

Barn som kompetente mediebrukere –

En studie av NRK Super



Astrid Mjør

Masteroppgave i medievitenskap

Universitetet i Oslo

Institutt for medier og kommunikasjon

Dato 30.06.2011

Sammendrag.

Analyseobjektet for denne oppgaven er NRK Super, og deres egenproduserte programmer for barn i skolealder. Oppgaven tar for seg utviklingstrekk i NRKs barne-tv historie, og hvordan programtilbudet ser ut i dag. Metodevalget mitt har vært kvalitative intervjuer og programanalyse, og oppgavens mål har vært å se på i hvilken grad NRK Super anser sine seere for å være kompetente mediebrukere. Ved å bruke perspektiver på barndom vil oppgaven vise hvordan utviklingen i synet på barndom i samfunnet kan speiles i programmene til NRK Super. Videre vil oppgaven også vise at NRK Super tydelig gir uttrykk for at deres intensjoner er å ta barna på alvor, og at dette underbygges av analysen av de programmene kanalen selv produserer.

Summary

The object of analysis in this thesis is NRK Super, and their self-produced childrens programmes. The thesis look at the development of childrens programmes, and also describe the programmes that NRK Super offer todays children. The methods used are qualitative interwievs and programme analysis, and the goal of the thesis have been to see if NRK Super sees their viewers as competente media users. By using, amongst others, Vebjörg Tingstads description of different perspectives of childhood, the thesis will show how the development in perspectives of childhood manifest themselves in the childrens programmes at NRK Super. The thesis will also show that NRK Super expresses that their intentions is to take the children seriously, and this is supported by the analysis of the programmes.

Forord.

Da jeg startet på denne oppgaven hadde jeg nok ikke sett for meg at den skulle være endel av min hverdag så lenge som den endte opp med å bli. Jeg vil derfor rette en stor takk til venner og familie for å ha holdt ut med meg og mine tidvise frustrerte utbrudd over en oppgave som til tider virket uoverkommelig! En særlig takk til Ivi, Elisabeth og Hege.

Tusen takk til gjengen på skrivestua på IMK for godt samhold, god oppbacking og mange konstruktive og mindre konstruktive lunsjpauser.

En stor takk går også til mine informanter som sporty stilte opp og brukte av sin tid til å svare på mine spørsmål! Mer imøtekommende informanter tror jeg man skal lete lenge etter.

Sist men ikke minst må det rettes en takk til min tålmodige veileder Birgit Hertzberg Kaare (H-08 til V-11), som gang på gang har dyttet meg i gang igjen når jeg har kjørt meg fast!

Denne oppgaven hadde ikke kommet i land uten din tålmodighet!

Sammendrag/Summary

Forord.....	3
-------------	---

1 Innledning

1.2 Analyseobjekt.....	6
1.3 Barne-tvs historie	
1.3.1. Innledning til kapittel 1.3.....	8
1.3.2. De første 50 årene med barneprogrammer.....	8
1.3.3. Programmer for mellombarna.....	15
1.4 Dagens tv-tilbud	
1.4.1. Innledning til kapittel 1.4.....	18
1.4.2. Programtyper.....	19
1.4.3. Nye programmer.....	19
1.4.4. Kommersielle interesser.....	20
1.4.5. Lisensprodukter.....	21
1.4.6. Publikumsdeltakelse.....	21
1.4.7. Melodi grand prix jr.....	22
1.4.8. Supernytt.....	23
1.4.9. Utvidet sendeflate.....	24
1.4.10. Disneyprogrammer.....	25

2 Teorier og perspektiver på barndom

2.1. Barn som kompetente mediebrukere	
2.1.1. Innledning til kapittel 2.....	26
2.1.2. Tre perspektiver på barndom.....	26
2.1.3. Barnekultur.....	29
2.1.4. Kompetanse.....	29
2.1.5. Kommersialisering.....	30
2.1.6. Ritualer.....	32
2.1.7. Bekymringer/mediepanikk.....	33
2.1.8. Mediepåvirkning.....	34
2.2. Forandringer i synet på barndom	
2.2.1. Innledning til kapittel 2.2.....	37
2.2.2. Barndom som begrep.....	37
2.2.3. Grensen mellom barndom og ungdom.....	38
2.2.4. Lovendringer.....	38
2.2.5. Barndom som sosial konstruksjon.....	39

3 Metode

3.1. Innledning til kapittel 3.....	42
3.2. Kvalitativ analyse.....	42
3.3. Startvansker.....	43
3.4. Intervju som forskningsmetode.....	43
3.5. Utvalg.....	45
3.6. Informanter.....	46
3.7. Intervjuguide.....	46
3.8. Tematisk innholdsanalyse.....	47

4 Analyse	
4.1 Analyse	49
4.1.1. Utvalg og kategorier	49
4.1.2. Kategori 1: Barns synlighet på skjermen	50
4.1.3. Kategori 2: Publikumsdeltakelse	50
4.1.4. Kategori 3: Læringsprogram	51
4.1.5. Kategori 4: Underholdningsprogram	51
4.1.6. Kategori 5: Nettbaserte konsepter	52
4.2. Programmene	53
4.2.1. AF1	54
4.2.2. Barnas Superjul	55
4.2.3. BIFF	56
4.2.4. Dyrevenn	57
4.2.5. Energikampen	58
4.2.6. Fin Fredag	59
4.2.7. Krem Nasjonal	60
4.2.8. Megafon	61
4.2.9. Mgp. Jr	62
4.2.10. MIA	54
4.2.11. Newton	65
4.2.12. Sara	66
4.2.13. Supernytt	67
4.2.14. Superkviss	68
4.2.15. Utfordringen	69
5 Diskusjon	
5.1 Innledning til kapittel 5	72
5.2 De enkelte analysekategoriene	73
5.3 Analysekategoriene sett under ett	79
6 Konklusjon	82
7 Litteraturliste	86
8 Vedlegg	90

1.1 Innledning til kapittel 1

“Å være”, sier filosofen Berkeley, “er å bli sett” (Bourdieu 1998:12). Dette sitatet fra 1700-talls filosofen George Berkeley kunne like gjerne blitt brukt for å karakterisere typiske trekk ved vårt moderne samfunn i dag, hvor det til tider kan virke som om det største man kan oppnå her i livet er å bli kjendis. Stadig flere barn og unge oppgir i dag at det de ønsker å bli når de blir store, er det noe udefinierbare yrket “kjendis”.

Tv-tilbudet til barna i dag er betraktelig forskjellig fra for bare et par tiår siden, for ikke å snakke om hvordan mediehverdagen så ut da NRK startet med offisielle tv-sendinger i 1960, og Barne-tv for første gang. Fra et samfunn hvor NRK hadde monopol på radio- og fjernsynssendinger, og tv-tilbudet var begrenset til noen få timer daglig, vokser dagens barn opp i et samfunn hvor vi kan se fjernsyn 24 timer i døgnet, og er det ikke noe tilfredsstillende på tv kan man med noen raske tastetrykk finne frem nettsidene til tv-programmene på internett, delta i konkurranser, se ekstramateriale eller tidligere episoder, spille spill basert på karakterer fra serien, legge igjen hilsener til programlederne osv.

Der dagens foreldregenerasjon blir blanke i øynene ved gjensyn med Jul i Skomakergata, Falkeklubben og Lekestue, er dagens barn mer opptatt av hvordan man kan melde seg på Superquiz, hvilke utfordringer Oddgeir i Barnas Supershow skal få, og hvordan det går med deltakerne i Melodi Grand Prix jr. Der barneprogrammene for noen tiår siden fokuserte på lystbetont læring, med voksne som rollemodeller og oppdragere er det i dag fokus på barna, og deres hverdag.

1.2. Analyseobjekt

Med stadig utvikling på alle samfunnsområder er det også naturlig at synet på hva som er barn og barndom har forandret seg. Hvordan har NRK Super fulgt opp disse forskjellige synspunktene, og hvordan speiles dette i deres egenproduserte program? Å gi noe entydig svar på dette er ingen lett oppgave, og det finnes heller ingen fasit på hvordan forandringer i synet på barndom har påvirket programskaperne. Kan det kanskje også tenkes at påvirkningen har gått andre veien, at det kan være fornuftig å snakke om hvordan NRKs barne-tv har påvirket synet på barndom? Svaret på dette finner man kanskje aldri, men det er muligheter for å undersøke hva som ligger bak avgjørelsene til de forskjellige programskaperne, og hvilke tanker de har gjort seg rundt de avgjørelsene som tas når programmer skal lages.

For å forsøke å gi noen svar på dette spørsmålet vil jeg aller først presenterer NRKs barne-tvhistorie i korte trekk, og gi korte eksempler på programmer som er typiske representanter for sin tid, og som kan illustrere utviklingen i synet på barndom. Deretter vil jeg se på dagens programmer

Deretter vil jeg gi en kort innføring i barndommens historie, og hvilke synspunkter som har vært dominerende til forskjellige tider.

Deretter vil jeg foreta en analyse av programtilbudet for barn mellom 8 og 12 år på NRK Super. For å begrense oppgavens omfang har jeg valgt å kun ta for meg NRKs egenproduserte barne-tv programmer, i stedet for å fokusere på de innkjøpte seriene. Dette også fordi jeg primært ønsker å undersøke NRK Supers syn på barn, og jeg mener derfor at dette speiles best i de programmene de har utviklet selv.

Med denne oppgaven ønsker jeg å belyse de endringene som har skjedd i utviklingen av Barne-tv, jeg ønsker ikke å sette noen dom over hvorvidt kvaliteten på programmene er bedre eller dårligere i dag, jeg er utelukkende ute etter å se om de endringene som har skjedd (for endringer har det utvilsomt vært) har fulgt utviklingen i synet på barndom ellers i samfunnet.

1.3. Barne-tvs historie

1.3.1. Innledning til kapittel 1.3.

Tidligere valgte NRK å definerer barn mellom 3-7 år som førskolebarn, og barn mellom 7-15 år som skolebarn. Etter hvert ble også barn fra 12-års alderen definert om ungdom, i stedet for fra 15 år og oppover (Bakøy 2002:16). I dag er inndelingen noe annerledes, og NRK Supers hovedmålgruppe er barn mellom 2 og 12 år, hvor 2-7 åringene hører til det som kalles småbarn, mens 8-12 åringene er en egen gruppe (Intervju 3)

NRK har opp gjennom historien valgt å bruke litt varierende betegnelser på de forskjellige aldersgruppene, og dette kan henge sammen med synet på barndom som var dominerende i den tidsperioden.

1.3.2. De første 50 årene med barneprogrammer.

Programmer for barn og unge har en lang og sterk tradisjon i norsk kringkasting, og *Lørdagsbarnetimen* har vært et fast innslag helt siden etableringen av NRK i 1933 (Østbye og Halse 2003:54). Opp gjennom 40- og 50-årene var barneprogrammene i stor grad preget av opplesning av bøker, eller hørespill skrevet spesielt for barnetimen. Det var også magasinprogram, hvor lytterne ble oppfordret til selv å engasjere seg, enten det var konkurranser, eller å bidra med kapitler eller tegninger til Barnetimeboken. Dermed ble det naturlig å videreføre denne tradisjonen da NRK startet opp med faste fjernsynssendinger i 1960.

I dette kapitlet har jeg først og fremst benyttet meg av boken til Eva Bakøy “Med fjernsynet i barnets tjeneste” (2002), Karin Hakes “Historien om Barne-tv” (2006), i tillegg til intervjuer jeg har gjort med tidligere programsjef i NRKs barne- og ungdomsavdeling Kalle Fürst og prosjektleder for Melodi grand prix junior i NRK, Eva Rutgerson Bie.

Det første ordinære barneprogrammet NRK sendte på fjernsyn gikk på luften fredag 16 september 1960 (Hake 2006:26). Programmet het *I Kosekroken*, og varte i 20 minutter. Selve programmet var beregnet for de litt yngre barna, siden NRK regnet med at de eldre barna ikke hadde et like stort behov for egne fjernsynsprogrammer siden de allikevel kunne få mye utbytte av fjernsynsprogrammene for de voksne.

De første årene ble det ikke sendt fjernsynsprogrammer for barn hver dag, og det var i liten grad store produksjoner og lange serier som ble sendt. Det ble i første omgang tatt sikte på å

gi de mindre barna et tilbud, siden ledelsen i NRK mente at de litt større ungdommene kunne ha glede og nytte av de programtilbudene som fantes for voksne.

Avdelingen var relativt liten i starten, og den var i første omgang underlagt radioens barne- og ungdomsavdeling. Etter hvert opplevdes denne organiseringen som uholdbar, og fjernsynets egen Barne- og ungdomsavdeling ble opprettet, i første omgang med 3 fast ansatte og 4-5 frilansere (Bakøy 2002). Det var den daværende lederen av radioens barneavdeling, Lauritz Johnson som ble hentet inn til å lede NRK fjernsynets nyopprettede Barne- og ungdomsavdeling (heretter kalt BUA) i 1961. Han hadde mange års erfaring fra barneprogrammene i radioen, og tok i første omgang sikte på å overføre radiokonsepter til tv. Han fikk hentet inn flere av bidragsyterne fra *Barnetimen*, og fikk laget programmer som var mer eller mindre identiske med de som ble sendt i radioen, bare med den forskjellen at de ble filmet. , og han var opptatt av at barna skulle få et fristed når de så på barne-tv, underholdningsaspektet var viktig (Bakøy 2002:106). Johnson ble viktig i utformingen av avdelingen, og kom til å påvirke BUA i mange år fremover. Han hadde et syn på barn og barndom som grunnleggende godt, og var inspirert av den franske filosofen Rousseau. Rousseau mente at barn kan betraktes som frø, hvor det er de voksne som har ansvaret for å gi gode vekstvilkår (Tingstad 2006:54).

Johnson innførte et begrep som i ettertid har blitt stående som representativt for denne tidsperioden i norsk barne-tvs historie: De tre OPP-ene, opplysning, oppdragelse og opplevelse (Bakøy 2002:108). Denne kombinasjonen av underholdning og læring er en gjennomgående trend i alle barneprogrammene. Selv om barne-tv i utgangspunktet skulle være

Ledelsen på 60-tallet mente at barna skulle beskyttes mot livets realiteter når de så på barne-tv (Hake 2006:14), og de skulle slippe å måtte få den voksne hverdagen inn i livene sine gjennom fjernsynet.

Det var begrenset hvor mange egenproduserte programmer den nyopprettede avdelingen hadde kapasitet til å lage tidlig på 60-tallet. Ønsket om mest mulig egenprodusert lot seg ikke kombinere med lave budsjetter og få ansatte. Allerede fra 1961 inngikk NRK Nordvisjonsamarbeid, som var en felles utvekslingsavtale for de nordiske landene. Hovedpoenget bak denne utvekslingsavtalen var å få tilgang til gode programmer, som også ble rimelige i innkjøp, da Nordvisjonsamarbeidet baserte seg på at hver kringkaster skulle sende ett program til hver av de andre kringkasterne, og så få tre tilbake. Det ble også opprettet et samarbeid med de øst-europeiske landene, gjennom Intervisjonen, et ikke helt uproblematisk samarbeid (Bakøy 2002:101). Dette var midt under den kalde krigen, og flere

ansatte var ikke udelt positive til å skulle inngå et samarbeid med Sovjetiske kringkastere. Lauritz Johnsen uttalte senere at dette samarbeidet ikke var helt enkelt, siden de ideologiske standpunktene til kommunistene ikke nødvendigvis stemte helt overens med de idealene vi hadde i Norge.

De kritiske røstene var mange i starten, og særlig fikk bekymringene for de mulige skadevirkningene kunne ha på barn og unge mye oppmerksomhet (Halse og Østbye 2003:148). Bekymringene for at barna skulle ende opp som passive potetsekker foran fjernsynet var store, og skepsisen mot fjernsynet gikk endog så langt at stasminister Gerhardsen så seg nødt til å berolige det norske folk, og forsøke å få dem til å fokusere på de positive sidene ved innføringen av fjernsynet, da han holdt tale under åpningsseremonien for tv-sendinger (www.youtube.com). Selv de ansatte var preget av en ambivalens til produksjonen av barneprogram, og NRK ble stilt overfor et dilemma som vekslet mellom en optimisme til det nye mediet, samtidig som det var en skeptisisme til de eventuelle bivirkningene (Bakøy 2002:76). Det var stor bekymring knyttet til spørsmålet om tv og barneprogrammene kom til å erstatte lekingen og føre til passivitet blant barn og unge, og enkelte var også bekymret for om foreldre i stor grad ville bruke fjernsynet som barnevakt. Det var også skepsis til om tv kom til å bli et uromoment i barns idylliske hverdag, og om de minste barna var i stand til å håndtere alle inntrykkene fjernsynet sendte ut. Derfor bar barneprogrammene i starten preg av et syn på barn som små og uskyldige, som ikke måtte utsettes for inntrykk som kunne virke traumatiserende. Det rådet en oppfatning i samfunnet om at barn måtte beskyttes mot den farlige verden utenfor hjemmets fire vegger, og dermed bar barneprogrammene i det Karin Hake kaller pionertiden preg av å være pedagogiske og oppdragende. De skulle ikke bare være “blott-til-lyst” men også være med på å forme barna til å bli gode samfunnsborgere, og være et supplement til skolen i faglig sammenheng. Allikevel ble selve programmene for de minste barna sjelden gjenstand for kontrovers og det var stort sett program for de litt eldre barna som fikk negativ oppmerksomhet (Halse og Østbye 2003:148).

De hadde et syn på barn som “human becomings”, ikke som “human beings”. Dette er to sentrale begrep innenfor barneforskning, fordi de sier noe om forskjellige syn på barn og deres identitet. Det synet som var rådende på 1960-tallet var at barn var “human becomings”, at barndommen bare var et slags mellomstadium på veien mot å bli voksen. Man var ikke et ordentlig individ før man var voksen, og derfor trengte man veiledning og opplæring på veien

dit. Læringen foregår ved å bruke de voksne som forbilder og gjennom lekbetont pedagogikk. Ett av unntakene i denne perioden var serien *Pompej og Pilt* fra 1969. Dette var en dukkefilmserie i fem deler, som handlet om de to reparatørene Pompej og Pilt som levde i et mørkt og dystert univers. Her går de rundt og forsøker å reparere ting, men ender stort sett opp med å ødelegge dem i stedet.

Denne serien representerer et brudd med programtenkningen til NRK på den tiden den ble sendt første gang, fordi den bryter med forestillingen om at barn skal beskyttes og opplæres. Det er nemlig en blott-til-lyst serie, og i tillegg kan den ses på som relativt skummel og skremmende for små barn. Det er skummel musikk, dystre omgivelser, og vaktmester Gorgon har i senere tid fått skylden for mange barns mareritt tidlig på 1970-tallet. Da den ble sendt for første gang ble det stort rabalder, og programsjefene måtte gå ut og forsvare sin avgjørelse om å sende denne serien. Selv om den var kontroversiell da den kom for første gang har serien allikevel blitt sendt i reprise et stort antall ganger, senest i 1994. I dag er den i likhet med flere av NRKs produksjoner tilgjengelig på DVD, og har dermed blitt tilgjengelig for en hel ny generasjon av barn og unge.

Barne-tv i de tidligste årene var i stor grad preget av voksne aktører. Det var sjelden man faktisk så barn i programmene, men de var ofte representert av for eksempel hånddukker, eller at programlederen snakket til barna “gjennom” tv-skjermen. Det ble stilt spørsmål ved om barn i det hele tatt var interessert i å se programmer om og med andre barn. NRK hadde på denne tiden ingen publikumsundersøkelser, da de mente at fjernsyn skulle være opplysende og dannende, og at folk flest uansett ikke hadde kompetanse til å skulle avgjøre hva de burde se på. Dette gjaldt også for radioen. Denne holdningen var bygget på en modell fra BBC.

NRK hadde som mål at barna skulle lære gjennom lek, og et av de småbarnsprogrammene som oftest trekkes frem fra denne tiden, er *Lekstue*, laget etter modell fra det britiske *Playschool*. Konseptet ble kjøpt inn fra BBC, men det ble lagt stor vekt på å tilpasse programmet til norske forhold og idealer. Målgruppen var førskolebarn, og det ble lagt stor vekt på at programmet skulle være pedagogisk korrekte i forhold til datidens idealer om barneoppdragelse. Det har alltid vært en vanskelig dynamikk mellom pedagoger og programskaperne. Kalle Fürst snakker om at det for programskaperne av og til er vanskelig å skulle høre for mye på pedagoger når det kommer til programskaping, fordi det som er pedagogisk korrekt og det som er godt tv ikke nødvendigvis er det samme. “Som regel lager ikke pedagoger spesielt god tv” (Intervju 2:1).

Lekestue fortsatte utover hele 1970-tallet, og i dag nevnes det ofte som et eksempel på et program som i ettertiden fremstår som nærmest latterlig overpedagogisk.

Tre-fire-fem med Vibeke Sæther og Halvdan Sivertsen var en slags videreføring av *Lekestue*, og var et program for de minste barna. Det skulle både være underholdende og pedagogisk, og på den måten videreførte det idealene fra *Lekestue*, men nå ble formen litt løsere, og det var flere rene tull og tøys innslag enn det hadde vært tidligere. Dette var en tendens som ble tydeligere og tydeligere utover 1980-tallet, også i samfunnet ellers. En av grunnene til dette kan være at flere og flere nordmenn fikk parabolantennener på midten av 80-tallet, og dermed kunne de få inn flere kanaler, også utenlandske “rene” barnekanaler. Disse kanalene som ofte viste tegneserier og underholdning for barn ble etter hvert en konkurranse for NRK.

Utover på 70-tallet ble en av de viktigste ambisjonene til BUA at de skulle være et talerør for barna, og dette viste seg å være langt fra noen enkel oppgave. Det var stadig uenighet innad i avdelingen, og også usikkerhet omkring forskningen på barn og mediepåvirkning (Bakøy 2002:335). Det ble tydeligere og tydeligere at det var en interessekonflikt mellom ønsket om å underholde, og ønsket om å skape opplysende læringsprogrammer.

Utover på 70-tallet skjedde det gradvis en endring i fokus, og BUA ble mer og mer fokusert på at barnas stemmer skulle lyttes til og tas på alvor. Det ble også åpnet opp for å bruke barna mer i seriene, og at programmene skulle vise norske barns hverdag, både på godt og vondt. Dette var helt i tråd med utviklingen i samfunnet ellers, hvor barns rettigheter ble satt på dagsorden på en helt annen måte enn tidligere. Det internasjonale barneåret 1979 bidro til et nytt syn på barn. De var ikke lengre bare små, uferdige voksne som trengte beskyttelse mot livets harde realiteter, men selvstendige individer som fortjente å bli hørt og tatt på alvor. Dette synet har senere blitt videreført i enda større grad, og flere barneforskere ser i dag på barn som meget kompetente individer som er i stand til å motta og tolke avanserte mediebudskap på en helt annen måte enn tidligere. ”... det er helt klart at barn i dag er raskere og kvikkere og mere modne enn tidligere.” (Intervju 2:4).

Det ble uttrykt bekymring for at ønsket om å la barna komme til ordet i programmene kunne lede til misbruk (Bakøy 2002:336), og man var skeptisk til å skulle skape barnestjerner slik man så i USA. Det ble også stilt spørsmålsteget ved hvordan barna fikk komme til ordet, og hvordan BUA valgte å vinkle intervjuene. En del av denne kritikken gikk på at de voksne programlederne bevisst stilte spørsmål om emner som tydelig var pinlig for de unge å svare på.

Også i selve sendemønsteret skjedde det forandringer på 80-tallet. På 70-tallet så sendeskjemaet for barne-tv ganske annerledes ut enn det gjør i dag. Det var repriser på morgenen mandag, onsdag og fredag, og mandag var det ikke barne-tv på ettermiddagen i det hele tatt. Det var også faste programmer på de forskjellige dagene, og ikke som i dag hvor det ofte er programmer i samme serie som går på hverdagene, med unntak av fredag og lørdag. Fra 1985 ble det barne-tv hver dag, og morgenreprise ble avviklet (Hake 2006:16). En av årsakene til dette er trolig at familiestrukturen og hverdagen til norske barn hadde endret seg. Der hvor de fleste hadde vært hjemme med hjemmeværende mor på 60- og 70-tallet, var det flere og flere barn som på 80-tallet gikk i barnehage på dagtid, og det var mer vanlig at begge foreldrene var fulltidsarbeidende.

De endringene som har vært i samfunnet har påvirket BUA sine produksjoner. De har måttet forholde seg både til endringer i familiestrukturen, men det nye flerkulturelle Norge. Med utviklingen av nye medier har verden blitt mindre, og dette har også påvirket NRK, bl.a. ved at de i 1986 sendte serien *Vet du hvem?* som fulgte barn med en annen etnisk bakgrunn, bosatt i Norge. Dette viser at NRK hele tiden har tatt innover seg de endringene som skjer i det norske samfunnet, og er bevisst sin rolle som allmennkringkastere. I vedtektene til NRK har de forpliktelser som allmennkringkastere som sier at *NRK skal formidle kunnskap om ulike grupper og om mangfoldet i det norske samfunnet. NRK skal skape arenaer for debatt og informasjon om Norge som et flerkulturelt samfunn.* (www.nrk.no).

I 1991 gikk NRK nok en gang til innkjøp av et program basert på et utenlandsk konsept, amerikanske *Sesame Street*, på norsk *Sesam Stasjon*. Serien var produsert av Children`s Television Workshop, og allerede i 1970-årene hadde de nordiske tv-kanalene fått tilbud om å kjøpe konseptet, da takket de nei. I 1991 var imidlertid situasjonen en annen enn den hadde vært på 1970-tallet, med tanke på det kanaltilbudet som nå fantes. Konkurransen fra kommersielle tv-kanaler var større enn noensinne, og NRK innså at de måtte gjøre noen forandringer i programtilbudet sitt til de yngste barna. Dermed ble konseptet kjøpt inn, og NRK gikk i gang med å lage en norsk versjon av den amerikanske serien. En annen medvirkende årsak til at NRK nå valgt å kjøpe det amerikanske programkonseptet var det økende presset på nye sendinger for barn hver dag. Etter at BUA bestemte seg for å slutte med reprice og satset på nye barneprogrammer hver dag, satte det også begrensninger for hvor mye som kunne være egenprodusert. Å kjøpe inn et velutprøvd programkonsept, med masse arkivmateriale tilgjengelig, ble derfor sett på som en god løsning på dette problemet. Selv om

konseptet og tilnæringsmåten til barna var annerledes enn programmene på 70-tallet, hadde det allikevel mange av de samme målene. Det som var nytt var at nå skulle barna også underholdes, og det ble satt som et mål å fremme norsk barnekultur (Hake 2006:119). Dette er et ideal som fulgte i kjølevannet av det internasjonale barneåret i 1979, og vi finner noe av de samme idealene i Portveien 2. Allikevel var det tydelig at *Sesam stasjon* hadde klare mål for læring, om enn ikke i så stor grad som i den amerikanske versjonen. Det ble også lagt stor vekt på å lære barna holdninger og sosiale ferdigheter. Dette høres ut som noe vi så allerede på 70-tallet, men som tidligere nevnt er forskjellen underholdningspreget. Dette ser vi bl.a. i det høy tempoet og hurtige klippingen, et virkemiddel de kommersielle underholdningskanalene hadde benyttet seg av i flere år. Dette fenomenet gjelder ikke bare for Sesam Stasjon, det er en generell tendens i 90-årenes fjernsynsprogram (Hake 2006:128)

Like etter årtusenskiftet begynte det å skje en markant forandring i hvordan man arbeidet med produksjon av barneprogram. Der ungdomsprogrammene i flere år hadde brukt ungdommer som programledere, lå programmene for de yngre barna noe etter. Det store skillet i denne sammenheng markeres med *Barnas Supershow*, som hadde premiere i januar 2004. Dette underholdningsbaserte programmet for barn i alderen 3-9 år ble sendt i Barne-tv på lørdager, og representerte noe helt nytt innen sjangeren barne-tv. Barna fyller alle rollene i programmet, både som programledere, publikum i studio og musikere. De er programledere, musikere, publikum og reportere. De eneste gangene vi ser voksne er de enten fremstilt som håpløse foreldre, eller i den populære programposten "Oddgeir", hvor rollene blir byttet om. Den voksne reporteren Oddgeir blir instruert av barna som er programledere gjennom en liten høyttaler i øret til å blande seg inn i. I disse sketsjene er det de voksnes tur til å bli herset med, poenget er at det skal være likt for alle, enten man er voksen eller barn. En del kritikere har vært skeptiske til dette programkonseptet, nettopp fordi man her putter barn inn i en setting som er ment for voksne, og på den måten "frarøver" man dem en del av barndommen. Barna blir på denne måte skjøvet inn i en voksenverden de ikke hører hjemme i, og heller ikke har forutsetninger for å takle.

