

Abstract

Currently there exist hundreds of millions of videos on YouTube. It is used worldwide by all sorts of people with different agendas. Nicholas Westwood started to produce himself on YouTube and has since then rose from the gutter toward star qualities. To understand this phenomenon a qualitative content analysis has been made to retrieve result about motivation for sharing his music. It will determinate, by a set of rules and procedures, whether or not a comment is positive, neutral or negative. To support the result retrieved from the analysis, two interviews has been made and it deals with a fan and an anti-fan. The methods and theories concern Mayring, Marslow, Social Network Sites and YouTube.

This paper is the documentation of the content analysis and deals with interviews and comments, explanations and general thoughts about and argumentation for the given results.

Keywords

Qualitative Content Analysis

Marslow

Mayring

SNS

YouTube

Forord

Denne rapport er skrevet på baggrund af eksamensprojektet om medier og kultur, for 1. semestre på bacheloruddannelsen Digitale Medier og Design, på IT universitetet i kurset Introduktion til Medier og Kommunikation.

Projektet kunne ikke have været gennemført alene af forfatteren af. Derfor gives der en speciel tak til:

BIMK gruppe 9 bestående af Philip Muneer Højstrup Flindt, Kristoffer Dahl Villadsen, Michael Berg Nielsen, Casper Aarup Rasmussen, alle 1. semestres DMD studerende på IT universitet, der har været med til at afgrænse emnet, indsamle og afkodning af empiri, baggrundsviden og anden information igennem hele forløbet,

Bjarki Valtysson, Adjunkt på IT universitet i kurset Introduktion til Medier og Kommunikation, der har givet de nødvendige forelæsninger, samt vejledt gruppen,

Peter Klemmed Bjørk, studerende på Det Biovidenskabelige Fakultet, der har givet lov til interviewet som fan,

Nicklas Schollert, 10 klasses skoleelev, der har givet lov til interviewet som antifan.

Med rapporten følger cd, som indeholder bilag til YouTube kommentarer og interviews, samt originalt materiale af disse. Der tages forbehold for stavfejl, misforståelser og andre mangler.

Indholdsfortegnelse

1. Indledning	4
1.1 Problemafgrænsning	4
1.2. Problemformulering	4
1.3 Metodiske og teoretiske overvejelser.....	5
2. Teori.....	5
2.1 SNS	5
2.2 YouTube.....	5
2.3 Maslow's behovsteori	6
3. Metode	7
3.1 Qualitative Content Analysis	7
4. Analyse.....	8
4.1 Fan.....	8
4.2 Neutral.....	9
4.3 Anti-fan	10
4.4 Udefinerbart	11
5. Diskussion.....	11
6. Konklusion.....	12
7. Litteraturliste.....	13

1. Indledning

Inden for de seneste par årtier er den digitale verden vokset eksponentielt. Siden YouTube blev lanceret, er det at broadcaste og udtrykke sig selv, blevet en hverdagsting for det almene menneske. Der findes uendelige muligheder for at blive bemærket, hørt, set og lige frem brande sig selv eller et givent produkt.

YouTube første video blev uploadet d. 23. maj, 2005 og siden har utallige videoer fulgt trop. Førhen var det besværligt at uploade sine videoer på nettet, men med YouTube fulgte en tilgængelig og nem løsning på problemet. Denne lethed gjorde videodeling til et helt nyt fænomen. Inden for de sidste seks måneder har YouTube produceret flere videoer ind hvad et tv selskab har produceret i hele dets levetid. Det kommer ud til et langt bredere publikum og er altid tilgængeligt, så tiden er ikke en faktor.

I musikkens verden bliver YouTube også brugt til at dele musikvideoer til hinanden - i store mængder. Musik kanalerne MTV og VH1, som førhen var store selskaber, er nærmest blevet overflødige. Man har altid kunne producere sin egen musik, men det er blevet muligt at promovere sig selv via YouTube. Man kan sætte spørgsmålstegn ved om denne selvpromovering via et medie som YouTube øger promoveringen og status. Det er også vigtigt at rette blik på om de nye stjerner bliver kendte på grund af kommentarer og vider formidling på YouTube.

1.1 Problemafgrænsning

For at indskrænke et så bredt emne vil der blive taget udgangspunkt i det danske hiphopmiljø. Fokus vil være på Nicholas Westwood, med kunstner navnet Kidd, der startede sin karrier på YouTube. Nu har kunstneren sit helt eget pladeselskab og andre kunstnere menes at forbedre deres images, hvis de optræder sammen med Kidd. Hvordan gik kunstneren fra at være i det ukendte undergrundsmusik til at stå på scener med Nik & Jay og er blevet mainstream?

