'Talk

Tal på sprogrejse i sommeren 2005 med Esperanto og dine venner



Kontakt: www.dejo.dk eller www.esperanto.dk

© Vestholdet

BILAG 2

BILAG 3

INTERVIEWGUIDE

Personlige oplysninger

- Navn
- Køn
- Alder
- Hjemmeboende/udeboende?
- Valgfag/ interesser/fritid

Kendskab til Esperanto

- Er du sproginteressert?
- Kender du til Esperanto
- Hvis ja, hvor fra?

Her kommer en kort forklaring omkring Esperanto.

Interesse for Esperanto

- Vil du interessert i at lære at tale Esperanto?
- Synes du det virker relevant at lære at tale Esperanto?

Rejseaktivitet

- Har du været på sprogrejse?
- Hvor meget rejser du om året?

Plakat

Plakaten vises

Førstehåndsindtryk

- Hvad synes du om plakaten?

Plakatens indhold

- Synes du plakaten virker fængende?
 - o Hvis ja, hvad er fængende?
 - o Hvis nej, hvorfor?
- Tror du at du ville kunne huske den?
- Hvad synes plakaten handler om hvis du skulle fortælle om den til en ven?

Plakatens billeder

- Hvad synes du om billederne?
- Hvad synes du billederne fortæller?

Plakatens layout

- Hvad synes du om farvevalget?
- Hvad synes du om layout?
- Hvad synes du om størrelsen?
- Hvad kunne have været gjort anderledes?

Plakaten som medie

- Hvordan fungerer plakaten som medie til formidling af budskabet?
- Kunne du forestille dig andre metoder til at formidle budskabet?
- Hvem føler du at plakaten henvender sig til?
- Mangler du noget information på plakaten?

Travel'n'Talk

Her kommer en kort introduktion til Travel'n'Talk:

Førstehåndsindtryk

- Hvad er dit umiddelbare indtryk af Travel'n'Talk
- Virker koncepter tiltalende?

Generelt om sprogrejser

- Hvor længe synes du en sprogrejse bør vare?
- Hvad vægter du højest service/komfort eller pris?
- Ville du være interesseret i at bo hos en værtsfamilie?
 - o Hvis det betød at prisen blev kraftigt reduceret?
- Hvor meget ville du være villig til at betale for en sådan rejse?
 - o *Evt. priser fra andre sprogrejser*

Travel'n'Talk

- Vil du være interesseret i at rejse med Travel'n'Talk?

Kampagnen

- Hvis Esperanto Ungdoms forening afholdt et foredrag på din skole ville du så være interesseret i at deltage og høre mere om sproget og dets muligheder?
- Tror du det ville være en god ide at anvende lokale repræsentanter på uddannelseinstitutionerne?

BILAG 4

Transskription af interview på Frederiksberg Gymnasium

d.24/11-2004.

Vestholdet

Stephanie Weddel Petersen

Interview 1:

Velkommen til, hvad er dit navn?

Stephanie Weddel Petersen

Og din alder?

16

Er du hjemmeboende eller udeboende?

Jeg bor hjemme.

Hvilke valgfag har du her i skolen?

Det har vi ikke valgt endnu, det er først efter jul.

Hvilken årgang går du på?

Jeg går i 1. G.

Er du sproglig eller matematisk?

Matematisk

Er du sproginteresseret generelt?

Ja jeg synes det er meget spændende.

Kender du Esperanto?

Nej

Ikke umiddelbart?

Nej.

Vi vil kort lige fortælle om sproget Esperanto. Sproget Esperanto opstod i 1887 i Polen, opfundet af den polske læge L.L. Zamenhoff. Sproget blev udviklet for at skabe kommunikation og forståelse på tværs af nationaliteter. Sproget tales i dag af ca. 1-2 mio. mennesker globalt. Esperanto-organisationen har en rådgivende status for Europaparlamentet, og var i 1999 tæt på at blive vedtaget som oversættersprog, da 43 % stemte for at anvende det i Europaparlamentet.

Esperanto er simpelt opbygget, med fællestræk til de europæiske hovedsprog(fransk, spansk, tysk italiensk, russisk m.fl) og tager udgangspunkt i den latinske sprogstamme. Pga. den simple opbygning

og de mange fællestræk med andre allerede kendte sprog tager det ca. 1/10 af den tid det fx vil tage at opnå tilsvarende niveau på engelsk.

Som udgangspunkt, vil du så være interesseret i at lære Esperanto?

Hvis det ikke er så svært, så kunne jeg da godt tænke mig det. Det er heller ikke fordi jeg ikke sådan er sproginteressert, at jeg valgte matematisk, jeg synes bare i stedet for at lære en masse sprog, altså jeg har haft spansk indtil niende, og det ville jeg faktisk godt have haft her, men jeg ville hellere lære tysk ordentligt, i stedet for at kunne to halve sprog, hvis man kan sige det sådan. Det er faktisk derfor jeg valgte tysk i stedet for et nyt sprog. Jeg synes tysk er spændende og også spansk, men jeg kunne da godt tænke mig at lære et nyt sprog.

