

[Automatisk tekstet av Autotekst med NB Whisper. Kan inneholde feil.]

[SPEAKER_00]

Du hører nå en podcast fra Universitetet i Stavanger.

[SPEAKER_02]

Velkommen til DotKom, en podcast for alle som er opptatt av kommunikasjon og formidling. Om det som fungerer, det som ikke gjør det, og hvorfor. Her treffer du fagfolk og praktikere som deler erfaringer og perspektiv på kommunikasjon i en verden prega av raske endringer. Mitt navn er Janne Tjensvoll Stangeland. Jeg er universitetslektor i kommunikasjon ved Universitetet i Stavanger. Med denne podcasten skal vi utforske kommunikasjonsfaget sammen med dyktige gjester. Og målet er å gjøre kunnskapen mer tilgjengelig, relevant og anvendbar.

I denne episoden skal vi snakke om storytelling. Det er et begrep som blir brukt overalt i dag, men det betyr egentlig mange ulike ting. Hva er det vi gjør når vi forteller historier i profesjonell kommunikasjon? Og hvorfor fungerer historier så sterkt?

Jeg har med meg Eli Nessa i dag. Eli har lang erfaring med både kommunikasjon, formidling, strategisk arbeid, dokumentarproduksjon blant annet. Og sammen skal vi utforske hvordan storytelling kan brukes klokt og ansvarlig og effektivt. Særlig kanskje i en tid prega av store endringer, både teknologisk, men òg på andre områder. Så jeg tenker at du kanskje har lyst til å si noen ord om deg sjøl, Eli, før vi starter på noe helt grunnleggende, hva du legger i begrepet storytelling.

[SPEAKER_03]

Jeg tror alltid at jeg har vært veldig ... Jeg er vokst opp i en familie hvor historiefortelling har vært veldig grunnleggende. Når vi samles, så sitter vi sammen, spesielt Nessa-slekta inne i Ryfylke, og så forteller vi hverandre historier. Av og til er det nye historier, av og til er det historier vi har hørt hundre ganger før. Så vi òg kanskje vet hvordan historien går, at det legges litt til, det trekkes litt vekk. Og det er veldig sånn ... Vi vet mye hva vi skal forvente, og så kommer det alltid noe uventa. Og for oss, tror jeg, i vår familie, og det tror jeg er gjenkjennbart i mange andre familier, så er dette noe som knytter oss veldig tett sammen. Og det er kanskje det som har vært grunnlaget for at jeg òg har

brukt et helt yrkesliv med historiefortelling.
Og vi bruker jo historier hver eneste dag, mange ganger dagen uten at vi tenker teoretisk rundt hvordan vi bruker historiene, eller analyserer virkemidlene som vi bruker.
Det kommer bare helt naturlig for oss.
Det ligger i oss som mennesker, i det sosiale mennesket. Altså det er helt grunnleggende for all kommunikasjon.
Og så har det på en måte blitt dratt opp igjen nå i kommunikasjonsfaget.
Og da tar du jo en litt mer analytisk tilnærming til stoffet.
Hva virker, hvilke målgrupper snakker du til?
Hvordan analyserer du budskap og den type ting?
Så det er helt sånn mitt utgangspunkt, og litt hvordan vi bruker det.
Men som du er inne på òg, det er absolutt muligheter for å misbruke det.

[SPEAKER_02]

Det kommer vi nok tilbake til.
Tenker du at storytelling først og fremst er et verktøy?
Eller er det rett og slett en måte å tenke kommunikasjonen på?

[SPEAKER_03]

Jeg tenker det er begge deler.
Du bruker det hele tiden.
Vi bruker ofte et bilde på at mennesker satt rundt leirbålet og fortalte historier om dagen sin.
Det var farer, og det var muligheter, og det var sikkert kjærlighet og relasjoner.
Og unger som fødte, og gamle som døde, og alt dette utviklet vi den kommunikasjonens muligheten, eller metoden, da, som ligger så grunnleggende i oss.
Og så vet vi at det er veldig virkningsfullt.
Vi vet at når vi hører gode historier, så får vi gode knagger, så vi husker informasjonen.
Vi klarer å relatere til personene i relasjonen, eller de som representerer verdier, eller normer og den type ting.
Så vi bruker det òg som et virkemiddel.