I Kidd's situation er det interessant at kigge på hvorledes hans selvpromovering har hjulpet hans succes og hvor stor en rolle vider formidlingen af hans musik har haft.

1.2. Problemformulering

Vi vil undersøge, Nicholas "Kidd" Westwoods fans og antifans motivation for deling af hans musik herunder musikvideoen på YouTube ("[Kidd – Ik lavet penge \[Officiel Video\]](#)"). Har Nicholas "Kidd" Westwoods fans og antifans været en medvirkende faktor i hans udbredelse i det danske musikmiljø og hvordan har det påvirket hans position?

1.3 Metodiske og teoretiske overvejelser

For at besvare problemformuleringen vil der blive kigget på kommentarerne på Kidd's ene musikvideo. Under denne video er der kommentarer i massevis. På det givende tidspunkt, hvor videoen blev undersøgt var der over 4.500 kommentarer. Da der skal indsamles data i massevis, er en kvalitativ indholdsanalyse ideelt at benytte. Hvis den er benyttet rigtigt, kan en sådan metode formå at gøre selv kvantitativt indhold til kvalitativt. Det skal dog siges at metoden aldrig før har været benyttet af forfatteren og den forekommer ham noget avanceret.

Det er blevet valgt at lave to interviews for at understøtte det kvantitative indhold. Da der kan forekomme megen støj og irrelevans i et sådan forum, hvor Kidd's fans og antifans befærder sig i, kan en ønsket dybde eventuelt ikke opnås. Det kan et interview med en fan og antifan sørge for.

For at forstå muligheden for at kommentere, samt dele musikken vil grundlæggende viden om Social Network Sites (SNS) og YouTube blive pointeret. For at forstå behovet for deling af musikken, vil der blive kigget på Marslow's behovspyramide.

2. Teori

2.1 SNS

Siden deres start, har sociale netværkssider tiltrukket millioner af brugere. Først og fremmest øger de allerede eksisterende forhold eller netværk, men den kan også øge eller skabe forbindelsen mellem fremmede relationer. Man kan definere sociale netværk sider, som web baseret tjenester der tillader det enkelte individ at konstruere en offentlig profil inde i et system, stykke en liste sammen over andre online brugere, med hvem de deler deres forbindelser med, samt dele fælles interesser med disse. Udover at have en venneliste, kunne kommentere, skrive private beskeder kan sociale netværk sider også indeholde andre funktioner, der muliggør brugere at interagerer med hinanden på, som fotodeling og videodeling. Det har udviklet sig til at man nu også kan stykke online profiler sammen om ens kæledyr, som hunde (dogster.com) og katte (catser.com).

2.2 YouTube

YouTube blev lavet af tre personer, tidligere medarbejdere for Paypal. Selve ideen bag YouTube, er at gøre det lettere for brugeren at dele videoer til en langt større skala end man ellers var vant til i forvejen. Det er et medie der kommer hurtigt ud til publikationen. Deres slogan lyder således "Broadcast Yourself". Det er altså ikke en side, der generer sine egne videoer, men derimod en web baseret tjeneste, hvor det er muligt at uploade sine egne videoer – amatør samt professionelle

videoer. Det er altså en tjeneste indeholdende et arsenal af videoer, alt fra hjemmevideoer til viral marketingsføring af forskellige hensigtsmæssige årsager. Youtube har også gjort det lettere for amatører at blive kendte. Tjenesten har en mangfoldig målgruppe, da netop målgruppen bestemmes af hver enkelt video. De bliver set af folk med forskellige baggrunde og kulturer.

”Some of the comments on YouTube make you weep for the future of humanity just for the spelling alone, never mind the obscenity and the naked hatred” - (Grossman, 2006). [1]

Et fænomen, som er opstået på YouTube er ”Trolling” hvis eneste formål er at skrive i kommentarsporet med brug af grove og negative vendinger. Disse kommentarer bliver ikke slettet, da det er blevet til en stor del af netværket. YouTube er desuden også et social netværk side, for her det også muligt at oprette profiler og komme i dialog med andre mennesker.