Synes du det ville være relevant at lære og tale esperanto?

Jaa, hvis.. men nu er der jo ikke så mange der taler det, så jeg vil ikke hvor relevant det ville være i forhold til andre sprog, som fx fransk eller spansk, som jeg synes er mere relevant, hvis jeg sådan skal vælge.

Det skal du, kan man sige!

Det tror jeg ikke jeg ville så. Der er nogle andre sprog jeg synes ville være mere relevante..

Hvor meget rejser du om året?

Det er forskelligt, normalt 1 gang om året. Men jeg har lige været i USA, så jeg tror ikke jeg skal ud og rejse mere i år.

Det er der ikke penge til?

Nej.

Vi har udarbejdet denne plakat, som du lige skal se. Der er desværre gået noget fejl i trykken, så kontakt oplysninger bl.a. ikke er kommet med.

Hvad er dit førstehåndsindtryk af plakaten?

Jeg skal lige få et overblik, den er lidt forvirrende. Der er mange ting på den. Det er lidt svært at sige noget om, den er lidt forvirrende.

Synes du den virker fængende?

Ja, man får da lyst til at se, hvad det er for noget - og vide lidt om det.

Tror du, du vil kunne huske den sådan efterfølgende?

Ja lidt af den tror jeg godt jeg vil kunne huske. Noget med sprogrejse, og hvad er det for noget. Det ville jeg måske lige tænke over hvad det var.

Tror du umiddelbart det er noget du vil fortælle til en ven og sige at du har set

den og det virker interessant?

Jaa, jeg ville vel nok fortælle det, men interessant og interessant, jeg ved ikke lige hvor meget jeg ville kunne sige om det. – ud fra plakaten. Måske hvis jeg vidste noget mere om det.

Hvad tænker du på specifikt?

Sådan lidt dybere, hvad det var for noget, nu har du fortalt lidt om det, men..

Men hvis du umiddelbart ser den, så synes du ikke det er nok?

Nej, nej...

Hvis du skal fortælle om den til en ven, hvad vil du så sige den handlede om?

Noget med noget sprog og en masse mennesker. Og, det er noget anderledes. Noget man normalt ikke lige er vant til.

Så det er dit umiddelbare førstegangsindtryk?

Ja, jeg har heller aldrig hørt om det der før. Esperanto. Så det er sådan lidt anderledes for mig.

Anderledes godt eller dårligt?

Ja det, både og, tror jeg.

Hvad synes du om billederne?

Det er sådan nogle billeder, nogle af tingene synes jeg man har set før. Operahuset og en masse mennesker, det er jo sådan hvad man ser normalt.

Du sagde, du synes det virkede forvirrende, at der var så mange billeder?

Ja, jeg skulle bare lige danne mig et overblik. Et indtryk af hvad det var for noget. Hvis du forestiller dig, at du nu har set plakaten på lang afstand. Så ville man jo kunne se stjernen.

Ja, den lagde jeg heller ikke lige mærke til med det samme.

Ville du så tro, at det kunne være spændende, at man først kunne se stjerne når man kom tættere på? Eller ville det måske have været nemmere, hvis der ikke havde været så mange billeder?

Jeg tror måske folk har mere lyst til at gå hen og kigge på den, nu hvor der er så mange billeder på og en stjerne. Jeg tror det er godt at der er billeder på, selvom det kan virke lidt forvirrende til at starte med.

Hvad synes du de fortæller billederne?

Noget med en masse mennesker, og det virker som noget, som folk kan interessere sig for. Normale mennesker som os. Og det ville måske være meget interessant at lære, hvis det var.

Synes du de er misvisende i forhold til emnet?

Nææ, det synes jeg ikke.

Hvad med farvevalget?

Ja det er meget godt, at der er forskellige farver og sådan noget, det synes jeg er meget godt. Det gør også at man får mere lyst til at se, hvad det er. At det ikke bare er sort/hvid. Det, at der er en stjerne der grøn, det gør et eller andet.

Hvad med layoutet, kan du lide det?

Jeg synes, at det er meget godt lavet.

Hvad med størrelsen, synes du den skal være større eller mindre?

Det kommer an på, hvor den skal hænge. Og hvis interesse den skal fange. Jeg tror ikke det ville gøre noget, hvis den var noget større. Så ville man bedre lægge mærke til den, men de der farver gør at man lægger mærke til den.

Vores oprindelige intention var at den skulle være i A2, det er dobbelt så stort. Ville det virke passende, eller skulle den være en gang større?

Det tror jeg ville være helt fint. Jeg tror også godt denne her den kunne, men en plakat plejer jo at være lidt større, så det tror jeg ville være passende.

Jeg tror A2 eller A1, det spiller ikke så stor rolle. Jeg tror man ville lægge mærke til den uanset hvad.

Er der nogen ting du synes vi kunne have gjort anderledes – forbedringsforslag, noget du ikke synes er så godt?

