



KONFERANSEN

# NORDISKE TV DAGER

BERGEN 5. - 7. MAI 2004



**Hovedpartner:** Telenor • **Stifterne av Nordiske TV Dager:** Bergen kommune, NRK, TV 2, Universitetet i Bergen • **Øvrige partnere:** Apple, Avis i skolen, Audio Visuelle Medier, Bergen Media By, Bergen Presseforening, Bergens Tidende/TVHordaland, CNN, Nordisk Ministerråd, Norsk filmfond, Norske film+tv produsenters forening, Norsk Forbund for Lokal-TV, Stiftelsen Gullruten, Twentyfourseven • **Leverandører:** Allkopi, Artic, Arnett, Blomsterpaviljongen, BUG, Fora Form, Kongress & Kultur, NattJazz, Neptun Hotell, Opinion, TORO, USF, Vetv Produksjon • **Støttet av:** Kultur- og kirke departementet, Nordisk Film- og Tv-Fond, Fritt Ord

# Rapport

## Den norske Mediefestivalen 2004

I 2004 ble Den norske Mediefestivalen arrangert for fjerde gang. Festivalen arrangeres hvert år i Bergen, og er et samarbeidsprosjekt mellom Bergen Presseforenings Media 2000, Nordiske TV Dager og Gullruten. Fagkonferansene Nordiske TV Dager og Media 2000 blir arrangert hvert annet år, med Gullruten som fast avslutningsarrangement. Bergen Media By er paraplyorganisasjonen for Den norske Mediefestivalen. Festivalen gjør Bergen til sete for to konferanser av høy faglig kvalitet som fokuserer på utviklingen i nasjonale og internasjonale medier og som tilbyr unike innblikk i ulike aspekter ved medieverdenen.

Årets festival bestod av konferansen Nordiske TV Dager og Gullruten. Festivalen gikk av stabelen onsdag 5. til lørdag 8. mai i Grieghallen, Bergen.

- Over 700 deltakere ble inspirert, motivert og informert av 90 foredragsholdere gjennom 40 sesjoner under fagkonferansen Nordiske TV Dager.
- Under Nordiske TV Dager var forskerforum viet temaet barn, unge og medier i samarbeid med Universitetet i Bergen.
- I samarbeid med Nordisk Ministerråd, presenterte Nordiske TV Dager til sammen syv sesjoner omkring temaet "Digitalisering i Norden".
- I samarbeid med Norsk filmfond utformet man to sesjoner, "Norske produsenter avslører sine suksessoppskrifter" og "De sitter på pengesekkene – hva skal egentlig til for å få norske og europeiske tv-tilskudd".
- Gjennom prosjektet "Bak fasaden" fikk over 300 elever innsikt i kreative næringer som mediebransjen, film- og kinoindustrien, musikkindustrien, design- og reklamebransjen.
- Fokus på nordisk lokal-tv i samarbeid med Norsk Forbund for Lokal-TV. I Norge ser man nå en tendens til at avisene utvikler seg fra mindre redaksjoner kun for den trykte presse og over til mer fullstendig integrerte mediehus som også produserer og distribuerer lokal-tv.
- Presentasjon av to nye dokumentarfilmer som på hver sin måte speiler journalistikkens kår og journalisters virke.
- Fremtidens krigsdekning gjennom mediene ble satt i fokus gjennom tre sesjoner.
- Nordiske TV Dager stod også for en nyvinning i "Promoprisen 2004" der vinneren fikk en verdisjekk på 10.000 kroner fra BUG.
- "Hvem skal eie norske medier?". Politikere og toppledere møttes til debatt om hvor stor eierskapskonsentrasjon som er ønskelig i Europa før det fremstår som et problem og en trussel for demokratiet og ytringsfriheten.

## Fagkonferansen Nordiske TV Dager

*"Mediene er den viktigste arenaen for opinionsdannelse. Store eierkonsentrasjoner kan undergrave demokratiske prosesser".*

**Valgerd Svarstad Haugland, Kulturminister, Bergens Tidende, 6. mai 2004**

Fagkonferansen Nordiske TV Dager ble arrangert i Grieghallen, i perioden 5. til 7. mai 2004.

- 40 sesjoner som omhandlet en rekke ulike mediarelaterte tema, fra eierskapsforhold, barn og media til tv-produksjon.
- Det var foredragsholdere og deltakere fra samtlige nordiske land.

Fagkonferansen Nordiske TV Dager henvender seg til hele den nordiske mediebransjen, med særlig fokus på tv- og produksjonsmiljøet. Under Nordiske TV Dager tilbys informasjon som gir større innblikk i hva som skjer med det nordiske mediesamfunnet.

Årets konferanse fokuserte på utviklingen i nasjonale og nordiske medier, og tok for seg både dagens mediebilde og utfordringer som vil møte oss i fremtiden. I tillegg ble det arbeidet aktivt for å gi programmet en nordisk profil.

Gjestelisten var svært variert, fra internasjonale gjester som blant andre Peter Bazalgette, Elihu Katz, Martin Bell, Mark Daly, Stefano Tealdi og Alexander Shulzycki, via nordiske gjester som blant andre Ingolf Gabold, Bjarni Gudmundsson, Christina Jutterström, Peter Parbo og Gunilla Ohls til norske gjester som blant andre John G. Bernander, Kåre Valebrokk, Trond-Viggo Torgersen, Trond Giske, Ola T. Lånke, Birger Magnus og Stig Eide Sivertsen. Det var i tillegg gjester fra Nederland, USA, Sveits, Storbritannia og Tyskland.

Nordiske TV Dager er meget tilfreds med programmet, både i forhold til aktualitet, bredde, foredragsholdere/debattdeltakere og konkret innhold. Ut fra tilbakemeldinger på et eget evalueringsskjema synes deltakerne også å være meget fornøyd med programmets sammensetning.

*"Jeg mener skjult kamera kun skal benyttes av journalister i helt spesielle tilfeller. Jeg er overbevist om at jeg aldri hadde fått frem sannheten gjennom åpne intervjuer".*

**Mark Daly, BBC-journalist i dokumentaren The Secret Policeman, BA, 4. mai 2004**

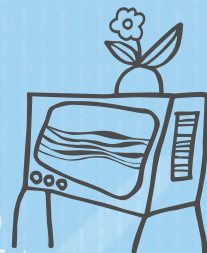


NORDISK MINISTERRÅD PRESENTERER DIGITALISERING  
I NORDEN I SAMARBEID MED NORDISKE TV DAGER

KONFERANSEN

# NORDISKE TV DAGER

BERGEN 5. - 7. MAI 2004



**Hovedpartner:** Telenor • **Stifterne av Nordiske TV Dager:** Bergen kommune, NRK, TV 2, Universitetet i Bergen • **Øvrige mediepartnere:** Avis i skolen, Audio Visuelle Medier, Bergen Media By, Norsk Forbund for Lokal-TV • **Leverandører:** Allkopi, Artic, Kongress & Kultur, Neptun Hotell, Opinion

Nordiske TV Dager. En del av Den norske Mediefestivalen. [www.ntvd.no](http://www.ntvd.no)

## Digitalisering i Norden

*"Fragmenteringen av markedet og det at stadig nye spillere kommer til, gjør at vi vil få problemer med å holde i gang en riksdekkende allmennkringkaster som TV 2. Da vil en avisløsning, både ta betalt for annonser og fra seerne, være nærliggende. Vi kan for eksempel be folk betale ti kroner i måneden. Og jeg tror nordmenn vil være villige til det om det blir nødvendig".*

**Kåre Valebrokk, TV 2, Journalisten, 6. mai 2004**

I samarbeid med Nordisk Ministerråd, presenterte Nordiske TV Dager til sammen syv sesjoner omkring temaet "Digitalisering i Norden".