Hele programmet bærer preg av høyt tempo, og musikken som brukes minner mer om pop-/rockmusikk enn det som har vært vanlig i barneprogram tidligere. Alle disse elementene indikerer at det har skjedd en endring i synet på barn og barndom.

1.3.3 Programmer for mellombarna

Allerede i 1962 startet NRK med egne programmer beregnet for gruppen kalt skolebarn, eller mellombarn. De større barna, eller ungdommene ble i begynnelsen lite prioritert, siden man mente at disse kunne ha glede og nytte av voksenprogrammene.

Et av de første programmene som ble laget spesielt for mellombarna var *Falkeklubben*, ledet av Rolf Riktor som senere ble sjef for BUA. Her var det barn som var i fokus, og innslagene handlet ofte om barn og deres hverdag. Allikevel bar programmet preg av å være voksenstyrt, og det var aldri barna selv som var programledere eller hovedaktører. Også i intervjuer med barna virker de ukomfortable foran kamera, og intervjuene bærer preg av å være styrt av de voksne intervjuerne. I følge Rolf Riktor selv var grunnholdningen at “barn skulle behandles som voksne eller likeverdige” (Hake 2006:58). Allikevel var det de voksne som hadde styringen og regien, og som i stor grad dominerte programmet.

En annen ting det kan være verdt å merke seg, er at det i stor grad bare var vellykkede barn man fikk se. Det var de som var flinke til å spille piano, danse, synge eller som hadde store kunnskaper på spesielle felt som ble vist frem, som gode rollemodeller, og for å vise hvordan barn “skulle være”. De la også stor vekt på å aktivisere barna, enten det var gjennom innsamlingsaksjoner til barnesykehus i Gaza, eller tegnekonkurranser. *Falkeklubben* ble et populært program, som fortsatte utover hele 60-tallet, og ble ikke lagt ned før i 1970, etter at det hadde vært på skjermen i 8 år (Hake 2006).

En litt annen type program var konkurranseprogrammet *Firkløver*. NRK var i utgangspunktet negative til konkurranseprogrammer, og særlig for barn og unge. I 1968 startet imidlertid NRK et samarbeid med de andre nordiske landene, gjennom Nordvisjon, hvor lag fra de nordiske landene konkurrerte mot hverandre. Programmet var en blanding av spørrelek og praktiske oppgaver, og den ble presentert som “en lek som fordrer våkenhet, fantasi og kombinasjonsevne. Gjetteleken er lagt opp som underholdning med praktiske oppgaver i studio.” (Bakøy 2002:226) Dette var et signal om at det ikke bare var barn med store faktakunnskaper som kunne delta, men også de med litt mer praktiske kunnskaper. Denne tendensen som skulle gjøre seg mer og mer gjellende utover på 1970- og 80-tallet, og også på 90-tallet og i våre dager har vi hatt lignende programmer som *5 på*, og *Energikampen*. Det som var typisk for BUAs egenproduserte programmer for skolebarna i denne perioden, er at de i stor grad var faktaorienterte, og det ble i denne tidlige fasen produsert lite fiksjon og dramaserier. Det ble i stedet lagt vekt på magasin- og aktualitetsprogrammer, og det var et

overordnet mål at ungdommen skulle lære noe. Utover på 1970-tallet fikk disse programmene enda et mål, det å være et talerør for barn.

I 1973 kom det et nytt magasinprogram for mellomgruppen, *Lefsa*, som ble sendt ca en gang i måneden. Programtittelen fungerte som en slags samlebetegnelse på en rekke programmer for mellom-gruppen, som ikke nødvendigvis hadde noen åpenbare likehetstrekk.

Programkonseptet forandret seg også en del underveis, og selve målsettingen til programmet var relativt diffus: “Det er et magasin som vil ta for seg alt som har med barnekultur- og miljø og gjøre” (Bakøy 2002:315).

Noe annet som var nytt ved dette programmet, sett i forhold til f. eks *Falkeklubben*, var at *Lefsa* bevisst satset på å ikke bare fremheve enerne, de “flinke” barna, men at også alminnelige barn skulle få slippe til. Dette var en ny tendens som begynte å bli synlig i programmene, det at alle skulle få muligheten til å vise seg fram, uavhengig av musikalitet eller skolekarakterer. *Lefsa* fortsatte sin programvirksomhet helt frem til sommeren 1977.

På nyåret i 1979 sendte NRK første del i et magasinprogram for ungdom, kalt *Halvsju*. Dette programmet videreførte mye av tradisjonen fra *Lefsa*, men det var også kommet en del nye elementer til. Programmet handlet fortsatt om barn og unges hverdagsliv rundt omkring i Norge, og det ble lagt stor vekt på å fokusere på barn og unge i hele Norge, og ikke bare i Osloområdet. Programmene ble vekselvis produsert i Oslo, Bergen og Tromsø. Ett av de nye elementene var en dramadel som fulgte etter en 25 minutters magasindel. Disse dramaseriene var i stor grad egne NRK produksjoner, som for eksempel serien om Brødrene Dal og flere serier om Pelle Parafins Bøljeband. Konseptet med en magasindel og en dramadel var hentet fra *Lørdagsbarnetimen* i radio, som hadde hatt dette innholdet i mange tiår (Hake 2006:88). Selv om *Halvsju*-redaksjonen la stor vekt på å lage et program på barns egne premisser, valgte de å ikke ta i bruk barn som programledere. Dette skjedde først da *Midt i smørøyet* overtok sendetiden etter *Halvsju* i 1988. Konseptet minnet mye om *Halvsju*, men en vesentlig forskjell var at *Midt i smørøyet* brukte barn som programledere, sammen med en voksen. Som i *Halvsju* tok også *Midt i smørøyet* opp forskjellige temaer som opptok barn og unge, enten det var forelskelse, penger, sjalusi, religion, skole og fritidstilbud med mer.

Det at det var barna selv som var programledere hadde aldri før skjedd i NRK, og kan ses som en forlengelse av den økte oppmerksomheten rundt barn og deres rettigheter som individer, som fulgte i kjølvannet av FNs internasjonale barneår i 1979. Barna ble viktige aktører, og deres stemmer ble hørt mer enn det som var vanlig tidligere. Det ble også lagt stor vekt på å

vise det flerkulturelle Norge, og barn med annen etnisk bakgrunn enn norsk ble også brukt som programledere. Selv om det ble lagt stor vekt på at det var barna som skulle være hovedaktørene, og at det skulle fokuseres på mangfold, var allikevel tendensen fortsatt at det var de flinke barna som fikk slippe til. En av grunnene til dette, var at det er en forutsetning når du har barn som programledere at de takler å være foran kamera, og at de er i stand til å ta instruksjoner fra regissøren.

Når det gjaldt seriedelen satset NRK fortsatt på egenproduserte serier, og *Borgen skole*, og *Frida* er eksempler på serier som har blitt stående igjen som klassikere når det gjelder dramaserier for unge i Norge.

Da *Midt i smørøyet* hadde sin siste sending i år 2000 var det et nytt magasinprogram som tok over sendeflaten på lørdagskvelden. Programmet het *Reser*, og nå gikk NRK tilbake til idealene fra tidligere og brukte voksne programledere. De gikk også tilbake til fokuset på distriktene, og i *Reser* reiste programlederne rundt i en studiobuss og møtte ungdommene i deres eget miljø. Temaene var fortsatt ting barn og unge er opptatt av, og hver episode ble avsluttet med et avsnitt av en dramaserie. Mange av dramaseriene var NRK-produksjoner, gjerne i samproduksjon med de andre nordiske allmennkringkasterne. Så selv om programmene har byttet navn og profil, er mye av konseptet de samme som det har vært siden tidlig på 1980 tallet.

1.4. Dagens tv-tilbud

1.4.1. Innledning til kapittel 1.4.

1 desember 2007 åpnet NRK sin første rene barnekanal, NRK Super. Etter flere års planlegging var drømmen om en egen kanal bare for barn endelig blitt en realitet, og NRK hadde endelig et eget kanaltilbud for de yngste seerne sine. Opprettelsen av kanalen var et rent mottrekk til kommersielle barnekanaler som Disney Channel, Cartoon Network, som de siste årene har spist seg inn på NRKs markedsandeler blant barn i aldersgruppen 2-12 år (Hagen og Wold 2009). Med opprettelsen av en egen barnekanal har NRK fått en mulighet til å holde på barna som seere over en lengre periode av dagen, og unngå at de velger de kommersielle kanalene når det ikke er et barne-tv tilbud på en av NRKs kanaler. I desember 2008 gikk NRK Super forbi Disney Channel i markedsandel for seere mellom 2 og 11 år (NRKs årsrapport 2008:12). Dette underbygger teorien til ledelsen i NRK om barna vil velge NRK fremfor kommersielle kringkastere, så lenge de har et tilbud (Intervju med Kalle Fürst). NRK selv sier at “Mangfold, relevans og stor egenproduksjon er viktige årsaker til kanalens suksess” (NRKs årsrapport 2008:12).

Dagens barne-tv tilbud er stort og variert, og med opprettelsen av NRK Super har nå NRK et tilbud til barna i overkant av 12 av døgnetts 24 timer på en ordinær ukedag (<http://www.nrk.no/tv/>). Ledelsen i NRK har ikke lagt skjul på at NRK Super ble opprettet for å møte den økende konkurransen fra de kommersielle kanalene, og for å få de unge seerne tilbake til NRK igjen, ved å gi dem et tilbud til tider på døgnet hvor det tidligere ikke var sendinger for barn på noen av NRK sine kanaler (www.aftenbladet.no). Med så mange flere timer sendetid å fylle ble det en umulighet å utelukkende sende egenproduserte serier og programmer, og løsningen ble derfor å kjøpe inn utenlandske serier. Flere av disse seriene blir produsert av kanaler som NRK ser på som sine konkurrenter, som for eksempel serien *Hannah Montana* (Disney Channel 2006- NRK Super 2008-) som er produsert av Disney Channel.

Enkelte kritikere hevder at kanalens antall sendetimer går utover kvaliteten på de programmene som sendes, og at de fyller opp sendetiden for enhver pris. Denne kritikken blir tilbakevist av ledelsen i NRK, som argumenterte med at NRK er et bedre tilbud for de yngste enn de andre kommersielle kanalene, siden de slipper all reklamen og produktplasseringen når de ser på NRK.

1.4.2. Programtyper

NRK har i dag et bredt spekter av forskjellige programmer som er tilpasset de forskjellige aldersgruppene, alt fra tegnefilmer, dukkeserier, animasjoner og store påkostede produksjoner med "levende" mennesker. Det har helt siden starten i 1960 vært en målsetting innad i Barne- og ungdomsavdelingen (heretter kalt BUA) å speile norske barns hverdag, og at seerne skal kunne kjenne seg igjen i programmene. Dermed har det vært tidvis store konflikter innad i avdelingen om hvilke programmer som skulle kjøpes, og ikke minst hvilke program man skulle produsere. Det var periodevis sterke konflikter blant annet rundt produksjonen av programmet *Sesam Stasjon*, opprinnelig et amerikansk barne-tv konsept, som ble kjøpt inn og produsert i en egen norsk utgave av NRK på begynnelsen av 1990-tallet. Innad i BUA var det tidvis store uenigheter om hvorvidt det var riktig av NRK å lage barneprogrammer med dukker i hovedrollene, eller om det heller burde satses på nyskrevne norske serier. Blant andre Kalle Fürst, som var programsjef for avdelingen i perioden 1994-2007 mente det ble feil av NRK å produsere serier hvor det var dukker i hovedrollene. En av hovedårsakene til dette er at dukkeserier oftere lar seg tilpasse norske forhold, da disse seriene gjerne foregår i fantasiunivers, og dermed kommer de ikke så lett i konflikt med forskjeller mellom forskjellige samfunn og kulturer som det en dramaserie kan gjøre. Skulle NRK sende dukkeprogrammer kunne de like gjerne kjøpe inn disse fra utlandet og dubbe dem til norsk, og heller bruke penger på å lage egenproduserte serier med norske barn i hovedrollene (Intervju 2:1). Det er allikevel ikke til å komme unna at en del av de NRK-produserte dukkeprogrammene har blitt veldig populære, og mange barn har i dag et nært og personlig forhold til gjengen fra *Kometkameratene* (NRK1 og NRK Super 2008), *Fantorangen* og *Kuraffen*. For de litt større barna derimot er det seriene med jevnaldrende barn i hovedrollene som har fått mest oppmerksomhet, de siste årene. Serier som *Johnny og Johanna*, *Thomas P*, *Gutta boys* og ikke minst *AF1* er eksempler på norske dramaproduksjoner som er sendt på NRK de siste årene. Dette er nyskrevne serier for barn i aldersgruppen 8-12 år, og et av målene er at barn og unge skal kunne kjenne seg igjen serien, og identifisere seg med karakterene.

1.4.3. Nye programmer

Opprettelsen av NRK Super har ført til en strøm av nye programmer, og kanalen har åpnet opp for mulighetene til å prøve ut nye konsepter som muligens ikke hadde sett dagens lys om det bare var de allerede eksisterende NRK-kanalene som var til rådighet. Fra 4 januar 2010 ble alt av barneprogram på hverdager flyttet fra NRK 1 over til NRK Super. Også den

tradisjonelle Barne-tv kl 18.00 er nå utelukkende å finne på Super på hverdager. Dermed har NRK samlet alle barneprogrammene sine på en kanal, og har med dette gjort det mulig for barn å kunne se barneprogrammer fra tidlig på morgenen til sent på ettermiddagen/kvelden.

Med de mulighetene NRK Super har åpnet opp for, har også NRK kunnet lage mange nye programkonsepter, og har fått muligheten til å sende programmer for barn på tidspunkt av døgnet hvor det på NRK 1 sendes andre programmer. Mediehverdagen ser nå så annerledes ut, at det i et vanlig norsk hjem uansett er flere enn ett fjernsynsapparat, og dermed også muligheter for flere i familien til å se på forskjellige programmer til samme tid. Barn har etter hvert også fått stor forbrukermakt i hjemmet, både når det gjelder pengebruk og medievaner. Alt fra leker, klær, teknisk utstyr, ja til og med matinnkjøp har de unge ofte kontroll over i hjemmet i dag.

1.4.4. Kommersielle interesser

Dette gjør barn og unge til en attraktiv målgruppe for annonsører og selskaper med kommersielle interesser, og stadig flere programmer på de store kommersielle kanalene blir rene reklamespotter for kommersielle salgbare produkter. I sin bok “Barndom under lupen” (2006) nevner Vebjørng Tingstad at kommersielt barne-tv tradisjonelt har vært dominert av fire hovedmodeller:

- 1) Merchandising: Regissøren skaper historien og miljøet rundt. Blir det populært kan det føre til spin off-produkter
- 2) Lånte historier: Utgangspunkt i allerede eksisterende bøker, tegneserier og lignende.
- 3) Sponsorering: Annonsører kjøper seg inn i programmer, og stiller krav til at deres produkt skal synliggjøres i eller i tilknytning til programmene.
- 4) Totalreklame: En form for lisensproduksjon der hele programproduksjonen baseres på produkter som et firma selger.

Der de internasjonale barnekanalene stort sett kan dekkes inn av alle de fire kategoriene, har NRK tradisjonelt holdt seg til den første kategorien når det gjelder deres egenproduserte programmer. I tilknytning til rene NRK-produksjoner er det stort sett produkter som bygger på samme univers som presenteres i serien, og de produktene som lages blir sjelden vist eller promotert eksplisitt i seriene. Det hender derimot at NRK kjøper inne serier som er laget av større kommersielle selskaper, hvor programmene kan knyttes tettere opp mot de andre kategoriene. En serie med totalreklame (punkt 4) vil ikke bli sendt på NRK, men serier som i

utgangspunktet bygger på allerede eksisterende historier er ikke uvanlig. Det finnes også eksempler på NRK-produserte programmer som tar utgangspunkt i et allerede eksisterende univers av karakterer, som blir overført til fjernsynet. Serier fra Disneykonsernet har alltid hatt en sterk posisjon blant norske barn, og spesielt etter at de startet opp egne kanaler som utelukkende viser Disneyproduksjoner. Det er i hovedsak disse kanalene NRK konkurrerer mot, og selv etter opprettelsen av Super er det i hovedsak TV2, TVNorge og de andre NRK-kanalene som mister markedsandeler i aldersgruppen 2-11 år (Hagen og Wold 2009:65). Allikevel er det fortsatt NRK den største samlede markedsandelen med 34,4 %, mens Disney-kanalene ligger like bak med 28,6 % (Hagen og Wold 2009:64).

1.4.5. Lisensprodukter

Der NRKs lisensprodukter tidligere stort sett besto av plater med musikk fra serien, eller bøker basert på karakterene fra et populært tv-program er det nå et nærmest ubegrenset utbud av sengetøy, viskelær, dataspill, nøkkelsnorer, matbokser og drikkeflasker, med motiv fra seriene. Det lages egne kleskolleksjoner, parfyme og sminke, og hovedpersonene i de mest populære seriene blir kjendiser på lik linje med filmstjerner og popartister. Meningene er delte om hvorvidt det er riktig av en allmennkringkaster å tilby så mange lisensprodukter i forbindelse med barneprogrammene sine (Hake 2006). Etter opprettelsen av NRK Aktivum i 1997, som er et heleid datterselskap til NRK, har også antallet produkter tilknyttet NRK sine egne programmer økt voldsomt i omfang. NRK Aktivum ble opprettet for å ta hånd om den kommersielle virksomheten til NRK, og jobber i dag med å utvikle, selge og distribuere NRKs produkter, tjenester og rettigheter basert på NRKs programproduksjon og merkevarer (nrkaktivum.no). Etter dette har antallet lisensprodukter tilknyttet NRKs programmer og produksjoner økt kraftig, og på Marienlyst er det åpnet en egen NRK-butikk, som kun selger lisensprodukter fra NRK, enten det er lydbøker fra Radioteatret, DVDer med gamle serier, eller puslespill med motiv fra Barne-tv.

1.4.6. Publikumsdeltakelse

Den teknologiske utviklingen har eskalert med en enorm fart de siste årene, og dette har åpnet opp for nye muligheter når det gjelder programutvikling og muligheten for seerdeltakelse. Internett og mobiltelefoner har gjort det mulig for seerne der hjemme å engasjere seg i programmer på en helt annen måte enn før, og det har gitt programskaperne mulighet til å få trofaste seere, ved å gi dem muligheten til å stemme frem sine favoritter, legge ut

ekstramateriale internett, enten det er spill, filmsnutter som ikke ble vist på tv, eller programledernes blogger Dette fenomenet gjelder ikke bare de kommersielle kanalene, også NRK har en godt utbygd nettside for de yngste seerne sine, hvor de kan gå inn og lese mer om programmet, spille spill eller melde seg på til å være med i konkurranser.

Mange av programmene i dag baserer seg i stor grad på publikumsdeltakelse, både som deltakere i selve programmet, og som aktive seere som skal engasjere seg fra sofakroken ved hjelp av telefonen og/eller internett. Konsepter som befinner seg på flere medieplattformer, hvor utviklingen går enten den ene eller den andre veien finner i større og større grad veien til fjernsynsskjermen og NRKs barneprogrammer. Fiktive univers som seerne kan bli kjent med gjennom internettsidene finner veien til tv-skjermen, og omvendt.

Mange har vært kritiske til denne typen programmer, som nå i større og større grad henvender seg til de minste seerne. Spesielt den typen programmer som oppfordrer til å sende inn stemmer via sms har fått mye oppmerksomhet, og enkelte mener det er kritikkverdig at en allmennkringkaster som NRK utnytter barns hengivenhet ovenfor sine forbilder til å tjene penger på stemmer sendt inn via sms. Særlig et program som Melodi grand prix junior har fått mye negativ oppmerksomhet fra forskjellige andre medier som en følge av det enorme antallet stemmer sendt inn på sms under fjorårets norske finale. Der spørsmålet tidligere var om barn skulle få mobiltelefon eller ikke er spørsmålet nå om når de skal få den. Undersøkelser viser at av norske 9-12-åringer har hele 91 % egen mobiltelefon (Hagen og Wold 2009:111). Dette har åpnet opp nye muligheter for hva slags programkonsepter man kan tilby denne aldersgruppen, sett i forhold til hvordan det var for bare et tiår siden. Ved å lage programkonsepter hvor barna kan gå inn på internett og lese mer om hovedpersonene, bestille skjermsparer til pcen, og gi dem muligheten til å komme med tilbakemeldinger til programlederne, skaper man seere som velger å være trofaste mot NRK og programmene, og ta med seg seervanene videre i livet.

1.4.7. Melodi grand prix junior

Et av de programmene som har fått mest oppmerksomhet de siste årene er Melodi grand prix junior. Programmet startet som en felles nordisk konkurranse i 2002, og i 2003 ble prosjektet adoptert av EBU, og gjort til et europeisk show. I 2005 valgte NRK å trekke seg fra dette samarbeidet, med den begrunnelsen at de ikke likte den kommersielle retningen utviklingen av programmet hadde tatt. I stedet valgte NRK å inngå et samarbeid med Sveriges television og Danmarks Radio, og etter hvert også YLE i Finland (Intervju 1 og 2).

Selve konseptet går ut på at alle barn og unge kan melde seg på, kravene er at de er under 16 år, og at de har skrevet sangen sin selv. Konseptet har vært veldig populært hos publikum fra starten, og den mestselgende kvinnelige artisten i Norge i 2008 er tidligere Mgp jr. vinner Malin Reitan. Det var allikevel et markant skille i både seertall og avisomtale etter finalen i 2008, hvor de norske vinnerne The black sheeps opplevde en utrolig suksess, og ble A-listet blant annet på P3. Dette ga seg utslag i et rekordhøyt antall påmeldinger til programmet, og der det i 2008 ble sendt inn om lag 500 bidrag kom det i 2009 over 1000 bidrag (Intervju 1:1). Selve finalistene blir plukket ut av en jury, bestående av folk fra NRK, plateselskaper, og lignende. De ti beste får være med i det direktesendte showet fra Oslo Spektrum, og der er det seerne hjemme som stemmer frem en vinner. De to beste går videre til den felles nordiske finalen, hvor seerne i hele Norden stemmer frem sin favoritt (Intervju 1 og 2). Som tidligere nevnt er det ikke bare positiv omtale som har fulgt i kjølvannet av dette programmet, og blant andre tidligere Grand prix kommentator i NRK, Jostein Pedersen har gått hardt ut og kritisert konseptet. I en kronikk i VG 17.januar 2009 retter han kraftig kritikk mot NRK for det han mener er kynisk utnyttning av barn i kommersielt øyemed (www.vg.no). I sterke ordelag ber han NRK om å legge ned hele programmet, og sier at barn ikke hører hjemme i showbiz. Denne kronikken kan sies å høre til på ytterkanten av den kritikken NRK har fått for programmet, og flere respekterte og etablerte musikkjournalister i Norge har omtalt både konseptet, og ikke minst tidligere nevnte Black Sheeps i positive vendinger.

1.4.8. Supernytt

To år etter opprettelsen av NRK Super tok tv-tilbudet for barn nok en ny vending, da NRK fra januar 2010 startet med egne nyhetssendinger for barn. Denne satsingen markerte et skille i norsk barne-tv historie, da det er første gang det blir laget regelmessige nyhetssendinger for barn. Det har vært gjort enkelte forsøk tidligere, med nyhetssendinger spesielt for barn, men ikke i samme skala som nå. Satsingen kalles Supernytt, og er en nyhetssending som tar for seg aktuelle nyhetssaker og presenterer dem på en måte som er spesielt tilrettelagt for barn og unge. Målgruppen deres er barn mellom 8 og 12 år, med fokus på 11-åringene. Mange barn, gjerne helt ned i småskolealder, ser på nyheter og det er heller ikke til å unngå at de får med seg overskriftene på forsiden av avisene hvis det er store saker eller katastrofer som inntreffer. Supernytt er et program som tar sikte på å presenterer nyhetssaker på en måte som gjør barna klar over hva som skjer, samtidig som de vil unngå å virke skremmende på barna. Store overskrifter om krig, nød, sult og katastrofer kan ofte være skremmende for små barn, og mange blir redde når de hører om ting som har skjedd i helt andre deler av verden. Det kan

både være aktuelle saker i mediebildet som blir bearbeidet og presentert på en “barnevennlig” måte, og det kan være saker som omhandler barn og deres situasjon i dagens samfunn. Hovedtanken bak Supernytt er at barna skal ha et eget program som tar for seg aktuelle saker og presenterer nyheter som på Dagsrevyen kan virke skremmende. Programmet skal gi kunnskap, og forklare og sette ting i en sammenheng. I tillegg legger ikke NRK skjul på at dette også er en måte å få barna interessert i nyheter på, å kapre morgendagens nyhetsbrukere (Intervju 3). Tilbakemeldingene både fra barn og voksne har nesten utelukkende vært positive, og mange har fortalt at Supernytt er et etterlengtet supplement til Dagsrevysendingene. Det er også flere lærere i barneskolen som har fortalt at de bruker Supernyttsendingene aktivt i undervisningen, og tar utgangspunkt i reportasjene for å få i gang en diskusjon om aktuelle hendelser med barna. Derfor legges også sendingene ut på nettsidene til NRK, sånn at de er tilgjengelige for de som ikke har mulighet til å se dem når de sendes på tv.

1.4.9. Utvidet sendeflate

Uten den utvidede sendeflaten for barneprogrammer som opprettelsen av NRK Super bidro til er det lite sannsynlig at Supernytt ville blitt en realitet, i hvert fall som et tv-program, og ikke bare en nettbasert nyhetssending.

Dette er en direkte følge av den utvidede sendeflaten NRK har til rådighet, som har åpnet opp for betraktelig flere timers sendetid enn før 2007. Som en følge av omlegging av sendeskjemaet har NRK nå valgt å utelukkende sende Barne-tv på NRK Super, og ikke på NRK1 i tillegg, slik det har vært gjort i perioden 2007 til og med 2009. Dette har ikke blitt tatt i mot med udelt begeistring i mediene og ellers i de tusen hjem, og mange, både forskere og foreldre, har uttrykt bekymring over det faktum at det nå ikke vil være en selvfølge for mange foreldre å se på Barne-tv sammen med barna sine, men at denne aktiviteten nå vil forflyttes inn på barnerommene eller ned i kjellerstuene, mens foreldrene ser på “voksenprogrammet” som har tatt over sendeflaten til Barne-tv på NRK1.