Nu sagde du der manglede noget hernede, så det, selvfølgelig. Så står der ta' på sprogrejse; så ville jeg nok tænke, hvordan skal jeg lige finde ud af det, eller hvis nu man havde lyst til det.

Der kunne måske godt stå lidt mere om hvad det var. Eller Esperanto, tal dig ud i verden, så ville jeg ikke vide hvad det var. Da i sagde det, så anede jeg overhoved ikke, hvad det var. Så der kunne måske godt have stået en lille smule mere om hvad det var, noget mere information.

Hvad synes du om valget af en plakat som medie?

Det er en god ide. Når vi går på gangene, så bliver der altid hængt ting op, så går jeg da også nogen gange hen og kigger hvad det er for noget. Der er fx også noget med sprogrejser, - til USA fx og sådan noget. Og det går jeg da tit hen og kigger på. Tit og ofte bliver der ofte bragt noget i fjernsynet, men jeg tror jeg lægger mere mærke til det, når jeg går rundt på gangene. Og her gider man også at læse hvad det er. I fjernsynet hører man tit og ofte ikke rigtig efter og der er en masse andre ting man har at koncentrere sig om. Jeg tror det er en meget

god ide med en plakat.

Kunne du tænke på andre måder man kunne gøre det på?

Det ved jeg ikke rigtig, i radioen er der også nogen gange nogle ting, men jeg tror det fanger bedre på denne måde.

Hvis nu det var en flyer eller et go-card eller folder?

Tit når folk står og deler noget ud, så gider man ikke at tage det, så det er en god måde at gøre det på.

Hvem føler du plakaten henvender sig til –målgruppen.?

Umiddelbart vil jeg sige voksne. Tror jeg.

Hvor gamle?

Over 18 år, 20 et eller andet, synes jeg.

Du synes ikke umiddelbart det passer ind i Jeres kategori?

Nej jeg tror, det er fordi folk ikke ved, hvad det er.

Hvis man nu man fik noget oplysning om det, vi snakker her om plakaten, måske billedmæssigt. Er der noget der får dig til at tænke, at det er ikke min aldersgruppe?

Hvis jeg lige sammenligner med noget jeg har set før, som sådan lige har fanget mig, så er der tit mange unge mennesker, og her synes jeg, at der er mange der ser voksne ud eller hvad man nu skal sige.

Så det er umiddelbart det billederne gør?

Ja, det synes jeg.

Det kan også være at du skal høre lidt om konceptet. – Det som vi havde forestillet os omkring sprogrejsen, det er et koncept som hedder Travel 'n'Talk. Er et fiktiv koncept under udvikling, men ligger tæt op af allerede eksisterende sprogrejser. I samarbejde med STS og Esperantoførenningen. Med Travel'n'Talk vil du kunne rejse til mange forskellige destinationer, og spare udgiften ved indlogering. Gennem Esperanto kan man skabe kontakt til medlemmer jorden rundt, og blive indlogeret hos andre esperantister og derved også lære en masse andre spændende mennesker at kende. Du vil opleve kunne opleve forskellige kulturer. Samt gøre det til fornuftige penge.

Hvad synes du umiddelbart om det, hvordan lyder det for dig?

Det lyder meget godt, jeg har faktisk selv overvejet at tage på sprogrejse, så jeg synes det lyder meget interessant. Helt klart.

Det virker tiltalende?

Ja, når man først lige hører lige lidt mere om det.

Hvor længe synes du en sådan tur skulle vare – en sprogrejse?

En uge eller 14 dage, det kommer jo an på. Hvis man skal lære sproget, så skal det nok være lidt længere end en uge. Tror jeg. Det er også lidt forskelligt. Der er

jo nogen der tager af sted et helt år, så hvis man skal lære et nyt sprog, så tror jeg der skal lidt længere til end bare et en uge eller to.

Hvad vægter du højest er det service/komfort eller er det prisen på sprogrejsen?

Service og komfort.

Du ville godt være villig til at betale mere for det, hvis man fik et ordentligt sted at bo?

Ja.

Så umiddelbart ville du ikke være villig til at bo hos en værtsfamilie, eller?

Jo det kunne jeg godt tænke mig, men jeg ville helst gerne vide, hvem det var. Jeg kender lige en der er rejst på sprogrejse, og hun fik da noget af et chok, da hun kom derover. Hun havde nogle forestillinger om hvordan det var at komme til USA, fordi hun havde set min familie i USA og hvordan det var. Men så fik hun lidt af et chok. Det synes jeg er lidt ærgerligt når man skal sådan noget, og bo der et helt år. Så vil jeg hellere betale lidt ekstra og så vide at det er noget ordentligt man kommer hen til.

Men du ville ikke have noget imod at bo hos en anden familie?

Nej

Hvad ville du betale for sådan en sprogrejse?

Det ved jeg faktisk ikke, for jeg ville ikke have nogen ide om hvad det koster. Det lyder som om det er rimeligt dyrt normalt, men det her ville blive billigere.