Programmet bestod av følgende sesjoner:

- Hvem vinner seerne? v/Tellef Øgrim, Kent Asp, Frands Mortensen og Lars Sørgard
- Digital-tv rulles ut i Europa v/Hans Hege, Peter Marshall, Yngve Slettholm, Alexander Shulzycki og Tellef Øgrim
- Hvem bestemmer...marked eller myndigheter? v/Jens Arnbak
- Hvem vil ha tv på mobiltelefonen? v/Ric Brown og Ari Beilinson
- Digital-tv rulles ut i Europa fortsetter v/Tellef Øgrim, Yngve Slettholm, Alexander Shulzycki, Ingrid Walther og Peter Marshall
- Toppmøte i nordisk kringkasting v/Gunnar Wiederstrøm, Christina Jutterström, John G. Bernander, Kåre Valebrokk, Gunilla Ohls, Bjarni Gudmundsson og Peter Parbo
- De skrur av – hva kan kanalene tilby? v/Ivar Steen-Johnsen, Peter Olaf Looms, Stig Eide Sivertsen, Christina Jutterström, Gunilla Ohls og Lars Lønne

Omkring 20 foredragsholdere/paneldeltakere øste av sin kunnskap. Sjef for mediadivisjonen ved Berlins senatsadministrasjon for økonomi, Ingrid Walther, fortalte hvordan Berlin ble det første stedet i verden der man slukket alle analoge signaler sommeren 2003, mens Digital TV Groups tekniske direktør, Peter Marshall, fortalte om Storbritannias planer om å gjøre det samme. Rådgiver ved EBU's strategiske informasjonstjeneste, Alexander Shulzycki, greide ut om europeiske digitaliseringsstrategier før den store paneldebatten om digital-tvs kår og fremtidsutsikter i Europa.

Grunnet en stadig sterkere digitaliseringstendens i mediene, valgte konferansen også å legge årets toppmøte i nordisk kringkasting inn under "Digitalisering i Norden"-rekken. Her var det også bred nordisk deltakelse, med Christina Jutterström fra SVT (Sverige), John G. Bernander fra NRK, Kåre Valebrokk fra TV 2, Gunilla Ohls fra YLE (Finland), Peter Parbo fra TV 2 Danmark og Bjarni Gudmundsson fra RUV (Island).

Behovet for å arbeide sammen og tenke sammen på tvers av de nordiske grensene gjennom slike sammenkomster ble fremholdt som svært viktig, og dette perspektivet bør ytterligere styrkes ved fremtidige konferanser.



NORDISKE TV DAGER PRESENTERER  
FORSKERFORUM: BARN, UNGE OG MEDIER

KONFERANSEN

# NORDISKE TV DAGER

BERGEN 5. - 7. MAI 2004



Hovedpartner: Telenor • Stifterne av Nordiske TV Dager: Bergen kommune, NRK, TV 2, Universitetet i Bergen • Øvrige mediepartnere: Avis i skolen, Audio Visuelle Medier, Bergen Media By, Norsk Forbund for Lokal-TV • Leverandører: Allkopi, Artic, Kongress & Kultur, Neptun Hotell

Nordiske TV Dager. En del av Den norske Mediefestivalen. [www.ntvd.no](http://www.ntvd.no)

## Forskerforum: Barn, unge og medier

*"Det har vært en markant økning av reklame rettet mot barn. I USA doblet reklamen mot barn seg i fjor. Det er ikke bare snakk om direkte reklame, men også indirekte reklame gjennom for eksempel klær og dataspill".*

**Cecilia von Feilitzen, medieforsker, Klassekampen, 8. mai 2004**

Årets Forskerforum var viet temaet barn, unge og medier. Barn og unges forhold til mediene har helt siden de første radioene inntok stuen vært et tema både forskere og lekfolk har vært opptatt av. Rekken bestod av seks sesjoner, der den siste var en paneldebatt med samtlige foredragsholdere fra de foregående sesjonene i rekken.

Intensjonen med å avholde et forskerforum under festivalen har vært å skape en møteplass for utøvere, forskere og teoretikere. Det har vi langt på vei klart, og årets arrangement var et helt unikt forum for å knytte bånd mellom disse tradisjonelt adskilte bransjene. Tilbakemeldinger tyder på at begge nyter godt av å komme sammen for å få luftet idéer og teorier, og det er vår oppfatning at et forum som dette er med på å styrke både forskningsmiljø og mediebransje.

**Programmet bestod av følgende sesjoner:**

- Dramaserier, barn og politikk v/Máire Messenger Davies
- Gjensyn med Barne-TV: Mellom Torbjørn Egner og Teletubbies v/Trond-Viggo Torgersen, Kåre Grøttum og Flode
- Medieglobalisering og barns rettigheter v/Cecilia von Feilitzen
- Barbie fra Svanesjøen: Om barns smak og verdier v/Tone Kolbjørnsen
- Konsument eller samfunnsborger v/Tone Kolbjørnsen, Máire Messenger Davies, Alex Iversen, Maya Götz, Cecilia von Feilitzen og Kalle Fürst
- En farlig medieforskers bekjennelser v/Alex Iversen
- Fjernsynets verdensbilder v/Maya Götz

## Bak fasaden og Journalist i klassen

Prosjektet "Bak fasaden" er en videre oppfølging av "Journalist i klassen", som i tre år har vært et populært tilbud til skolene.

Det ble valgt ut over 300 elever som ble fordelt i klasser. Klasser med faglærer kunne melde seg på som hel klasse til to yrker innenfor samme arena/bransje. Samtlige workshops hadde elementene opplevelse, fagdidaktikk og oppøving av kritisk sans. Under de brede hovedtema ble det utarbeidet workshops som dekket ulike grener innenfor hovedtemaet.

Målet for ungdomskonferansen var videre å aktualisere deler av læreplanverket for medieundervisning i den videregående skole. Det er vesentlig at elevene får oppøve evnen til kritisk vurdering, både som brukere av medier og i forhold til egne og andres produksjoner.

Elevene fikk anledning til aktiv deltakelse i sin egen konferanse, og ble derigjennom bedre kjent med artister, journalister, fotografer, filmskapere og designere.

Journalist i klassen blir i samarbeid med Avis i skolen, MBL og Norsk Journalistlag videreført i 2005.

### Partnere:

- Mediehuset Bergens Tidende
- Kulturentreprenørene 2030
- Bergen kino
- Noroff
- Galleriet
- Den norske Mediefestivalen

### Partnere knyttet til undervisningssektoren:

- Avis i skolen
- Landslaget for medieundervisning
- Utdanningsforbundet Hordalands Fagforum for mediefag
- Fagforum for medielærere i videregående skole i Hordaland.