En egen kanal for barna åpner også for en større grad av frihet til å forandre på programoppsett, utvide programmer, og eventuelt legge ned programmer som ikke fungerer. Da Supernytt så at de trengte 8 minutter i stedet for 7 minutter som var utgangspunktet i starten tok det ikke lang tid før dette var gjennomført. Strukturen i NRK Super er også lagt opp på en annen måte enn i resten av NRK. Vanligvis er det Kringkaster som bestiller programmer av de forskjellige avdelingene, og deler ut penger deretter, mens i NRK Super får

de en fast sum med penger som de disponerer selv. Dette gir store muligheter til å forandre på programmer og sendeflater, og at det kan skje fort (Intervju 3)

1.4.10. Disneyprogrammer

Med den økte andelen av innkjøpte serier og programmer synker også andelen programmer tilpasset norske forhold, og som speiler det norske samfunnet. Dette kan også ses på som en konsekvens av den økende globaliseringen, som igjen er en konsekvens av den teknologiske utviklingen. Barn og unge har i dag muligheten til å få “hele” verden inn i stua ved et enkelt tastetrykk, og dermed er ikke lenger fjernsynet eneste leverandør av informasjon om andre deler av verden enn vår egen. Når det er sagt er det stort sett programmer som er laget i “vestlige” land, og dermed i kulturer som ligner svært på vår egen. Paradoksalt nok er også flere av programmene som sendes på NRK Super programmer som er laget av Disney channel, det som i utgangspunktet var en av NRKs uttalte grunner for å starte opp NRK Super. Om dette kan sies å være en forbedring eller ikke skal jeg ikke diskutere her, men argumentet med at Super er en kanal som skal gi barna et alternativ til Disney faller jo unektelig bort i denne sammenhengen her. Selv om seertallene viser at Disneyproduksjoner er veldig populære er det allikevel ikke et gyldig argument, da de i utgangspunktet argumenterte stikk motsatt, og mente at barna trengte å få et annet tilbud, fordi deres valg om å se på Disneychannel handlet mer om mangel på programtilbud fra NRK, enn om at de fortrekker programmene på de mer kommersielle kanalene.

Kapitel 2 Teorier og perspektiver på barndom

2.1. Barn som kompetente mediebrukere

2.1.1. Innledning til kapittel 2.1.

Helt siden introduksjonen av fjernsynet i Norge har foreldre, forskere, politikere og journalister bekymret seg for hvordan påvirkningen fra fjernsynet vil arte seg. Bekymringene dreide seg blant annet om fjernsynets inntog ville føre til et for høyt tv-konsum blant barna, og at dette igjen skulle føre til en passivisering av barndommen (Østbye i Østbye og Gentikow 1999:127). Disse bekymringene finner vi igjen hos medieforskere utover på både 70- og 80-tallet. Fokuset på at fjernsynet tok tid vekk fra leken voldte stor bekymring, "...fjernsyn og video tar tid *fra* leken." (Fougner og Søbstad 1986:137). Bekymringen var stor for om fjernsyn og ikke minst videoseing kom til å ta over for de tradisjonelle barnelekene, og være årsak til at de blir utryddet (Fougner og Søbstad 1986:139). Etter hvert ble flere forskere fokusert på de positive innvirkningene både fjernsyn og ikke minst den nye datateknologien kunne ha på barna. Den amerikanske forskeren Seymour Papert var allerede på 1960-tallet opptatt av hvordan den nye datateknologien hadde unike muligheter som kunne brukes til læring (Tingstad 2006:75), og denne oppfatningen har bare bredt om seg etter hvert som årene har gått. I dagens samfunn er det nærmest forventet at barn skal være minst like flinke, om ikke flinkere, enn sine foreldre til å håndtere ny teknologi. 2000-tallets barnegenerasjon er smarte, innovative og de kan fikse alt. Det er allikevel flere forskere, blant dem David Buckingham, som maner til forsiktighet med å utelukkende se på barn som aktive og kompetente publikummere. Faren ved dette er at man kan komme i skade for å se på barn som mer kompetente enn det de egentlig er (Tingstad 2006:70). Dette viser at det har vært, og fortsatt er, uenigheter blant fagfolk når det gjelder medienes påvirkning på barn, og hvordan barn takler den nye mediehverdagen.

2.1.2. Tre perspektiver på barndom

Vebjørng Tingstad skriver i sin bok "Barndom under lupen" (2006:54-56) om ulike måter å posisjonere barndom på, som grovt sett kan deles inn i tre perspektiver:

- 1) Som kontrollert av voksne
- 2) Som truet av voksne
- 3) Som ansvarliggjort i forhold til å korrigere de voksne

Disse tre perspektivene kan sies på hver sin måte å representere forskjellige synspunkter NRK har hatt på barn og barndom de siste 50 årene, og de kan også være med på å belyse utviklingen av hvordan offentligheten ser på barn som kompetente brukere av et medium. I tillegg kan de også brukes for å se på hvordan forskere også i dag representerer forskjellige synspunkter på barndom og mediebruk.

Det første perspektivet, barndom som kontrollert av voksne, representerer hvordan barneprogrammene til NRK de første årene bar preg av å skulle kontrollere hva barna fikk se på fjernsynet. Barn ble ansett for å være ekstremt følsomme for sanseintrykk, og de burde derfor skånes fra de mest anmassende tv-programmene med mye lyder, lys og klipping (Bakøy 2002:90). I starten fokuserte man på å beskytte barn mot offentligheten, det ble også satt spørsmålsteget ved om barn ønsket å se andre barn på tv (Bakøy 2002:92). Det var de voksne som satt med fasiten på hva som var den gode barndommen, og på hva barna skulle

På 1960-tallet så man på barn som sårbare, og som individer som måtte beskyttes fra emosjonell og fysisk smerte (Hake 2006:39). Dette synet preget i stor grad i BUA også, og derfor var programmene for de minste barna forholdsvis snille. Det var koselige historier uten for mange skremmende elementer, og det var ofte personer barna kjente gjennom barnetimen i radio som var hovedpersonene. Ett av unntakene var serien om *Pompe og Pilt* (NRK 1969). Denne skumle dukkeserien ble da også gjenstand for diskusjoner om dette virkelig var en serie som egnet seg som underholdning for små barn, eller om det ble for skummelt. Serien bryter med programtenkningen som ellers var gjeldene. Serien formidler ikke et barneperspektiv på ting, har ikke et innhold som samsvarer med datidens barnehagepedagogikk, og speiler ikke en idyllisk barneverden som skjærer de små seerne. Det var også en av grunnene til at Lauritz Johnson valgte å ikke sende serien om *Pompe og Pilt* i reprise, først flere år senere dukket serien opp på nytt i sendeskjemaet til NRK (Hake 2006:45). *Pompe og Pilt* må allikevel kunne sies å tilhøre unntakene på denne tiden, og lignende tendenser dukket ikke opp for over ti år senere, når synet på barn hadde forandret seg.

Utover på 1970-tallet skjedde det en gradvis endring i synet på barndom i allmennheten, og også på hvordan barna ble portrettert i barneprogrammene på NRK. Likstillingstanken som for alvor hadde inntatt deler av det norske samfunnet hadde også begynt å gjøre seg gjeldende når det gjaldt barn. Barnekultur kom bedre frem på den offentlige agendaen, blant annet ved en stor konferanse om barn og kultur som ble avholdt i regi av Norsk kulturråd i 1975 (Bakøy 2002:237). Selv om tendensene fra 1960-tallet fortsatt

preget barneprogrammene, skjedde det etter hvert en dreining innad i NRKs barne- og ungdomsavdeling. I 1974 tok Rolf Riktor over som leder av BUA, og under hans ledelse var målet at NRK skulle bli et talerør eller en megafon for barnas egne stemmer. Barnas meninger skulle bli hørt (Bakøy 2002:247). Der tidligere sjef for BUA Lauritz Johnson hadde betraktet seerne som små individer som trengte omsorg og beskyttelse for senere å kunne bli ansvarlig voksne, mente Riktor at barna var en marginalisert samfunnsgruppe som ikke fikk innfridd sine sosiale rettigheter her og nå (Bakøy 2002:274). Dette synet ble også reflektert i de barneprogrammene som ble laget, og man begynte å utforske og problematisere barns hverdagsliv i større grad enn det som ble gjort på 1960-tallet. *“Hjemmet ble ikke lenger betraktet som en kilde til trygghet og personlig velvære. Dette bidro til at forestillingen om barndommen som lykkeland også falt sammen.”* (Bakøy 2002:253). Barndommen begynte å bli truet av de voksne og deres oppførsel, de voksne var i ferd med å ødelegge for den oppvoksende generasjonen. Denne perioden kan da ses i lys av Tingstads punkt nummer to, om barndommen som truet av voksne.

I fjernsynets barndom her i Norge var det stor bekymring for hvordan det nye mediet ville påvirke barna, og hva dette ville gjøre med barndommen. Etter 50 år med fjernsynssendinger i Norge har skepsisen til tv som medium avtatt noe, og etter hvert blitt overtatt av en skepsis mot nye medier. Fjernsynet har nå blitt en så selvsagt del av hverdagen for de aller fleste, og i tillegg er dagens foreldregenerasjon vokst opp med tv som et naturlig del av deres egen barndom. Derfor er det et paradoks at skepsisen til nye medier som pc, mobiltelefoner og internett, og deres påvirkning på barn øker, samtidig som barn i større og større grad blir tillagt egenskaper som kompetente mediebrukere. Dette kan tyde på at foreldre/voksne erkjenner barnas kompetanse som brukere av et medium, samtidig som de fortsatt ikke er fortrolige med at barn også greier å tolke og gjennomskue de medieinntrykkene de utsettes for. Dette kan skyldes voksnes tendens til å definere hva som er en god barndom ut i fra sine egne opplevelser av barndom, og deretter automatisk gå ut i fra at det er det som er riktig for barn i dag også, uten å ta hensyn til at forandringen i samfunnet siden deres egen barndom gjør at denne sammenlikningen ikke automatisk er gyldig. I denne sammenhengen blir det naturlig å trekke inn det tredje punktet til Tingstad: Barn som ansvarliggjort i forhold til å korrigere de voksne. Siden barn i dag gjerne blir sett på som mer kompetente mediebrukere enn det foreldrene deres er legger dette også et mye større ansvar over på barna, til hvilken kompetanse de forventes å inneha på områder som berører mediebruk

2.1.3. Barnekultur

I takt med det økende fokuset på barnekultur og barns rettigheter utover 1970- og 1980-tallet skjedde det også endringer i synet på barn som mediebrukere. Der en del forskere og pedagoger tidligere hadde vært fokusert på mediens skadevirkninger på barna, og hvordan de kunne beskyttes mot disse, ble det nå en dreining i retning av et syn på barn som tilsa at de nå var blitt mer kompetente deltakere, og brukere av de mediene som tidligere hadde vært forbeholdt voksne aktører. Barna skulle tas på alvor, og dermed var NRK nødt til å forandre programprofilene sine, og la barna få slippe til på skjermen også, og la deres sak bli hørt. Særlig hadde barneåret 1979 stor innvirkning på hvordan man oppfattet barn og barnkultur, og det ble et større fokus på barn som egen individer, og ikke bare en del av en større gruppe. At barn trenger egne rettigheter, og beskyttelse i spesielle situasjoner, samtidig som deres meninger fortjener å bli hørt, ble en medvirkende årsak til at synet på hvor kompetente mediebrukere barn og unge var forandret seg utover 1980-tallet.

2.1.4. Kompetanse

Vebjørng Tingstad ser i sin bok “Barndom under lupen” på hvordan barn nå har blitt kompetente mediebrukere (Tingstad 2006), og ikke lenger bare er passive mottakere av det budskapet som sendes ut. De medieomgivelsene dagens barn møter er i stadig utvikling, og barn blir introdusert for nye medier i mye yngre alder enn det som var vanlig tidligere (Rapporten fra medianorge.no). Den drastiske nedgangen i pris for ny teknologi er med å bidra til den økningen vi ser i antallet “media goods”, og som et resultat av dette er det en økning i barn som har sin egen tv, videospiller, pc og andre tekniske innretninger (Livingstone 2002:121). Etter hvert som ny teknologi blir billigere blir den også mer tilgjengelig for det brede lag av befolkningen, og også for de yngste barna. Det gjør at barna blir stadig yngre når de får sin første mobiltelefon, eller når de får egen pc for første gang. Det har skjedd et skifte i den moderne husholdning når det gjelder hvem som eiere tv-apparatene og pcene. Tidligere var det vanlig at man hadde ett tv-apparat per husholdning, og dette sto plassert som et samlingspunkt i stuen, mens i dag blir det mer og mer vanlig med flere apparater, som blir sett på som individuelle eiendeler (Livingstone 2002:120). I dag er det de voksne som er usikre i bruken av de nye teknologiene, mens barna går foran som innovatører (Tingstad 2006:21). Barn er mindre skeptiske enn voksne til å prøve ut og ta i bruk nye medieplattformer, og er ofte mer uredde i sin bruk av ny teknologi.

Don Tapscott hevder i sin bok "Growing up digital" (Tapscott 1998) at for første gang i historien er barn mer komfortable med ny teknologi, og innehar større kunnskap på området, enn foreldregenerasjonen. Der det tradisjonelt er den voksne generasjonen som har innehatt ekspertisen på de aller fleste områdene mener Tapscott at det nå har skjedd en endring, og at dagens barn i større grad enn sine foreldre omfavner og tar i bruk ny teknologi. Denne retningen innen forskningen er ikke uten kontroverser, og flere forskere advarer mot å tillegge barn egenskaper som vi ikke nødvendigvis vet at de innehar.

At barn er raske med å plukke opp og ta i bruk nye teknologier gjør ikke nødvendigvis at de er mer kompetente brukere enn de voksne. Selv om deres nysgjerrighet gjør dem mer uredde og utprøvende i sin bruk av det tekniske utstyret betyr ikke det nødvendigvis at de har den erfaringen og forståelsen som behøves for å gjennomskue de prosessene som ligger bak all den informasjonen de nå blir eksponert for. Barn vil aldri kunne inneha de samme forutsetningene som en voksen person for å dekode alle inntrykkene de får gjennom mediene hver dag. Selv om fjernsynet er en gammel teknologi blir også innholdet her påvirket av de endringene som skjer ellers i det teknologiske landskapet. I et samfunn som i større og større grad kan betegnes som flermedialt/multimedialt, har alle de store norske tv-kanalene også et bredt tilbud på internett, og tar stadig i bruk ny teknologi for å kringkaste og formidle sitt programinnhold til publikum. Det er derfor vanskelig å skulle behandle fjernsyn som medium isolert, siden fjernsynskanalene nå henger såpass sammen med/er avhengig av andre medier for å kunne hevde seg i den stadig hardere kampen om seerne. Derfor er det en nødvendighet for NRK å ha egne nettsider spesielt beregnet for barn, hvor historiene og karakterene fra Barne-tv videreføres og presenteres i en større kontekst.

Der holdningen tidligere var at voksne vet hva som er best for barn, heter det nå at det er barn selv som vet hva som er best for barn. At barn skal tas på alvor høres stadig vekk brukt som argument når nye programkonsepter introduseres, selv om ikke disse alltid stemmer overens med de idealene foreldrene ønsker seg. Det er allikevel viktig å påpeke at det er en vesentlig forskjell på å ta barn på alvor, og det å gjøre barn til små eksperter på verden, med en oppdragende rolle overfor voksne (jf Tingstad 2006).

2.1.5. Kommersialisering

De senere årene har det blitt en stadig mer utbredt oppfatning at de som er unge i dag også er mer kompetente mediebrukere enn foreldregenerasjonen (Tingstad 2006), og denne oppfatningen er med på å bidra til at kommersielle krefter legitimerer mer direkte

markedsføring av produkter rettet mot barn. Når barna blir tillagt de egenskapene som garvede mediebrukere forventes å inneha (som for eksempel evnen til å se hva som er skjult reklame og produktplassering), kan dette bidra til å legitimere økt bruk av direkte og indirekte markedsføring rettet mot barn. I følge norsk lov er det ikke tillatt å bedrive markedsføring direkte rettet mot barn, og det er heller ikke tillatt med reklameinnslag i tilknytning til barneprogrammer (LOV 1992-12-04 nr 127: Lov om kringkasting § 3-1). Det finnes allikevel unntak fra disse reglene, siden disse kun gjelder kanaler som sender signalene fra norsk jord, og ikke utenlandske kanaler eller norske kanaler som sender fra utlandet. Dette åpner opp for at også yngre barn blir utsatt for reklame for leker, og andre produkter som er rettet seg spesielt inn mot denne aldersgruppen. Dessuten er det ikke bare gjennom ren reklame på tv barn blir utsatt for påvirkning til å kjøpe, også skjult reklame og produktplassering i programmene er med på å påvirke hvilke produkter barn ønsker å eie. Ofte er denne typen produkter rene statussymboler, både for barna og for foreldrene.

Barn har også fått større innflytelse over hva familiens penger skal brukes til de seneste årene (Tingstad 2006:91). Mange foreldre i dag føler at de gjennom barna viser hvor vellykkede de er, og at barna er blitt statussymboler, på lik linje med en fin bil, hus, hytte og båt. Dermed får barna også større makt over familiens pengebruk, og dette utnyttes i stor grad av de som lager tv-programmer for barn. Ikke bare av de store internasjonale selskapene, men også kringkastere som for eksempel NRK har de siste årene utvidet tilbudet sitt av lisensprodukter tilknyttet forskjellige barneprogrammer. Hvem har vel ikke sett *Blånisseluene* som nesten alle norske barn har gått rundt med de årene *Jul i Blåfjell* har gått som julekalender på NRK, eller Fantorangen kosedyr, matbokser og drikkeflasker med mer.

Det at barna i dag blir oppfattet som kompetente og bevisste forbrukere bidrar også til at de etter hvert får stor innvirkning på familiens pengebruk (Tingstad 2006). Dette vet de kommersielle aktørene å utnytte, og henvender seg derfor i større og større grad til barna i stedet for foreldrene. Enkelte hevder at barn har blitt et nytt statussymbol, og at det er blitt minst like viktig at barna har de rette merkeklærne og lekene som at de voksne har fint hus, bil osv... Det at barna nærmest har blitt et utstillingsvindu for foreldrene gjør at kommersielle aktører vet at det er et marked for produkter rettet mot barn, og at barn i dag er en relativt kjøpesterk gruppe.

Barna har blitt en kresen og selektiv målgruppe, som er vanskelige å tilfredsstille. Henry Jenkins beskriver i sin bok "Convergence culture" dagens ungdom som konsumenter det er vanskelig å tilfredsstille: *"One false move, and he will zap us. No longer a couch potato (if he*

ever was), he determine what, when and how he watches media” (Jenkins 2006:65). Ikke bare er barna kompetente brukere, de er også meget kresne brukere, og har ofte bestemte meninger om hva de vil og hva de ikke vil se allerede fra de er ganske små.

2.1.6. Ritualer

“En av mediens funksjoner er at de har betydning for vår dags- og ukerytme”. Dette utsagnet fra Fougner og Søbstad i boken *Medielære* fra 1986 beskriver hvordan våre daglige rutiner ofte er preget av mediebruk, da massemediene er forutsigbare og “..kan brukes som et rituelt mønster” (Fougner og Søbstad 1986:145). Å ha faste programmer til faste tidspunkter kan gi en stabilitet og trygghet i en ellers utrygg verden. Etter hvert ble også Barne-tv et fast holdepunkt, og en del av leggeritualet for mange barn (Fougner og Søbstad 1986:145). Dette fenomenet har ikke avtatt de senere årene, og seertall viser at NRK har meget høy seeroppslutning i forbindelse med Barne-tv kl 18.00, og faste sesongprogrammer som for eksempel *Julemorgen* (NRK 1/NRK Super 1997-) eller *Påskemorgen* (NRK 1) (Intervju 2).

Også for voksne er det gjerne klokkeslettet og ikke nødvendigvis tv-programmet som avgjør om vi ser på fjernsyn eller ikke. Enkelte forskere velger også å sammenlikne avhengighet av medier og ritualer rundt mediebruk med religion (Fougner og Søbstad 1986:146). Fjernsynet har blitt den nye husguden. Dette kan være en av forklaringene for de reaksjonene som kom da NRK valgte å forandre sendetidspunktet for et av de mest populære småbarnsprogrammene.

I januar 2010 preget en heftig diskusjon mye av mediebildet i Norge, etter at NRK valgte å endre sendetidspunktet for den meget populære tv-serien *Drømmehagen* (NRK Super 2010), en dukkeserie beregnet på et publikum i alderen 0-2 år. Småbarnsforeldre over hele landet var i harnisk over at en del av leggeritualet nå var tatt fra dem, og det gikk så langt at temaet ble tatt opp i Stortingets spørretime, og Kringkastingsrådet anbefalte at programmet skulle flyttes tilbake til det opprinnelige sendetidspunktet (www.aftenposten.no). Hovedargumentet for at programmet skulle flyttes tilbake til sin opprinnelige sendetid var at *Drømmehagen* er det eneste programmet NRK sender som er spesielt tilpasset aldersgruppen 0-2 år, og mange foreldre påpekte også at programmet hadde en nærmest hypnotisk effekt på de yngste barna som gjorde dem rolige, og ga foreldrene et sårt tiltrengt pusterom i en hektisk hverdag. I diverse nettfora og debatter påpekte flere foreldre at det var dette programmet barna deres ville se, og at de opplevde det som at barna gjenkjente de forskjellige karakterene fra seriene når programmet startet. Når andre programmer ble sendt mente flere av foreldrene at barna

viste lite eller ingen interesse for det som foregikk på skjermen, og at det derfor var en viktig del av leggeritualet rundt kveldsstellet som forsvant (ww.nrk.no)

2.1.7. Bekymringer/mediepanikk

Neil Postman uttrykte bekymring for at barndommen var i ferd med å forsvinne, fordi fjernsynet er med på å bryte ned skillelinjene barn og voksne. TV-mediet involverer barn i en verden de før har vært beskyttet fra, og gir dem innblikk i en voksen tilværelse de burde slippe å få oppleve ennå. At barn eksponeres for medieinntrykk beregnet på voksne er med på å bidra til at barndommen slik vi kjenner den forsvinner (Tingstad 2003:128(4)). Denne bekymringen for hva fjernsynet som medium kan føre med seg av bivirkninger kan ses på som en parallell til dagens skepsis til internett og pc, som stadig får næring gjennom oppslag i mediene. Historier om gamle griser som lokker unge jenter og gutter til å kle av seg foran web-kamera er en gjenganger i både aviser og nyhetssendinger (www.vg.no), og bidrar til å skape en skepsis blant foreldre til barns bruk av internett.

Denne skepsisen kan ses på som en utvidet variant av den mediepanikken som stort sett oppstår hver gang et nytt medium entrer banen. Både med kinofilmen, radio, tv, video og etter hvert pc og internett har forskere og andre vært skeptiske til hvordan disse nye teknologiene ville påvirke livene våre, og særlig bekymring har det vært rundt hvilke eventuelle skadevirkninger de har på barn og unge. Kirsten Drotner skriver i sin bok "Unge, medier og modernitet" (1999) :

"Hver gang et nytt medium viser sig på den sosiale scene, har det nemlig givet anledning til at diskutere, forholde sig til og måske justere grundlæggende træk ved eksisterende kulturelle og sosiale normer og relasjoner"

Hun beskriver videre hvordan mediepanikk arter seg forbausende likt i forskjellige land og til forskjellige tider, og at panikken ofte er forbausende ensartet. En mediepanikk kan i følge Drotner arte seg på følgende måte:

"mange voksne eksperter, fra pedagoger og psykologer til kulturkritikere og politikere, definerer det nye massemedium som et problem navnlig for børn og unge af sosial, psykologisk eller moralsk karakter (eller blanding af alle tre aspekter); andre voksne - der som oftest er i mindretall - forsvarer det nye medium. Begge grupper påtager sig rollen som problemløser." (Drotner 1999:34)

Det fantes også stemmer som var positive til nye mediers inntog, men disse var ofte i mindretall, og felles for begge gruppene var at de ofte snakket på vegne av andre grupper i samfunnet, enten det var barn og unge, eller laverestående arbeidere. I dag er disse bekymringene stort sett knyttet til hvilke virkninger de nye mediene kan ha på barn og unge.

Hun beskriver hvordan mediepanikk ikke nødvendigvis trenger å dreie seg om selve mediet, men ofte vel så mye om makt, og makt over motsetninger. “*Bøger og bilder oppfattes og diskuteres som modsætninger....*”

Innføringen av fjernsynet i Norge gikk heller ikke upåaktet hen, og det ble debattert i Stortinget om innføringen av fjernsynet virkelig var veien å gå. Det er imidlertid viktig å merke seg at de fleste som argumenterte mot innføringen av fjernsynet gjorde dette fordi de ville at radioen skulle få full dekning i Norge først, og en skepsis til om det i det hele tatt var mulig å overføre fjernsynsbilder direkte til sendestasjonene i Norge (Halse og Østbye 2003:127). Den 25 juni 1957 ble det stemt over forslaget i Stortinget, og som Halse og Østbye skriver var trolig “...motstandarane i debatten meir aktive enn tilhengarane, for ved avstemminga var det berre 24 som stemte mot forslaget om fjernsynsstart i 1960.” (Halse og Østbye 2003:132)”

Det er imidlertid viktig å understreke at det ikke er all skepsis til nye medier som kan kategoriseres som mediepanikk, og at det ikke nødvendigvis trenger å være et gode å ukritisk omfavne og hylle alle nye medier som dukker opp.

2.1.8. Mediepåvirkning

Et av de sentrale spørsmålene som har vært tatt opp når det gjelder barn og fjernsyn er hvorvidt fjernsynet stimulerer til lek og læring, eller om det virker passiviserende. Mye av bekymringen har vært fokusert på barns bruk av video, og video- og PC-spill. Det har særlig vært bekymring rundt hva slags virkning vold kan ha på barna. Det er flere forskjellige teorier rundt hvordan barn reagerer på mediert vold, og hvordan dette har innvirkning på deres atferd og holdning. Blant de forskerne som mener at medie vold skaper voldelig atferd er det tre forskjellige teorier om hvordan dette skjer (Schwebs og Østbye 1999:217). Den første kalles *læringsteorien*, og innebærer at vold i massemedia fører til at barn lærer aggressiv atferd. Dette kan føre til at de lærer seg når de skal benytte seg av vold, og hva konsekvensene av vold er. Disse virkningene kan komme straks eller på lang sikt.

Den neste teorien kalles *stimulanseteorien*, og går ut på at den som blir utsatt for vold i massemedia på kort sikt vil bli opphisset, og i denne fasen bli mer aggressiv og voldelig.

Eksponering for vold i massemedia kan føre til at terskelen for voldsbruk synker, eller at en allerede voldelig atferd intensiveres.

Den tredje teorien, *undertrykkings- og utløsningsteorien*, går ut på at voldseksponering i media kan endre terskelen for når en vil bruke vold. Eksponering kan også sende signaler om når vold er sosialt akseptert, selv om dette i mange av tilfellene er feilaktig.

Enkelte, meget få, forskningsresultater tyder på at eksponering for vold reduserer egen voldelig aktivitet. Teorien, kalt katharsis-teorien, hevder at eksponering for medievold gir utløp for enkelte voldelige tendenser, og derfor blir de som eksponeres for medievold mindre voldelige i det virkelige liv (Schwebs og Østbye 1999:217).

En siste teori hevder at det ikke finnes noen sammenheng mellom voldseksponering i media og egen voldsbruk i det hele tatt.

En som har forsket mye på dette er den svenske medieforskeren Cecilia von Feilitzen. Hun er en av dem som mener at barn og unge helt klart påvirkes negativt av høyt konsum av volds- og skrekkprogram, og har foretatt flere langvarige studier som underbygger denne påstanden. Allikevel erkjenner hun at det ikke bare er selve mediekonsumet som er opphavet til voldelig atferd. Barnets oppvekstmiljø, både i familien, men også det ytre sosiale miljøet har stor innvirkning på atferd og holdninger (Von Feilitzen 1993: 64). At det er en kombinasjonen av miljø og mediepåvirkning som er den mest sannsynlige forklaringen på voldsbruk, er den mest utbredte konklusjonen på flere undersøkelser og studier av barns mediebruk.

Problemene med voldelige innslag i barneprogram har i liten grad berørt NRK, men det er heller serier sendt på kanaler som TV3 og rene tegnefilmkanaler som har blitt kritisert. Dette er kommersielle kanaler som i tillegg ofte sender fra utlandet, og derfor ikke er underlagt samme lovverk som norske kanaler.