Det ved jeg ikke, hvis jeg kunne få en god oplevelse ud af det.

Hvis man kigger på alternative sprogrejser, så koster de 8-9000 til England og 11-13000 til USA. Og skal man af sted et helt år, så er det en 50000,-.

Ja så er det jo mange penge, jeg ved ikke om jeg lige selv ville betale det, det tror jeg ikke.

Hvad synes du om konceptet, vi havde forestillet os, at vi ville hænge plakaterne op, og som et led i det, så ville der blive holdt foredrag i Jeres fælles sessions, hvor der så ville komme en fra Esperantoforeningen og fortælle om det. Jeg ved ikke, hvad du synes om det umiddelbart?

Det synes jeg er en meget god ide, så man også får hørt noget mere om det.

Det er noget du ville deltage i?

Ja.

Ville det virke godt, sådan da du sagde tidligere, at du ikke helt vidste det hele, da du så plakaten; ville det virke som et godt supplement til plakaten? Så der også kan stilles spørgsmål.

Det synes jeg. Jeg tror også folk ville være mere interesseret i det så. Det virker måske også lidt mere seriøst, når der kommer en og fortæller om det.

Hvad mht. at udvælge en skole eller årgangsrepræsentant, som står for at formidle budskabet videre og sælge de her sprogrejser, vi havde forestillet os, at der bliver brugt et frikvarter sådan i løbet af ugen. Ligesom, jeg ved ikke om der er nogen der arrangerer skiture?

Jo det er der.

Samme koncept som det, så ville det bare være de her rejser om sommeren, tror du det ville være en god ide?

Ja, det tror jeg faktisk, det ville være en meget god ide. For så vidt jeg ved, så er der mange der melder sig til det der skihalløj, og der kommer også en ud og fortæller hvad det er osv.

Der er også en årgangsrepræsentant?

Ja det er der også, og det fungerer udmærket. Der er en der står for det, og giver meddelelser.

Kan du se nogen ulemper ved det?

Nej ikke umiddelbart.

Efter du har hørt mere om det og vi har snakket om det, synes du det er en god ide bruge det som oversætte sprog i EU. Dvs hvor det nu bliver oversat fra et national sprog til engelsk og herefter til et andet national sprog. Tror du så det ville være en god ide, hvis det blev oversat direkte til Esperanto i stedet?

Hvis det er nemmere for folk, så synes jeg det er en god ide. For nogen gange kan det da godt være irriterende, hvis det hele tiden skal oversættes. Hvis alle nu forstod det, så ville det være meget nemmere.

Har du nogle spørgsmål?

Nææ. Hvornår har i tænkt Jer at sætte plakater op? Er det noget i skal eller hvordan, eller er det bare et projekt i har?

Det er et fiktivt projekt, men det kan godt være at det bliver til noget, men vi er fire grupper, og hvis det er godt nok, så vil vi kunne bruge det til noget mere. Måske/måske ikke, det kommer an på, hvor godt vores resultat er.

Så skal vi have indpasset vores produkt, da det er jer vi gerne vil have fat i.

Har du nogle forslag til hvordan vi ellers kunne få fat i vores målgruppe. Ide til hvad der kunne være mere hensigtsmæssigt?

Det ved jeg ikke, nej det ved jeg faktisk ikke. For det er, som regel det som andre gør, så vidt jeg ved. Sætter plakater op, og holder nogle foredrag osv. Det tror jeg også er det der fanger mest.

Du har ikke lige noget der fanger?

Nej det har jeg faktisk ikke. Thi hi.

BILAG 5

Transskription af interview på Frederiksberg Gymnasium d.24/11-2004.

Vestholdet (Louise, Jakob & Andreas)

Mikkel Rosenholm

Interview 2:

Velkommen til!

Hvad hedder du?

Jeg hedder Mikkel Rosenholm

Hvor gammel er du:

Jeg er 16 år gammel

Hvilken årgang er du?

Årgang 88 og går i 1.y

Er du udeboende eller hjemmeboende?

Jeg er bor hjemme, ja

Du er matematiker?

Ja- ja det har jeg

Er du umiddelbart sproginteresseret?

Ja det er jeg faktisk selv om jeg er matematiker – så er jeg rimeligt sproginteresseret – mest i engelsk og tysk, det er faktisk de eneste to sprog jeg har men øh.. jeg interesserer mig rimelig meget især for tysk interesserer jeg mig en del for

Du er åben over for andre sprog?

Ja, det syntes jeg i hvert tilfælde jeg er

Kender du et sprog, der hedder Esperanto?

Ja jeg har hørt lidt om det i hvert fald, jeg kender ikke så meget til det

Hvor har du hørt om det henne?

Jeg har hørt om det tv og på min gamle skole havde vi også noget om forskellige sprog og der blev det også nævnt – men jeg ved ikke så meget om det

Hvad var dit umiddelbare indtryk?