## Nordiske TV Dager bestod ellers av blant annet følgende sesjoner:

- Den hemmelige politimann v/Mark Daly
- Content is King – also in the Digital Future v/Tauno Äijälä
- Derfor er vi best v/Lars Jespersen
- On Conceptualizing Media Effects v/Elihu Katz
- Bak kulissene på Eurosong v/Marius Bratten
- Er det noen bra damer på Strømmen i kveld? v/Kristian Tolonen og Styrk Fjærtøft Trondsen
- Citizen Berlusconi v/Stefano Tealdi
- Det journalistiske kinderegg v/Peter Coles
- Guru i formater v/Peter Bazalgette
- Emmy-oppskriften del 1: Dansk tv-drama v/Ingolf Gabold
- Emmy-oppskriften del 2: Nikolaj & Julie v/Ingolf Gabold
- NAB i tabloid v/Leif Hedman
- Krigen live! v/Vivian Paulsen og Chris Birkett
- Medieeierskap og regulering i Europa v/Alison Harcourt
- Høy kvalitet med enkle midler v/Jørgen Steinheim og Per Hustad
- Superstjerneintervjuet v/Per Sundnes og Pål Laache
- Norske produsenter avslører sine suksessoppskrifter v/Øyvind Rostad, Styrk Jansen og Gard Andreassen

*“Berlusconis innflytelse i italienske media er blitt altoverskyggende. Jeg har mitt virke i Torino, og har dermed en fordel i at jeg befinner meg litt unna maktens sentrum i Roma. Ellers hadde det vært vanskelig å lage Citizen Berlusconi”.*

**Stefano Tealdi, dokumentarfilmprodusent, BA, 6. mai 2004**

### Debatter/intervjuer:

- Lokal-tv er avisenes lekegrind v/Thomas Henschien, Jimmy Støvring, Einar Hålien, Roy Hovdan, Jens Olai Jenssen og Gudvin Selsås
- Den neste krigen v/Siri Lill Mannes, Leif Hedman, Tore Idsøe, Andrew Kain, Chris Birkett og Nick Wrenn
- Hvem skal eie norske medier? v/Knut Kristian Hauger, Truls Velgaard, Trond Giske, Ola T. Lånke og Birger Magnus
- Humor på tv v/Per Sundnes, Pernille Sørensen, Stine Buer og Kristin Skogheim
- Ingen bilder – ingen historie? v/Morten Sandøy, Einar Hålien, Kjell Øvre Helland, Gunnar Stavrum, Bjørn Amundsen, Nina Monssen og Inger Johanne Solli
- Norge i rødt, hvitt og litt blågult v/Terje Svabø, Kåre Valebrokk, John G. Bernander, Morten Aass og Hein Espen Hattestad
- De sitter på pengesekkene – hva skal egentlig til for å få norske og europeiske tv-tilskudd? v/Petter Wallace, Nils Ketil Andresen, Brigitte Link, Annika Biørnstad og Peter Bøe
- Konsument eller samfunnsborger? v/Tone Kolbjørnsen, Alex Iversen, Maya Götz, Kalle Fürst, Cecilia von Feilitzen og Máire Messenger Davies

# Praktisk gjennomføring av Mediefestivalen

## Lokale

Årets festival gikk av stabelen i Grieghallen. Konferansen og Gullruten var nok en gang samlet under samme tak. Grieghallen fungerte meget bra både som konferanselokale og som lokale for prisutdelingen Gullruten. Nordiske TV Dager ble gjennomført i Grieghallens konferansedel, inngang 3A. Salene var enkle å finne, det var kort vei mellom de ulike avdelingene, registreringsområdet var stort og åpent. Grieghallen har alt tilrettelagt for konferanser av denne typen, både i forhold til teknikk, scene og sitteplasser.

## Sekretariat

Festivalens kommunikasjonssentral og festivaladministrasjon fungerte som innsjekkingssted og møteplass for alle våre gjester, forelesere og deltakere. Alle frivilliges og programkomitéens naturlige møteplass før og etter oppdrag.

## Registrering

Registreringen av deltakere var tredelt: En del for ordinært påmeldte, en del for lokale avtaler og akkrediterte journalister, en del for gjester. Kongress & Kultur tok seg av registreringen av deltakere.

## Transport

Alle gjestene som ankom med fly ble tilbudt transport fra Flesland og til Grieghallen/hotell. Flere ble også kjørt tilbake til Flesland avreisedagen. Egne parkeringsplasser ble reservert utenfor Grieghallen og USF, der de sosiale arrangementene fant sted. Tilbudet om transport ble meget positivt mottatt av gjestene.

## Frivillige medarbeidere

I forbindelse med den praktiske avviklingen av konferansen hadde prosjektgruppen hjelp av ca. 55 frivillige, de fleste studenter med mediebakgrunn. Disse arbeider som vakter, sjåførere, teknikere og romvakter. Alle var grundig informert på forhånd, og utførte sine oppgaver til punkt og prikke. Alle ble satt opp på vaktliste som gjorde det mulig for dem å delta på sesjoner i tillegg til å ivareta sine oppgaver.

## Teknikk

Den tekniske avviklingen fungerte i all hovedsak problemfritt. Mange ulike tekniske hjelpemidler var i bruk under dagene, både i sekretariatet og under sesjonene. De ansvarlige for den tekniske avviklingen har vært med i flere år, og det er absolutt en stor fordel. Kompetansen er høy, og resultatet likeså.

## Informasjon og markedsføring

### Intranett

I 2002 ble intranett som konferanseplanleggingsverktøy tatt i bruk. I løpet av 2003 ble systemet videreutviklet – svake sider ble forbedret for å etablere et mest mulig effektivt verktøy. I 2004 har dette blitt ytterligere utbedret, og det er nå kun få skritt igjen før dette verktøyet er fullkomment.

### Web-sider

Nettadressen til Den norske Mediefestivalen er [www.mediefestivalen.com](http://www.mediefestivalen.com), adressen som imidlertid er brukt i markedsføring og informasjonsmateriell er Nordiske TV Dagers – [www.ntvd.no](http://www.ntvd.no). Dette fordi det i år arrangeres Nordiske TV Dager, men også fordi denne er kortere, og enkel å huske. Hjemmesidene har fungert som informasjonskanal eksternt. Sidene ble kontinuerlig oppdatert etter hvert som programmet falt på plass, og fungerte som en solid informasjonskanal for potensielle og reelle deltagere. Web-sidene var også den viktigste påmeldingskanalen for konferansen Nordiske TV Dager og Gullruten.

### Presserom

Presserommet på nettsidene ble åpnet noen uker før festivalen. Her ble pressebilder og dokumenter lagt ut til bruk for pressen, og på hovedsiden ble det lagt ut praktisk informasjon til journalistene, som i tillegg ble sendt ut som nyhetsbrev til de presseakkrediterte. Under konferansen ble det daglig lagt ut høyoppløselige bilder til bruk for pressen. Det ble også lagt ut høyoppløselig logo med oppfordring om å bruke denne til artikler som ble skrevet fra konferansen.