Ett av temaene som har vært mest diskutert rundt NRK og Barne-tv, har ikke vært spørsmålet om voldelige innslag, da BUA ettertrykkelig har tatt avstand fra å bruke vold som underholdning i barneprogram. Det som har vært et gjennomgående tema i diskusjonene rundt NRKs barneprogram er hvor mye barn tåler å høre/se om den "virkelige" verden. Da de faste tv-sendingene for barn begynte, var det mange, både foreldre, og fagfolk, særlig pedagoger, som var bekymret for hvordan fjernsynet ville påvirke barns lek og læring. Det ble allikevel lagt vekt på at det ikke skulle være "pekefingerlæring", men læring sammen med lek, og man søkte å stimulere barns fantasi (Bakøy 2002:131).

Det som allikevel bekymret foreldrene mest, var om fjernsynet ville drepe barns lyst til å leke. I den senere tid har flere undersøkelser konkludert med at det barn ser på tv er en

inspirasjon til hva og hvordan de leker, men at det ikke nødvendigvis går utover selve tiden brukt på lek. Fjernsynet kan derfor virke aktiviserende, og føre til lek etter at skjermen er skrudd av, noe som også var en av hovedverdiene i den første tiden med fjernsynssendinger. Selv om NRK alltid har vært bevisste på hvilket budskap de videreformidler til barna, har det de senere årene vært endel diskusjoner rundt Barne-tv og barneprogrammene som sendes på NRK. Et gjennomgående tema er hvor mye barn skal få vite om ting som foregår i verden utenfor Norge. Etter flodbølgekatastrofen i Asia romjulen 2004 ble dette tatt opp av barne-tv vertene, som forklarte barna hva som hadde skjedd. De forsøkte ikke å dekke over at det hadde skjedd noe forferdelig, men de forklarte det på en måte som barna skjønnte. I dagens mediasamfunn er det ikke til å unngå at barna får med seg ting som skjer rundt omkring i verden, men når nyhetene er laget for voksne er det ikke alltid at barna skjønner hva som foregår, og de blir ofte skremt av avisoverskrifter. At noen de kjenner fra skjermen forklarer dem hva som foregår ute i verden på en måte som barna kan forstå og med et enklere språk enn i nyhetssendingene for de voksne, kan være med å bidra til at barna ikke blir unødvendig skremt, nyhetene får de som oftest med seg uansett. Det kom allikevel enkelte negative reaksjoner fra foreldre som mente at barna ikke hadde godt av å høre dette, og at Barne-tv skal være et “fristed” for barna, og ikke gjøre dem skremte og lei seg. (Hake 2006)

2.2. Forandringer i synet på barndom

2.2.1. Innledning til kapitel 2.2.

Om man ønsker å vite noe om hvordan NRK ser på sine unge seere kan det være en fordel å ha dannet seg en oppfatning av det historiske bakteppet, og det synet på barndom som var dominerende da NRK startet opp med faste barne-tv sendinger.

For å forstå det synet på barndom som var det dominerende da NRK startet med barne-tv, er det nødvendig med en kort redegjørelse for de forskjellige synspunktene som hadde gjort seg gjeldende helt siden starten av 1900-tallet. I overgangen fra et industrielt samfunn basert på manuell arbeidskraft, til det vi tenker på som et moderne samfunn, har en del forestillinger om barndom, og synspunkter på hva det vil si å være barn forandret seg vesentlig (Hodne 2003, Tingstad 2006). I 1871 hadde 26 prosent av allmueskoleelevene lønnet arbeid, og for aldersgruppen tolv til fjorten år var det hele 70 prosent som var i arbeid (Hodne 2003:122). Om lag 25 prosent av dagens 15-19 åringer som er under utdanning har arbeid ved siden av skolen (www.ssb.no), men pengene de tjener her går stort sett til å dekke eget forbruk av for eksempel klær og sko, og ikke nødvendigvis til å hjelpe familien med å klare utgifter til mat og husleie.

2.2.2. Barndom som begrep

Sosialpsykologen Per Olav Tiller studerte fra 1960-tallet barndom med utgangspunkt i at det er en eksistensform, og ikke bare en forberedende livsfase (Tingstad 2006:52). Han mente at det var barna selv som måtte brukes som kilde til kunnskap om hva som er barndom, og ikke hva voksne mener er barndom. Dette var et relativt kontroversielt synspunkt på denne tiden, da det rådende synspunktet var at det var de voksne som visste hva som var det beste for barna. Dette har blitt en av de store skillelinjene innenfor barneforskning de senere årene, og står som de to sterkeste motpolene i diskusjoner rundt barn og barndom. I tidligere kapitler omtales dette skillet som forskjellen mellom å se på barn som ”beings” og ”becomings”.

Allikevel tok det noen år før det rådende synet i offentligheten ble at barndom hadde egenverdi i seg selv, og ikke bare var en forberedelsesfase til voksenlivet.

Journalist og forsker Soilikki Vettenranta skriver i sin bok ”De unge og katastrofenyheter” (2005) om barndom og ungdom som en forhandlingsprosess både innen vitenskapen og i den offentlige debatten. ”I definisjonen av de unge konstruerer de voksne barndomsbegrepet ut fra

sine egne intensjoner og formål” (Vettenranta 2005:31). Denne konstruksjonen av begrepet gjør at det også vil være forandringer i synet på barndommen

2.2.3. Grensen mellom barndom og ungdom

Grensen mellom barndom og ungdom er i dag ingen konstant enhet men er hele tiden vært i forandring. På begynnelsen av 1900-tallet var ikke engang ungdom regnet som en egen ”tilstand”, enten var man barn, eller så var man voksen (Hodne 2006). Konfirmasjonen ble lenge sett på som skillelinjen mellom når man var barn og når man var voksen. Dette skillet ble imidlertid ”opphevet” etter at den obligatoriske skolegangen ble utvidet, og i dag velger de aller fleste å fortsette på videregående etter endt ti-årig grunnskole når de er 16 år.

Siden barndommen/ungdomstiden strekker seg over en mye lengre periode i dag har det også dukket opp nye kategoriseringer, og nye skiller i inndeling av målgrupper og tv-seere. Nå derimot skiller vi ikke bare mellom barn og ungdom, det har også dukket opp helt nye kategorier innenfor det alderssegmentet som før ble omtalt som enten barn eller ungdom. Betegnelsen tween dukket opp i USA allerede på 1940-tallet, men det er først de senere ti årene at begrepet har blitt tatt i bruk i vanlig dagligtale. Definisjonen av hvilken aldersgruppe som faller inn under kategorien tweens varierer, men i hovedsak benyttes det om aldersgruppen 8-12 år. Ordet er en forkortelse av preteens, eller inbetweens, og sikter til årene mellom barn og ungdom. Mange mener at enda en inndeling av barndommen kun er ment for å skulle markere større forskjeller mellom stadig tettere aldersgrupper, og dermed skape nye målgrupper i kommersiell sammenheng.

2.2.4. Lovendringer

Når man skal se etter endringer i synet på barndom kommer man heller ikke utenom det faktum at mye av endringene også har skjedd på det legale plan. Endringer i lover og regler som omhandler barns rettigheter har bidratt til å endre samfunnets syn på hvordan barn og unge skal behandles. I 1989 ble FNs konvensjon om barnets rettigheter vedtatt, og i 1991 ble den ratifisert i Norge, nesten 50 år etter menneskerettighetskonvensjonen ble vedtatt. I 2003 valgte Norge å inkorporere Barnekonvensjonen, og på denne måten gjøre den til norsk lov (www.reddbarna.no). Barnekonvensjonen er den internasjonale avtalen som flest land har ratifisert, hele 193, og i dag er det bare Somalia og USA som ikke har ratifisert avtalen (www.reddbarna.no). Barnekonvensjonen er et tillegg til menneskerettighetene og består av 54 artikler som spesielt tar for seg barns rettigheter.

En utbredt ide er at barn trenger ekstra beskyttelse, både fysisk, og psykisk. Derfor har de aller fleste land i tillegg til FN-konvensjonen også egne lover og regler som omhandler barn. Forskjellige land har imidlertid forskjellige juridiske definisjoner på når man kan behandles som voksen av samfunnet, ofte med forskjellige aldersgrenser alt ettersom hvilket område det er snakk om. I Norge er den kriminelle lavalder 15 år, mens man ikke regnes som myndig før man har fylt 18. Det er allikevel vanskelig å skulle bruke alder som en indeks på modenhet/når man er voksen, siden dette i mange tilfeller vil variere fra person til person. Som illustrasjon er den kriminelle lavalderen i Storbritannia 8 år, altså kan man straffes 7 år tidligere enn man kan i Norge, men man er fortsatt ikke myndig før man er 18 år. Dette sier noe om at definisjonen av hva det vil si å være barn ikke er en universell størrelse, men et uttrykk i konstant endring, og som heller ikke betyr det samme over hele verden.

2.2.5. Barndom som sosial konstruksjon.

“Children, quite simply, are not always and everywhere the same thing, they are socially constructed and understood contextually, and sociologists attend to this process of construction and also to this contextualisation.” (Chris Jenks i Kehily 2009:78)

Dette sitatet illustrerer hvordan barndommen blir en sosial konstruksjon man er nødt til å se i en kontekst, og det er nødvendig å ha det i bakhodet når man tenker på hva som er best for barn i dag. Det som opplevdes som en god barndom for 20 år siden er ikke nødvendigvis en fasit for hva som er en god barndom i dag. Å være barn i dag er ikke det samme som å være barn for 10 år siden, 20 år siden, 30 år siden og så videre. Både den teknologiske utviklingen, og utvikling i læreplaner, forskning, etc gjør at det er vanskelig å skulle sammenligne kvaliteten på barndommen før og nå. Det er også derfor det blir vanskelig for dagens voksne å skulle komme med kvalifiserte uttalelser om hva som er kvalitetsbarndom(!) i dag. Det er derfor spennende å undersøke hvordan NRK velger å forholde seg til barn i dag, og om de har tatt denne problemstillingen opp, forholder de seg til dette? Sitter de med den holdningen at de vet hva som er best for barna, eller velger de den retningen at de også mener at det er barn som vet selv hva som er best for barn, og at de derfor bruker barn aktivt i arbeidet sitt?

Utviklingen i synet på barn og barndom er en dynamisk prosess, hvor forskjellige fagdisipliner har utviklet forskjellige tilnærminger til studier av barn. Der sosiologi og kulturstudier har vært opptatt av barndom som konsept, har man innenfor psykologi og pedagogikk fokusert på barn, eller barnet som individ (Kehily 2009). Disse to synspunktene

står ikke i direkte motsetning til hverandre, men er allikevel representanter for to forskjellige synspunkter på hvordan man oppfatter barn og barndom, og ikke minst hvordan man kan se på barn som kompetente mediebrukere.

Mange bruker et skille mellom den “klassiske” og den “organiserte” barndommen (Frønes 1987:35). Med disse to begrepene synliggjør Frønes to av de idealene som best kan beskrives som ytterpunktene i dagens syn på barndom. Dagens foreldregenerasjon idealiserer gjerne sin egen barndom og oppvekst, samtidig som de oppmuntrer til en stadig mer organisert barndom, med diverse organiserte aktiviteter hvor det blir stadig mindre tid til egendisponert fritid. For selv om det alltid er visse idealer som er mer toneangivende enn andre er det ikke utelukkende alltid ett enkelt syn som gjelder innenfor en tidsperiode Disse to begrepene kan brukes for å beskrive to av de ytterpunktene i synet på barndom, og som en del kritikere bruker for å karakterisere det de mener er en overstyring av barn. Selv om programmet “Barnas supershow” har vunnet mange priser, både her hjemme og i utlandet, er det ikke alle som er udelt begeistret for hvordan den fremstiller barn som voksne. En del kritikere påpeker at programmet ikke nødvendigvis bare tar barns rolle på alvor, men at de i stedet bruker barn i roller som tidligere var forbeholdt de voksne. Dette kan føre til at den offentlige diskursen om hva det vil si å være barn forandres i retning av en oppfatning av at barn også på flere andre områder i samfunnet kan sidestilles med voksne eller større ungdom. Det er et paradoks at barn på den ene siden blir ansett å være underlegne voksne, mens de på den andre siden oftere og oftere blir sidestilt, og sågar også ansett for å være “bedre” enn det voksne er. Barn blir sett på som kompetente mediebrukere allerede fra de er små, og blir ofte tillagt egenskaper som de ikke nødvendigvis er i besittelse av. Flere forskere, blant andre medieforskeren David Buckingham, advarer mot å opphøye barna til medieekspert, og at det ikke er udelt positivt å skulle lage barneprogrammer som forfekter disse holdningene. En ting er at barna skal tas på alvor, men dette trenger ikke nødvendigvis bety det samme som at de skal tillegges “voksne” egenskaper, eller i dette tilfellet betraktes som overlegne voksne i kunnskaper omkring nye medier. I sin artikkel “Children and consumer culture” påpeker han det kontrasterende synet på barn som forbrukere, som på den ene siden blir ansett for å være passiv ofre for forbrukerkultur, og på den andre siden har vi markedsførerne som definerer barn som aktive, kompetente og mektige (Buckingham 2007:15). Dette synet kan det se ut til at vi finner igjen også hos NRK, hvor kanalen opplyser at de anser barna som så kompetente, at det er de man bør høre på når programavgjørelser skal tas, mens det tilsynelatende er foreldrene som holder igjen og mener at programmene er bråkete, og at alt var bedre før.

Barna blir definert som å være ikke voksne, dette er en mye brukt strategi i markedsføring rettet mot barn. Som et paradoks er markedsførerne nødt til å argumentere for at markedsføring har liten effekt på barn, og at de er “intelligente forbrukere”. Buckingham viser til akademiske undersøkelser som konkluderer med at barn ikke er så lettlurte, og at de forstår at intensjonen bak reklame er å overtale dem i en retning. Helt fra de er ganske unge er de altså ikke bare hjelpeløse ofre av forbrukerkulturen. Ved å legge skylden på media når det kommer til voldsepisoder mellom unge, drar politikerne oppmerksomheten bort fra andre potensielle årsaker, i tillegg til at de anses for å gjøre noe konkret med problemet.

3 Metodekapittel

3.1. Innledning til kapittel 3.1.

I dette kapitlet vil jeg beskrive hvordan jeg har gått frem for å samle inn de opplysninger jeg trenger til å svare på den problemstillingen jeg har valgt meg for oppgaven. Jeg har hovedsakelig benyttet meg av kvalitative forskningsmetoder, da dette har vært mest hensiktsmessig for min oppgave. En kombinasjon av intervjuer og tematisk innholdsanalyse av programmer for barn vil kunne gi verdifull informasjon om hvilket syn NRK har på sine unge seere, fordi denne kombinasjonen gir muligheter til å kontrollere om de synspunktene NRK Super forfekter gjenspeiles i de programmene de produserer.

3.2. Kvalitativ analyse

Ved å benytte seg av kvalitativ analyse i et forskningsprosjekt får man en mengde muligheter til å forskjellige tilnærminger til det materialet man har til rådighet. Det er dermed ikke sagt at det er materialet som bestemmer hvilken tilnærming man har til materialet. Før man setter i gang med innsamling av datamateriale har man gjerne på forhånd gjort seg opp en mening om man er interessert i å bruke en kvantitativ eller kvalitativ tilnærming til materialet. Dette betyr imidlertid ikke at det ene nødvendigvis utelukker det andre, og det går med fordel an å kombinere både kvalitativ og kvantitativ metodebruk. For å begrense oppgaven har jeg imidlertid valgt å i hovedsak benytte meg av forskjellige former for kvalitativ metode, da det ville være det mest gunstige i forhold til min problemstilling.

Da jeg startet med oppgaven og skulle begynne å gjennomføre intervjuene var min problemstilling noe annerledes enn den jeg til slutt landet på. De to første intervjuene mine er derfor gjennomført før jeg bestemte meg for den endelige problemstillingen var formulert. Jeg valgte allikevel å fortsette å bruke disse intervjuene som hovedkilder for oppgaven min, dette fordi jeg i løpet av analysen oppdaget at jeg satt på et materiale som sa meg mer om den nye problemstillingen enn den opprinnelige. Dette bærer det siste intervjuet mitt også preg av, siden jeg da kunne tilpasse spørsmålene og intervjuguiden min enda bedre i forhold til den nye problemstillingen.

I tillegg til kvalitative intervjuer har jeg valgt å foreta en analyse av deler av NRK Supers programtilbud til seerne sine, ved å velge ut egenproduksjoner fra NRK, og deretter foretatt en kategorisk analyse av disse programmene.

3.3. Startvansker

I starten av arbeidet med oppgaven min støtte jeg på litt problemer med utvelging og innsamling av datamateriale. I utgangspunktet inngikk kommersialisering som en større del av problemstillingen min, og var i startfasen av arbeidet med oppgaven tenkt å bli viet større oppmerksomhet. Siden jeg er ansatt i NRK Aktivum ble det derfor litt uoverensstemmelser mellom meg og min sjef der, som var redd for at oppgaven min skulle komme i konflikt med de opplysninger jeg eventuelt har fått tilgang til i egenskap av å være ansatt og ikke eksternt student.

Etter et møte hvor vi fikk oppklart en del misforståelser stilte min arbeidsgiver seg positiv til oppgaven min, og tilbød seg også å stille opp som informant om jeg skulle ha behov for det. Jeg valgte allikevel å gå bort i fra fokuset på kommersialisering, for å unngå en eventuell konflikt mellom min stilling i NRK Aktivum og min masteroppgave. Det nevnes derfor bare helt kort i et av kapitlene, og har ikke vært et hovedfokus for arbeidet med oppgaven.

Jeg vil også få presisere at alle opplysninger som omhandler NRK og NRK Aktivum har jeg fått tak i enten gjennom offentlig tilgjengelige dokumenter og bøker, eller gjennom intervjuer jeg har gjort i egenskap av å være student, og ikke som ansatt.

3.4. Intervju som forskningsmetode

Ved å benytte meg av dybdeintervjuer med sentrale personer i NRKs barne- og ungdomsavdeling, vil jeg få tilgang til deres opplevelser og syn på barn som kompetente mediebrukere. Jeg har valgt å ikke inkludere kvantitative undersøkelser i noen særlig grad i min oppgave, da det ikke egner seg til å gi svar på de spørsmålene jeg tar opp i min problemstilling. Det kan allikevel argumenteres for at en stor oppgave alltid drar fordeler av å inkludere også kvantitative undersøkelser og dermed få et mer nyansert bilde.

Metodetriangelring er en måte å sikre validitet og reliabilitet på, og dermed kunne dette bidratt til å gi et mer nyansert bilde av hvordan utviklingen har gått i retning av økt kommersialisering, også innenfor allmennkringkasteren NRK. Når jeg allikevel har valgt å ikke benytte meg av kvantitativ metode i denne oppgaven var det et valg jeg tok fordi jeg ønsket å undersøke NRK-medarbeidernes egen opplevelse av barn og barndom, og deres syn på barn som kompetente mediebrukere. Derfor valgte jeg å bruke kvalitative dybdeintervjuer som en forskningsmetode.

Det finnes forskjellige måter å tolke/behandle de opplysningene man får gjennom intervjuer:

Man kan enten beskrive en ekstern realitet, eller en man kan ta for seg en indre opplevelse. Et annet alternativ er å lete etter narrativer, altså hvordan folk beskriver og forteller om sin verden. Det finnes ingen fasit når det gjelder menneskers opplevelser av fenomener, og det blir forskerens oppgave å forholde seg så nøytral som mulig slik at svarene ikke tolkes i en retning som er tilpasset han/hennes problemstilling. Det er viktig å huske på at de svarene man får fra intervjuobjektet stort sett vil være deres oppfatning av virkeligheten, men at man samtidig også understreker at de fakta som kommer frem er intervjuobjektets ord, og ikke nødvendigvis en universell sannhet.

Underveis i arbeidet med oppgaven ble jeg klar over at etter hvert som jeg begynte å analysere intervjuene mine at det jeg egentlig hadde lyst til å skrive om ikke var det jeg tenkte i utgangspunktet, men det som kom frem under intervjuene gjorde at jeg skiftet fokus og hovedproblemstilling, og heller ble interessert i å finne ut noe om hvordan NRK og programskaperne ser på barna som kompetente seere, i stedet for å se på hvordan selve programmene hadde utviklet seg. Synet på barn og barndom har forandret seg siden starten av NRKs fjernsynshistorie, men i dag er det stort sett konsensus om at barndommen kan ses på som et eget og fullverdig stadium i livet, og ikke bare som et mellomstopp på veien mot det virkelige livet, den voksne tilværelsen. Jeg ble interessert i å finne ut noe mer om hvordan NRK selv oppfatter sine yngste seere, og hvordan de forholder seg til barnas økende kompetanse når det kommer til nye medier.

Når en skal bruke kvalitativt intervju som en av kildene i en oppgave er det flere forskjellige måter en kan velge å foreta analysene på. Siden intervjuene var et tillegg til den kvalitative innholdsanalysen jeg gjorde av programtilbudet til NRK Super bestemte jeg meg for at tre intervjuobjekter var passende. Jeg valgte intervjuobjektene mine ut i fra visse kriterier. De måtte ha jobbet i NRK en stund, og de måtte ha jobbet hovedsakelig med programmer for barn og unge. Jeg er klar over at tre intervjuer ikke nødvendigvis gir grunnlag for å trekke bastante konklusjoner som kan sies å være gyldige for hele NRK, men alle intervjuobjektene mine har lang fartstid fra arbeidet med barneprogrammer i NRK, og skulle derfor også ha gode forutsetninger for å kunne komme med informasjon som i stor grad speiler de holdninger som kanalen har til seerne i de yngste aldersgruppene. Det kan også legges til

grunn at de i intervjuet snakker på vegne av NRK, og ikke bare på vegne av seg selv som privatpersoner.

Karin Widerberg skriver i sin bok “Historien om et kvalitativt forskningsprosjekt”, at *“Intervjuet er med andre ord en sjangerfortelling som skaper en viss type tale”* (Widerberg 2001:137). Det er derfor nyttig å ha i bakhodet at et intervju alltid vil være en kunstig samtalesituasjon, hvor det er visse forestillinger og forventninger knyttet til det å skulle bli intervjuet som en del av et forskningsintervju.

Begge parter i et forskningsintervju har visse forventninger på forhånd om hva som venter, og hva som skal komme ut av intervjuet. *“Det som blir sagt i intervjuet, blir sagt ut i fra de forestillingene begge parter har om intervjusjangeren - hva man kan spørre om og svare på, og hvordan.”* (Widerberg 2001:137). Dette er viktig å ha i bakhodet når man senere skal gå i gang med analysen av materialet, og ta med i betraktningen at forventningene om intervjuet som sjanger kan komme til å farge de svarene informantene kommer med.

3.5. Utvalg

Innledningsvis gjorde jeg undersøkelser på hvem i NRK som kunne tenkes å vite noe om det temaet jeg ønsket å undersøke, og hvilke av disse det kunne være aktuelt for meg å snakke med. Jeg brukte derfor NRKs egne nettsider til å skaffe meg en oversikt over hvem som var tilknyttet barne- og ungdomsredaksjonen, og hvem det var som kunne tenkes å vite noe om de temaene jeg var interessert i å undersøke nærmere. Et av kriteriene for valg av intervjuobjekt var at vedkommende har jobbet i NRK over en lengre periode, fortrinnsvis med barne- eller ungdomsprogrammer, og at de også enten er eller har vært i en stilling hvor det er naturlig at deres holdninger har blitt hørt, og at de i kraft av denne stillingen har fingeren på pulsen når det gjelder en mer generell holdning blant de andre ansatte i avdelingen. Det var også viktig for meg å få en sammensetning av intervjuobjekter som jobbet med forskjellige prosjekter og programmer, eller som hadde en overordnet stilling som gjorde at vedkommende hadde oversikt over de prosessene som finner sted rundt barne- og ungdomsprogrammer i NRK.

For å finne frem til de programmene jeg skulle analysere valgte jeg å ta utgangspunkt i en liste som NRK Super presenterte på sine egne hjemmesider. (nrksuper.no). Dette er en samling programmer som blir, eller har blitt sendt på fjernsynskanalen, både egenproduserte og innkjøpte serier. Siden jeg ønsket å si noe om hvordan NRK oppfatter sine unge seere valgte jeg å utelukkende konsentrere meg om de egenproduserte programmene som befant seg

på listen på det tidspunktet. Det kan argumenteres for at innkjøpte programmer like mye som egenproduserte kan brukes som kilde til informasjon om NRKs syn på barndom, men for at mengden data ikke skulle bli alt for u håndterlig valgte jeg å konsentrere meg om de programmene NRK selv har produsert.

3.6. Informanter

Jeg valgte å kontakte to personer som fortsatt er ansatt i NRK, og en tidligere ansatt pr. e-post, og spurte om disse kunne tenke seg å være informanter for meg i forbindelse med arbeidet til min masteroppgave. Alle tre informantene var svært positive og imøtekommende, og da den ene av informantene følte at hun ikke var kvalifisert til å svare på alle spørsmålene mine henviste hun meg videre til redaksjonssjefen for hele barne- og ungdomsavdelingen til NRK, som med glede stilte opp som informant.

Utvalget mitt besto da til slutt av:

Eva Rutgeron Bie - produsent for Melodi grand prix junior

Kalle Fürst - mangeårig NRK-medarbeider. Har jobbet både som produsent, regissør og sjef for barne- og ungdomsavdelingen, nå ansatt i Nordisk Film

Hildri Gulliksen - redaksjonssjef for NRK Super

3.7. Intervjuguide

Målet mitt med denne oppgaven har vært å kartlegge hvordan de som jobber med barneprogrammer i NRK ser på barn som seere, som kompetente mediebrukere. Jeg forsøkte derfor å utarbeidet spørsmålene mine på en slik måte at informantene i størst mulig grad skulle kunne svare ut i fra sine egne personlige opplevelser og erfaringer, og deres holdninger til barn som kompetente mediebrukere. Hovedproblemstillingen min var å skulle finne ut hvordan NRK ser på barn som kompetente mediebrukere, og hvordan disse oppfatningene passer inn i teoriene jeg har presentert tidligere i oppgaven. Jeg ble også nødt til å gjøre endringer på intervjuguiden mellom hvert intervju, både fordi hvert intervju brakte nye aspekter og tanker på bane, og fordi de forskjellige informantene hadde forskjellige stillinger i NRK, eller i det ene tilfellet hvor informanten ikke lenger var ansatt i NRK.

Selve intervjuene ble gjennomført på de respektives arbeidsplasser i arbeidstiden, da dette var praktisk både for dem og for meg. Ved et intervju av denne lengden og størrelsen, hvert

intervju varte i om lag en time, var det for meg nødvendig å kunne bruke opptaksutstyr. Dette gjør arbeidet med analysen mye lettere, og uten dette ville det vært en nærmest umulig oppgave å skulle gjennomføre et slikt kvalitativt dybdeintervju. Alle tre informantene samtykket til at det ble gjort opptak av intervjuet i sin helhet, og at deres navn ble brukt i oppgaven under forutsetning av at de fikk lese sitatene før oppgaven gikk i trykken. Dette så jeg ingen problemer med, da mitt hovedmål med oppgaven var å få tak i informantenes mening og deres opplevelser av et fenomen, og det er derfor viktig for meg at jeg har oppfattet uttalelsene deres riktig.