At det er det med at det skal være et internationalt sprog – det er meget god ide, jeg ved ikke så meget om, hvordan selve sproget konkret er – men det er jo en meget god ide at man skal have et fællessprog, men nok lidt svært at

gennemføre,

Vi kan fortælle lidt om det:

Sproget Esperanto opstod i 1887 i Polen, opfundet af den polske L.L. Zamenhoff. Sproget blev udviklet for at skabe kommunikation og forståelse på tværs af nationaliteter. Sproget tales i dag af ca. 1-2 mio. mennesker globalt. Esperanto-organisationen har en rådgivende status for Europaparlamentet, og var i 1999 tæt på at blive vedtaget som oversættersprog, da 43 % stemte for at anvende det i Europaparlamentet.

Esperanto er simpelt opbygget, med fællestræk til de europæiske hovedsprog (fransk, spansk, tysk italiensk, russisk m.fl) og tager udgangspunkt i den latinske sprogstamme. Pga. den simple opbygning og de mange fællestræk med andre allerede kendte sprog tager det ca. 1/10 af den tid det fx vil tage at opnå tilsvarende niveau på engelsk. Ville du umiddelbart efter at have hørt det her være interesseret i at lære at tale Esperanto?

Øm.. det ved jeg ikke helt, umiddelbart ville jeg ikke helt kunne se hvad jeg skulle bruge det til, men øh hvis det blev vedtaget som være mere officielt sprog – ville jeg måske være interesseret i at lære det – også fordi hvis det er så nemt at lære. Men øh.. Ikke umiddelbart – men hvis det f.eks. blev officielt oversættersprog – så ville jeg nok overveje det – så ville det nok også blive brugt i andre sammenhænge.

Hvad med relevansen? Er det først der det bliver relevant?

Ja først når det bliver officielt – ellers vil engelsk jo være mere vigtigt og til en vis grad også tysk eller fransk,

Ja

Spansk bruges også mange steder – så umiddelbart ville jeg ikke sige at det har så stor relevans – men hvis det fik større relevans så – altså på højde med engelsk – så ville jeg overveje det – ja

Så der er andre sprog der lømmer før esperanto

Ja det vil jeg syntes i øjeblikket

Ok

Har du nogen sinde været på sprogrejse?

Nej – det har jeg ikke

Hvor mange gange rejser du om året?

Det er forskelligt – en gang eller to om året, det er lidt forskelligt

Som et led i produktet har vi valgt at lave en plakat

Ja

Den ser sådan ud....

Pause

Hvad syntes du umiddelbart om plakaten – dit førstehåndsindtryk?

Den er – den er flot syntes jeg

Den syntes jeg er meget god – især hvis der kommer noget kontaktinfo hernede

Den er meget overskuelig – ja hvis der kommer kontaktinfo hernede bliver den meget overskuelig.

Den er meget overskuelig?

Ja det syntes jeg, måske skulle man lave overskriften lidt mere tydelig,

Så man kan se det på lang afstand, hvad det er det handler om.

Mere tydelig overskrift?

Ja, det vil jeg tro – for så vil man også kunne se det på lang afstand

ja

men ellers syntes jeg den er meget overskuelig og øh

ja

Syntes du den er fængende?

Ja det er den i og med der er så mange billeder – det kan man også sige når overskriften ikke er så tydelig – kan det være den virker mere fængende – så man vil hen for at se hvad det er

Ja

Men øh det kommer så også lidt an på hvor den skal hænge kan man sige – for hvis den bare skal hænge på en skole et eller andet sted – hvor der er mange andre plakater så er det nok bedre at have en stor overskrift, men i og med der er så mange billeder som... så tror jeg den er fængende

Også at der ikke er så meget tekst – det er meget det er meget vigtigt det der står – vil jeg syntes.

Ok – det er godt

Tror du du vil kunne huske den efterfølgende – efterdu har set den?

Øhh ja – det tror jeg helt klart jeg ville – igen fordi den er meget enkel,

Altså den er meget overskuelig og enkel – der står ikke sådan lange tekster – der står hurtigt hvad det er og kontaktoplysninger – så det tror jeg godt jeg ville kunne – altså

Tror du det er noget du ville fortælle til en ven? At du havde set den her

Ja altså – hvis det var noget man ville bruge til noget – så ville jeg nok – så ville man jo også sige det var på grund af den – men altså ...

Ikke som udgangspunkt – når du kigger på den?

Nej altså..

Hvis nu du skulle fortælle om det til en ven – lad os sige det på den måde..

Hvad ville du så sige den handlede om?

Jamen så ville man måske sige den handlede om.. øh ja om esperanto som et led i globalisering og sådan noget .. internationalt samarbejde altså med mennesker fra hele verden og sådan noget– man kan tage på sprogrejse – og så lidt oplysninger om hvordan man kan få mere information om det.. øhh. Såå Det forklarer også meget godt hvad i selv vil med esperanto

Hvad med billederne, hvad syntes du om dem?