[SPEAKER_02]

Nå har du sagt noe om hva som gjør at vi faktisk blir mer engasjert av historier enn fakta og tall.
Og det handler jo veldig ofte om at du appellerer til følelseslivet til folk.
Altså klarer du å vekke følelser, og det er jo det vi ofte ønsker i kommunikasjonsfeltet.
Så det er jo vanvittig gode fortellinger du gir oss her nå.
Jeg ser for meg at dere har videreført veldig den tradisjonen fra bålet til det du beskriver i Ryfylke med Nessa-familien der.
Men kan storytelling òg være problematisk?

[SPEAKER_03]

Det har vi mange eksempler på at det er.
Og kanskje den aller tydeligste og mest skumle er jo hvordan

nazistene og fascistene brukte det, spesielt under annen verdenskrig.

Millioner av mennesker ble drept fordi de fikk en feil historiefortelling om at noen mennesker var verdt mer enn andre mennesker.

Nå kaller vi jo det for propaganda, og den moderne historiefortellingen har tatt et veldig oppgjør med propaganda, men vi ser jo at det begynner å vise seg at ...

Vi ser i Russland, i USA, i andre deler og her i Europa, at folk bruker propaganda for å faktisk feilinformere bevisst publikum.

For å ta vekk noe av sannheten og forsterke andre ting.

Det er uetisk bruk, og det er enormt viktig at oss som bruker kommunikasjon i vårt daglige virke, er veldig bevisst på dette.

Du sier at fakta kan være kjedelig, men vi bruker jo fakta og i all kommunikasjon vi gjør.

Vi snakker om virkeligheten, uansett om vi kaller det for nonfiction.

Og til og med i fiksjonen så må vi bruke virkeligheten som utgangspunkt.

Det som resonnerer med oss. At logikken faktisk stemmer.

Så da, for å kunne snakke med følelser, så må du og ha logos.

Det er grunnleggende for å akseptere den historien.

Så må du ha etos, altså etikken.

Det må være sant.

Du må ikke villede folk med det du kommuniserer.

[SPEAKER_02]

Og da tenker jeg jo og at det er naturlig å se på avsenderens troverdighet.

For i en verden med masse misinformasjon, desinformasjon og manipulativ bruk av storytelling, så er jo dette kanskje noe av det viktigste vi kan lære våre studenter, og egentlig alle, at avsenderens troverdighet er bare kjempesentralt.

[SPEAKER_03]

Her er det jo at du må fungere i alle plan.

Hvis du har en organisasjon, så må den være opptatt av at de snakker sant, har høy etisk verdi.

Men det er og på individplan at du som ansvarlig, profesjonell aktør, og kan stå inne for det du kommuniserer.

I journalistikken så har vi jo og en rekke sånne vedtatte etiske regler.

Det er endringer der og, fordi tiden og utfordringene endrer seg.

Så det blir alltid store diskusjoner rundt det.

Men det rammeverket fungerer ofte veldig bra for folk som jobber i kommunikasjonsbransjen og.

[SPEAKER_02]

I journalistyrket så er det jo kanskje tydeligere etiske retningslinjer.

Men det er like sterkt i kommunikasjonsbransjen.

Regelverk eller, det er jo ikke regelverk i den forstand, men retningslinjene rundt etikken i kommunikasjonsfaget er like sterke som i journalistikken, men kanskje ikke like ...

Levd ut i det virkelige livet, da, som i journalistikken. Kommunikasjonsforeningen bl.a. har gjort en kjempejobb i forhold til etikk og AI.

Vi har jo snakket litt om hva storytelling er, hvorfor det virker. Men nå, med AI, så ser vi jo hvordan historier blir til på en helt annen måte.

Når du kan bruke AI-verktøy til alt, til å strukturere, til å tilpasse fortellinger i det tempoet du vil.

Så kan vi zoome inn litt mer på akkurat det.

For når nå AI er en del av en kommunikasjonsarbeiders verktøykasse, Hva mener du det faktisk kan bety for Storytelling?

[SPEAKER_03]

Det vi ser nå, er at det føles som at nå skal alle kunne bli kommunikatører.

Alle skal kunne bli tekstforfattere, alle skal kunne bli manusutviklere, alle skal kunne bli journalister og kommunikatører. Jeg vil si at vi må lære oss å bruke disse verktøyene på en god etisk måte.

Uansett, følger du ikke på med gode ting, så bruker vi sånn shit in, shit out.

Og det vi ser, er at forventningene i bransjen både på om du kan bruke det riktig, men òg på det som du produserer, kommer til å bli mye høyere.