3.8. Tematisk innholdsanalyse

Jeg valgte først å foreta en tematisk innholdsanalyse av de intervjuene jeg har utført. Dette gjorde jeg for å få en oversikt over hva det var som faktisk hadde kommet frem under intervjuene, og for å få en oversikt over hvordan de forskjellige intervjuobjektene forholder seg til de forskjellige temaene. Jeg valgte derfor å lage noen kategorier og temaer på forhånd, og deretter så jeg på hvilke temaer som skilte seg ut, og hvilke som gikk igjen. Å foreta en tematisk analyse kan være en fin måte å få oversikt over intervjuene, og se tendenser. En av ulempene ved en tematisk analyse er at visse ting som kommer frem under intervjuet kan bli oversett, men det kan være en fin forundersøkelse til en grundigere analyse av materialet. Ved å utføre en tematisk analyse kan man finne tendenser som går igjen blant intervjuobjektene, og det var etter den tematisk analysen av mine to første intervjuer jeg bestemte meg for å forandre problemstillingen min, da jeg så at jeg i utgangspunktet hadde fått mer informasjon om barn som seere, og kompetente seere, enn om forandringer i NRKs programmer for barn. Ved å forandre på problemstillingen fikk jeg også bedre utnyttelse av intervjumaterialet mitt, og kunne gjøre en bedre innholdsanalyse av det.

Jeg kunne også valgt å gjøre en analyse som skulle se etter narrative hos intervjuobjektene. I ethvert intervju forteller intervjuobjektene en historie, og det blir intervjuerens oppgave å skulle finne disse historiene. En analyse vil derfor også bli farget av forskerens oppfatning og tolkning av intervjuobjektets fortellinger. Grunnen til at jeg valgte vekk denne typen analyse i min oppgave er at jeg vurderer det dit hen at jeg får mer ut av å foreta en tematisk analyse av intervjuene i stedet for å fokusere på narrative.

Etter å ha gjennomgått intervjuene brukte jeg samme kategorier da jeg skulle analysere det egenproduserte programtilbudet til NRK Super. Etter å ha gått gjennom listen jeg fant på internettsidene til NRK Super valgte jeg ut 16 program fra deres egenproduserte programtilbud, som jeg analyserte og plasserte i de fem forvalgte kategoriene. Siden jeg

skulle analysere en såpass stor mengde programmer valgte jeg å basere analysen min på en kombinasjon av programomtalen som lå på NRK Supers hjemmesider, utdrag fra de forskjellige programmene, og i noen tilfeller også programmets egne hjemmesider. Alle programmene ligger tilgjengelig i NRKs nett-tv.

4.1. Analyse

4.1.1. Utvalg og kategorier

I denne analysen vil jeg ta for meg tilbudet av programmer NRK har sendt på NRK Super siden kanalen ble opprettet i desember 2007. Jeg har valgt å ta utgangspunkt i den programoversikten NRK har lagt ut på sine egen internettsider, hvor de har laget en alfabetisk oversikt over et uvalg av programmene sine (www.nrksuper.no). Det er denne listen jeg har tatt utgangspunkt i for å gjøre min analyse. Denne komplette listen over NRKs egne programmer inneholder hele 54 titler, hvor enkelte av disse går tilbake til før opprettelsen av NRK Super. Ut i fra disse har jeg valgt å konsentrere meg om NRKs egenproduksjoner, eventuelt samproduksjoner med andre nordiske kringkastere. Dette har jeg gjort fordi disse produksjonene kan sies å virkelig representere det synet NRK har på barn som mediebrukere og mennesker. Hvert år legger NRK ned mye arbeid og ressurser på utvikling og produksjon av egne barneprogrammer. Organiseringen av NRK Super er delt opp i en egen avdeling for de aller minste barna, fra 0-6 år, og en for skolebarna. Budsjettmessig disponerer disse avdelingene sine "egne" penger relativt fritt, i motsetning til hvordan man organiserer andre avdelinger i NRK. Der er det vanlig å først lage et forslag til program, for så å søke Kringkaster om penger. I NRK Super får de imidlertid en bestemt sum penger, som de så disponerer relativt fritt til å bruke for å lage programmer og kjøpe inn serier. Dette gir dem en stor grad av frihet til å selv bestemme og forandre på sendeskjemaet, uten å måtte gå veien om Kringkaster først (Intervju 3:9).

Programmene ble til slutt valgt ut i fra fire kriterier:

1. Listen på hjemmesiden til NRK Super
2. At programmet har blitt produsert etter at NRK Super startet sendingene sine
3. At programmet er en egenproduksjon, eventuelt samproduksjon med andre allmennkringkastere.
4. At programmet er ment for barn i aldersgruppen 8-12 år.

Av 54 programmer, på den opprinnelige listen, hvorav 34 av dem var egenproduksjoner, satt jeg da igjen med 15 programmer som dannet grunnlaget for min analyse.

Etter å ha laget en oversikt over de utvalgte programmene utarbeidet jeg forskjellige kategorier for å kunne analysere listen. Kategoriene ble utarbeidet med tanke på hvilke temaer jeg ønsket å belyse, hva de forskjellige teoriene jeg har valgt ut lister opp som kriterier for

barn som kompetente mediebrukere og hva som kom frem i dybdeintervjuene. Siden hovedtemaet for oppgaven er barn som mediebrukere, og jeg ønsker å se på hvordan programtilbudet kan sies å speile det synet NRK har på barn som mediebrukere, var det flere kategorier som pekte seg ut som interessante. I analysen vil det komme frem at samme program kan havne i flere kategorier, da ingen av kategoriene utelukker/ekskluderer de andre. En skjematisk fremstilling av resultatene vil presenteres helt til sist i kapitlet. Denne fremstillingen skal diskuteres nærmere i det aktuelle avsnittet, da en slik skjematisk fremstilling på flere måter kan bidra til en generalisering som skjuler flere nyanser innad i de forskjellige kategoriene.

4.1.2. Kategori 1: Barns synlighet på skjermen

At barn er synlige på skjermen har blitt brukt som argument på at barna blir tatt på alvor som “gruppe”, og derfor er en av kategoriene synlighet på skjermen. Med synlighet på skjermen mener jeg om det er barn og unge som er hovedpersonene i serien/programmet, og om det er deres liv og hverdag som er hovedfokus. NRK er opptatt av å speile barns hverdag, og derfor er det en naturlig del av programmet at barna skal syns på skjermen (Intervju 3:). Mange av de programmene som havner i denne kategorien er dramaproduksjoner, så de barna som synes på skjermen i disse programmene er ikke synlige som seg selv, men de spiller en rolle. De er ikke med i egenskap av å være seg selv, men for å spille en rolle eller gestalte en karakter. Det er imidlertid viktig å understreke at det ikke bare er dramaproduksjoner som havner i denne kategorien, men alle programmene hvor barn er aktivt tilstede på skjermen. Synlige barn var i startfasen av NRKs barne-tv produksjon nesten ikke til stede på skjermen, og det var først utover på 1970-tallet at de for alvor ble med som aktive deltakere i programmene. I starten var denne synligheten først og fremst forbeholdt ungdommer og litt større barn, så de aller yngste barna ble først ordentlig synlige med programmet *Barnas Supershow*, som regnes som et skille innenfor NRKs barne-tv historie (Hake 2006).

4.1.3. Kategori 2: Publikumsdeltakelse

En annen kategori som kan være med på å belyse NRKs syn på barn er hvorvidt programmet er basert på publikumsdeltakelse eller ikke. Når jeg snakker om publikumsdeltakelse mener jeg om programmet er avhengig av hjemmepublikummets deltagelse for at programmet skal kunne gjennomføres. Dette kan enten være snakk om programmer som krever at publikum sender inn sms eller ringer inn for å stemme frem en vinner, eller at publikum i studio er en aktiv og viktig del av programmet. Denne typen programmer er ikke noe nytt som har

kommet de siste årene, da NRK har en lang tradisjon for programmer som baserer seg på at publikum skal ringe inn og stemme, eller sende brev. Forskjellen i dag er at den teknologiske utviklingen har bidratt til at kriteriene for publikumsdeltakelse har endret seg, og sms og e-post har muliggjort en raskere skriftlig tilbakemelding. *“Mediebransjens satsning på nye plattformer som Internett og mobiltelefon har åpnet for at “vanlige” folk kan delta med et mer omfattende engasjement i mediene”* (Ihlbæk i Enli & Skogerbø 2008:79). Forskjellen på denne kategorien og den som handler om barns synlighet på skjermen, er at det i den forrige kategorien også dreier seg om programmer hvor barna spiller roller, og ikke nødvendigvis er med i egenskap å være seg selv, men karakterer. Bakgrunnen for at jeg har valgt å gjøre dette til to adskilte kategorier er at det potensielt er såpass forskjellige programmer at det er en risiko for å ikke fange alle nyansene i programtilbudet ved å skulle slå sammen disse to kategoriene.

4.1.4. Kategori 3: Læringsprogram

De tidligste barneprogrammene som ble laget av NRK hadde stort fokus på at barna skulle lære noe av det de så på fjernsynet. Spesielt småbarnsprogrammene fokuserte på pedagogisk fremtoning, og programmene ble laget med de tidligere nevnte tre opp`ene, opplysning, oppdragelse og opplevelse (Hake 2006, Bakøy 2002). Dette slagordet var den gjeldene ideologien for nesten 50 år siden, men selv om idealet for hvordan programmene skal lages har endret seg siden den gang er det fortsatt et fokus på læring i NRKs barneprogrammer. I følge NRK-plakaten/NRKs retningslinjer stilles det krav til hva barneprogrammene skal inneholde, og hvor læringsfokuset programmene skal være også i dag. Hildri Gulliksen sier i intervjuet at:... *“småbarnsprogrammene hos oss er nå mer og mer opptatt av å gå litt hånd i hånd med barnehage og småskole”* (Intervju 3:3). Programmene for de eldre barna derimot har ofte mindre av det rent pedagogiske læringsinnholdet, og er mer fokusert på å lære vekk sosiale egenskaper, og hvordan man kan gjøre riktige valg ut i fra sin egen samvittighet.

4.1.5. Kategori 4: Underholdningsprogram

En type program som var nærmest fraværende i barne-tv da NRK startet opp med fjernsynssendinger var programmer for barn som var mer til underholdning enn læring. Det fantes riktignok enkelte unntak, som for eksempel *Pompej og Pilt*, men i det store og det hele var barneprogrammene basert på at læring og lek skulle gå hånd i hånd, men med læring som hovedfokus. Seriene var preget av å være pedagogisk korrekte, og med trygge voksne som

programledere. De siste tiårene har det imidlertid dukket opp flere programmer og konsepter som er laget mer med tanke på at de skulle underholde barna fremfor å bare være tilskudd og videreføring av det barna lærer på skolen og i barnehagen.

Selv om kategori 3 og kategori 4 i presentasjonen vil være to atskilte kategorier vil de i selve analysen være sett under ett, da disse to programtypene i stor grad går over i hverandre, og det derfor er vanskelig å skulle se på den ene kategorien uten å samtidig nevne den andre. Med fremveksten av såkalt edu-tainment fjernsyn, har disse to kategoriene blitt vanskelige å skille i fra hverandre. Karin Hake definerer denne sjangeren som “[...]en blandingsgenre der kunnskap og budskap presenteres i en underholdningsramme. Denne genren møter vi ofte i dagens fjernsynsprogram, både for barn og voksne.” (Hake 2006:23).

4.1.6. Kategori 5: Nettbaserte konsepter

Enkelte av NRKs egenproduserte barneprogrammer er nettbaserte konsepter. Det vil si at programinnholdet enten delvis eller helt er å finne på NRK Super sine internettsider (www.nrksuper.no). Det er flere forskjellige programmer og programtyper som kan passe inn i denne kategorien. Enkelte av dem utelukkende å finne på nettsidene, mens andre igjen opererer på flere plattformer. Felles er at seerne aktivt må gå inn på internettsidene for å få utbytte av programmet. Begrunnelse for at denne kategorien er tatt med i denne analysen er at et av tegnene på at man oppfatter barn som kompetente brukere at man tillegger dem stor teknisk og digital kompetanse. Å se disse programmene forutsetter derfor at publikum innehar en viss teknisk kompetanse, og det sier også en av informantene rett ut i intervjuet. To av seriene som kun ligger tilgjengelig på nettet var i den første tiden vanskelig å finne frem til, og ikke så lett tilgjengelig som skaperne ønsket. Allikevel fant barna frem, og Hildri Gulliksen sier i sitt intervju at “Innholdsmessig og navigasjonsmessig så opplever vi jo at barn er råflinke” (Intervju 3:4). Nettopp på grunn av disse utsagnene så jeg det som hensiktsmessig å inkludere nettbaserte konsepter som en kategori da dette sier mye om hvordan NRK opplever seerne sine. Siden en del av konseptene krever kunnskaper og ferdigheter om å navigere på internett, er det grunn til å tro at det derfor kan si noe om hvor mediekompetente NRK opplever at seerne deres er.

Selv om flere av programmene har internettsider, vil det til syvende og sist være programmer som utelukkende krever internettkompetanse for å gi noe utbytte som vil havne i denne kategorien.

4.2. Programmene

Det er et bredt utvalg av programmer for barn på NRK Super. Som tidligere nevnt valgte jeg å konsentrere meg om de egenproduserte programmene som presenteres på www.nrksuper.no, da det i størst grad er disse som reflekterer NRKs eget syn på barn og barndom. De innkjøpte programmene, som utgjør størstedelen av NRK Supers fjernsynstilbud, er ikke en del av min analyse, men bør nevnes allikevel. Med den utvidede sendeflaten etter oppstarten av NRK Super er antallet timer som skal fylles med barneprogrammer mangedoblet på få år, og dermed har også andelen av innkjøpte serier økt. I hovedsak er det utenlandske animasjonsserier som fyller sendetiden store deler av dagen, da disse seriene ofte er billigere å kjøpe inn, i tillegg er det lettere å “tilpasse” serien til norske forhold da det ofte er vanskeligere for norske barn å identifisere seg med karakterer fra dramaserier enn med animerte dyr eller tegneseriefigurer. At det er kan være en utfordring å finne gode utenlandske serier som kan tilpasses norske forhold snakket Hildri Gulliksen om i intervjuet. Det er særlig forskjeller i kjønnsroller, likestilling og kroppslige idealer som ofte ikke er forenelige med de verdiene som NRK ønsker å videreformidle til sine unge seere. *“Det er en utfordring for innkjøperne våre å finne serier som harmonerer med vår allmenne oppfatning av likestilling i Norge[...]*” (Intervju 3:6). Dette gjelder i hovedsak programmer for de litt eldre barna, for de aller yngste fungerer innkjøpte serier som *Drømmehagen* og liknende stort sett greit å adaptere/omsette til norske forhold.

For å få best mulig resultat ut av analysen har jeg valgt å ikke analysere programmer som ble produsert før lanseringen av NRK Super. Dette fordi jeg ønsker å si noe om hvordan NRK Super ser på sine unge seere, og derfor vil programmer som er laget før lanseringen ikke nødvendigvis speile dette. Unntaket er programmer som har gått som serie, og blitt produsert både før og etter lanseringen. I disse tilfellene har jeg valgt å se på hvordan programmet ble avviklet i siste sesong det ble sendt, og ikke programserien som helhet over flere år. Alle programmene er tilgjengelig gjennom NRK sitt nett-tv.

4.2.1. AF1

AF1 er en dramaserie i seks episoder, som ble sendt på NRK1 og NRK Super lørdager fra og med november 2008. NRK selv kaller serien “en hiphop-musikal”, og historien dreier seg rundt 12 år gamle Lisa, som er den flinkeste i klassen til å danse klassisk ballett, men som etter hvert får øynene mer og mer opp for hiphop. Ved å engasjere seg mer og mer i hiphopen setter hun hele ballettklassens mulighet til å få være med i en danseforestilling på Operaen i fare, og Lisa må til slutt ta et valg, om hun skal skuffe ballettklassen eller hiphop-gruppa (<http://nrksuper.no/super/program/af1/>). Denne analysen er kun basert på sesong 1 av serien.

Kategori 1: Når det gjelder den første kategorien, synlighet på skjermen, er det i aller høyeste grad tilstede i denne serien. Alle hovedrollene spilles av skuespillere som er mellom 8 og 13 år, og det er barn/unge med i alle scenene i episode 1 av serien. Det er barna som er i hovedfokus, og det er norske barns hverdag anno 2008 som skal speiles. Serien er bygget opp rundt flere forskjellige karakterer, og skal speile et mangfold i den norske befolkning, ved at både etnisk norske barn, og barn fra andre land og kulturer er med som hovedpersoner. Serien tar opp dilemmaer og problemstillinger som flere kan kjenne seg igjen i.

Kategori 2: Når det gjelder publikumsdeltakelse er den ikke tilstedeværende, i så måte at programkonseptet ikke er avhengig av publikums respons og tilbakemelding underveis i programserien. Siden dette er en dramaserie er det heller ikke gjort bruk av publikum under innspillingene.

Kategori 3 og 4: *AF1* kan i utgangspunktet sies å være et rent underholdningsprogram, da dette er en dramaserie. Det legges stor vekt på musikk og dans i serien, og mye av fortellingen drives frem nettopp av dette. Som nevnt i presentasjonen av analysekategoriene er det vanskelig å sette et bastant skille mellom underholdnings- og læringsprogrammer, og aspektet med sosial læring er også viktig å ta med i betraktningen. Det kan absolutt argumenteres for at *AF1* også havner inn under kategorien læringsprogram, siden den bringer på bane endel dilemmaer som hovedpersonene må forholde seg til, og det derfor kan sies å være endel sosial læring å få ut av å følge med på programmet.

Kategori 5: *AF1* har en egen nettside knyttet til NRK Supers internettsider, uten at programmet i seg selv påvirkes i noen grad av aktiviteten her. Det er ingen forutsetning at barna benytter seg av nettsiden for at de skal kunne ha glede av selve programmet, og siden programmet er ferdig innspilt lenge før det sendes på skjermen er det heller ingen muligheter for at tilbakemeldinger fra publikum får innvirkning på selve programmet.

4.2.2. Barnas superjul

Barnas Superjul er en julekalenderserie som ble sendt på NRK i desember 2007. Denne serien markerte åpningen av den nye barnekanalen NRK Super, som ble lansert 1 desember 2007.

Konseptet er en videreføring av programmet *Barnas supershow*, også her er barna programledere, musikere og skuespillere. I motsetning til hva som er vanlig i julekalendere er dette ikke en serie med sammenhengende handling, men hver episode består i stedet av små snutter og innslag hvor barna forbereder seg på julen på sin egen måte, enten det er med sang og musikk, tips til hvordan korte ned ventetiden eller å lage egne julegaver og julegodter. I følge nettsidene til programmet er det laget med tanke på å gi norske barn andre barn å identifisere seg med, og også ta hensyn til de som ikke feirer jul på den tradisjonelle norske måten, samtidig som det skal være plass til de tradisjonelle julefortellingene (<http://nrksuper.no/super/program/superjul/>).

Kategori 1: Når det gjelder synlighet på skjermen er *Barnas superjul* et av de konseptene som i aller høyeste grad har synlige barn på skjermen. I tillegg til de åtte programlederne, som alle er barn i aldersgruppen 6-9 år, består også publikum av barn i samme alder. Voksne er nærmest usynlige i programmet, med unntak av små innslag og sketsjer hvor rollene mellom barn og voksne byttes om, og det er tydelig programmet skal være laget på barnas premisser. Alle bærende roller og forbilder i denne serien er barna, alle voksne gir inntrykk av å være karakterer/parodier mens barna er seg selv.

Kategori 2: Publikumsdeltakelse i dette programmet består i dette tilfellet av de barna som er publikum i studio, da alle programmene sendes i opptak. Som de aller fleste andre programmene til NRK Super har også dette en nettside, hvor seerne kan gå inn og se på de alle episodene i kalenderen, de kan se på bilder fra serien, og en musikkvideo.

Kategori 3 og 4: Selve programserien er en blanding av både underholdning og læring, hvor seerne både får underholdning gjennom sketsjer og morsomme musikkinnslag, samtidig som de små programlederne også lærer bort matoppskrifter, hvordan man kan lage egne julegaver. I tillegg vil de lære bort verdier som nestekjærlighet, samhold og vennskap. Programmet er derfor en blanding av både rent underholdningsprogram og læringsprogram.

Kategori 5: Heller ikke i *Barnas superjul* er internetttilgang noen forutsetning for å kunne ha glede av programmet, og selv om det er mye innhold på sidene og noe barna kan ha glede av trenger de ikke inneha internettkompetanse for å få utbytte av *Barnas superjul*.

4.2.3. Biff

”Februar 2010 blir det dannet en helt ny klasse på Havnebakken skole i Oslo. Klasse 6c. Noen av elevene i klassen kommer fra andre skoler, mens andre kommer fra klasser på Havnebakken.

BIFF er fortellingen om de tre guttene Pelle, Adil og Daniel, som alle tre starter i den nye klassen på Havnebakken. De kjenner hverandre fra før alle tre, og har blitt flyttet fra en annen klasse på Havnebakken. Historien deres fortelles gjennom filmer, webcam-snutter, bloggtekster og bilder. Man kan kommentere alle videoene og blogginnleggene.”

(<http://nrksuper.no/super/biff/om-biff/>)

Dette er NRKs egen beskrivelse av programmet BIFF, som er en dramaserie for barn og unge, hovedsakelig i alderen 8-12 år. Serien hadde premiere i februar 2010, og er en av nysatsningene til NRK Super. Temaer som går igjen i serien er vennskap, skole, og den tar for seg å skulle speile livene til tre norske gutter i Oslo-området. Hver episode er relativt kort, alt fra noen få sekunder til fem minutter, og selv om det ofte er nye temaer i hver episode er det også en lengre storyline som følges, og det er de samme tre karakterene som følges hver gang. De tre guttene havner stadig vekk i situasjoner som setter samvittigheten deres på prøve, og valgene de tar blir en test på hva som er rett og hva som er galt. Hovedpoenget bak serien er å lage en serie som flest mulig barn og unge kan identifisere seg med, og som speiler hvordan det kan være å vokse opp i Norge i 2010. Redaksjonssjefen i NRK Super, Hildri Gulliksen bekrefter at det er dette som er noe av hovedmålet deres med serien de lager, at barna skal kunne kjenne seg igjen i det de ser på skjermen. Hun sier [...] ”*det er viktig at vi setter opp mange speil for dem.*” (Intervju 3:3).

Gjennomgangstonen i serien er relativt tøff, og språket er preget av å være muntlig, og i tillegg til de små filmsnittene skriver også guttene blogginnlegg.

Kategori 1: I denne serien er barn i aller høyeste grad synlige på skjermen, siden det stort sett bare er de tre guttene som er i fokus i hvert program. Voksne karakterer er praktisk talt fraværende, og det er klart at serien er laget på barnas premisser. Som de aller fleste andre av NRKs egenproduksjoner de siste årene gir denne serien inntrykk av å være laget med tanke på at det skal være barna som er i fokus, både innholdsmessig og når det gjelder i ren skjermtid.

Kategori 2: Når det gjelder publikumsdeltakelse er det lite i selve serien, på den måten at alle som er med er skuespillere som spiller en rolle, og det er ingen som opptre som seg selv, eller som er med som publikummere. Det blir allikevel feil å si at serien er fri fr

publikumsdeltakelse, siden konseptet er nettbasert, og det er muligheter for publikum å kommentere og komme med tilbakemeldinger til alt innholdet som legges ut. Det er også små avstemninger hvor publikum kan stemme på hvilke sanger guttene skal lage musikkvideo til, og på den måten bidrar publikum delvis til å bestemme innholdet på sidene.

Kategori 3 og 4: Om en velger å se på det rent faglige innholdet i dette programmet kommer det klart frem at dette ikke er et læringsprogram, faglig sett. Innholdet er ment å underholde, og det er lite å spore av et pedagogisk opplegg som kan sees på som en forlengelse av det barna lærer på skolen. Som i endel andre dramaprogrammer kan det også i denne programserien argumenteres for at det allikevel finnes et visst læringspotensiale, om en ser på mulighetene for læring av sosiale egenskaper.

Kategori 5: Hele programmet *BIFF* er et nettbasert program, så for å få glede av det er barna nødt til å kunne navigere rundt på nettsidene til NRK Super. På hjemmesiden til kanalen ligger det riktignok en lett synlig link, men inne på selve nettsiden til programmet må barna lete seg frem for å finne alle episodene, da det bare er de nyeste som ligger på forsiden. Foreløpig er *BIFF* et program som utelukkende sendes på internett, så det er en forutsetning at de som ønsker å se programmet både har tilgang til pc og internett, og at de i tillegg greier å håndtere dette mediet.

4.2.4. Dyrevenn

”*Dyrevenn er programmet for deg som har eller har hatt kjæledyr, og for deg som drømmer om å få et.*”. Slik beskriver NRK programmet *Dyrevenn* på sine egne nettsider (<http://www.nrk.no/programmer/sider/dyrevenn/>). I hvert program får vi møte barn og unge med forskjellige kjæledyr, både små og store, og vi får lære om hvordan man skal stelle dyr, hvordan det er å ha dyr og vi møter også barn som har hatt fine hendelser sammen med dyr, og noen som har opplevd skremmende ting, som å falle av hesten eller bli bitt av en hund. Programmet ble sendt på NRK Super første gang i januar 2009, og hver episode varer i 25 minutter. Programmet sendes nå på NRK Super seks dager i uken (pr. mai 2010).

Kategori 1: I *Dyrevenn* er hovedfokuset på barns samspill og opplevelser med dyr, men det er også flere voksne med i serien, og det er i hovedsak dyrene som er i fokus, og ikke barna. Selv om fokuset er på andre ting enn selve barna er de allikevel i aller høyeste grad synlige og til stede på skjermen, og de er en vesentlig del av programmet, da selve hovedfokuset er på barn og deres forhold til dyr.

Kategori 2: I dette programmet er det ingen direkte publikumsdeltakelse underveis i programmet, det vil si at det ikke er basert på at publikum skal stemme underveis, eller sende

inn ting ved hjelp av internett. Programskaperne er allikevel avhengige av en viss publikumsdeltakelse, da mange av innslagene i serien er laget på grunnlag av at barn selv har meldt seg på. På nettsidene til NRK Troms og Finnmark (http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/troms_og_finnmark/1.6858026, lesedato 22.04.2010) etterlyser de barn med rare dyr, eller spennende dyrehistorier som vil være med i programmet.

Kategori 3 og 4: *Dyrevenn* er et program som ligger i skjæringspunktet mellom læring og underholdning. I hver episode fokuseres det på at de forskjellige innslagene både skal være underholdende, samtidig som det er et visst læringsaspekt til stede, da programmet også tar for seg å skulle lære publikum om forskjellige dyr, hva slags stell dyrene bør ha, og hvordan man bør dressere og oppdra dyrene sine. Derfor faller dette programmet ikke inn under verken kategori 3 eller 4, men ender opp som en slags blanding av disse to.

Kategori 5: *Dyrevenn* er et av de programmene på NRK Super som ikke har en egen programside på kanalens internettsider. Hver episode ligger riktignok tilgjengelig på nett-tv hos nrk.no, men det er ingen egen nettside hvor programlederne blir presentert, bilder fra programmet og for eksempel spill og annen underholdning er tilgjengelig som det er til de fleste andre av programmene. Dermed er *Dyrevenn* et av de få programmene hvor publikum ikke engang har muligheten til å kunne utforske programmet og bli bedre kjent med de personene de møter på skjermen.

4.2.5. Energikampen

Energikampen er en programserie for barn og ungdom, hvor fem lag med barn fra forskjellige deler av landet samles i naturen og konkurrerer i forskjellige grener, enten det er spørrekonkurranser eller praktiske oppgaver. Felles er at de alle omhandler energi- eller miljøspørsmål. Programmet har blitt sendt i flere sesonger, og i flere forskjellige varianter, blant annet en hvor lag fra hele Norden var deltakere. Den siste sesongen som ble sendt på NRK Super var derimot en utgave hvor det bare var norske lag. *Energikampen* ble sendt på NRK 1 første gang i 2004.

Kategori 1: I *Energikampen* treffer vi stort sett bare barn, i dette tilfellet 5.klassinger fra forskjellige steder i Norge. Programlederen er voksen, men ellers er alle vi ser på skjermen barn. Et slikt konsept er med på å øke identifiseringsfaktoren hos publikum, og ved å vise at jevnaldrende kan klare vanskelige utfordringer kan programmet være med å bidra til at seerne sitter igjen med følelse av mestring.