Det syntes jeg virker meget godt – fordi der er både almindelige billeder af mennesker, der kan være fra hele verden og billeder der kunne være fra hele verden kan man sige – men der er også bestemte lokaliteter så som broer og.. operahuset i Sydney og sådan nogle ting – så der er også ting for hele verden, men det handler mest om kommunikationen mellem mennesker.

Ja

Så det syntes jeg er et meget fint billedvalg faktisk.

Hvad syntes du om farvevalget?

Ja øh det syntes jeg faktisk også er meget fint – at det er øh meget enkelt farvevalg – det er sort/hvid – og så lidt mere farve.

Øh – det står måske ikke så godt til overskriften – men hvis overskriften blev en anelse kraftigere såå –

Ja

Så ville man også – så ville man bedre kunne se overskriften.

Overskriften skal være mere fængende?

Ja, i og med man skal se den på afstand skal den være kraftigere og i og med at den står på baggrund af så mange billeder kan den måske være lidt svær at se, på afstand øhm - men øh så kommer man måske til ikke så godt at kunne se billederne bag ved men altså det er ikke så afgørende om man præcis kan se dem.

Det er meningen at den skal hænge på opslagstavler – og det er

meningen at den skal være enten A2 eller A1,

Ja

Det vil sige den er dobbelt så stor – eller firegange så stor som det udkast du ser her (A3)

Ja

Hvad syntes du umiddelbart om den størrelse?

Jeg vil i hvert tilfælde sige at det skal være A2 eren – altså den den i dobbelt størrelse – for ellers bliver den næsten for stor – og med for mange billeder – for så skal man også ud og finde mange flere billeder jo – helst ik? Og så ville det måske blive lidt for uoverskueligt – når der er så mange billeder – hvis det så er i A2 – så passer det også meget godt med den tekst der er.

Så kan man sige rent praktisk er det måske også nemmere at finde plads til den.

Ja –

Men det er måske ikke så afgørende.

Så A2 er umiddelbart være det bedste?

Ja – ja det vil jeg umiddelbart syntes, selvfølgelig vil der også være situationer hvor A1 ville være bedre – men umiddelbart ville jeg nok sige A2.

Ok.

Nu snakker du om at overskriften kunne være større – tror du der er andre ting vi kunne have gjort anderledes? Med hensyn til at producere plakaten?

Man kunne måske sige med teksten – måske skulle man komme med flere superlativer ind – eller tag med sprogrejse med Esperanto – såå øh du udvikler der ved det..

Ja

Måske noget som også fænger lidt mere –

Noget mere salgssprog?

Ja – ja faktisk lige præcis ik?

Men igen det har man måske også med tal dig ud i verden – men måske noget lidt mere – ja salgssprog det er måske - det må gerne være lidt overdrevet – så

Ok.

Men rent layout-mæssigt syntes jeg det er fint altså..

Det syntes jeg – det passer fint til overskriften

Ok.

Hvordan syntes du plakaten fungerer som medie?

I forhold til flyer og piecer osv.?

Men jeg tror den virker meget godt, men den – man kan jo sige at hvis man hænger den op på opslagstavler på skoler og sådan noget vil den henvende sig mere direkte, selvfølgelig kan man også dele flyers ud på skoler og sådan noget – men jeg tror den vil henvende sig mere direkte med sådan en plakat – også fordi – den kan man gå hen til når man har tid til det kan man sige og læse på den og – det vil jeg tro er... det er bedre end når det er flyers. Det vil jeg umiddelbart tro

Ok.

Kunne du forestille dig andre måder – altså andre medier man kunne benytte for at få det her budskab ud?

Jaa altså... man kunne selvfølgelig prøve at sætte det i skoleblade og sådan noget...

På det enkelte gymnasium?

Ja – jeg vil sige specielt med sprogrejser – måske i ungdomsblade – det er selvfølgelig lidt dyrere med sådan noget reklame

Ja

Ja men altså andre medier der specielt henvender sig til gymnasieuddannelser altså sådan nogle skoleblade tror jeg ville være meget godt.

Tænker du på nogle bestemte skoleblade?

Nej, jeg tænker mere på sådan nogle interne skoleblade

ok.

Tænker du på blade som M! eller Chili, Tjek?

Nej, jeg mener mere interne skoleblade – frederiksberg gymnasium har deres eget skole blad – jeg ved ikke om det er muligt i alle skoleblade – men altså Men man kan sige at det vil henvende sig mere direkte til gymnasieskolerne – og samtidig være billigere end de store magasiner.

Hvem syntes du den henvender sig til, plakaten?

Jamen den henvender sig jo selvfølgelig til gymnasieuddannelsen og sproginteresserede – hvilket hovedsageligt – og folk der interesserer sig for andre kulturer. Ellers vil man jo hurtigt kigge på den – og hvis man ikke er interesseret i andre kulturer og..resten er verden – vil man jo hurtigt kigge på den og sige at der er for meget fra andre dele af verden – hvis man ikke er så interesseret i det – men det vil helt klart fange den globaliseret interesseret, må man sige,

Ja

Tror du unge generelt vil være interesseret i det?