## Gullruten

Gullruten er stiftet av Norske film- og tv-produsenters forening, og har som formål å være et forum for fjernsynsproduksjon, stimulere til produksjon av fjernsynsprogrammer med høy innholdsmessig, kunstnerisk og teknisk kvalitet. Gullruten arbeider for å utvikle og sikre produksjonsmiljøet i Norge, og for å heve prestisjen til norsk fjernsyns co-produksjoner.

Tv-programmet Gullruten gikk av stabelen lørdag 8. mai, og deltakerne på Nordiske TV Dager fikk mulighet til å delta på den direkte-sendte tv-overføringen. Gullruten har vært arrangert i en årrekke, men det var først i 1998 at utdelingen ble et direkte-sendt tv-show.

### **Gullrutens styre:**

Gullruten er en ideell stiftelse eid av Norske film- og tv-produsenters forening. Styret består av styreleder Nina Grann (NRK), Tom G. Eilertsen (Norske film- og tv-produsenters forening), Dag Lein (Rubicon TV) og Stig Hagfors (TV-produsentene Holm & Hagfors).

Styret oppretter en Gullrutekomité hvor representanter for tv-kanalene samt styret i Gullruten sitter. Denne komiteen er hovedsaklig ansvarlig for valg av kategorier, jurymedlemmer, hederspriser og kommer med innspill på hvilke tema som kan være interessante for seminarer.

# Organisering Nordiske TV Dager

Nordiske TV Dager er en del av Den norske Mediefestivalen, og den har siden 2000 også fungert som Nordiske TV Dagers faste administrasjon.

Nordiske TV Dager er en stiftelse. Bak stiftelsen står Bergen kommune, Universitetet i Bergen, TV 2 og NRK.

Representantskapet for Stiftelsen Nordiske TV Dager består av:

Annika Biørnstad, NRK, Kjell Jarle Høyheim, NRK, Rune Indrøy, TV 2, Nils Ketil Andresen, TV 2, Oddmund Søilen, UiB, Nils Arne Sæbø, UiB, Hilde Onarheim, Bergen kommune, Terje Ohnstad, Bergen kommune.

## **Stiftelsens styre og programkomité:**

Vebjørn Hagen, TV 2, styreleder, Øyvind Fallet, NRK, teknisk ansvarlig, Espen Sæther, NRK, Olav Njaastad, TV 2, Ole Johan Mjøs, UiB, Knut Helland, UiB (kun styre), Karl Knapkog, UiB (kun program), Lisbeth Dreyer, Bergen Film, Line Kjærran Norling, NRK, Anne Marie Kvasheim, NRK, Torill Svege, Bergen Media By (kun program), Irmelin Nordahl, festivalsjef (også program).

## **Styre Den norske Mediefestivalen og Bergen Media By:**

Frode Bekkestad, Bergen kommune, styreleder, Haldis Revheim, Hordaland Fylkeskommune, nestleder, Arild Berg Karlsen, Bergens Tidende, Thomas Hellum, NRK, Elin Sander, Agitator film AS, Signe-Laila Hamre, TV 2.

## **Ressursgruppe for Nordiske TV Dager:**

Rolf Brandrud, Norges televisjon, Torgeir Foss, TV 2, Are Tverberg, TV 2, Halvor Borse, Norsk Forbund for Lokal-TV, John Ranelagh, TV 2, Øystein Bogen, TV 2, Johan Thorud, NRK.

## **Administrasjon, Den norske Mediefestivalen:**

Irmelin Nordahl, festivalsjef, Jan Christian Thommesen, prosjekt- og gjestekoordinator, Elin Sander, informasjon/PR, Gry E. Skjæveland og Juli von der Lippe, sekretariat, Tor Kristian Liseth, transport, Kongress & Kultur, kongressansvarlig, AVAB-CAC, teknisk ansvarlig, Arnett, webansvarlig, Leif Skaar og Trude Wilhelmsen, fotografer.

## Samarbeidspartnere og sponsorer

Den norske Mediefestivalen hadde i år mange samarbeidspartnere som bidro til en vellykket festival. I tillegg mottok festivalen støtte fra Bergen kommune, Kultur- og kirkedepartementet, Nordisk Film- og Tv-Fond og Fritt Ord. Støtten fra Kultur- og kirkedepartementet har vært avgjørende for å kunne arrangere en festival av den størrelse og kvalitet som er ønsket og forventet. Den norske Mediefestivalen er meget fornøyd med samarbeidet så vel med partnere som med hovedsponsor, og vi håper alle ønsker å bli med oss videre.

### Hovedsponsor:

Telenor

### Samarbeidspartnere:

Apple  
Avis i skolen  
Audio Visuelle Medier  
Bergen Media By  
Bergen Presseforening  
Bergens Tidende/TVHordaland  
CNN  
Nordisk Ministerråd  
Norsk filmfond  
Norske film + tv produsenters forening  
Norsk Forbund for Lokal-TV  
NRK  
Stiftelsen Gullruten  
TV 2  
Twentyfourseven  
Universitetet i Bergen

### Leverandører:

Allkopi  
Artic Reklamebyrå  
Artnett  
Blomsterpaviljongen  
BUG  
Fora Form  
Kongress & Kultur  
NattJazz  
Neptun Hotell  
Opinion  
TORO  
USF  
Vetv Produksjon

## Fremtidige satsninger for Mediefestivalen

Den norske Mediefestivalen er i ferd med å innarbeide seg godt i det nordiske mediemiljøet, med over 700 deltakere på årets festival. Likevel må vi arbeide ytterligere for å opprettholde og videreutvikle det høye nivået, både i forhold til tematisk bredde, kvalitet, dybde og kreativitet.

Den norske Mediefestivalen ønsker i 2005 å satse ytterligere, og målet er å få et enda bredere nedslagsfelt. Et solid og spennende program, inspirerende foredragsholdere og debatt deltakere, en rutiner og imøtekommende stab, støtte fra gode samarbeidspartnere og et underholdende Gullruteshow, gjorde festivalen til et arrangement av høy kvalitet. De positive tilbakemeldingene har vært mange, og vi mener at festivalen har kommet et langt steg nærmere i å nå sitt hovedmål: Å samle mediebransjen til en årlig begivenhet av faglig påfyll, inspirasjon og motivasjon.

I dag finnes det ingen andre som driver denne type festival i Norden, men vi kan registrere at Danmark har fått sin egen danske tv festival. Media har utviklet seg til å bli et spennende felt for mange ulike aktører – fra det vitenskapelige, teknologiske, politiske, økonomiske og juridiske liv så vel som det kulturelle, og vi må regne med ytterligere konkurranse de nærmeste årene. Det er derfor essensielt at vi fortsatt arbeider videre for å fremme festivalens nasjonale ståsted.

Nøkkelen til at konferansen lar seg gjennomføre innenfor en så nøktern kostnadsramme ligger i prosjektgruppens frivillige innsats og den måten samarbeidspartnerne bidrar på. Det idealistiske elementet og dugnadsånden må ivaretas også i fremtiden. Dette er avgjørende for å skape en vellykket festival. De to konferansene Media 2000 og Nordiske TV Dager har begge solid bakgrunn og arbeider på et høyt faglig nivå.