Kategori 2: Alle episodene av *Energikampen* er spilt inn før de sendes på fjernsynet, og i så måte kan man ikke snakke om publikumsdeltakelse i noen særlig grad. Selv om det er

skoleklassene selv som må melde seg på som deltakere til programmet har ikke de publikummerne som sitter hjemme noen mulighet til å påvirke utfallet av konkurransen, den er kun avhengig av deltakernes egen innsats.

Kategori 3 og 4: Denne serien er et godt eksempel på hvordan underholdning og læring ofte går hånd i hånd. Hovedpoenget i serien er å greie å løse flest mulig oppgaver sammen som et lag, og de må ta i bruk både praktiske ferdigheter, og skolekunnskap. Underholdningsaspektet ligger i å se om lagene greier å løse oppgavene, og ikke minst hvordan de løser dem. Som flere andre programmer kan man da snakke om at også dette hører hjemme i begge kategoriene, altså at det er en blanding mellom underholdning og læring.

Kategori 5: Programmet har egne sider, knyttet til nrksuper.no, men siden inneholder ikke så mye annet enn litt informasjon om programmet, og et påmeldingsskjema.

4.2.6. Fin fredag

Fin fredag er NRK Supers fredagssatsning, og er et underholdningsprogram for hele familien. Programmet ble sendt på NRK Super første gang i slutten av februar 2008, og fortsatt lages det nye episoder. Hver fredag er det forskjellige kjente gjester i studio, det er musikk, sketsjer og annen underholdning. Programmet ledes pr. mai 2010 av to voksne programledere, som har et lekent og ungdommelig image. *Fin fredag* sendes på NRK Super hver fredag kl 19-19.30, og er dermed et program for de litt eldre barna, altså aldersgruppen 8-12 år.

Kategori 1: I *Fin fredag* er det først og fremst de voksne programlederne som er ”hovedpersonene”, og de er de eneste faste personene vi møter fra gang til gang. Dette programmet skiller seg derfor fra mange av de andre programmene i denne analysen. Barna er ikke så synlige i dette programmet som de er i de aller fleste andre programmene, og det er stort sett den voksne programlederen og de kjente gjestene som er i studio som er i fokus.

Kategori 2: Når det gjelder publikumsdeltakelse i *Fin fredag* kan denne karakteriseres som midt på treet i forhold til en del av de andre programmene i analysen. Selv om publikum ikke er synlig i noen særlig grad på skjermen er det flere konkurranser underveis i programmet hvor seerne kan ringe inn på direkten, og det er også en musikkvideoduell i hvert program, hvor seerne skal sende inn sms og stemme på den videoen de aller helst vil se mot slutten av programmet.

Kategori 3 og 4: *Fin fredag* er et program som kan karakteriseres som et rent underholdningsprogram. Her er det underholdning, tøys og moro som er hovedfokuset, programlederne har en tøysete fremtoning, og det legges ikke opp til noen form for seriøs læring i dette programmet. Der det i flere av de andre underholdningsprogrammene er lagt

opp til at seerne skal få et sosialt læringsutbytte er også dette nærmest fraværende i *Fin fredag*.

Kategori 5: *Fin fredag* har, som de fleste av NRK Supers egenproduksjoner, egen internettside, men denne inneholder ingenting annet enn en liten omtale av hver episode, og episodene i nett-tv. Derfor er det ingen forutsetning i det hele tatt at seerne må ha tilgang til PC med internett for å få utbytte av programmet.

4.2.7. Krem nasjonal

Krem Nasjonal er et humorprogram for hele familien som går lørdager 18.30 på NRK1 og NRK Super.

Programmet prøver først og fremst å treffe barn i alderen 8-12 år, men håper at både yngre og eldre lar seg underholde. Erik Solbakken, Magnus og Signe er programledere. Første sending av Krem Nasjonal ble vist 17. oktober 2009. Det ble sendt åtte programmer høsten 09, og i løpet av 2010 skal det sendes 20 nye

programmer.(<http://nrksuper.no/super/kremnasjonal/om-krem-nasjonal-2/>)

Dette er NRKs egen beskrivelse av programmet, som i første omgang er et underholdningsprogram som er beregnet for barn, men også laget med tanke på at hele familien kan sette seg ned og se det sammen, siden det sendes på lørdager. Konseptet er basert på tre programledere i studio, to barn, Magnus og Signe, og en voksen, Erik Solbakken, i tillegg til at det er barn tilstede som publikum i studio. I hvert program får vi treffe kjente gjester, faste karakterer som gestaltes av Erik Solbakken, i tillegg til små snutter med drama/komiserier.

Kategori 1: Selv om det i all hovedsak er den voksne programlederen som står i fokus i programmet, er de to unge medprogramlederne viktige, og mye i fokus på skjermen under programmet. Selve publikum i dette tilfellet består av barn, og de er til en viss grad synlige på skjermen under sendingene, og de er også en viktig del av å skulle gi respons. I tillegg blir enkelte av barna brukt som aktører i små konkurranser underveis i programmet. Det er også tydelig at den voksne programlederen innehar en slags klovnerolle, mens de to barna ofte inntar rollene som litt veslevoksne og belærende.

Kategori 2: I *Krem nasjonal* er det publikum til stede i studio i hver episode, og det består utelukkende av barn i målgruppen. Publikummet er en viktig del av programmet, og de er ofte i fokus underveis i sendingene. Også underveis i programmet blir enkelte av publikummerne innlemmet i programmet ved at de skal delta i små konkurranser underveis i sendingen, og på den måten rettes det også fokus mot de barna som ikke er på skjermen i

egenskap av å være programledere, men som er med som en i utgangspunktet litt anonym publikummer. Bortsett fra dette er publikumsdeltakelsen relativt lav, siden programmet er filmet flere måneder før det sendes på tv, og dermed har ikke seerne hjemme mulighet til å påvirke programmet underveis med verken sms eller skriftlig tilbakemelding til hjemmesiden.

Kategori 3 og 4: Når det gjelder læring er ikke dette et program som fokuserer på å skulle lære bort ting med faglig innhold, og det er heller ikke lagt inn noe særlig sosial læring underveis heller. Derimot havner programmet klart innunder underholdningskategorien, og fokuset er på å få seerne til å le, fremfor at de skal lære noe konkret av programmet.

Hovedfokuset er at det skal tøyses og tulle, og at seerne skal underholdes og le. Sketsjene og de faste innslagene er først og fremst laget med tanke på at

Kategori 5: Krem nasjonal har en egen hjemmeside tilknyttet NRK Supers sider, hvor seerne kan se episodene om igjen i nett-tv, de kan se bilder og musikkvideoer fra de forskjellige programmene, og de finner informasjon om hvordan de kan sende inn spørsmål eller ting de lurer på om programmet. Nettsidene fungerer som et fint tilskudd og supplement til programmet, men det er ingen forutsetning å være i stand til å navigere seg inn på nettsidene for å ha glede av programmet. Det er heller ikke noe særlig med ekstramateriale som ligger på nettet, så hvis barna har sett serien på fjernsyn trenger de ikke nødvendigvis å ta i bruk nettsidene for å få glede av programmet.

4.2.8. Megafon

”Barn er underlagt regler og press fra alle hold. Reklamebransjen, lærere, foreldre og politikere vil bestemme hva barn skal gjøre og hvordan de skal være. Megafon handler om barns tid og penger, forbruk og rettigheter - og en stor gruppe reportere mellom 10 og 12 år tar sakene hvor andre barn trenger hjelp.” Denne beskrivelsen er hentet fra nettsidene til *Megafon* (<http://nrksuper.no/super/megafon/om-megafon/>), og gir i korte trekk en sammenfatning av hva som er hovedtemaene for programmet. I hver episode blir et tema tatt opp, enten det er handler om å ha foreldre som er i fengsel, hvordan det er å ha stesøsken, eller temaer som mobbing, forelskelse og kjærlighetssorg. Hver uke er det også et presenteres også et dilemma, som er en Programmet sendes på NRK Super på torsdager kl 19.00. Det relativt sene sendetidspunktet bekrefter at *Megafon* er beregnet på de eldste seerne til NRK Super, 10-12 åringene.

Kategori 1: I *Megafon* er det barn som innehar de viktigste rollene, de er både reportere og intervjuobjekter, og er derfor mye i fokus. I enkelte av innslagene møter vi voksne, enten det er foreldre, lærere eller andre, men det er barna som er hovedfokuset. Dette

bidrar til at seerne blir kjent med personer de kan identifisere seg med, og som i stor grad speiler deres egen hverdag.

Kategori 2: Programkonseptet er i stor grad basert på publikumsdeltakelse, da reporterne reiser rundt omkring i landet og intervjuer ”vanlige” barn om deres hverdag. Seerne oppfordres til å sende inn tips om saker til redaksjonen, og på denne måten inkluderes barn over hele Norge og ikke bare de som bor i Oslo-regionen. Dette er noe som er viktig for NRK Super, da de ønsker å speile hele landet. ”[...] *det er veldig mange som forholder seg til NRK Super, og vi prøver å se for oss forskjellige typer barn.*” (Intervju 3:3).

Kategori 3 og 4: *Megafon* er nok et eksempel på et program som ligger helt i skjæringspunktet mellom læring og underholdning. Der hovedfokuset er at det skal være et opplysende program for seerne, og gjøre dem mer oppmerksomme på blant annet sine egne rettigheter, er det også et visst underholdningsaspekt i det hele. *Megafon* presenterer ikke læring i tradisjonell forstand, med en videreføring av skolekunnskaper, men fokuserer vel så ofte på læring på andre nivåer også, en form for sosialisering.

Kategori 5: Programmets nettside minner om sidene til flere av de andre programmene til NRK Super, ved at man kan klikke seg inn og se alle episodene i nett-tv, og det er også en egen side hvordan kan sende inn tips til redaksjonen. I tillegg ligger de forskjellige dilemmaene ute, og det er meningen at seerne skal gå inn og stemme på den avgjørelsen de synes er best. Det er allikevel ingenting ved nettsiden som forutsetter at man er nødt til å benytte seg av denne for å kunne ha glede av programmet, og de tilfører heller ingenting ekstra til programmet, det vil si at man ikke finner noe ekstramateriale på sidene som ikke sendes på tv.

4.2.9.Mgp jr.

”*Melodi Grand Prix junior ble startet i 2002 som et initiativ av Danmarks Radio (DR) og tanken var å lage et seriøst alternativ for unge MGP-artister. Siden 2002 har Norge vært med, og i 2006 gikk de nordiske landene sammen om å lage sin egen, årlige finale - der de to beste fra hvert lands nasjonale finaleshow møtes.*” (<http://nrksuper.no/superstore/mgpjr/>)

Dette er et kort sammendrag fra NRK Super sine hjemmesider om bakgrunnen for *Melodi grand prix junior* (heretter kalt *MGPjr*). Selve programformatet går ut på at barn og unge i hele Norge oppfordres til å sende inn musikalske bidrag, og etter flere utvelgingsprosesser står man igjen med ti norske finalister. Siden dette er barnas konkurranse er NRK opptatt av at det er barna selv som står bak bidragene, og ikke foreldrene. (Utvelgingsprosessene er beskrevet i kapittel 1.4).

Kategori 1: Selve konseptet består av flere program, som alle leder opp til den store finalen i Oslo Spektrum, som også blir direkte sendt på NRK1. Hele programmet i seg selv er basert på barn og barns synlighet på skjermen, og det merkes også godt i programmene. Programlederne er to ungdommelige voksenpersoner, og disse er med og binder programmet og innslagene sammen, men det er hele tiden de unge artistene som er i fokus. Hovedprogrammet, den store finalen som sendes direkte fra Oslo Spektrum, fokuserer naturlig nok mye på de unge artistene, og hele programmet bærer preg av at dette skal være barnas kveld og at det er de som skal være hovedpersonene.

Kategori 2: Et programkonsept som *MGPjr* er i det store og det hele bygget opp rundt publikumsdeltakelse. For at programmet skal kunne gjennomføres er NRK avhengig av at barna i første omgang sender inn sanger, og hele programkonseptet er basert på å skulle være “de glade amatørers konkurranse” som Eva Rutgerson Bie forteller i et intervju om *MGPjr*. (Intervju 1:1). I tillegg er det publikum som sitter hjemme foran skjermen som avgjør hvordan konkurransen ender, ved at det er de som stemmer frem vinneren. Dette gjør *MGPjr* til et av de NRK-programmene for barn som i størst grad er avhengig av publikumsdeltakelse i alle ledd av programproduksjonen, da det også er publikum til stede i Oslo Spektrum under den direkte sendte finalen, og disse er med på å bidra til den stemningen som formidles til de som sitter hjemme og ser på.

Kategori 3 og 4: *MGPjr* har i liten grad et læringsaspekt, og handler i hovedsak om å underholde seerne. Det er imidlertid et aspekt at en del av programmet også handler om å vise at barna kan gjøre det like bra som de voksne på en stor scene, og at barn er utrolig flinke, kreative og talentfulle bare de blir gitt mulighet til det. Sett bort i fra dette er programmet et rent underholdningskonsept.

Kategori 5: Som de aller fleste andre egenproduserte programmene til NRK Super har også *MGPjr* en egen side på internett, med presentasjon av deltakerne og sangene deres, blogger fra deltakere og programleder, bilder og en del annet innhold. Selv om dette er måte for seerne å bli kjent med deltakerne på, og å få de siste nyhetene om programmet er det ikke nødvendig for seerne å bruke internettsidene for å kunne ha glede av programmet når det sendes på tv.

4.2.10. MIA

”MIA er fortellingen om de tre jentene Marie, Iben og Alexandra, som alle tre starter i den nye klassen på Havnebakken. Iben og Alexandra kjenner hverandre litt fra før for de har gått på samme skole tidligere. Marie kommer fra en helt annen skole og kjenner ingen. Historien deres fortelles gjennom filmer, webcam-snutter, bloggtekster og bilder. Man kan kommentere alle videoene og blogginnleggene. Hver fredag legges det ut en litt lengre episode, som også går i Fin Fredag kl 19.00 på NRK Super.” (<http://nrksuper.no/super/mia/om/>)

Slik beskriver NRK Super en av sine nyeste satsninger, dramaserien *MIA*, som startet opp i februar 2010. Serien handler om de tre jentene Marie, Iben og Alexandra, og på samme måte som i serien *BIFF* er også disse jentene elever i 6 klasse ved den fiktive Havnebakken skole i Oslo. De små snuttene som programmet er bygget opp rundt varierer i lengde, og varer i alt fra noen få sekunder til flere minutter. Serien tar for seg å skulle speile livene til tre norske jenter, og det er intriger og vennskap, sang og musikk. Flere av episodene bærer preg av å skulle være rene videodagbøker, hvor hovedpersonene har filmet seg selv, og det er også flere blogginnlegg fra de tre hovedpersonene. NRK Super bruker mye ressurser i forkant av alle programmene sine på å gjøre research blant den aktuelle målgruppen om hvilke temaer som opptar dem, hvilke interesser de har og hvordan de kan tenke seg et program (Intervju 3:2).

Kategori 1: I denne serien er voksenpersoner så godt som fraværende, og siden mange av episodene i stor grad er laget som videoer hvor jentene filmer seg selv med webkamera/mobilkamera. Vi ser allikevel noen få voksenpersoner, men da som nærmest bi-personer. De er allikevel ikke helt fraværende, og foreldrene blir ofte omtalt av jentene, men synes sjelden på skjermen. Måten *MIA* er bygget opp på kan gi et inntrykk av at dette er en dokumentarserie om tre jenter, men på hjemmesidene til programmet understrekes det at de barna ser på skjermen er skuespillere, og at det som skjer i de små episodene er fiksjon.

Kategori 2: *MIA* er ikke et program som baserer seg på publikumsdeltakelse i noen særlig grad, da programmet verken bruker seerne hjemme som deltakere, publikum i programmet eller at noe vesentlig av seriens innhold påvirkes underveis av seerne. Det er riktignok muligheter for å legge igjen kommentarer og komme med tilbakemeldinger til alle filmene og blogginnleggene, men ut over det er det få muligheter for seerne å ha noe særlig innvirkning på programmet.

Kategori 3 og 4: Dette programmet kan neppe karakteriseres som noe typisk læringsprogram i den tradisjonelle forstanden at det tar sikte på å gi seerne kunnskap og formidle et rent faglig innhold. Allikevel er det ikke helt uten ”verdi”, og kun laget i underholdningsøyemed, da det som så mange av de andre dramaseriene til NRK er laget med

tanke på at det skal handle om [...] ”viktige ting som man lærer av på mange nivåer.” (Intervju 3:3). Underholdningsaspektet er helt klart til stede, da dette er en dramaserie, men som så mange andre av NRKs egenproduserte serier er det også situasjoner i denne serien som gjør at seerne gjøres bevisst på betydningen av ærlighet, samvittighet og det å være en god venn.

Kategori 5: I likhet med serien *BIFF* er også *MIA* en serie som er internettbasert, det vil si at for å kunne følge med, og få med seg hele utviklingen til karakterene og handlingen, er seerne nødt til å aktivt oppsøke nettsidene og jevnlig følge med her. Hver fredag vises det en litt lengre episode på om lag 10 minutter, som en del av programmet *Fin fredag*, men dette viser bare en brøkdel av det innholdet som ligger ute på nettsidene. Denne lille episoden kan også ses på som en slags teaser for resten av innholdet som ligger på nettsidene, og den er med på å trekke seerne videre fra en plattform til en annen.

4.2.11. Newton

Newton er et av NRK Supers store flaggskip når det kommer til kunnskapsprogrammer. Det er særlig fokus på naturfag, kjemi og biologi. I hvert program er det forskjellige temaer som tas opp, det er konkurranser hvor barna kan sende inn riktig svar, og det er også tips til morsomme ting barna kan prøve ut hjemme. *Newton* er stort sett beregnet på barn i skolealder, og sendes parallelt på NRK Super og NRK1 på søndager kl 18.30.

(<http://nrksuper.no/super/newton/>)

Kategori 1: I *Newton* er det voksne programledere, og det er de som er mest synlige på skjermen i løpet av programmet. Dette betyr allikevel ikke at det ikke er barn med i noen av programmene. I flere av innslagene treffer vi barn som har en hobby som er relevant for programmet, enten det er fuglekikking, at de samler på sjeldne steiner eller at de kan masse om verdensrommet. Vi treffer også barn som små assistenter til de voksne programlederne, men hovedfokuset i *Newton* ligger ikke på at det er barna i seg selv som skal være det viktige, men på det faglige innholdet.

Kategori 2: *Newton* er ikke et program som legger noen stor vekt på deltakelse fra publikum. De har riktignok seerkonkurranser hvor barna kan sende inn svar på ukens spørsmål og vinne forskjellige ting, men det er relativt lav publikumsdeltakelse om en ser bort i fra dette. Siden programmet ikke er studiobasert, er det heller ikke publikum til stede under innspillingen. Programmet har imidlertid en tjeneste på nettsidene sine, hvor seerne kan sende inn spørsmål, og de spørsmålene som blir trukket ut får svar i ett av programmene.

Kategori 3 og 4: Av alle programmene i analysen er kanskje *Newton* det som peker seg klarest ut som et læringsprogram. Her er det faktakunnskap, og da særlig naturvitenskap, som står i sentrum. Dette følger en lang NRK-tradisjon med fakta- og kunnskapsprogrammer for barn i skolealder. At hovedfokuset ligger på læring og kunnskap trenger ikke nødvendigvis bety at det ikke også er et underholdningsprogram. *Newton* har også et underholdningsaspekt, ved at flere av innslagene har en humoristisk vri, og fremfor å være et studiobasert program som kan minne om «tavlelæring», er programlederne ute i felten, og de besøker for eksempel forskningsinstitusjoner, bondegårder og fiskeoppdrettsanlegg.

Kategori 5: *Newton* er ikke et internettbasert program, og det er ikke en forutsetning å ha tilgang til PC med internett for å ha utbytte av å se programmet. Som så mange andre programmer har også *Newton* en egen hjemmeside, og her ligger det spill, konkurranser, quiz og mange faktaartikler. Hjemmesiden blir allikevel mer som et tillegg til selve programmet å regne, og utbytte av programmet blir ikke redusert ved å ikke ha internettilgang.

4.2.12. Sara

Sara handler om jenta Sara, som går siste året på barneskolen. Serien handler om hennes hverdag, og serien er bygget opp som en blogg, hvor Sara legger ut små filmsnutter og skriver blogginnlegg. Selv om serien kretser rundt hovedpersonen Sara og hennes liv kan temaene som tas opp sies å være aktuelle for barn over hele Norge. *Sara* henvender seg først og fremst til jenter i aldersgruppen 8-12 år, siden den først og fremst fokuserer på ting som jenter er opptatt av. Serien startet opp i april 2008, og har utelukkende vært å finne på internett (<http://nrksuper.no/superstore/sara/>).

Kategori 1: I denne serien er det nesten utelukkende barn som er å se på skjermen. Stort sett er det hovedpersonen Sara som er synlig i episodene, men også flere av hennes venner og klassekamerater dukker opp i enkelte av videosnuttene. Noen ganger ser vi også voksne karakterer, men det er sjelden, og de er stort sett med bare som bi-roller.

Kategori 2: I *Sara* er det relativt lav publikumsdeltakelse, siden de vi møter på skjermen er skuespillere, og handlingen er skrevet av redaksjonen. Allikevel er selve konseptet utarbeidet etter undersøkelser gjort blant målgruppen, og redaksjonen var også lydhør for innspill underveis i prosessen (Intervju 3:2). På nettsidene til programmet er det meningen at publikum skal kommenter og komme med tilbakemeldinger underveis, både knyttet spesifikt opp mot de forskjellige postene, og av mer generell art.

Kategori 3 og 4: Denne serien er i det store og det hele en ren underholdningsserie, og det er lite å spore av noe læringsperspektiv. Det er Saras hverdag og hennes liv som er hovedfokuset i serien, og lite av det som formidles kan sies å være ment som læring. I motsetning til en del av de andre seriene er ikke Sara basert på edu-tainment prinsippet heller, serien er ment som en underholdningsserie for først og fremst jenter i aldersgruppen 8-12 år. Det bør allikevel nevnes at det sosiale læringsaspektet ved denne serien ikke kan ses bort i fra, da NRK Super i følge eget utsagn legger vel så stor vekt på å lære bort sosial kunnskap som ren faktakunnskap.

Kategori 5: *Sara* var den første serien til NRK Super som utelukkende var internettbasert. For å kunne få utbytte av serien var seerne nødt til å ta i bruk internettsidene, siden alt av tilgjengelig materiale. Internettssidene til denne serien er også mer innholdsrike enn de to andre nettbaserte seriene, og publikum får i enda større grad ta del i hovedpersonens univers, blant annet får vi en presentasjon av Saras venner også. Siden noe av hovedpoenget med serien var at barn og unge skulle identifisere seg med karakteren kan seerne også sende inn spørsmål til karakteren Sara. Det presiseres imidlertid at *Sara* er en ren fiksjonsserie, og at karakterene og historiene er skrevet av en redaksjon hos NRK Super, og ikke er laget av en virkelig jente ved navn Sara.

4.2.13. Supernytt

Supernytt er NRK Supers egne nyhetssendinger for barn og unge mellom 8 og 12 år, og ble lansert 4. januar 2010 (<http://nrksuper.no/super/supernytt/om/>). Hvert program varer i om lag 8 minutter, og sendes mandag-torsdag på NRK Super. Formatet minner om en vanlig nyhetssending, men sakene presenteres på en måte som er mer tilpasset unge seere. Dette betyr blant annet at de mest voldsomme bildene blir luket ut, og programlederen setter sakene i en sammenheng for barna. Barn blir ofte engstelige og redde av store katastrofenyheter som skriker mot dem fra avisforsider, og det er derfor desto viktigere for *Supernytt* å ta tak i nettopp denne typen saker for å kunne bidra til å berolige og forklare bakgrunnen for de voldsomme oppslagene. (Denne informasjonen kommer fra et allmøte jeg deltok på, avholdt av ledelsen i *Supernytt*)

Kategori 1: I *Supernytt* er barns synlighet på skjermen forholdsvis lav, siden de har valgt å ha en voksen seriøs programleder, for å skape troverdighet rundt nyhetene, og ikke gi inntrykk av at dette er lek og tøys og tull (kilde: allmøte med *Supernytt*). Siden dette er nyhetssendinger for barn er det naturlig at enkelte av sakene har et mer barneorientert fokus, og i disse innslagene møter vi barn fra hele Norge. Gjennomgangstonen i *Supernytt* er

allikevel at dette skal være en barneutgave av vanlige nyheter, uten noe spesielt fokus på barn og saker som omhandler barn.

Kategori 2: Publikumsdeltakelsen i *Supernytt* er kan sies å være todelt. Det er ingen publikummere fysisk tilstede i studio under opptak, men selve sendingen er i stor grad basert på innsendte saker og tips fra publikum. Selv om de store sakene er hentet fra nyhetsavdelingen til NRK er det flere småsaker og innslag som er laget etter tips fra publikum. Også tilbakemeldinger som går på det rent innholdsmessige blir ofte tatt til følge, eller brukt som inspirasjon til hvordan utvikle konseptet og gjøre det enda bedre.

Kategori 3 og 4: Et program som *Supernytt* faller inn under det som kan kalles et læringsprogram, og det er lite å spore fra underholdningssjangeren i dette konseptet. I nyhetssakene som presenteres legges det ofte vekt på å forklare hvor i verden dette foregår, og de bruker ofte kart for å vise hvor de forskjellige hendelsen har funnet sted. Dette gjøres både for at barna skal få et bevisst forhold til hvor disse tingene skjer, og at det er langt unna Norge, for på den måten å kunne berolige dem, samtidig som det kan ses på som en forlengelse av skolens geografiundervisning.

Kategori 5: Supernytt har som de fleste andre egenproduserte programmene til NRK en egen nettside, knyttet til internettsidene til NRK Super. Her kan seerne få litt informasjon om konseptet *Supernytt*, de får se bilder av de forskjellige involverte og hvilke roller de har, adresse hvor de kan sende tips og tilbakemeldinger, og ikke minst ligger det linker til alle innslagene og sendingen.

Superkviss 4.2.14

Superkviss er et spørreprogram, hvor to deltakere konkurrer mot hverandre i alle mulige kategorier. Programmet sendes hver dag på NRK Super, og sendes også på radiokanalen Kanal Super. *Superkviss* startet opp i desember 2007, samtidig med lanseringen av NRK Super. Deltakerne er “vanlige” barn og unge, mens programlederen er en “profesjonell” voksen. (<http://nrksuper.no/super/program/superkviss/>)

Kategori 1: *Superkviss* er basert på barn som deltakere i konkurransen, og i hvert program er det de to deltakerne som er i fokus. Den voksne programlederen har riktignok en viktig rolle i programmet, men det er i hovedsak barna som er i studio som er hovedpersonene.

Kategori 2: Hver uke er det to nye deltakere som får prøve seg, og det kan argumenteres for at dette programmet er publikumsbasert da det er de unge seerne som oppfordres til å melde seg på. Seerne oppfordres også til å bidra ved å sende innspørsmål til

deltakerne. Selve handlingen i programmet og utfallet av konkurransen har imidlertid publikum liten innflytelse på.

Kategori 3 og 4: *Superkviss* er et spørreprogram som først og fremst er ment for å underholde seerne, og konkurransen mellom de to deltakerne bidrar til å forsterke underholdningsaspektet. Selv om seerne til en viss grad kan lære noe, gjennom å få svaret på spørsmålene som stilles deltakerne, er det allikevel et lite læringsutbytte, da spørsmålene like ofte kan dreie seg om popkulturelle temaer som vitenskapelige.