Så det er ikke at vi skal senke terskelen og lene oss tilbake og si at nå skal maskinene gjøre alt for oss.

Nå øker vi faktisk forventningene.

Og det blir utrolig interessant å følge med, og de som ikke melder seg på og prøver å forstå og se hvordan utviklingen er nå, de står igjen på perrongen, og de er det ikke plass til seinere.

Så dette er virkelig en sånn wake-up-call til alle som er i feltet, at nå e det bare å koble seg på.

Og så blir det veldig mye at du må ... Her skjer utviklingen så raskt, fra dag til dag, egentlig.

Fra time til time, ofte.

Og da må du prøve å få den innsikten som du trenger i ditt felt.

Og helst kanskje bredere òg, være interessert i andre felt.

Og spisse deg inn på det, få dybdeforståelse.

Så er det jo ingen som forventer at hvis vi skal bruke en lysbryter, at vi er elektrikere.

Så jeg kommer aldri til å bli en koder eller AI, et eller annet, på det tekniske.

Men jeg er nødt til å forstå funksjonen.

Jeg er nødt til å forstå når jeg skrur opp ting, når jeg skrur ned ting.

Hva er begrensningene òg?

Og så må jeg skjerpe meg inn, for det du ikke kan, det kan du heller ikke se.

Så jeg er nødt til å holde meg oppdatert på mitt felt hele tiden.

Som ikke er AI, men som er historiefortellingsfeltet.

For her òg skjer det en enorm utvikling.

Og selv om vi sier det er det i oss og sånn, så ser vi nå at det på veldig kreative måter utvikles spennende måter å fortelle ting på.

Så tar kanskje den tradisjonelle fortellerstilen over i noe mer

eksperimentelt og spennende.

Så det skjer masse, og jeg vil nok kalle meg positiv til en del av denne utviklingen nå.

Så må du gå inn der òg med en del skepsis, bare for at du ikke leverer ifra deg åndsverk, f.eks.

At du sikrer dine leveranser på en ordentlig måte.

Og det jobbes det veldig godt med på governance-nivå både nasjonalt og overnasjonalt.

Så det blir veldig spennende å følge.

[SPEAKER_02]

Det som kan være utfordringen, er jo at nå kan du være din egen grafiker, du kan lage dine egne filmer, du trenger ikke skrive et manus engang sjøl.

Den biten så kan det jo være at du ...Vi ser jo det allerede i sosiale medier spesielt.

At det flommer over med AI-generert innhold.

Det der med troverdighet, altså den her etikken. Det aller viktigste når vi skal kommunisere, er jo at vi har en autenticitet sjøl.

At folk tror på oss.

Bare den merkingen som nå kommer med nytt lovverk.

Hva tror du vi vil ende opp med der, vil vi tenke når vi ser et sånt, og dette er AI generert. Har det noe å si for oss?

[SPEAKER_03]

Du sier hva vi kommer til å ende opp med.

Jeg tror ikke vi kommer til å ende opp med noen ting.

Jeg tror dette er en evigvarende utviklingsprosess.

Og så kommer det til å endres vår oppfatning av ting òg.

Vi kommer til å akseptere kanskje at på noen nivåer

Så er det automatisert og kanskje på rent sånn informasjonsnivå, er det automatisert.

Og så har vi en forventning om at det er mer autentisk det legges mer vekt på å få gode f.eks.

kampanjer eller budskap ut som ikke er prega av et AI-språk både visuelt og tekstlig.

[SPEAKER_02]

For kan vi risikere at storytelling blir flatere, at det blir kjedeligere?

Altså det blir for generisk?

[SPEAKER_03]

Ja, helt klart.

Og det ser vi jo masse av allerede.

Altså som kreativ skaper så er du jo alltid på leting etter å utvikle din stemme.

Og den må vi ikke gå vekk ifra nå, og prøve å passe inn i en slags sånn AI-form.

For den er helt ... Altså, han tikker kanskje alle boksene på hva du skal ha med, men han vil ikke connecte med publikum på den måten du ønsker, eller organisasjonen din ønsker.

[SPEAKER_02]

Og da er du gjerne tilbake til det som AI fremdeles ikke kan, kreativitet.
Så hvis du er opptatt av å skape noe nytt, og det der å bevare din egen stemme, så er du nødt til å ha ...
Hvis du ikke gjør det, så vil jo historiene bare begynne å ligne på hverandre.