Fagkonferansene er gjennom fusjonen Den norske Mediefestivalen i stand til å gi et faglig tilbud til alle som arbeider innenfor mediesektoren, med en variasjon fra år til år i forhold til hvor tyngdepunktet ligger. I en bransje som er svært internasjonal vil det være viktig å kunne hente de fremste aktører utenfor Norge, og også utenfor Norden til Bergen. Inneværende år hadde vi en markant økning i så vel regulær deltakelse som deltakelse i form av foredragsholdere og paneldeltakere fra det øvrige Europa.

Vi vet at konferansene så langt har høstet mye heder og ære fra deltakerne, men vi vet også at det gjenstår en del før vi kan realisere den festival som gjenspeiler våre ambisjoner. For å oppfylle våre mål kreves det et økonomisk løft og en trygghet for langsiktig planlegging. Et økonomisk fundament og driftsstøtte vil ha svært stor betydning for videreutviklingen og profesjonalisering av konferansene og skape en nasjonal arena for mediebransjen.

Fra 2005 vil navnet på festivalen være Nordiske Mediedager. Vårt ønske, gjennom denne sammenslåingen, er å forene de to konferansene, slik at vår visjon og profil styrkes og at det ikke er tvil lenger om en årlig nordisk mediekonferanse.

Med vennlig hilsen

Den norske Mediefestivalen



Irmelin Nordahl  
Festivalsjef

Nordiske TV Dager



Vebjørn Hagen  
Vebjørn Hagen

# Reklame mot barn øker

Barn er så godt som fraværende i media. Bortsett fra når annonsørene henvender seg til dem, hevder medieforsker Cecilia von Feilitzen.

## MEDIER

Av Tone Foss Aspevoll, Bergen

– Det har vært en markant økning av reklame rettet mot barn. I USA doblet reklamen mot barn seg i fjor. Det er ikke bare snakk om direkte reklame, men også indirekte gjennom for eksempel klær og dataspill.

Det forteller medieforsker Cecilia von Feilitzen. Hun jobber for Unesco med spørsmål om barns rettigheter. I går gjestet hun mediekonferansen Nordiske tv-dager i Bergen.

### Sabeltann

– Det er ikke alltid så lett å se hva som er reklame. På internett kan for eksempel barn stemme på hvilken barbie-dokke de liker best og kjøpe dem, sier hun.

Samtidig får barn stadig

større tilgang til mediene. Feilitzen viser til undersøkelser i Sverige som viser at halvparten av alle barn har to til tre eller flere tv-apparater i hjemmet. Mange barn har tv på sitt eget rom. I en kronikk i gårsdagens Bergens Tidende peker medieforsker ved Universitetet i Bergen, Tone Kolbjørnsen, på Kaptein Sabeltann og hans mange spin-off-produkter som et eksempel på denne kommersielle utviklingen.

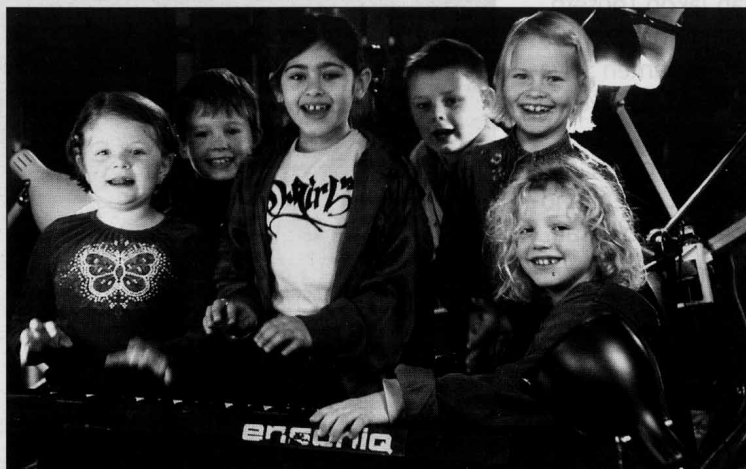
” Man ser sjelden vanlige barn i mediene

Cecilia von Feilitzen

### Barn synes ikke

Til tross for at kommersielle interesser henvender seg til barn i større grad enn tidligere, er ikke barn mer representert i mediene. Feilitzen mener dette strider mot FNs barnekonvensjon. Den inneholder artikler om barns kulturelle rettigheter, som i artikkel 13, hvor det er nedfelt at barn har ytringsfrihet. Artikkel 17 sier at massemedier er viktig, og at barn skal en bred tilgang til medier.

– Barn lyttes sjelden til i



**BARNE-TV:** – Barn er sjelden til stede i mediene som annet enn konsumenter, sier medieforsker Cecilia von Feilitzen. Bildet viser ett unntak: Barnas Supershow på NRK, der barna selv er programledere.

FOTO: ERLAND AAS, SCANPIX

mediene. De er underrepresentert – vi ser dem sjelden, og voksne i mediene snakker sjelden om barn. Men ett unntak er annonsering, der de i stor grad er til stede, sier hun og påpeker at dette vitner om at barn ikke har en stor verdi for samfunnet, bortsett fra som konsumenter.

Hun mener også det er verdt å se på hvilke verdier mediene formidler til barn.

– Barn blir ofte framstilt i forbindelse med mishandling og ulykker. Man ser sjelden vanlige barn i mediene.

### Mot USA

Feilitzen mener det er viktig med lokal produksjon av barne-tv for å stå imot den store strømmen fra USA. Under en debatt om nordisk samarbeid snakket også NRK-sjef John Bernander om barne-tv.

– Nordisk samarbeid er sterkere enn noen gang. Men vi må dele mer på stoff og arkiv enn vi gjør nå, særlig når det gjelder barneprogram i den globale konkurransen, sa Bernander.

– Dette er positivt, sier Feilitzen, og hevder det vil styrke landene mot konkurransen fra USA.

tone.aspevoll@klassekampen.no



# Rekordstor tv-konferanse i gang

Valgerd Svarstad Haugland ga et spark til NRKs sponsorpraksis, da hun i går åpnet Nordiske TV Dager i Bergen.

BODIL GARVIK  
KNUT EGIL WANG (foto)

bodil.garvik@bt.no

– Kanskje kommersielle inntekter har gått for langt? Det er viktig at allmennkringkasteren NRK er en sone som er mest mulig fri for kommersielle inntekter, sa Valgerd Svarstad Haugland.

Kulturministeren beroliget imidlertid NRK-folkene med at ingen dramatiske endringer i mulighetene for sponsorbruk vil skje over natten.

Anledningen var åpningen av Nordiske TV Dager i Bergen, som er en del av Den norske Mediefestivalen. Det er fjerde gang landets tv-folk samles i Bergen til foredrag, debatter og sosialt samkvem.

## Ikke EU-reklameregler

Svarstad Haugland var også innom tidskillet vi står overfor, når digital-tv om få år blir enerådende i Norge.