Kategori 5: Programmet bruker flere plattformer til å nå ut til seerne, ved at det er å finne både på fjernsynet og radio, og internettsidene til programmet spiller også en vesentlig rolle. Det er her seerne kan melde seg på som deltakere, sende inn spørsmål, eller teste seg selv for å se om de kunne gjort det bedre enn deltakerne. Allikevel er det vanskelig å argumentere for at programmet kan havne i kategorien nettbasert konsept, da det ikke er noen forutsetning å sende inn spørsmål eller melde seg på som deltaker for å få utbytte av sendingen som går på fjernsyn og radio.

4.2.15. Utfordringen

Utfordringen er et konkurranseprogram hvor en 6.klasse fra forskjellige skoler i Norge hver uke får utfordringer, både vitenskapelige og sportslige, og målet er å vinne supermerket. Programmet ble sendt på NRK Super første gang i 2008.

(<http://nrksuper.no/super/utfordringen/>)

Kategori 1: *Utfordringen* er et konkurranseprogram hvor alle deltakerne er 6.klassinger, og det er derfor de som er mest i fokus i hver episode. Programlederen er voksen, men ellers er det nesten utelukkende barn som er synlige i programmet, og det er de som er hovedpersonene.

Kategori 2: Siden det er barn som er deltakerne kan man snakke om en viss grad av publikumsdeltakelse, da det ikke er skuespillere men vanlige barn som er med hver uke. Bortsett fra dette har seerne liten innflytelse på selve programmet, og de har ingen mulighet til å påvirke resultatene eller programmet underveis.

Kategori 3 og 4: *Utfordringen* bærer et klart preg av å være et læringsprogram, siden deltakerne konkurrer i forskjellige skolefag og dermed legges det opp til at også seerne der hjemme skal lære noe. Konkurranseaspektet er imidlertid med på gi programmet et underholdningspreg, og spenningsmomentet med hvem som kommer til å klare utfordringen gjør at programmet faller inn i begge kategoriene.

Kategori 5: Programmet er omtrent utelukkende fjernsynsbasert, og selv om det finnes en egen internettside til også dette programmet finnes det ikke noe innhold på denne siden som seerne ikke får ved å kun se på programmet når det sendes på fjernsynet. Det kan allikevel argumenteres med at programmet krever en viss internettkompetanse om man ønsker å være deltaker, siden påmelding kun foregår gjennom programmets internettsider.

I skjemaet under er alle opplysningene om programmene sammenfattet, og den grafiske fremstillingen gir et samlet bilde av hvordan de forskjellige programmene fordeler seg på de ulike kategoriene.

Tabell 1

	Kategori 1	Kategori 2	Kategori 3	Kategori 4	Kategori 5
AF1	X			X	
Barnas Superjul	X	X	X	X	
BIFF	X	X		X	X
Dyrevenn	X	X	X	X	
Energikampen	X	X	X	X	
Fin Fredag		X		X	
Krem nasjonal	X	X		X	
Megafon	X	X	X		
Mgp. Jr	X	X		X	
MIA	X			X	X
Newton	X		X		
Sara	X			X	X
Supernytt			X		
Superkviss	X	X	X	X	
Utfordringen	X	X	X		

I analysen og skjemaet kommer det frem at NRK Super i stor grad anser barn som kompetente brukere både ved at de ofte benytter seg av både publikumsdeltakelse og seernes tilbakemeldinger, og ikke minst ved at de i så stor grad som de gjør benytter seg av barn som aktører i sine barneprogram. Så godt som alle programmene har barn i de bærende rollene, og det er i hovedsak deres perspektiv og ståsted som presenteres for seerne. Til gjengjeld er det få programmer som utelukkende baserer seg på internettkompetanse hos målgruppen, og selv om de fleste programmene har egne internettsider i tilknytning til programmet er det få av dem som tilbyr noe særlig mer enn det seerne får ved å kun se programmet på fjernsynet.

Flere av programmene som produseres i dag er en kombinasjon av læringsprogram og underholdningsprogram, og det kan ofte være vanskelig å trekke klare linjer mellom hva som er hva. Hoveddelen av programmer som lar seg plassere i en av de to kategoriene havner i underholdningskategorien, selv om det ikke er uproblematisk å skulle plassere et program kun i en av kategoriene. Tradisjonelt har læringsprogram vært vitenskapsbaserte, og en videreføring av skolekunnskaper, men enkelte av de nye programmene tar også for seg å skulle lære bort sosiale ferdigheter og egenskaper.

Kapittel 5 Diskusjon av analysen

5.1. Innledning til kapittel 5

I dette kapitlet vil jeg gi en sammenfatning av analyseresultatene, og jeg vil også diskutere de resultatene som har kommet frem. Først vil jeg ta for meg hver enkelt kategori, og diskutere dem, for deretter å sammenligne kategoriene til slutt. I tillegg vil jeg trekke inn informasjonen fra de kvalitative intervjuene jeg har gjennomført, og se hvordan denne informasjonen stemmer overens med resultatene fra analysen. Deretter vil jeg se hvordan dette stemmer overens med de ulike perspektivene på barn som kompetente mediebrukere, og andre teorier som er presentert i tidligere kapitler.

Ved å se på synet på barn, og synet på barn som kompetente mediebrukere er det klare utviklingstrekk som går i retning av at syn på barn endres fra *human becomings* til *human beings* (Hake 2006). Ved innføringen av fjernsynet i Norge var den rådende tendensen i det norske samfunnet at barn var uferdige små individer, som måtte beskyttes fra livets harde realiteter. Barndommen i seg selv hadde begrenset verdi, og den var kun for et stadium på vei over i voksenverden å regne. Etter hvert gikk man vekk i fra dette synet, og barndom gikk over fra å bare ha verdi som et midlertidig stadium på vei inn i voksenverden, til å bli et stadium i livet som fikk en egenverdi. Denne tendensen har også gjort seg gjeldene innenfor de barneprogrammene som sendes på norsk fjernsyn. Fra å være programmer med en klart oppdragende målsetting, og hvor barna nærmest var usynlige på skjermen er det i dag en stor andel av programmene hvor barna er godt synlige og det er deres hverdag som er i fokus. NRK har som allmennkringkaster et spesielt ansvar for at de barneprogrammene de sender skal speile hverdagen til norske barn, og ikke minst barn over hele landet.

Som det fremgår av analysen er det egenproduserte programtilbudet som NRK Super tilbyr sine seere variert og mangfoldig. Det er allikevel noen tendenser som peker seg ut, og da spesielt i forbindelse med de forskjellige kategoriene.

Ved en nærmere gjennomgang av analysen, og med et blikk på oversiktsskjemaet er det tydelig at enkelte av kategoriene er mer aktuelle enn andre. Samtidig kan det være nyttig å ta i betraktning de mindre brukte kategoriene, da også disse er med på å gi et utfyllende bilde av det totale programtilbudet.

5.2. De enkelte analysekategoriene

De fem analysekategoriene jeg har benyttet meg av i denne oppgaven er alle valgt ut med utgangspunkt i de teoretiske perspektivene på hva som gjør barn mediekompetente. I tillegg valgte jeg å se på hvilke temaer som gikk igjen da jeg utførte en eksplorerende analyse av intervjuene mine, og disse temaene sett sammen med perspektiver på barn som mediekompetente. Disse perspektivene dreier seg blant annet om barn som aktive deltakere satt opp mot oppfatningen av barn som passive tilskuere.

Ved å bruke disse kategoriene ville det dermed i analysen være mulig å si noe om NRKs egenproduserte barneprogrammer kan sies å gjenspeile disse teoriene, og om de på denne måten sier noe om hvordan NRK oppfatter sine unge seere. Ingen av kategoriene er gjensidig utelukkende, noe som var nødvendig for at de skulle kunne belyse ulike dimensjoner av materialet.

Kategori 1 “Synlighet på skjermen“:

I denne kategorien havner hele 13 av 16 programmer fra analysen. Dette viser at barns deltakelse og synlighet på skjermen er en av NRK Supers hovedprioriteringer når det skal lages programmer for barn og unge. Dette funnet bekreftes også i de kvalitative intervjuene jeg har gjort, hvor alle tre intervjuobjektene flere ganger i løpet av intervjuet fokuserer på hvor viktig det er å gjøre barna synlige, og at synlighet på skjermen er med på å gjøre barn viktige og å ta dem på alvor. Dette gjenspeiles også i NRK Supers visjon, og alle intervjuobjektene nevner det å være synlig (på skjermen) som et uttrykk for at man er viktig. Å sette opp speil, og gi barna rollemodeller de kan identifisere seg med er en av de uttalte hovedmålene til NRK Super, noe analysen min tydelig viser at stemmer når det kommer til de faktiske programmene de produserer. “Identifikasjon bygger på nærhet og gjenkjenning.” (Hake 2006:44). Ved å vise barna forskjellige miljøer og situasjoner de kan kjenne seg igjen, fra forskjellige landsdeler og kulturer i Norge, bidrar NRK Super til at norske barn får gode muligheter til å identifisere seg med det de ser på skjermen.

Denne kategorien har imidlertid enkelte svakheter, da den ikke fanger opp nyansene i de forskjellige typene av programmer hvor barn er synlige på skjermen. En hovedforskjell er de programmene hvor barn er programledere, og de hvor de kun er deltakere. Dette å barn som programledere blir av mange regnet som et skille når det gjelder produksjon av barneprogrammer (Hake 2006), og det kan derfor diskuteres om en underkategori av Kategori 1 burde vært om barna er programledere eller ikke. Det kan imidlertid vise seg ugunstig å benytte seg av en slik inndeling, da en del av programmene hvor barn er synlige er

dramaserier, og de derfor ikke opptrer i et programleder-/deltaker forhold som forskjellige underholdningsprogram benytter seg av.

I begynnelsen av NRKs barne-tv historie var det sjelden barn som var i fokus, og det var enda sjeldnere at det var de som hadde styringen i programmet (Bakøy 2002). I dagens programmer er det ikke uvanlig at barn tar styringen, både som programledere og deltakere, og det legges opp til en aktiv deltakelse fra publikum, fordi dette bidrar til at barna lettere kan identifisere seg med det de ser på skjermen. Under intervjuet med Hildri Gulliksen nevnte hun flere ganger at identifikasjon er noe av det de anser for å være viktigst når de skal lage programmer, spesielt i aldersgruppen 8-12 år.

Vebjørn Tingstad nevner i sin bok tre måter å posisjonere barndom på:

1. Som kontrollert av voksne
2. Som truet av voksne
3. Som ansvarliggjort i forhold til å korrigere de voksne.

Sett i lys av disse måtene å posisjonere barndommen på passer derfor de aller fleste av dagens egenproduksjoner inn i det tredje perspektivet, "Barn som ansvarliggjort i forhold til å korrigere de voksne". Mange av barna vi møter i programmene er kunnskapsrike, selvstendige, og inntar ofte en belærende posisjon overfor de voksne som vi møter i serien. Dette gjelder særlig programmet *Barnas Superjul*, hvor de voksne er så godt som fraværende men også i seriene *BIFF* og *MIA* inntar ofte de unge hovedpersonene rollene som bedrevitere og veslevoksne. Vi får historiene presentert fra barnas ståsted, og det viktigste i disse seriene er at barna skal ha forbilder og rollemodeller de kan kjenne seg igjen i, samtidig som programmet skal være underholdende.

Kategori 2 "Publikumsdeltakelse": Av de undersøkte programmene havner bare 7 av 16 programmer, altså godt under halvparten i denne kategorien. Dette viser at publikumsdeltakelse foreløpig ikke er et like viktig satsningsområde som for eksempel synlighet på skjermen. Det er allikevel såpass mange programmer som hvor publikumsdeltakelse er påkrevd at det går an å snakke om en tendens som har begynt å gjøre seg gjeldende. Programproduksjon kan ofte være en tidkrevende prosess, og selv om publikumsdeltakelse i seg selv ikke er et nytt fenomen, er det nytt at så mange barn og unge har mulighet til å være aktive deltakere. Som nevnt i analysekapitlet er denne kategorien to-delt. Den ene av delene dreier seg om interaktiv deltakelse, det vil si fra det publikummet som sitter hjemme foran skjermen. Den andre delen dreier seg om publikum som en del av selve programmet, altså at de som sitter i studio er viktige deltakere i konseptet. Selv om dette er to

ganske forskjellige måter å inkludere publikum på, havner allikevel begge fenomenene under paraplybetegnelsen “publikumsdeltakelse”.

De senere årene har den teknologiske utviklingen gjort det lettere for publikum å selv være aktive deltakere/seere i direktesendte programmer, enten ved hjelp av sms eller e-post. Den samme teknologiske utviklingen har også gjort teknologisk utstyr som mobiltelefon og hjemme-pc mer tilgjengelig for stadig større, og yngre, grupper av befolkningen. På grunnlag av dette skulle man kanskje tro at publikumsdeltakelse ble vektlagt tyngre i programproduksjonen, da dette kan sies å være et av de premissene for barn som kompetente mediebrukere hvor det er lettest å se nettopp en mediekompetanse. At publikumsdeltakelse ikke er mer vektlagt kan skyldes mange forskjellige faktorer. En av dem kan være at det for NRK har vært et dilemma med at mye av publikumsdeltakelsen koster penger, og at det ved flere tilfeller har blitt rettet kritikk mot NRK fordi de oppfordrer barn til å stemme og bruke opp kontantkortene sine. Spesielt når det gjelder programmet *Mgp.jr* har NRK fått kritikk for å tjene gode penger på at barn og unge sender inn sms-stemmer. Eva Rutgeron Bie går i intervjuet ut og forsvarer avgjørelsen om å basere programmet på sms-stemmer, og hun tilbakeviser også at det bare er barn som stemmer, og at de tjente veldig mye penger på disse stemmene “Vi ser ikke så mye til de pengene, det er faktisk ikke så mye penger som det er snakk om, og som mange aviser vil ha det til.” (Intervju 1:5).

En annen grunn kan være at NRK først og fremst vil inkludere så mange seere som mulig, og derfor ikke basere størsteparten av programmene sine på at barna skal være aktive deltakere. De aller fleste barn og unge har i dag tilgang til både mobiltelefon og pc med internett. Selv om de aller fleste barn og unge i dag har tilgang til både mobiltelefon og pc med internett, er ikke dette nødvendigvis ensbetydende med at de bruker det. I følge Medietilsynets rapport om barn og digitale medier, opplyser bare 2% av barna at de ikke har tilgang til PC hjemme, og kun 1% opplyser at de ikke har tilgang til internett i det hele tatt (Medietilsynets rapport om barn og digitale medier 2010: 13). Den samme rapporten opplyser også om at hele 90% av barn og unge i alderen 9-16 år har egen mobiltelefon.

Ikke bare har dagens barn stor tilgang til digitale medier, de er også tidlig ute med å omfavne ny teknologi, og er ofte mer uredde i sin bruk enn det foreldregenerasjonen er. Don Tapscott hevder at for første gang i historien er barn mer kompetente enn foreldrene sine når det kommer til bruk av ny teknologi, og eldre generasjoner betrakter ofte pc-teknologi som et verktøy/redskap, mens det på en annen måte blir en integrert del av hverdagslivet til de unge. Forskeren Soilikki Vettenranta påpeker at barn i dag ofte uviser en sjangerbevissthet

Programmer som krever publikumsdeltakelse har tradisjonelt basert seg på telefoni, naturlig nok, og denne trenden har stort sett fortsatt for de store direktesendte underholdningsprogrammene. En forskjell er imidlertid at man nå også kan sende sms i tillegg til å ringe inn og gi sin stemme, og med mobiltelefonen kan hvert familiemedlem stemme fra hver sin mobil. Undersøkelser viser også at publikum er mer betalingsvillige på en telefonisk plattform enn på en webbasert (Enli og Skogerbø 2008:12). Derfor er også flesteparten av de programmene som

Funnene i analysen viser at de programmene som benytter seg av publikumsdeltakelse like gjerne er programmer som har publikum i studio, eller baserer seg på deltakelse over internett. Publikum i studio er en viktig del av flere av programmene, og spesielt i program som *Krem nasjonal* blir publikum inkludert i selve programmet som noe mer enn bare latter og applaus, men også som aktive deltakere. Personer fra publikum velges ut til å være med i små konkurranser underveis, eller på annen måte engasjere seg i programmet innholdsmessig. Denne formen for publikumsdeltakelse er allikevel ikke av en sånn karakter at det kreves veldig mye mediekompetanse for å være med, men en klar fordel er det hvis de kjenner sjangeren og vet hva som forventes av publikum i studio.

Kategori 3 “Læringsprogram“: Denne kategorien omfatter 7 av 16 programmer, og det er dermed tydelig at dette ikke er en kategori som ikke vektlegges like tungt som det en kanskje kunne gå ut i fra med tanke på den posisjonen NRK tradisjonelt har hatt som folkeopplyser. I analysekapitlet valgte jeg å omtale på denne kategorien sammen med kategori 4, Underholdningsprogram, da disse to kategoriene ofte er tett knyttet sammen. Denne kategorien var den det var vanskeligst å konkret plassere de forskjellige programmene i, da det å skulle definere hva som kan regnes for ren læring, og hva som er underholdning ofte skliir over i hverandre. Karin Hake skriver i sin bok *Historien om barne-tv* (2006) om vanskelighetene med å skulle sette et skille mellom læring og underholdning. “[...] finner sjelden fjernsynsprogram som er motpoler: som enten har opplysning og læring som mål, eller bare et mål om at seerne skal underholdes.” (Hake 2006:23). For å beskrive denne typen programmer bruker hun det engelske begrepet *edu-tainment*, “en blandingsgenre der kunnskap og budskap presenteres i en underholdningsramme.” (Hake 2006:23).

Funnene jeg har gjort viser at det bare er 2 av programmene i denne kategorien som utelukkende er læringsprogram, nemlig *Newton* og *Supernytt*. Disse to er utelukkende basert på at seerne skal lære noe av programmet, og underholdningsaspektet er tonet ned i forhold til læringsverdien av programmet. Selv om det kun er to av programmene som er rene

læringsprogram er det interessant at læringsaspektet også er tilstede i flere av de andre programmene som også kan karakteriseres som underholdningsprogram. Dette tyder på at de som lager programmene anser rene læringsprogram for ikke å være så attraktive for seerne, som det underholdningsprogram er. Også fremveksten av såkalte edu-tainment programmer de senere årene, og konkurransen fra kommersielle kanaler har gjort at NRK har vært nødt til å ta grep for å beholde seerne, og dermed kan læringsaspektet ha blitt nedtonet til fordel for underholdning. Etter hvert som flere og flere kanaler rettet utelukkende mot barn har fått innpass på det norske markedet, har NRK fått merke konkurransen. Opprettelsen av NRK Super var i sin tid et grep fra NRK sin side for å komme den økte konkurransen i møte, og som en av strategiene kan det tyde på at de rene læringsprogrammene ble lagt på hylla til fordel for andre programtyper.

Det at barn i dag ofte har stor innflytelse over hvordan familiens penger skal brukes, har gjort dem attraktive for aktører som skal selge produkter beregnet for barn.

En kommersialisering av programmer og produkter rettet mot barn er riktignok ikke et nytt fenomen, tvert i mot skriver David Buckingham i sin artikkel “Children and consumer culture”: *“Marketing to children is not a new phenomenon. Indeed, historical studies suggest that children have been a key focus of interest at least since the inception of modern mass marketing”* (Buckingham 2007). Sett i lys av dette kan kritikken som er rettet mot NRK og det økte tilbudet av lisensprodukter knyttet til barneprogrammer de senere årene ses på som en

Kategori 4 “Underholdningsprogram“: I denne kategorien havner hele 13 av 16 programmer fra analysen. Dette viser at underholdningsaspektet er sterkt til stede i det aller meste av de egenproduserte programmene som sendes på NRK Super, og at det å underholde barna må kunne sies å være en av hovedprioriteringene til kanalen når de skal lage programmer for denne målgruppen. I analysen valgte jeg å se på denne kategorien sammen med forrige kategori, “læringsprogram”, da disse to ofte er tett knyttet sammen. Som det fremkommer av det samlede skjemaet over alle de analyserte programmene er det kun ett av dem, *Fin fredag*, som bare tilhører underholdningskategorien, de andre 12 programmene faller innunder en eller flere av de andre kategoriene. Dette viser at selv om underholdning er et viktig aspekt i programproduksjonen er det også andre ting som vektlegges i det store bildet. Også her kan det være vanskelig å gi noen eksakt definisjon på hva et underholdningsprogram egentlig er, og nøyaktig hvilke kjennetegn man skal se etter. Flere av programmene som havner i denne kategorien er forskjellige både i innhold og form, og derfor

er det også vanskelig å se alle programmene under ett, uten å samtidig se det som også skiller dem fra hverandre. Et program som *AFI*, som er en dramaserie, kan ikke uten videre sies å ha mange likhetstrekk med et program som for eksempel *Energikampen*, bortsett fra at de begge er ment å skulle underholde. At programmer for barn er laget for å underholde er ikke nytt i NRK-sammenheng, men de senere årene er det lagt mer vekt på underholdningen enn det ble gjort tidligere.

Selv om ikke underholdningssjangeren krever noen spesiell teknisk kompetanse hos seerne, er det allikevel en forutsetning at de gjenkjenner sjangeren, og at de greier å skille denne fra for eksempel et rent læringsprogram. Barn har i dag ofte en høy sjangerbevissthet, og stor kompetanse om det de ser på skjermen. De er flinke til å tolke de signalene som

Kategori 5 “Nettbaserte konsepter”: Dette er den aller minste kategorien, med bare tre programmer som havner i denne sjangeren. Selv om så godt som alle de egenproduserte programmene fra analysen er å finne på web-tv på NRK Super sine hjemmesider er det altså bare tre program som utelukkende er å finne på internett. Det kan være flere forskjellige årsaker til dette, men en av dem kan være at Barne-tv tradisjonelt har vært et fenomen forbeholdt fjernsynet, og ikke minst at det tidligere har vært konsentrert på en relativt begrenset sendeflate. Også i dette tilfellet spiller teknologi en rolle, da denne typen programmer er avhengig av at seerne i målgruppen både har tilgang til det tekniske utstyret som kreves, og ikke minst at de vet hvordan det skal brukes.

De tre aktuelle programmene er alle konsepter som er bygget opp mer eller mindre som et “vanlig” underholdningsprogram, men med den forskjellen at de bare er å finne på internettsidene til NRK Super. I tillegg er de også laget på en måte som gir inntrykk av at dette ikke er en dramaserie, men en slags blogg eller dagbok laget av de aktuelle hovedpersonene. Igjen blir dette med identifikasjon viktig, siden hovedformålet bak det første programmet, *Sara*, var å lage en figur som kunne fungere som en slags bestevenninne for seerne. “[...] en venninne som lever livet litt tøffere enn hun gjør” (Intervju 3:2). Funnene fra analysen viser at dette er den programtypen som setter størst krav til mediekompetanse blant de unge, da de ikke bare er avhengige av å ha tilgang til pc med internett, de er også nødt til å lete seg frem på sidene til NRK Super for å finne programmet. Selv om to av programmene i starten kunne være litt vanskelige å navigere seg frem til, fant allikevel barna frem, og både *MIA* og *BIFF* har vært populære fra starten. “Innholdsmessig og navigasjonsmessig så opplever vi jo at barn er råflinke” sier Hildri Gulliksen i NRK Super (Intervju 3:4). Ikke bare fant barna frem til programmene, de kom også med mange

tilbakemeldinger på når de syntes seriene var troverdige, og når de var det. Dette tyder på at barn i dag er vant til å se serier på tv, og de evner å skulle dekode en del av det de ser på skjermen. Siden det foreløpig ikke er mer enn disse tre konseptene er det vanskelig å skulle snakke om en trend, men med den populariteten disse programmene har er det tydelig at dette er noe som fenger seerne, og det har gitt mersmak hos programskaperne. Etter suksessen med *Sara*, som i hovedsak var en serie rettet mot jenter, ser vi at også guttene har fått et virtuelt tilbud, med serien *BIFF*. Hvordan tilbudet blir fremover er vanskelig å spå, men det er ingenting som tyder på at det vil bli færre nettkonsepter etter hvert, og mulighetene for at vi i ennå større grad enn i dag vil se programmer som utspiller seg på flere forskjellige medieplattformer. Barn og unge er i dag aktive brukere av internett, og hele 84% bruker internett hjemme daglig eller flere ganger i uken, og hovedsakelig er det til å spille spill og se på videoer (Barn og digitale medier 2010:12). Derfor vil det mest sannsynlig også bli et større tilbud av nettbaserte serier på NRK Super sine hjemmesider i tiden fremover, da disse tallene tyder på at barna allerede i stor grad er mediekompetente nok til å ta i bruk tilbud som utelukkende ligger på nettet.

5.3. Analysekategoriene sett under ett.

Om en ser alle disse kategoriene under ett, er det noen trekk som trer klart frem, andre er mindre synlige. Et av hovedfunnene i oppgaven er at barn er veldig synlige på skjermen i NRKs egne produksjoner av barneprogram, både som skuespillere i dramaserier, programledere i underholdningsprogram, som deltakere i spørreprogram, og som et aktivt deltakende publikum. Å skulle vise frem barn og deres hverdag er ble i av alle tre intervjuobjektene fremhevet som et av hovedmålene NRK Super arbeider mot når de skal lage programmer, og dette viser seg å stemme godt overens med de funnene som ble gjort i analysen. I fjernsynets barndom var det sjelden barna spilte en aktiv og viktig rolle i programmene, og på denne fronten kan man da snakke om at det har skjedd en enorm endring og utvikling i NRKs tilnærming til sine yngre seere. For at barn skal vises på skjermen er det også en forutsetning at både seerne og aktørene er trygge på mediet og Med økt interesse for å vise barn og deres hverdagsliv på skjermen, har også interessen for å involvere barna i det som skjer rundt programmene økt, og publikumsdeltakelse har blitt en viktig del av også programproduksjonen for barn. Selve fenomenet er ikke nytt i fjernsynssammenheng, men i motsetning til tidligere hvor dette stort sett var forbeholdt den voksne delen av publikum da det var de som i stor grad kontrollerte teknologien som trengtes for å være deltakende, har nå flere og flere barn like god tilgang til den nødvendige teknologien som trengs for å være et

deltakende publikum. Resultatene av denne analysekategorien viser riktignok at NRK Super foreløpig har valgt å ikke gjøre dette til et hovedsatsingsområde, da under halvparten av programmene som ble analysert havnet i denne kategorien. Allikevel kan denne kategorien sies å være nyttig, da nettopp deltakelse kan sies å være en av indikatorene for mediekompetente barn. For å være deltakere er barna nødt til å beherske både teknologi, og være i stand til å gjenkjenne sjangeren.

Kategoriene 3 og 4, henholdsvis “Læringsprogram” og “Underholdningsprogram”, viser at NRK Super i stor grad satser på programmer som er underholdningsbaserte, og det er en meget liten andel av programmene som kan kalles rene læringsprogram. Disse analysekategorien ble valgt ut med utgangspunkt i at NRK i dag produserer barneprogram som legger større vekt på et rent underholdningsaspekt, enn det de gjorde da fjernsynet var helt nytt i Norge. De tre Opp-ene, opplysning, oppdragelse og opplevelse, sto lenge sterkt i barne- og ungdomsavdelingen til NRK, hovedvekten her var at barna i hovedsak skulle lære noe av det de så på skjermen, i tillegg til at de skulle underholdes. Grunnen til at disse kategoriene kan kritiseres er at det kan diskuteres om de sier noe om selve synet på mediekompetansen hos barna. Selv om funnene utvilsomt viser at det har skjedd en endring fra de første pedagogiske korrekte voksne programlederne, til dagens utadvendte og sprudlende programledere i skolealder, men om det sier noe om NRKs syn på mediekompetansen hos seerne kan diskuteres. Det resultatene utvilsomt viser er at det har skjedd en økning innenfor edu-tainment sjangeren, og dette kan ses på som et resultat av den økende trenden med å lytte til barna, og høre på hva de ønsker, samtidig som det er med på ansvarliggjøre barna for de programmene som lages for dem.