2.3 Maslow’s behovsteori

Ifølge Marslow arbejder individet for at tilfredsstille visse behov, som opstår i en bestemt rækkefølge. Først når den ene type behov er blevet tilfredsstillet, vil et nyt og højerestående behov opstå. Hans påstand er at behovene må opfyldes i en bestemt rækkefølge og optræder i et hierarki af nødvendighed. Hierarkiet består af fem felter og er:

- Fysiologiske behov, er de mest basale behov for overlevelse og rummer indtagelse af føde, vand og luft, fysisk bevægelse og forplantning.
- Sikkerhedsbehov, rummer behovet for sikkerhedsmæssige og følelsesmæssige nødvendigheder som sikkerhed, tryghed, stabilitet, orden og beskyttelse.
- Sociale behov, er behovet for fælleskab, kærlighed, venskab, samt tilhørsforhold til enkelte personer eller grupper.
- Agtelsesbehovet, er behovet for selvagtelse, selvtillid, selvrespekt, kunnen, anerkendelse, status og værdighed.
- Selvrealiseringsbehov, er det øverste niveau og kan kun opnås når de nedenstående behov er blevet opfyldt. Her er det behov som virkeliggørelse af mål, at realiser medfødte eller opnåede færdigheder.

[2]

3. Metode

3.1 Qualitative Content Analysis

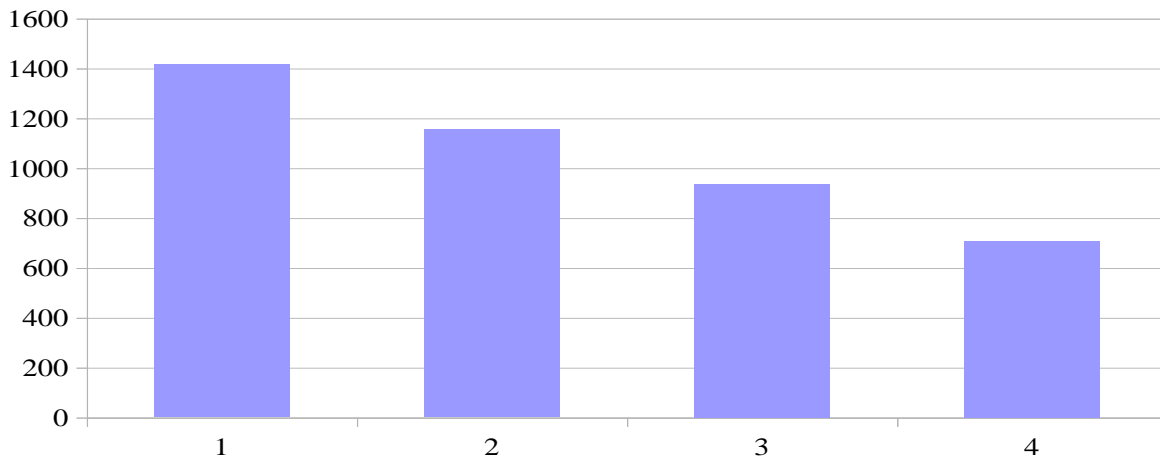
En kvalitativ indholdsanalyse er en metode for at frembringe resultater i kvantitative mængder til kvalitative (Mayring, 2000). Her benævner han også at et sæt regler eller kategorier skal opsættes og følges til punkt og prikke.

(...) The material is to be analyzed step by step, following rules of procedure, devising the material into content analytical units (...) [3]

Det kvalitative aspekt består i en metodisk og kontrollerende frembringelse af tekstpassager til kategorier. Det vigtigste i analysen er at give definitioner, eksempler og kodningsregler for hver deduktive kategorier, så de kan afgøre under hvilke omstændigheder en tekstpassage skal kodes sammen med en kategori.