– Måten den overgangen skjer på kan få stor innvirkning på mediebildet i fremtiden, sa hun, og lovte at hele folket rent teknisk skal kunne ta inn digital-tv før analog-tv'en forsvinner.

Hun advarte også mot for dominerende eiere i mediene.

– Mediene er den viktigste arenaen for opinionsdannelse. Store eierkonsentrasjoner kan undergrave demokratiske prosesser.

De nye reklamereglene for tv, som er klare i løpet av inneværende måned, blir trolig ikke dramatisk forskjellige fra de eksisterende.

– Vi har ingen planer om å harmonisere norske reklameregler med EUs, fastslø kulturministeren.

## Barn og medier

Programansvarlig for Nordiske TV Dager, Vebjørn Hagen, er fornøyd både med årets program og rekordstor oppslutning om festivalen.

– Det har tidligere vært om lag 220 på



TV-KONFERANSE: Kulturminister Valgerd Svarstad Haugland møtte tungvekterne i norsk tv, da hun i går åpnet Nordiske TV Dager i Grieghallen i Bergen.

meldte. I år har vi ca. 300, og med de lokale mediene, blir vi rundt 500 deltakere, forteller Vebjørn Hagen.

Programkomiteen har prøvd å dekke et vidt tematisk spekter: Eierskap, teknologi, produksjon og digitalisering, journalistikk og underholdning.

Nytt av året er samarbeid med Nor-

disk Ministerråd på alt som vedrører digitalisering. Et eget forskerforum på barn og medier står også på programmet.

## «Citizen Berlusconi»

Blant de utenlandske gjestene som bidrar under konferansen, er Stefano Teal-

di. Han er produsenten av den omstridte dokumentarfilmen «Citizen Berlusconi», som ble forsøkt stoppet under dokumentarfilmfestivalen i Oslo.

Produsenten og manusforfatteren av den prisbelønte danske dramaserien «Nikolaj og Julie», Ingolf Gabold og Søren Sveistrup, kommer også.

Vår egen Trond-Viggo Torgersen tar med seg Flode, og skal sammen med Kåre Grøttum sørge for nostalgisk tilbakeblikk på 70- og 80-årenes barne-tv.

Nordiske TV Dager avsluttes lørdag med prisutdelingsshowet Gullruten, som direktesendes på TV 2.



**I UNIFORM:**  
Britiske politistudenter får bære uniform etter fem måneder på skolebenken. Mark Daly gikk med politiuniform i to måneder som rekrutt, før han ble avslørt som journalist.  
FOTO: PA

# Avslørte politi-rasisme

Den britiske TV-journalisten Mark Daly filmet politistudenter med skjult kamera. Han avslørte rasisme, slik at ti av dem måtte slutte i politiet. Denne uken kommer Daly til Bergen.

Dokumentaren «The Secret Policeman» rystet politistyrken i Manchester da den ble vist på BBC. Journalisten fikk en Bafta-pris for jobben.

Mark Daly kommer til Bergen for å presentere filmen under Nordiske TV-dager som starter i morgen. Han skal delta i debatten om bruk av skjult kamera i dokumentarfilmer.

Dette har blitt et hett tema også i Norge, etter NRKs dokumentar om ulovlig felling av ulv.

Jeg mener skjult kamera kun skal benyttes av journalister i helt spesielle tilfeller. Jeg er overbevist om at jeg aldri hadde fått frem sannheten

## Bergens-aktuelle Mark Daly i fengsel etter doku-avsløringer

gjennom åpne intervjuer, sier Daly.

### KASTET I FENGSEL

I England sitter politistudentene på skolebenken i fem måneder. Deretter får de bære uniform, og fortsetter å lære i felten. Mark Daly fikk med seg to måneder patruljering etter skolen før han ble avslørt som journalist.

Da hadde han nok opptak med grove, rasistiske uttalelser fra politiaspirantene.

– Hvordan reagerte politiet?  
– Den første reaksjonen var panikkartet. Jeg ble kastet i fengsel etter en paragraf som hadde noe med «bedrag» å gjøre, og de ville anmelde meg for skadeverk. Jeg hadde laget et hull i uniformsvesten min til kamera. Men jeg ble sluppet ut av varetekt etter 24 timer og det ble ikke noe av noen av anklagene.

Politimyndighetene i Manchester har reagert mer rasjonelt over tid.

– Nå erkjenner de at de har et rasisme-problem, og er i ferd med å gjøre noe med det, sier Daly.

Rasistiske nettstedet har hevdet at de kartlegger journalistens bevegelser, men det har han aldri merket på kroppen.

– Jeg holder en lav profil og har hemmelig telefonnummer.

### VIL DREPE

– Hva var de mest oppsiktsvek-



MARK DALY i sivil.

kende uttalelsene du fanget opp?

– En av dem sa han håpet at han i løpet av sin tid som politimann skulle få anledning til å

**En av dem sa han håpet at han i løpet av sin tid som politimann skulle få anledning til å skyte en farget mann.**



MARK DALY, journalist

skyte en farget mann. En annen beskrev gjerningsmennene i et kjent rasist-drap som «stolte utøvere av sin plikt som hvite mennesker».

Debatten om «The Secret Policeman» og bruken av skjult kamera er bare en av rundt 40 debatter og foredrag når TV-folk fra hele Skandinavia møtes til Nordiske TV-dager i Bergen 5.-7. mai.

«The Secret Policeman» er foreløpig ikke kjøpt inn av norsk TV.

NILS OLAV SÆVERÅS  
Tlf. 55 23 51 43

# Mimring

## med Flode

– Det er utrolig at så mange mennesker fortsatt har et forhold til Flode, det dreide seg jo kun om fire programmer sier Trond-Viggo Torgersen til BA.

De fire programmene ble innspilt løpet to halve dager. Når en viss generasjon i Norge fortsatt synger «puss, puss så får du en suss» som godnattsang, så har det selvsagt med alle reprisene å gjøre, av programmet som heller ikke het «Trond Viggo og Flode», men «Mens vi legger oss».

– Ideen bak det hele var at noen ganger føles det litt dumt å legge seg, og da er det greit å snakke med noen. Dersom det er et stort kosedyr, så svarer de ikke tilbake, og av og til er det like greit. Kanskje noe av nøkkelen til appellen ligger i dette, tror Trond Viggo.

Flode selv ble hentet ut fra lageret i Oslo og over fjellet til Bergen, til Nordiske TV-dager. Og da viste reaksjonene på vei over fjellet, at det først og fremst er dagens 20-35-åringene som har et forhold til ham. Verken de yngre eller de eldre kjenner ham igjen.

Noen år før Flode så dagens lys, i 1981, sprengte Trond Viggo datidens tabuer med «Kroppen», hvor han opplyste barn i mysteriet om hvordan de ble til.

### STRØK PÅ EKSAMEN

– Jeg holdt på med legeutdanning samtidig som jeg drev med programskaping.

Våren før strøk jeg i eksamen i fysiologi, og fikk høre fra læreren min at «det nyttet ikke å drive med to ting samtidig». Dermed fikk jeg noe å motbevise. Neste år ble «Kroppen» laget og jeg besto eksamen.

– Var det mange som fikk tabusjokk da du brøt tabuer i «Kroppen»?