[SPEAKER_03]

Helt enig.
Og så er han ikke ... Et av de elementene vi jobber mye med, er hvordan vi skal bruke det vi sier show, don't tell.
At du skal vise i en scene eller i en handling, sette publikum inn i den.
Istedenfor bare å fortelle eller belære publikum.
De skal sjøl bli utfordra, de skal få rom til refleksjon.
Og sånn, gjennom historiefortelling, skal de få ny innsikt på et eller annet felt, eller om et tema, eller hva det skal være.
Og der er det masse vi kan gjøre.
Og jeg tror òg nå ser vi en litt sånn utvikling, for at vi har levd i en veldig sånn global virkelighet ganske lenge.
Nå er det veldig behov for det nære, det autentiske.
Og da må vi bruke ... Nå sitter vi i Stavanger.
Og vi må kanskje være flinkere til å snakke med de folka som er rundt oss, oppsøke de stedene som er interessante.
Dette er ting som AI ikke gjør.
Og som AI heller ikke kan, har aldri vært trent på det.
Og dialekten vår er òg en sånn markør på autenticitet.
Så jeg tror at vi kan, hvis vi skal gripe de mulighetene som er nå, så er det mye der det ligger.
Og så opplever vi òg at folk er opptatt av å se ting som er ute i de små hjørner av verden.
Og det er litt kjekt, syns jeg.

[SPEAKER_02]

Definitivt.
Men du sier show, don't tell.
Hvis vi tar det rent praktisk, da, skal vi vise når vi bruker AI eller ikke i historiefortelling.

[SPEAKER_03]

Sånn sett, ja.
Ja, det kan vi jo absolutt gjøre.
Da åpner du i hvert fall. Det er kanskje noe vi bruker innenfor journalistikk, jeg er jo selv dokumentarskaper av fag.
Hvordan skal du være åpen om kildene dine, og AI har jo virkelig blitt en kilde.
Så jeg syns jo at det er ærlig når du sier at her har jeg brukt Claude eller Copilot til å hjelpe at du sier den.
Folk begynner å få en litt sånn oppfatning.
Så deler du noe òg, da.
Deler fra metodene du bruker.
Og det syns jeg at vi skal være sjenerøse med hverandre.
Og lære hverandre opp.
For jeg er veldig opptatt av de mulighetene som ligger nå med AI som

skal gjøre en del av det kjedelige arbeidet.
Det skal frigjøre tid til at vi skal kunne treffes, dele og støtte hverandre fremover.

[SPEAKER_02]

Hvis vi tar det tilbake til ren kommunikasjon, intern og ekstern kommunikasjon. Tror du at det er forskjell på å være åpenhet om bruk av AI i intern kommunikasjon versus ekstern?

[SPEAKER_03]

Godt spørsmål.

Det har jeg ikke noe grunnlag for.

Jeg merker jo bare på min egen bruk at jeg bruker det og prøver å bruke det så åpent og ærlig som mulig.

Så ser jeg òg begrensningene.

Men jeg føler litt sånn skam òg, på bruk.

Jeg føler at du av og til tar noen litt sånne snarveier med bruken av det, og en av de tingene jeg føler at jeg savner med at ting går så fort, er tid til refleksjon.

Og i refleksjonen så mener jeg at du finner mye av læring.

Det er der du vokser, både som kreatør, men òg som menneske.

Så jeg håper at vi blir flinke til å anerkjenne refleksjon og samhandling som på en måte arbeid, eller at det òg er viktige ting som skal inn i arbeidslivet.

At det er ikke bare tiden du sitter på en laptop og snakker med Chatgpt, som er arbeid.

[SPEAKER_02]

Og det er jo òg, altså i vår verden, min verden med studenter på heltid og deltid.

Og dette her at de kan veldig enkelt finne svar på ting som vi brukte veldig lang tid som vi måtte jobbe fram manuelt før.

Da er det refleksjonsbiten, for det skjer noe mens du gjør jobben.

For mitt ståsted vil det være å få studenter til å jobbe med stoffet på en måte som gjør at de klarer å reflektere.

Det å få eieforhold til ditt eget stoff hvis du bruker AI-verktøy som kanskje det jeg tenker er smartest å gjøre akkurat der vi er nå, iallfall i undervisningøyemed.

Så er det jo det å ha det som et utgangspunkt, og så jobber du videre med det.

Men så tror jeg du har òg veldig rett i den at refleksjonsbiten er superviktig for læring.