	Kategori	Definition	Regler
1	Fan	Taler positivt om emnet. Subjektivt udtryk for en positiv holdning: <ul style="list-style-type: none"> - At komme med konkrete udtalelser i en positiv retning. - At bruge argumenter for at vise sin positive holdning. - Remix: Jokes/ordspil med teksten, som giver udtryk for en positiv holdning. - Forsvarende kommentar for afsenderen. - Citationer med efterfølgende kommentarer, der peger i en positiv retning. 	Et eller flere aspekter i definitionen skal pege mod "fan" kategorien. Der må ikke findes aspekter fra andre kategorier, som modstrider definitionen.
2	Neutral	Objektive kommentarer, som ikke giver udtryk for en konkret holdning eller taler for begge partier. <ul style="list-style-type: none"> - Remix: Jokes/ordspil med teksten, uden at give udtryk for konkrete holdninger. - Neutrale kommentarer baseret på fakta. - Citationer uden efterfølgende kommentarer. 	Et eller flere aspekter i definitionen skal pege entydigt på neutral kategori.
3	Antifan	Taler negativt om emnet. Subjektivt udtryk for en negativ holdning: <ul style="list-style-type: none"> - At komme med konkrete udtalelser i en negativ retning. - At bruge argumenter for at vise sin negative holdning. - Remix: Jokes/ordspil med teksten, som giver udtryk for en negativ holdning. - Citationer med efterfølgende kommentarer, der peger i en negativ retning. 	Et eller flere aspekter i definitionen skal pege entydigt i mod "antifan" kategorien. Der må ikke findes aspekter fra andre kategorier, som modstrider definitionen.
4	Udefinerbar	Uklare kommentarer, hvor holdningen ikke kan afkodes: <ul style="list-style-type: none"> - Kommentere med tvetydigt sprogbrug. - Kontekst afhængige kommentar, kan ikke aflæses/fortolkes, da man ikke kan se hvilken kontekst kommentaren skal sættes i. 	Et eller flere aspekter i definitionen skal pege mod udefinerbar kategorien, gennem uklare-, tvetydige- og/eller kontekst afhængige kommentarer.

4. Analyse



Figur 1

4.1 Fan

1415 personer er tilhængere eller forsvare Kidd, det han står får eller hans musik.

”Bedste sang ever!” (Bilag 1, s. 21, Linie 563)

“Lad folk hate. Kidd er da pisse ligeglad. Det er også det der er så fedt ved ham.. Han skider på folk. Folk er bare pisse sure over han er selvglad.. Han knepper janteloven og skider på folks mening om ham! Respekt Kidd!” (Bilag 1, s. 21, Linie 569)

Sådanne kommentarer findes der utallige af. Grafen foroven viser at de fleste har direkte positivitet overfor Kidd og hans musik. Hans musik har slået Aqua og Medina, hvilket i sig selv siger en del. I et Interview med Ritzau, fortæller Kidd at det er helt fanatisk at have slået de helt store og det må være et bevis på at folket kan lide hans musik og det har den unge rapper jo så ganske ret i. [4]

I et interview med Peter Bjørk, fan af Kidd (se bilag 2), fortæller han at han synes Kidd har ramt en niche, som er meget speciel og rapperen har fyldt et tomt rum i det danske hiphopmiljø. Udover det så mener han at Kidd har fat i den lange ende, hvilket er blevet bevist da stjerne Nik og Jay lavede en video sammen med ham. Peter er helt sikker på at pop duoen er blevet rådet til det på det allerkræftigste, da deres popularitet er styrt dykkende, hvor imod Kidd’s popularitet er stigende.

Siden sin første single i det tidlige forår, har Kidd haft flere millioner visninger på YouTube. Alene musikvideoen, som rapporten har taget udgangspunkt i, har over to millioner visninger. Sådan staver man til succes.

4.2 Neutral

1154 personer er blevet defineret som neutral, på baggrund af deres kommentarer enten været objektive og fakta bestemte eller tvetydige, som taler for og imod. Der findes mange eksempler på dette, hvor folk har udtrykt deres positive mening om musikken men ren negativitet imod kunstneren ham selv eller hvor deres holdninger fuldstændig udligner hinanden.

”Godt omkvæd, lorte vers” (Bilag 1, s. 16, Linje 424)

”Lorte sang...Men det er et godt omkvæd” (Bilag 1, s. 28, Linje 752)

”Lækker musik, chorus er godt selvom Kidd er grim og verset er lort” (Bilag 1, s. 95, Linje 2575)

Alle tre eksempler viser en positivitet for omkvædet, mens resten af sangen skulle givetvis være dårligt. Den sidste kommentar går direkte ind og udtrykker negativitet imod udseendet. Også hans udseende giver kommentarer, selvom det intet har med musikalsk talent at gøre.

”Ja okay han er ikke specielt lækker man han er sgu da ret fræk” (Bilag 1, s. 3, Linje 60)

Endnu en gang udtrykker Lev Grossman sig perfekt, når han siger at fremtiden for menneskeheden er til at græde over, alene grundet Grammatikken. Eksemplet foroven viser hvor galt det kan gå, i det brugeren formår at udligne sin kommentar fuldstændig og kan derfor ikke præcist defineres til at være positiv eller negativ.