Ja – det tror jeg – for det er jo rimelig meget oppe i tiden – sådan noget med globalisering – og der skal være plads til hele verden og sådan noget – så det.. vil jeg tro – det vil jeg helt klart tro der vil være.

Så du mener godt det vil kunne fange rogen, i din aldersgruppe?

Ja det.. er jeg overbevist om, det er jeg overbevist om – måske et eller andet salgstale – vil måske gøre det endnu bedre – mere effektiv – det ved jeg ikke, nogle flere superlativer eller sådan noget

Ja.

Så det er det der mangler eller hvad man skal sige?

Ja

Det er simpelthen noget salgsmateriale?

Ja – man kan sige nogle lidt billigere tricks - fordi det.. man kan sige – gør overskriften lidt større... det er ikke så fin en måde at sælge tingene på heller ikke med superlativer – men det vil jeg alligevel tro vil virke det lidt bedre..

Altså nogle beskidte tricks?

Ja. Det kan man sige – nogle lidt mere billige salgstricks – for der er jo mange budskaber – og medier i dag – så..

Så du tror først man kan trænge igennem hvis man har et eller andet der gør..

Ja - altså hvis man virkelig er interesseret i det vil man selvfølgelig også se det men – det er også vigtigt at folk overhovedet ser at den plakat overhovedet er der –

Ja

Så den er for pæn?

Ja – man kan sige – nej jeg vil ikke sige den er for pæn – men altså... for der jo sikkert mange der også vil være interesseret i det og.. men jeg tror den vil være endnu bedre hvis der også er nogle billige... men det kommer jo også an på hvem det er man vil henvende sig til, hvis man kun vil henvende sig til dem der ved at de er interesseret i det..... for at vise at det er en mulighed – så den ikke nødvendigvis for pæn – men hvis man sådan skal henvende sig sådan mere bredt så vil jeg sige den skal have nogle af de der billige salgstricks.

Ok.

Vi havde forestillet os at udarbejde et koncept der hedder Travel and Talk, som er det her sprogrejse koncept – det ligger sådan set tæt op ad

de allerede eksisterende sprogrejser, som der er nu, STS, EF, og Asse – jeg ved ikke om du kender nogle af dem i forvejen?

Nej

Men med Travel and Talk vil du kunne komme til mange forskellige destinationer, du vil kunne spare udgiften ved indlogering, i og med at gennem den her Esperantoforening, kan skabe kontakt med medlemmer i hele verden, hvor man så kan blive indlogeret gratis hos andre esperantister og så lære en masse andre mennesker at kende, og så naturligvis opleve en masse kultur derigennem. Hvad siger du umiddelbart til det?

Det lyder jo meget fint at man kan bo frit hos folk, i stedet for at man bare... ja nu bor man jo ikke bare på et hotel når man er på sprogrejse – men alligevel – men her alligevel – man lærer kulturen på en lidt anden måde.....

Så det virker godt?

Ja det syntes jeg - det kan man jo så også bruge som et salgstrick – at man bliver gratis indlogeret...

Ja

Det er noget der sikkert vil tiltrække folk

Ja ok

Du syntes umiddelbart det virker tiltalende?

Ja det gør det jo selvfølgelig – det øh.. man jo sige det er jo

Er det noget du selv kan være interesseret i?

Ja – det kunne godt ske – men det kræver jo også at man kan esperanto.. eller man lærer det –men altså det kunne godt være... hvis jeg overvejede sprogrejser ville det virkelig være et godt alternativ..

Hvor længe syntes du den skal vare – en sprogrejse?

Ja øhh – det kommer måske også lidt an på hvor langt hjemmefra det er – hvis du tager en sprogrejse til tyskland - kan det godt være lidt længere eller til USA – med hvis det sådan er man skal til kina eller sådan noget lignende Australien – kan det godt være at det ikke skal vare så lang tid måske Kun et par måneder – det kommer jo også an på hvilken type man vælger. Hvis det er sådan nogle helt korte ture til tyskland – det kommer også an på den enkelte – det er lidt svært at sige generelt syntes jeg.

Altså – længden er afhængig af, hvor langt man er væk hjemmefra?

Ja det vil jeg sige – det øhh. Selvfølgelig også efter hvad man går efter og

selvfølgelig også hvor godt man kan sproget, hvis det er engelsk for eksempel så kan man godt klare lidt længere tid måske..

Hvad vægter du højest – er det komfort eller er det pris?

Øhh ja det er jo sådan en balancegang..

Ømm jeg vil umiddelbart sige at hvis man skal på en sprogrejse – og langt væk så er det vigtigt at have en god komfort – man bor et ordentlig sted – men selvfølgelig er det også vigtigt – hvis man kan komme til at bo gratis – det kan jo gøre det muligt for en masse mennesker der ellers ikke ville have mulighed for det.

Så en kombination af de to?