– Da serien gikk for aller første gang, var det en del reaksjoner på nakenheten i programmene. Allerede ved reprisen to år senere var ikke folk opptatt av dette.

Trond Viggo er i gang med en ny runde «Trond Viggo og Samfundet». Sketsjene skrives i disse dager. Det blir både nye og gamle karakterer.

– Jeg skal teste ut materialet på en liten turné, og så går vi i gang med innspillingen til høsten, sier Trond Viggo.

Du får møte ham igjen i Bergen i god tid før dette. Under Festspillene skal han nemlig ha «Lunsj i Logen», et slags talk-show med Festspill-kunstnerne og Trond Viggo i Logen. Hver dag klokken 12, unntatt åpnings- og avslutningsdagen.



NILS OLAV SÆVERÅS

FÅR FORTSATT SUSS: Trond Viggo og Flode, gjensyn i Grieghallen i går. FOTO: HILDE UNOSEN

# - Får aldri noe nytt Big Brother

Big Brother revolusjonerte TV-industrien, men lignende fenomener vil neppe dukke opp igjen. Samtidig vil det bli færre «snakkis»-programmer.

ARVE HENRIKSEN

**Bergen.** Peter Bazalgette er ingen hvem som helst innenfor europeisk TV-industri. Han er i dag styreleder i Endemol Productions i Storbritannia, selskapet som er Europas største og kanskje viktigste leverandør av reality-serier på fjernsyn.

Han er blant annet mannen bak originalene til «Kokkekamp» og «Forandring fryder», som alle er vist på NRK. I tillegg har han produsert Big Brother i Storbritannia. I disse dager er han i full gang med å skrive bok om Big Brother-eventyret, og denne uken var han gjest under mediefestivalen i Bergen.

## Nisjekanaler

Peter Bazalgette får stadig spørsmålet om når det «nye» reality-programmet vil dukke opp på europeiske skjermer, programmet som skal skape like store overskrifter og rabalder som det Big Brother gjorde. Men skal vi tro den erfarne TV-produsenten, vil den dagen neppe komme.

– Jeg kan ikke forutse hva det nye blir, men det jeg kan si, er at programserier som vi snakker om på jobben dagen etter, som opptar folk rundt kaffebordene, de vil forsvinne. På grunn av det store kanal-mangfoldet vi får når vi går inn i den digitale verden, vil seerne forholde seg til mange nisjekanaler, sier produsenten.

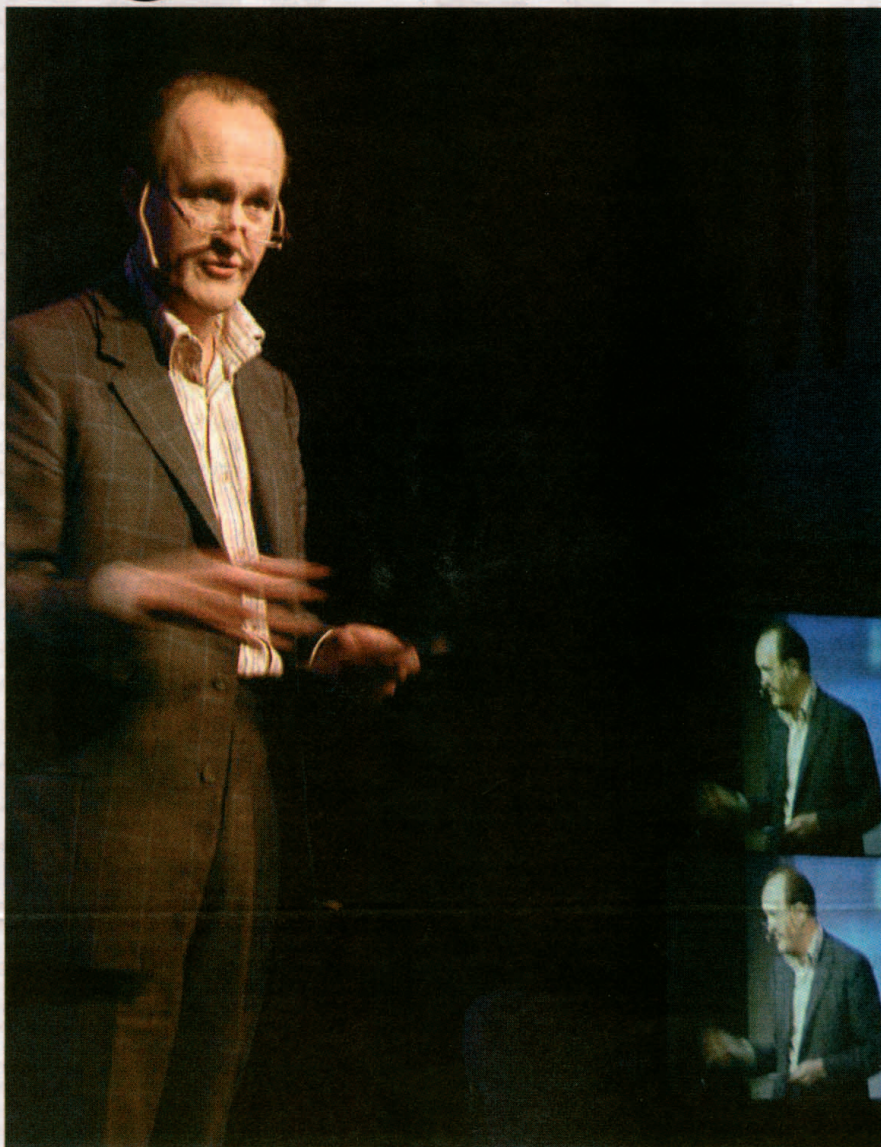
Satsinger som «Idol», vil ifølge Bazalgette derfor tilhøre unntakene fremfor regelen.

– Jeg tror det blir slutt på at vi lar oss påvirke av massene når vi velger hva vi skal se på. Seerne vil gjøre egne valg, de vil zappe mer mellom ulike kanaler, sier han.

## Dør ikke ut

De stadig tilbakevendende ryktene om reality-genrens død, er også betydelig overdrevet skal vi tro Bazalgette.

– Det neste store innenfor reality, vil ikke revolusjonere TV-industrien slik Big Brother gjorde. Dette er allerede en genre. Da såpeoperaen dukket opp, kom det hele tiden nye varianter, men genren var allerede født. Nå venter vi bare



**Avventende.** Peter Bazalgette er en ringrev innenfor europeisk TV-industri. Han tror FOTO: TRUDE WILHELMSSEN vi har sett det verste innenfor reality-genren.

på å se hva den neste store genren blir, sier han.

Vel er dagens TV-produsenter fortsatt ivrige etter å strekke grensene for hva som er underholdning, men Bazalgette tror ikke lenger på det ekstreme.

– Det som sjokkerte oss for noen år tilbake, er ikke like sjokkerende i dag, eksempelvis Temptation Island, hvor det ble oppfordret til utroskap. Seerne er blitt mer tolerante overfor sex og romantikk på skjermen, men langt mer kritiske til vold. Og det vil vi nok få se mindre av. Spørsmålet blir derfor ikke hvor ekstremt det neste reality-programmet blir, men hvilke nye

interaktive plattformer man vil ta i bruk i formidlingen av programmene, sier han.