Et andet fænomen, der er opstået er et ordspil på sangens omkvæd. Det oprindelige omkvæd lyder ”Ik’ lavet penge, jeg har lavet damer”. Flere forskellige brugere på YouTube, har så valgt at lave ordspil på lige det stykke lyrik.

”Jeg har ikk’ sovet længe, jeg går med reklamer!” (Bilag 1, s. 6, Linje 137)

”Jeg har ik ret seng! Jeg har vasket laner!” (Bilag 1, s. 63, Linje 1678)

”Ikk lavet penge jeg har lavet lektier!” (Bilag 1, s. 63, Linje 3175)

Som mange af kommentarerne henviser til, så er det omkvædet, der er det populære i sangen. Dette er også grunden til at folk har taget lige præcis det stykke lyrik og gjort det til deres eget. Det interessante ved Kidd, er at han på den ene side er ulidelig og amatøragtig og på den anden side ørehængende og charmerende.

”Irriterende at hans sange er så catchy!” (Bilag 1, s. 1, Linje 15)

”Hans sange er rigtig catchy og han har en latterlig fed attitude.” (Bilag 1, s. 3, Linje 79)

”Catchy sang og selvfølgelig fanger man sig selv i at synge omkvædet.” (Bilag 1, s. 22, Linje 577)

Kidd rapper ikke som andre. Hans sange indeholder falske toner og en nasal klang. Det springer ikke i ørene hos de fleste. Men når man først er blevet bidt af gentagelse efter gentagelse, er det svært for mange at slippe ham igen.

4.3 Anti-fan

936 brugere har decideret foragt overfor Kidd, hans musik og det han står for. Det er et højt tal og alligevel ikke særlig overraskende. Det er en speciel og hid til en ny form for musik, som Danmark ikke har været vant til. Mange brugere foragter hans attitude. Den selvglade og barnlige måde han fremstiller sig selv på.

”Det er jo voldsomt dårligt det her.” (Bilag 1, s. 102, Linje 2772)

”Selv med autotune og computerlavet musik lyder det elendigt.” (Bilag 1, s. 38, Linje 1012)

”Skod flow, irriterende stemme, poppet-beat, ekstremt dårlige tekster.” (Bilag 1, s. 154, Linje 4242)

Sådan kan det blive ved i mange stimer. Teksterne ligger ikke i den høje ende af sværhedsgraden. Og mange fordømmer at hans tekster ikke indeholder dybde eller mening. I et interview med Nicklas Schollert, antifan af Kidd (Se bilag 3), fortæller han at han synes det er for meget at Kidd er selvglad, selvfed og synes han selv er den bedste i verden. Han mener at det er et forkert signal at sende de unge, når han i sin musikvideo køber og ryger hash. Som et forbillede og idol, skal man sende de rette signaler.

”Jeg har ik' røget pinde, jeg har taget baner.” (Bilag 1, s. 160, Linje 4407)

”Ikk lavet penge, jeg har taget baner.” (Bilag 1, s. 10, Linje 268)

”Brugt mine penge, på at tage baner.” (Bilag 1, s. 121, Linje 3282)

I kommentarerne på YouTube finder man flere ordspil, hvor euforiserende stoffer er med i rimet.

4.4 Udefinerbart

706 kommentarer er blevet kategoriseret, som værende udefinerbare. Dette skyldes at megen snak går på alt muligt andet. Det kan ikke relateres på nogen måde til Kidd, hans musik eller miljøet. Man skal huske på at YouTube først og fremmest er blevet til en social netværksside og her vil der altid foregå chat imellem brugere, diskussioner omhandlende andre emner og sidst men ikke mindst foregår der også meget ”Trolling”, hvis eneste formål er at skrive indlæg, der provokerer folk og fremkalde hidsige diskussioner. Det meste ”Trolling”, der har foregået på denne YouTube kanal, er, når folk pointerer andres stavfejl.

”Kan du ikke stave til farfar?!” (Bilag 1, s. 58, Linje 1537)

”Hey, ”holdkæft bolsje”, du skal lige lære at stave før du kalder mig ”kid”” (Bilag 1, s. 74, Linje 2022)

”Hvorfor er din grammatik så kikset?” (Bilag 1, s. 124, Linje 3390)

5. Diskussion

Det blev valgt i starten af projektet at kode alle kommentarerne, men det viser sig at 1.000 kommentarer havde været rigeligt og stadigvæk indholdsrigt. Resultatet havde omtrent lignet det nuværende.