Ja – det må være sådan en balancegang jo –

Hvis nu for eksempel det var en sommertur og du tog afsted en uge – ville det så gøre dig noget, at du måske boede lidt mindre komfortabelt?

Nej så ville prisen igen være mere afgørende – så kan man nok godt overleve ikke at bo så fint – men hvis man er et år et eller andet sted er det måske ikke så rart bare at bo på et vandre hjem. Så det kommer igen an på hvor lang tid man er væk.

Vil du være interesseret i at bo hos en værtsfamilie?

Ja! Det kan jo også give en hel del sprogfærdigheder – især hvis det er en værtsfamilie der ikke snakker andet, så bliver du jo tvunget til at snakke det sprog – der kan man virkelig lære noget sprog – så det ville jeg være interesseret i – helt klart.

Ville du være interesseret i at rejse med Travel and Talk?

Ja det er ikke umuligt – altså hvis.. i hvert tilfælde er det et meget fint alternativ til nogen af de andre – det lyder mindst lige så godt som de andre.

Så hvis jeg overvejede det – ville jeg helt sikkert også overveje det.

Det har nogle andre styrker eller fordele i forhold til de andre. Det lyder også meget tiltalende.

Vi havde forestillet os, at der skulle være foredrag ude på gymnasierne – det vil sige som et led i kampagnen bliver der ophængt de her plakater på opslagstavler og så vil der så blive arrangeret et foredrag af en fra Esperantoforeningen der skal komme ud og fortælle om esperanto og de her sprogrejser. Hvad syntes du umiddelbart om det?

Altså at der skulle komme en ud og holde foredrag?

Ja

Det syntes jeg virker meget godt – det kommer selvfølgelig også an på, hvordan det foredrag er bygget op – men umiddelbart lyder det som en meget fin måde det syntes jeg. Det tror jeg vil være en meget god måde at få det ud på.

Du sagde noget om at der manglede lidt på plakaten, ville det så være at man her kunne komme med nogle billige salgstricks?

Ja det kunne så være det der med at man kan bo gratis gennem den forening og sådan noget – det kunne være et godt salgstricks – og man kunne fremhæve nogle af de ting der gør den bedre end de andre. Primært at man kan bo gratis – og så kan man sig også – at hvis man hænger den op på en skole og så holder et foredrag vil det være oplagt også at skrive det ik –

Så havde vi forestillet os et koncept hvor der ville være en repræsentant for hver årgang – eller i hvert tilfælde på skolen – afhængig af hvor stor interessen umiddelbart er, hvordan tror du det vil virke?

Det skal altså være en, der går på skolen i forvejen?

Ja – en på skolen – som måske har et ugentlig frikvarter, hvor han sidder og får nogen til at være med på det her sprogrejse – altså taler godt om budskabet og produktet

Ligesom f.eks. for skiture er der måske en repræsentant der holder en lille tale omkring det og så kan man gå op og stille spørgsmål – tilsvarende for esperanto er der en person der ved lidt mere om det og som kan formidle noget forbindelse eller svare på spørgsmål.

Jov.. men jeg ved ikke om det skulle være hver uge for det ville folk nok ikke komme til tror jeg.

Det bliver for meget?

Det vil jeg tro for der er andet folk hellere vil bruge deres frikvarter på, det ville jeg også selv

Men du kan gå til den og den – det kunne vær en god ide – så kunne man måske en gang imellem holde et møde – men det skulle ikke være sådan så fast

Det skulle være en fast person – men det skulle ikke være ugentligt?

Nej det ville jeg ikke syntes – det skulle måske være lidt mere sjældent, også så det ikke virker som om de har betalt skolen for at komme ind – altså det

Ok

Så ville det virke som for meget.

Men det er fint nok at have en kontaktperson – det vil jeg sige – det ville ikke være noget problem – tvært i mod

Det ville være positivt?

Det ville jeg sige..det kunne man så også skrive nede på kontaktinfo..afhængig af om de holder foredrag den og den dag..og den og den kontaktperson..det tror jeg ville være rigtig godt.

Ja men du har allerede fanget konceptet. Har du umiddelbart nogle ideer til hvordan man ellers kunne fange de studerendes opmærksomhed?

Nej altså. Man kan selvfølgelig sige..men det er ikke kun på gymnasierne..men gymnasierne der får vi jo meget at vide, at vi skal følge meget med i medierne, så man kan sige ved, at man kommer frem i medierne ikke kun ved reklamer men mere gennem øh.. at der sker noget og der er nogle artikler om det..det vil jo også have reklame i sig selv ikke? Og man på nogle måder kan mærke at det bliver mere vigtigt..det tror jeg helt klart er det der holder mange fra esperanto..og også andre sprog ikke altså at man..man har svært ved at se hvad man skal bruge det til.

Det hænger sammen med relevansen føler du?

Helt klart ikke – og hvis man kan få forbedret relevansen – det siger jo også lidt sig selv ikke – så vil mange flere interessere sig for det. Det er klart

Tusind tak for hjælpen