## Hobby-TV

Big Brother revolusjonerte TV-industrien. For første gang fikk seerne servert uredigerte TV-bilder på direkten, og de ble en aktør i en daglig såpeopera hvor seerne selv kunne stemme bort en ufordragelig rollefigur. Selv føler Peter Bazalgette seg overbevist om at det i fremtiden vil bli mer TV-underholdning basert på folks hobbyer og interesser.

– Hvem hadde trodd at folks forhold til mat skulle kunne gjøres om til underholdning på TV. Men «Kokkekamp» ble

en kjempesuksess, også i USA. Det handler bare om å gripe fatt i informative ting, om det så bare er å bruke en hammer, for deretter å gi det en historie, så får du «Forandring fryder» som resultat. Det blir mer av den slags.



**KUNST OG KOMMERS:** Kåre Valebrokk i TV2 mener konkurrenten John G. Bernander kan sprengre grenser de selv ikke kan trå over uten å bli kalt spekulative.

# Mener seerne tåler mer fra NRK

Av IDA ELLISIF KNUTSEN og HALLGEIR VÅGENES (foto)

**BERGEN (VG) Når Kristopher Schau viser penisen på NRK, kalles det friskt og nyskapende. Hadde han gjort det på TV2, TVN eller TV3, ville det blitt ramaskrik.**

Denne påstanden falt da toppsjefene Kåre Valebrokk i TV2, John G. Bernander i NRK, Hein Espen Hattestad i TV3 og Morten Aass i TVNorge i går var samlet til debatt under Nordiske TV-dager i Bergen.

I panelet brukte Valebrokk det meget omtalte penis-stuntet til Kristopher Schau som eksempel på hvordan seerne og pressen har høy toleranse for hva de får servert fra NRK:

– Når Kristopher Schau viser pikken på NRK, blir det kalt radikalt, nyskapende og friskt. Gjør han det på TV2, vil det bli omtalt som at griske Valebrokk var ute etter å tjene penger.

– Hadde han gjort det samme på TV-Norge, ville det falt tilbake som plump og grisespekulerende, samtykker TV-Norges Morten Aass.

– Hadde TV3 sendt «Forfall», ville jeg blitt kappet i fire biter, istemmer TV3s Hein Espen Hattestad.

## Sprenger grenser

Da temaet om å sprengre stadig nye grenser kom opp i panelet, understreket Bernander at han syntes å løfte fram funksjonshemmede og innvandrere som en naturlig del av Team Antonsen-programmene, var mer nyskapende enn å vise underlivet på TV.

TVNorge-sjefen er glassklar på at kanalen trenger å tøy strikken for å skaffe seg oppmerksomhet.

– Det som var provoserende i går, er stuerent i dag. Men når vi først tøy grenser, skal vi stå for det, fastslår Aass, som alle-

rede har det kontroversielle slanke-programmet «Tjukholmen» under planlegging.

– Det er gjort i Sverige med stor suksess. Før programmet ble sendt, var pressen i hamisk, men da programmet kom på lufta, ble deltagerne helter, sier Aass.

## – På hugget

Både TVNorge-sjefen og TV3-sjefen mener de må være på hugget i forhold til hva som er de internasjonale trendene, og spille tidsånden når de skal finne programmer til sin kanal.

Morten Aass i TVNorge setter problematikken på spissen på følgende måte:

– Vi leter etter de nye trendene. Akkurat nå er det yrkes-reality for vår del, TV3 hadde «pink TV» med homseparaturljen; det er ikke veldig farlig. Men plutselig blir dverg-kasting den nye trenden, og da kommer man i en situasjon hvor man må velge.

TV3 har i vår opplevd at de humpende dynene som gjorde stor furor i «Big Brother» på TVNorge, ikke skapte presseoppslag i det hele tatt da TV3 gjorde en like drøy vri med fyll og sex i «Singel 24-7».

– Når du bruker grepene for annen og tredje gang, blir det ikke grense-sprengende i samme grad. Man må finne de konseptene som kan gjøre den lille forskjellen, mener TV3-sjefen Hein Espen Hattestad.

E-post: ida.knutsen@vg.no

# TV er læreremester

Fjernsynet kan gi barna hjelp til å takle problemer med lærere, foreldre og søsken.

Astrid Dalehaug Norheim, Bergen  
astridnor@vl.no

55 31 68 15

TV-produsenter lager bevisst program for barn der andre barn opplever skilsmisse, mobbing på skolen eller til og med overgrep, opplyser britisk medieforsker.

– Dette hjelper barna til å sette ord på det de selv opplever, for at de så i neste omgang kan søke hjelp. Barn har veldig stort behov for å gi uttrykk for det de har sett på TV. De skriver, ringer, sender e-post og tekstmeldinger for å fortelle hvordan de opplevde det.

Máire Messenger Davies er direktør ved Senter for Medieforskning ved

Universitetet i Ulster i Nord-Irland, og deltok sist uke i mediekonferansen Nordiske TV Dager i Bergen.

**Drama.** – Gjennom drama på fjernsynet får barn sette seg inn i andres situasjon, de lærer hvordan andre personer har likhetstrekk med dem selv og det hjelper dem til å takle egne problemer, sier Máire Messenger Davies.

I tillegg til å være problemlosende, vil også dramaseriene utvide barns perspektiver, og underholde.

Fra sitt engelske stæsted synes hun dramaseriene for barn jevnt over holder høy kvalitet.



– Barn som fikk i oppdrag å lage et sendeskjema for tv, tok mer hensyn til andre enn sine egne ønsker, forteller medieforskeren Máire Messenger Davies.  
Foto: Marit Hommedal

– Selvfølgelig er ikke alle bra. Noen har en dårlig historie, og det finnes morsomme serier som ikke er morsomme. Men jevnt over er kravene til barneproduksjoner like høye som for produksjoner for voksne. Og skuespillerne elsker barne-TV, for da kan de gjøre andre ting enn de vanligvis kan.

**Tar hensyn.** I 1997 gjorde hun en undersøkelse om barns holdninger til TV for BBC. Barn i alderen seks til 13 år ble satt i

grupper og bedt om å lage sendeskjema for kanalen. Fremgangsmåten og resultatet overrasket forskerne.

– Barna forhandlet og tenkte hele tiden på andre. De ville fjerne en serie fordi små barn kunne få mareritt av dem. De ville skjermere mindre søsken for vold og banning. Og de ville beholde serien «Østkantfolk» fordi «mamma ser på det». Selv tenkte de ikke på, og de brydde seg heller ikke om at kanalen ville tape penger når de fjernet

populære serier. Til slutt satt de igjen med et balansert sendeskjema med program for alle grupper, i alle sjangre.

**Lytte.** Etterpå fikk en gruppe lærere den samme oppgaven, og ble bedt om å forestille seg at de var niåringer.

«Det skal ikke være balansert. Vi er jo bare ni år», sa en av lærerne for de begynte.

– Jeg mener ikke at barn skal styre verden, men vi må lytte mer til dem, avsluttet Davies.