Men òg i all den problematikken rundt AI så er det jo etisk refleksjon kanskje først og fremst som vil være viktigst i forhold til storytelling.

Vi snakket så vidt om det. Det er jo en voldsom historie.

Negativ effekt. Negativt er for mildt ord.

Men i forhold til propaganda, den biten der som du sa innledningsvis, men AI vil jo kanskje òg gjøre det enda enklere å manipulere budskap?

[SPEAKER_03]

Helt klart, og det ser vi jo nå.

At det er en veldig sånn nybølge innen propaganda.

Hvor ting blir òg delt opp i veldig små fragmentariske biter, for det skal passe inn på sosiale medier f.eks.
Det er vanskelig å forstå helheten, og dette tror jeg blir òg brukt av enkeltaktører helt bevisst.
At vi skal føle oss litt sånn handlingslamme og forvirra for det gir makt til andre.
Så kommunikasjon har jo virkelig blitt makt.
Og det er derfor det er så utrolig viktig å kunne kommunikasjon, skjønne virkemidlene, se på aktørene, klare å lese en tale eller et skriv på en ordentlig måte.
For det kan være ganske mye som går deg litt hus forbi hvis du ikke kan faget.
Nå er vi på DotKom-podkasten, og vi snakker om kommunikasjonen som er i endring, men vi må òg kunne det helt grunnleggende for å identifisere de farlige, uetiske tingene som skjer nå.

[SPEAKER_02]

Det du snakker om her, er forskjellen på det å drive effektiv kommunikasjon og nå igjennom, appellere til følelser og tikke alle boksene for god historiefortelling. Skillet mellom effektiv historiefortelling og det å drive uetisk påvirkning. Det kan jo være flytende.

[SPEAKER_03]

Ja, det er det egentlig, Ja, hva skal jeg si flytende.
De bruker akkurat de samme virkemidlene.
Og i en sånn sosiale medier-hverdag så er det ingen redaktør som kontrollerer hva som kommer ut noen plass.
Og det kan være veldig fristende å si ting som du ønsker, eller som kommer til å få en eller annen effekt.
Men som kanskje ikke er etisk.
Er det noen som straffer deg i det?
Eller er det bare gevinster å hente?
Da mener jeg jo at vi som lyttere eller lesere eller publikum òg da, må være flinke til å gi tilbakemeldinger når vi ser ting som rett og slett er feil, eller i verste fall farlig.

[SPEAKER_02]

Og det er det som er farlig når sannheten blir utfordra.
Når det ikke fins en sannhet som er den samme for alle.
Det er jo det som er kanskje det mest skremmende i verdensbildet akkurat nå.

[SPEAKER_03]

Der er det masse interessant forskning, òg her på Universitetet i Stavanger, om dokumentarisk 'Sannhet'.
Og hva er egentlig det?
Nå florerer det om masse sannheter.
Og så er det noen som er veldig opptatt av om det fins bare én sannhet.
Men sannhet kan både være objektiv og subjektiv.
Så det er utrolig spennende felt, og veldig, veldig komplisert.
Og jeg vil jo oppfordre folk til å være mer nysgjerrig på sannhet.

[SPEAKER_02]

AI har en tung rolle i dagens kommunikasjonspraksis, og kommer nok til å ha det videre òg.

Men hva er det AI aldri kan erstatte?

Vi har snakket om kreativitet, og vi har snakket om etikk.

Og det er jo kanskje det som er hovedkompetansen som dagens kommunikasjonsarbeidere må ha superfokus på, å klare å utvikle sin etikk.

[SPEAKER_03]

Ja, vi var jo inne på dette òg med den lokale, autentiske kommunikasjonen.

Nå vet vi jo at engelsk og kanskje mandarin, eller kinesisk, kommer til å være de dominerende AI-språkene.

Og norsk, og ikke minst nynorsk, som er bitte, bitte små språk.

Så kommer egentlig AI til å være like bra på våre språk?

Ser vi at kanskje mine barns barn, kommer de bare til å snakke engelsk?

Eller mandarin, for den saks skyld.

I det profesjonelle.

Er det viktig for oss å ha et eget språk?

Og hva betyr det?

Altså, språk og spesielt kanskje morsmål er utrolig viktig i historiefortelling òg.

Jeg har bodd lenge i England, jeg tror jeg er ganske bra på engelsk.

Men jeg vet at når jeg skal fortelle en ekte historie, så vil jeg alltid prøve å fortelle det på min dialekt.