Efter kendskab til Marlsow’s behovspyramide, viser det sig at langt flere kommentarer kunne have været kodet som værende positive. Dette skyldes at mennesket stræber efter sociale behov og agtelsesbehovet når de andre behov selvfølgelig er blevet opfyldt. I kodningsprocessen blev mange ordspil og remix af lyrikken kodet til at være neutrale, men de viser faktisk en vis positivisme imod Kidd og det han står for. De ønsker at være tilhængere af den sociale gruppe og kommer derfor med deres egne ordspil. De ønsker at bliver anerkendt og accepteret.

I interviewet med Peter Bjørk, fan af Kidd, fortæller han at han selv laver ordspil, for at stjæle nogle af de positive grin han selv har fået af Kidd. Han ønsker at videregive dette positive grin til andre. Det viser sig at mange andre eventuelt ønsker samme effekt.

Peter nævner også at motivationen for at dele musikken på sociale medier er at man gerne vil sættes i forbindelse med den video, der blev delt. Man ønsker at andre skal se ens image i samme stil. Man vil gerne associeres med Kidd og det miljø han frembringer. Hvis ens omgangskreds ikke vil associeres med Kidd, er motivationen for at dele musikken nemlig videregivelse af information. Det kunne meget vel være information omgangskredsen ikke havde kendskab til og derfor grunden til at de ikke brød sig om Kidd.

6. Konklusion

Motivationen for at dele Nicholas "Kidd" Westwoods musik bunder i behovene for social anerkendelse og agtelse. Alle ønsker og stræber efter at blive accepteret, for først dér acceptere man sig selv. Selvom Kidd, bliver beskrevet som provokerende, irriterende, selvglad og barnlig, så er hans musik nyt og originalt. Er der noget unge teenager er tilhængere af, så er det originalitet. Hans stil bryder den generelle hiphop norm, der har fundet sted i årevis. Han gør oprør. En anden ting teenagerne føler sig tiltrukket af. Teenageårene er der, hvor man finder sig selv, sin stil og sin personlighed. Det er også her man gør oprør måde sine forældres læren og kunnen. Alt skal afprøves. Dette resulterer at et medieomtalt emne, som Kidd, får endnu flere tilhængere.

Medieomtalen skyldes at der i dagens Danmark findes Jantelov og den lov må siges at blive brudt af Kidd, med sange som "Det er så svært at være så god" og indeholdende lyrik, som "Jeg' profet, I efterløbere." Derfor diskuteres der frem og tilbage om den unge mand egentlig har talent eller ej, når han nægter at blive taget alvorligt og med et ordforråd, der temmelig begrænset. De gentagende og begrænsede talemåder resulterer i at teksterne er ganske nemme at følge med i og lette at huske.

Han lagde sine sange ud på YouTube, og blev hurtigt kendt og omtalt for sin særprægede måde at opføre sin musik på. Han har selv lavet musikken, selv skrevet teksterne, har selv instrueret filmene på lavbudgetniveau. Nu har den unge rapper fra Nørrebro stiftet sit eget produktionsselskab. Talent eller ej, så har Kidd succes.

7. Litteraturliste

[1] Grossman, L, 2006. "You — Yes, You — Are TIME's Person of the Year". *Times Magazine US*, [Online] 26. dec. Tilgængelig på:

<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html>

[tilgået d. 11. dec. 2011]

[2] Lederweb, 2006. "Motivationsteoriene - en kort beskrivelse", [Online] 14. maj. Tilgængelig på:

<http://www.lederweb.dk/Personale/Motivation-og-fastholdelse/Artikel/79540/Motivationsteoriene---en-kort-beskrivelse>

[tilgået d. 11. dec. 2011]

[3] Mayrin, P., 200. "Qualitative Content Analysis". *Forum: Qualitative Social Research*, [Online]

1. juni. Tilgængelig på: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089/2386>

[tilgået d. 11. dec. 2011]

[4] Ritzau og Lundsteen, C, T, 2011. "Hypet rapper slår Medina og Aqua". *DR Kultur*. [Online] 05. okt. Tilgængelig på: <http://www.dr.dk/Nyheder/Kultur/2011/10/05/132800.htm>

[tilgået d. 11. dec. 2011]