Og at jeg på en måte går inn i en litt sånn rolle når jeg er engelsk, selv om jeg bruker det daglig, så er det en annen versjon av meg.

[SPEAKER_02]

Og da snakker vi jo kultur igjen, ikke sant?

Språk som kulturbærer. Og jeg håper jo dere hører at jeg er fra Jæren, og der er det akkurat tatt et initiativ for en jærsk språkmodell.

Så jeg håper jo at det kan være veien å gå, for der som teknologien er nå, så har jo vi erfart at vi klarer ikke helt å få til, altså, du sier nynorsk er et lite språk, men dialekter er kjempeutfordrende.

Og da blir det valget bokmål ofte.

Så vi håper jo at det er et felt som teknologien vil fikse etter hvert.

For jeg tror du er inne på noe veldig, veldig vesentlig der. Vi er nødt til å bevare, iallfall prøve det vi kan.

Og bevare vårt språk, vår dialekt, for at det er så sentralt for kulturbæringen vår.

Hvis vi tenker at du som historieforteller, som dokumentarist, skulle gitt lytterne noe helt konkret som de bør ta med seg videre etter å ha hørt fra denne episoden. Hvis du vil at de skal bruke storytelling mer bevisst, hvilke råd ville du gitt dem?

[SPEAKER_03]

Jeg sa det tidligere òg, og det å gjøre historiene, skape din egen stemme, din egen måte å fortelle historier på, så det ikke blir en flat, generisk, uinteressant historie.

Gå inn i det kreative rommet, og bruk dette, som jeg sa, med show, don't tell.

Bruk virkemidler som å holde igjen i historiefortellingen din.

Slipp opp.

Altså, lek deg med virkemiddelapparatet.

Gå inn i teksten, eller i filmen eller i stillbildet òg, for den saks skyld.

Kos deg med de uttrykksmåtene som fins.

Ikke vær redd for å bruke både tid, deg sjøl og de mulighetene som er i AI.

Så må jeg si én ting òg.

Vi ser veldig ofte at når vi sier storytelling og at det er en sånn bærer, relasjonsbærer.

Så ser vi ofte at det òg blir litt misforstått.

At folk blir veldig sånn det vi kaller private.

At de deler ting som kanskje ikke skal deles med offentligheten.

Det går an å beskrive historier uten at du outer et familiemedlem, eller outer deg sjøl for den saks skyld òg.

Det er en del ting som du må passe på, som kanskje du skal ha med deg sjøl og dine nærmeste.

Her er det en balansegang, og det er òg veldig individuelt hvor mye du klarer å levere av deg sjøl.

Men vi ser en del kanskje litt uerfarne kommunikatører som deler for mye.

Prøv å finne andre måter å dele viktige historier på enn at du ødelegger for deg sjøl.

Det kan være litt destruktivt.

[SPEAKER_02]

Det er kanskje noe du vil angre siden?

Da svarte du på det jeg er, da du har sagt hva du håpte folk skal bruke Storytelling til, men òg om det er plasser der Storytelling ikke fungerer.

Og da tenker jo jeg òg på mange som kanskje sitter i et studio og byr på seg sjøl på en trist historie som de kanskje vil angre på siden.

[SPEAKER_03]

Så det skal være rom for å prøve og feile?

[SPEAKER_02]

For all del.

Og det er mange gode, triste historier som har sin misjon, og det å dele kan hjelpe andre, for eksempel.

Så det er ikke at det aldri skal brukes.

Men vær forsiktig.

[SPEAKER_03]

Og vær gjerne personlig, men ikke privat.

Nettopp.

[SPEAKER_02]

Jeg tror at det var et godt råd å avslutte denne samtalen med.
Tusen takk for at du delte av dine erfaringer og gode refleksjoner,
Eli Nessa.

Dette er jo DotKom, en podkast om kommunikasjon og formidling i
endring.

Tusen takk for nå.

Takk for at du har lytta til ".com, en podkast om kommunikasjon og
formidling i endring.

Kommunikasjonsfaget beveger seg raskt, og for deg som er i jobb, er
det avgjørende å holde kompetansen oppdatert.

Ved Universitetet i Stavanger tilbyr vi etter- og videreutdanning i
kommunikasjon for yrkesaktive som vil henge med i utviklingen i et
fagfelt som er i konstant bevegelse.

Vi høres i neste episode av DotKom.

[SPEAKER_00]

Du har hørt en podkast fra Universitetet i Stavanger.