Når det kommer til nettbaserte konsepter kan det argumenteres for at dette kanskje er den viktigste av alle kategoriene, da denne mer enn noen andre krever mediekompetanse blant barna. Der barneprogrammer tradisjonelt har vært vist på fjernsynet, et medium de aller fleste barn tidlig lærer seg å betjene, er barne-tv på internett et relativt nytt fenomen. Internett som medium kan sies å være en sammenslåing av flere tradisjonelle medier i ett, og i stedet for å snakke om medier kan en snakke om medieplattformer. I intervjuet med redaksjonssjef i NRK Super, Hildri Gullliksen, kom det frem at disse programmene i perioder ikke umiddelbart var tilgjengelige på NRK Supers nettsider, og det krevdes derfor navigasjonskunnskaper hos barna for at de skulle greie å finne frem til programmet. Dette viser at barna må inneha stor mediekompetanse for å i det hele tatt få utbytte av programmer, og det er muligens også derfor denne kategorien kan sies å være den mest interessante, og den som på tydeligst måte viser i hvor stor grad NRK Super ser på sine seere som mediekompetente. Når bare tre av

programmene fra analysen havnet i denne kategorien kan det skyldes at foreløpig er fjernsynet det primærmediet som i størst mulig grad benyttes av barna, men det må legges til at alle programmene som NRK Super sender er å finne igjen på internettsidene til NRK.

Konklusjon

Det siste tiåret har mediehverdagen vår forandret seg drastisk, og den teknologiske utviklingen har skutt fart på en måte som ingen kunne drømt om for bare et par tiår siden. Dermed har også barns mediehverdag forandret seg, og fra å ha et begrenset tilbud med barne-tv en gang om dagen, tilbys barn i dag programmer og underholdning nesten hele døgnet. I denne oppgaven ønsket jeg å finne ut hvordan de som lager barneprogrammene ser på seerne sine, og om de anser barna for å være kompetente mediebrukere. Grunnen til at jeg valgte nettopp dette temaet er at jeg mener det er viktig at det settes fokus på barn og mediebruk, og da særlig barn som kompetente mediebrukere. Jeg valgte å fokusere på NRKs relativt nyoppstartede kanal for barn og unge, NRK Super, og deres egenproduserte programmer for barn i alderen 7-12 år for å se om disse programmene speilte deres syn på seerne. I tillegg intervjuet jeg tre sentrale personer NRK, som har jobbet med barne- og ungdomsprogrammer lenge. Jeg valgte å intervju kun tre personer, da jeg anså at disse var i en slik posisjon at de kunne uttale seg på generelt grunnlag om kanalen, samtidig som de hadde arbeidet med barneprogrammer lenge nok til å kunne si noe om deres oppfatning av eventuelle endringer som har skjedd i måten å se på barn og barndom, og hvordan disse synspunktene har endret måten man lager barneprogrammer.

De første barneprogrammene som ble sendt på NRK i fjernsynets barndom bar preg av å være opplysningsprogram, med oppdragende effekt og moral. I tillegg var barn i stor grad fraværende på skjermen, og det rådene synet var at barn trengte beskyttelse. Sett i lys av Vebjörg Tingstads (2006:54-56) beskrivelse av tre perspektiver på barndom,

- 1) Som kontrollert av voksne
- 2) Som truet av voksne
- 3) Som ansvarliggjort i forhold til å korrigere de voksne

Passer de tidlige programmene inn i den første kategorien, hvor programmene i stor grad var voksenstyrte, og frem til dagens barnprogrammer hvor det er barna som har styringen, og de voksne ikke har peiling.

Kontrasten frem til dagens barneprogrammer blir dermed meget stor, der det for 50 år siden var «onkler» og «tanter» som var å se på skjermen, får dagens barn i hovedsak se personer de kan identifisere seg med, enten det er barn på deres egen alder, eller lekne voksne som oppfører seg mer som venner eller storesøsken enn som oppdragere.

De som vokser opp i dag, møter et helt annet mediesamfunn enn de som var barn for 10-15 år siden. Med billigere og mer brukervennlig teknologi har også de yngre barna fått tilgang til mediene, og de er ofte raske ute med å ta bruk de forskjellige apparatene. utfordringene for innholdsprodusentene har derfor vært å greie å følge denne utviklingen, for med stadig økende konkurranse fra utenlandske kanaler har NRK måttet legge seg i selen for å komme opp med et reelt og konkurransedyktig alternativ for de yngste seerne. Med opprettelsen av NRK Super fikk NRK en mulighet for å lage et alternativ til de kommersielle utenlandske kanalene, med sendinger for barn tolv timer i døgnet. Men en slik utvidelse stiller også økt krav til programinnhold, det er ikke bare hvor mange timer med sendinger de kan tilby som betyr noe, men også hva sendetiden faktisk fylles med av innhold. Det er dette innholdet jeg valgte å se nærmere på, for å se om det kunne gi noe svar på i hvilken grad NRK Super ser på seerne sine som mediekompetente. Siden det i hovedsak var NRKs syn på barn som kompetente mediebrukere jeg ønsket å vite noe om valgte jeg å konsentrere meg om NRK Supers egenproduksjoner, og ikke hele programtilbudet. Det kan argumenteres for at det å ta med hele programtilbudet ville gitt et mer utfyllende svar på min problemstilling, siden også valget av hvilke innkjøpte programmer som sendes sier noe om deres syn på barn. Når jeg valgte å utelukkende konsentrere meg om NRK Supers egenproduserte programmer var dette fordi jeg anså at ved å konsentrere meg om disse programmene ville jeg få et inntrykk av hva NRK Super vektlegger i de programmene de bruker mest ressurser på, nemlig de egenproduserte.

Først analyserte jeg de tre dybdeintervjuene jeg hadde foretatt, først og fremst med blikk for hva intervjuobjektene fortalte om deres og kanalens syn på barn som seere, og om de selv var av den oppfatningen at barna er kompetente seere. Jeg så etter hva de selv hadde svart på de direkte spørsmålene om syn på barndom, både på egne og kanalens vegne. Jeg var også ute etter å høre deres erfaringer med den endringen som har vært innefor barneprogrammer de siste tiårene. Deretter brukte jeg den informasjonen jeg fikk av intervjuene, og sammenfattet dette med teorier om hva som betegner mediekompetente barn, til å lage kategorier til analysen av programmene.

Siden det var det samlede tilbudet av egenproduserte programmer jeg ønsket å se på, valgte jeg å ikke gjøre innholdsanalyser av utvalgte programmer, men heller forsøke å få et overordnet blikk, og plassere programmene i de forhåndsvalgt kategoriene. For å gjøre dette benyttet jeg meg av programomtalen på hjemmesiden til NRK Super, i tillegg til klipp fra

hvert av programmene. Etter å ha analysert alle de forhåndsutvalgte programmene, satt jeg igjen med et materiale som ga et bilde av hva programskaperne har vektlagt, og hvordan deres syns på barn kommer til uttrykk gjennom det vi får se på skjermen. Ved å benytte meg av forhåndsutvalgte kategorier fikk jeg muligheten til å sammenligne også programmer som i utgangspunktet var forskjellige, og det ga meg en oversikt over hvordan programmene fordelte seg i de forskjellige programkategoriene. Ved hjelp av NRKs nett-tv fikk jeg tilgang til de programmene jeg ønsket å analysere, og kunne enkelt se episoder og klipp fra de enkelte programmene.

Resultatene av analysen viste at NRK Super i stor grad inkluderer barn i sine programmer, og at de lar barn være synlige på skjermen. Dette bekrefter også det informantene fortalte i intervjuene, nemlig at de la stor vekt på at barn skulle være synlige i programmene, og at programmene skulle være på barnas premisser. Det å gi barna forbilder og rollefigurer de kan kjenne seg igjen i, og la barnas interesser være med på å utforme programmene viser at NRK Super anser seerne for å være en gruppe det er verdt å lytte til, og at de anser barna for å være såpass kompetente at deres meninger er verdt å lytte til. Det at de også i flere av programmene inkluderer publikum, og at de oppfordrer barna til å være aktive deltakere, kan tolkes som et tegn på at de anerkjenner barnas kompetanse og evner som et aktivt deltakende publikum, og ikke bare som passive mottakere av et budskap. Det kreves kunnskap om og kjennskap til moderne teknologi for å greie å finne frem til påmeldingsskjemaer på internettsidene til NRK Super, og man må være i stand til å håndtere en mobiltelefon for å kunne stemme på sin favoritt deltaker i *MGP jr.* Derfor er det muligens bare et spørsmål om ressurser fra NRKs side at de ikke i større grad tilbyr nettbaserte barneprogrammer, og at enkelte av programmene har mangelfulle internettsider. NRK Super sier imidlertid selv at de opplever at de programmene som utelukkende er å finne på internettsidene er veldig populære, og at selv om materialet ligger vanskelig tilgjengelig, så finner barna frem allikevel (Intervju 3). Dette tyder på at de er klar over kompetansen som mange barn innehar, og at de i stor grad ønsker å gi barna et tilbud ikke bare gjennom fjernsynet, men foreløpig er programmene som utelukkende sendes på internett bare ment som et tilleggstilbud. Internett gjør det mulig å sende norskproduserte programmer, selv om det ikke er ledig sendeflate på fjernsynet, og det er med på å bidra til at barna har et tilbud på andre tider av døgnet enn NRK Supers sendetidspunkt. Det skal også legges til at alle NRKs egenproduksjoner, og endel av de innkjøpte seriene, ligger tilgjengelig på nett-tv.

Der de tidligere barneprogrammene ofte fokuserte på læring fremfor underholdning, viser resultatene av analysen i denne oppgaven at det i de fleste av dagens programmer er omvendt, nemlig at det er underholdningen som er i fokus. Læringsaspektet er i de fleste programmene tonet ned til fordel for underholdning. Det bør allikevel legges til at dette ikke behøver å bety at barna ikke får annet utbytte enn underholdning av disse programmene, men heller at hva som læres bort har forandret seg. Der det tidligere var fokus på faglig innhold, er fokuset i dag vel så mye på å lære bort sosial kunnskap, for eksempel hva det vil si å være en god venn, og hvilke konsekvenser det kan få å forsøke å jukse seg til seier. Derfor kan det argumenteres for at flere programmer enn det som kommer frem under analysen har et visst læringsaspekt, noe jeg også diskuterer under analysen. Selv om NRK Super fortsatt har utfordringer når det gjelder programutvikling og programsjaping er det ingen tvil om at de i meget stor grad tar barna som publikum på alvor, og at dette også kommer til uttrykk i de programmene de lager.

Mediekompetanse hos barn er et stort og spennende felt, og både det å undersøke nærmere hvilken kompetanse de innehar, og hvilken kompetanse vi som voksne tilegner dem kan være felt det kan være spennende å undersøke videre. Barn har alltid vært raske til å fange opp nye trender, og tilegne seg ny kunnskap, og særlig spennende kan det være å undersøke om det stemmer at barn i dag går forbi foreldrene sine når det gjelder teknisk kompetanse. Også utviklingen på innholdssiden kan det være spennende å følge, og se om kanalene i større grad enn i dag vil benytte seg av flere plattformer. Det kan også være spennende å se hvordan barn velger å ta i bruk de nye medieplattformene, og om de bruker dem på en annen måte enn de vi voksne gjør.

Litteraturliste

Bakøy, Eva: *Med fjernsynet i barnets tjeneste*, Oslo: Unipub forlag 2002

Bourdieu, Pierre: *Om TV: og journalistikkens magt*, København: Tiderne skifter. 1998

Drotner, Kirsten: *Unge, medier og modernitet: pejlinger i et foranderligt landskap*, København: Borgen. 1999

Enli, Gunn og Skogerbø, Eli (Red): *Digitale dilemmaer: nye medieformer, nye utfordringer*, Oslo: Gyldendal akademisk. 2008

Fougner, Jorun og Søbstad, Frode: *Medielære*, Oslo: TANO. 1986

Frønes, Ivar: *Mediebarn*, Oslo: Gyldendal. 1987

Hagen, Ingun og Wold, Thomas: *Mediegenerasjonen: Barn og unge i det nye medielandskapet*, Oslo: Samlaget. 2009

Hake, Karin: *Historien om Barne-tv*. Oslo: Universitetsforlaget 2006

Halse, Kjetil Jarl og Østbye Helge: *Norsk kringkastingshistorie*. Oslo: Samlaget. 2003

Hodne, Ørnulf: *Barndom i Norge gjennom tusen år*, Oslo: Cappelen. 2003

Jenkins, Henry: *Convergence culture: Where old and new media collide*, New York: New York University press. 2008

Kehily, Mary Jane (red): *An introduction to childhood studies*, Maidenhead: Open University Press. 2009

Livingstone, Sonia: *Young people and new media: Childhood and the changing media environment*, London: Sage. 2002

Schwebs, Ture og Østbye, Helge: *Media i samfunnet*. Oslo: Samlaget 1999

Tapscott, Don: *Growing up digital: The rise of the net generation*, New York: McGraw-Hill. 1998

Tingstad, Vebjørn: *Barndom under lupen*. Oslo: Cappelen 2006

Vettenranta, Soilikki: *De unge og katastrofenyheter*, Oslo: Abstrakt forlag. 2005

Von Feilitzen, Cecilia: *Våld från alla håll*. Stockholm: Symposium 1993

Werner, Anita: *Barn i fjernsynsalderen*. Oslo: Gyldendal 1997

Widerberg, Karin: *Historien om et forskningsprosjekt*, Oslo: Universitetsforlaget. 2001

Østbye, Helge og Gentikow, Barbara: *Medier og brukere*, Bergen: Fagbokforlaget. 1999

Østbye, Helge, Helland, Knut, Knapskog, Karl og Larsen, Leif Ove: *Metodebok for mediefag*, Bergen: Fagbokforlaget. 2002

Elektroniske artikler

Buckingham, David: *Selling childhood? Children and consumer culture* (elektronisk versjon), *Journal of children and media*, Vol 1, No.1, 2007. (Lesedato 29.10.2009)

Ribak, Rivka: *Children & new media: Some reflections on the ampersand* (elektronisk versjon), *Journal of children and media*, Vol 1, No.1, 2007. (Lesedato 20.10.2009)

Livingstone, Sonia: *Do the media harm children? Reflections on new approaches to an old problem*, (elektronisk versjon) *Journal of children and media*, Vol 1, No.1, 2007. (Lesedato 30.10.2009)

Internettsider

Gerhardsen, Einar: Tale ved åpningen av fjernsynet. URL:

<http://www.youtube.com/watch?v=RZBqd2hXErs>

Vedtekter for NRK: URL: <http://www.nrk.no/informasjon/fakta/1.5392438>

Barne-tv døgnet rundt i NRK, URL:

<http://www.aftenbladet.no/underholdning/tv/article552887.ece> (Lesedato 30.05.2009)

Kringkastingsrådet vil ha Drømmehagen tilbake. I aftenposten.no

URL: www.aftenposten.no/kul_und/article3501957.ece (Lesedato 20.03.2010)

Rud, Thor-Erling Thømt: *Voksne menn søker sex på barne-spillside*. I vg.no

URL: www.vg.no/teknologi/artikkel.php?artid=537330 (Lesedato 19.09.2009)

Semmningsen, Inga, Talseth, Thomas og Bjørn, Camilla: *GP-Pedersen: Kutt ut Mgp jr*. I vg.no

URL: <http://www.vg.no/rampelys/artikkel.php?artid=546229> (Lesedato 15.03.2009)

Sæby, Inger-Marit Knap: *-Drømmehagen var fast rutine*. I nrk.no

URL: www.nrk.no/nyheter/kultur/1.6933411 (Lesedato 20.03.2010)

Programoversikt: <http://nrksuper.no/super/program> (Lesedato 20.04.2010)

<http://www.nrk.no/aarsrapport/2008/>

<http://www.nrk.no/aarsrapport/2009/#forsiden>

Intervju 1

A= Astrid Mjøs, intervjuer

E= Eva Rutgerson Bie

A: Hvorfor valgte NRK å satse på Melodi grand prix junior? Hvis du kan fortelle litt om bakgrunnen for konseptet, og hvor det kom fra.

E: Det var faktisk Danmarks Radio som hadde en, jeg husker ikke helt hvilket årstall, om det var i 2000 - 2001, som NRK hvertfall i 2002 var med på sammen med Sverige. Så det var et nordisk samarbeid. Og da var Stian Barsnes Simonsen også programleder, en av tre. En fra hvert land. Og så ble det nokså vellykka, så tror jeg EBU så veldig fort at, oi dette var veldig gøy, la oss gjøre dette om til junior Eurovision songcontest. De tenkte nok veldig i sporet på voksen Grand Prix også, og det har vel ikke vi i Norden sett, men allikevel vi syns det var veldig fint likevel, så i 2003 arrangerte Danmarks Radio for 16 nasjoner. En gang til, og så kom, og da må man jo lage sine nasjonale finaler også, så det var egentlig litt sånn det begynte. Litt i det små. Det var ikke så stort marked for dansere heller, så så da gikk man ut ganske fort og hadde danseaudition. Innkalte for å finne ut om det var noen barn som drev med dans, i det hele tatt. Mgp junior er jo sånn at det er de glade amatørers konkurranse, sånn at da, det er en lang vei fra man blir valgt ut til man står på scenen. Det er den store forskjellen, eller det er en av de mange forskjellene fra voksen Grand prix også at vi har barn som skal utvikles underveis. Så i 2004 så var det Lillehammer som fikk oppdraget om å arrangere da den internasjonale versjonen da. Men vi hadde også fortsatt da i juni vår egen nasjonale finale. Og så, Belgia overtok etter oss, fortsatt hadde vi nasjonal i juni og så etter det, da, jeg var tilstede, vært det på alle de internasjonale bortsett fra i København. Men da så vi at dette ble veldig stort, vi hadde altså 18 nasjoner, men de var tilbake på 16. Men allikevel, det ble veldig stort. Mye press, vi så at det gikk veldig mot barnestjerner. Man pusha liksom artistene mer, det ble mer konkurranse. Pluss at ikke minst, det var en første- og sisteplass. Og i Norge hadde vi allerede da begynt med superfinale. At det er delt femteplass.

A: For det er litt av det oppgaven min skal handle om, de etiske dilemmaene rundt et konsept som Melodi grand prix junior, at det er, ja, litt utfordringer med å bruke barn i et konsept som hvertfall høres ut som det er tatt rett i fra et voksenkonsept.

E: EBU ønska jo å gå i den retningen, men vi Nordiske land, vi tenker veldig likt da, så i Belgia der så gikk vi tre landenes ledere for barneavdelingen sammen og fant ut at vi fortsetter ikke samarbeidet med EBU, vi ønsker heller å lage vårt eget Nordiske arrangement. Så i 2006 så ble den første nordiske realisert i Stockholm. Og i 2007 så arrangerte vi det her, og da kom Finland med også. Og i 2008 da var vi i Århus, og nå skal vi til Stockholm igjen, og så skal vi til Oslo i 2010.

A: Dere tenker langt framover altså?

E: Ja, vi må jo det. Men det, det er nettopp fordi at det skal være en lek. Det skal være en positiv opplevelse for disse barna, vår, altså NRK Supers visjon er at vi skal skape en verden der barn vokser og er viktige. Akkurat den setningen der. Selv om Mgp jr er et underholdningsavdelingsprosjekt er dette et sånn på tvers NRK prosjekt, vi er folk med ekspertise både fra Super og fra Underholdning. Før så var det barneavdelingen som tok seg av finalistene, skaffa de og sånn, og underholdning fyrte eventet for det er de som har ekspertise på det. I fjor så omorganiserte hele NRK seg, og da omorganiserte vi også hele Mgp jr til å bli en prosjektgruppe, at det er de samme menneskene som jobber med alt. Det er ikke to prosjektledere, det er ikke to produksjonsledere, eller jo det er det for så vidt, for dette er så stort, som har hver sine finalister og event som område, men det er en prosjektleder, og det er en gruppe. Vi kan jobbe færre mennesker, men med de samme, og det er mye mer, ungene får et mye tryggere forhold til de samme menneskene hele tiden.

A: Ja, for det er også noe jeg lurer litt på. Hvordan den castingprosessen, hvordan den foregår. Er det, siler dere ut på forhånd før dere kaller inn folk hit, eller hvordan foregår det?

E: Ja vi går jo ut da i november, altså rundt den nordiske finalen så går vi allerede da ut og sier at nå var det 1 februar som var innsendingsfrist.

A: Ja, jeg var inne på nettet og så det at man kan sende inn og melde seg på der.

E: Ja, og da, vi fikk en hel haug rett før fristen. Før har det alltid kommet i dagene etter fristen, men vi fikk nesten alt på en gang. Det kom altså svære sekker komprimert på noen dager. Vi trodde vi skulle få tusenvis, men det var helt voldsomt. Men vi fikk veldig mye som var bearbeida da, veldig mange dyktige. Så ut av disse plukka vi ut hundre som alle kunne ha en sjangs. Og det var to stykker som lytta seg gjennom, og du kan veldig fort sile ut noen, og så har du talentene. Så det var rundt 97 for å vær edelt nøyaktig som var veldig gode. Da gikk det en musikkeksperter, en som er god på rockeband, en som på en måte også var med på dette i fjor, som lytta seg ned til førti, og som la dette frem for oss, som gruppe. Parallelt så hørte jeg gjennom de 60 han vraka, bare for å liksom dobbeltsjekke, og hvor jeg blant annet luka ut to, hvorav det ene er nå med som finalist ikke sant, så da plutselig, og en annen som låten hadde vært et hit, men det er noe med det at man skal ha det lille ekstra når man står på scenen også. Da er det veldig viktig at det ikke er noen voksen som står bak. Det er mange fedre der ute som hjelper barna sine.

A: Så du mener egentlig at det har blitt litt proffere de siste årene, de bidragene som har kommet inn?

E: Ja. Så de verste tulletingene som kommer inn som en sånn ja, som er sånn veldig selvsagt at dette har man gjort i løpet av en halvtime, de kom ikke i år. Det kom veldig mange som hadde vært i studio faktisk, og fått produsert låtene nesten ferdig. Det er klart at det er vi ikke helt, altså vi kaller inn til sang-audition, da skal du også stå og synge sangen din helt alene med en pianist. Så når vi hadde valgt ut de førti, og vi var enige om at det var de, så sendte vi de ut for en storjury som besto av rundt førti mennesker, som var alt i fra barn i målgruppa, ungdommer, og alle som var tilknytt prosjektet, både i Underholdning og Super, og vi hadde musikkeksperter, musikksjefer i P3, og ja alle folk som har uttalt seg. Og plateprodusenter selvfølgelig, og med daglig leder for hele plateselskapet som vi samarbeider med.

A: Det er mange involvert i prosessen.

E: Ja, men da var det både de super-ekspertene, og de av oss som ser på tv og tenker talent, mer enn vi liksom hører nyansene i musikken. Og så har du også barna, hva er det de liker. Og da kom vi ned i tjue, de tjue beste der, etter en litt sånn tilpasning så kalte vi inn tjue stykker på sangaudition, som vi gjorde for en måneds tid siden, eller i begynnelsen av mars var det. Og de 20, der var det to band blant annet, så de hadde med sine instrumenter og spilte live selvfølgelig. Og så hadde vi da, og så var det mange som sang. Og da oppdager man jo

selvfølgelig, også blir de veldig intervjuet. Men de blir altså ønsket velkommen her som vinnere allerede, det er forskjellen med en Norske talenter audition og oss er at vi prøver å ta vare på de. Og vi har jo foreldre tilstede også, så vi har en prat med foreldrene tre og tre, hvor vi går igjennom alvoret i dette hvis barna nå blir valgt ut. Fordi, de 10 som fikk beskjed om at de kom videre ble oppringt, overraska, fikk besøk av Stian Barsnes Simonsen, for det som også er litt nytt mgp jr i år er at vi synes det er så mye aktiviteter som forgår i løpet av et helt år, det er så mye som skjer på den veien, med disse barna, at dette er også tv-stoff. Så derfor så, Super lager masse programmer, eller vi lager programmer som går på Super under hele året samtidig som vi da bygger merkevaren Mgp jr samtidig. Så da lagde vi en dokumentar på en halvtime, og som hvor vi overrasker disse barna. Det er alltid gøy tv.

A: Skjønner, for jeg lurer også på hva som gjøres for å ivareta barnas interesser i dette programmet.

E: Det er å si at foreldre har ikke mulighet til å komme med noen som helst innspill, det er å si at foreldrene har ingenting de skulle ha sagt. Det er selvfølgelig å forske litt på hvem er det som har laget sangen, har du laget den selv, er det ditt produkt. Vi har vel også i år greid å velge ut noen som har kjente musikerforeldre. Det gjorde vi også i fjor. Og da er det sånn, da tar vi en ekstra telefonsamtale, til far eller mor og sier at dette er hennes reise, og så eventuelt, jeg synes det er uønsket med presse med datter til eller også videre. Og de er veldig glad for det, og vil ligge veldig lavt i forhold til dette. Sånn at vi fratar, altså jeg velger, og det sa jeg til foreldrene, at vi nærmer fratar dere foreldreretten i den perioden de er i vår vold, men vi har egne verter til alle barna, og vi knytter veldig nære tette kontakter med de, hvor de skal få en profesjonell oppfølging fra oss. Og vi har egen pressekontakt, og vi er der. Det er bare å ringe oss døgnet rundt, så jeg kan love at vi passer godt på de. Og vi har et godt, sterkt apparat, som fikk prøvd seg litt nå i fjor.

A: Ja, for det var vel litt styr med Black Sheeps.

E: Det var vel ikke bare litt styr heller.

A: Det var mye press?

E: Ja, jeg ble tilkalt av Danmarks radio rett før sending om jeg kunne komme og snakke til norsk presse for de representerte halve pressekorpsset som var der. Men jeg opplevde at de store avisene er veldig flinke, og de hører på det jeg sier, når jeg sier at det er stopp. Altså barn har ikke det filteret som voksne har, og de vil veldig gjerne være høflige. Så dermed så når en journalist spør og spør og spør, så vil ikke barna si nei nå svarer jeg ikke mer. Det er voksne veldig flinke på å si, på å sette grenser. Barn er ikke det, derfor er det veldig viktig at det går inn noen personer, så barna får aldri lov til å være alene med en journalist for eksempel, for da blir de helt utslitt.

Vi var veldig for likhetsprinsippet og, vi dro der med to band, og derfor måtte jeg prioritere og si at okei, jeg kan ikke bare gi The Black Sheeps hele tida til de som vil, jeg må prioritere de som er interessert i begge to. Så det gjorde jeg, og talelisten var så lang at det var jo, alle de som ba om bare det ene fikk jo ikke det. Men, og det var også litt for å ta hensyn til de andre også, for det var faktisk en dyktig gjeng det og. Men hele Norge har forelska seg i Black Sheeps da, og det forstår vi jo selvfølgelig også. Men, jeg opplever at lokal presse som tidligere har hatt tilgang, og vært hjemme hos de og i det hele tatt, som plutselig ikke får den tilgangen lenger, det blir veldig vanskelig for de å da å trekke seg litt tilbake og ha oss som mellommann. Og så har jeg oppdaga en ting når det gjelder presse og barn, det er at man går rett på. Man blir så begeistra at man ringer de direkte, man blir så begeistra at man gjør noe man tror er hyggelig for de, i stedet for legger man utilbørlig press på de, og man skjønner ikke, altså, man ringer automatisk til manageren til en voksen artist, men de skjønner ikke at der er vi apparatet. Så det sleit vi littegrann med, og jeg skled vel på et lite bananskall og sa, og bekreftet det ovenfor en journalist, at vi hadde litt trøbbel. Men de så det selv, de store ble også litt dytta på. Litt Beatles-tilstander.

A: Ja det var mye oppmerksomhet. Jeg så på den nordiske finalen selv.

E: Ja, jeg og min nærmeste medarbeider sto backstage og sto i nærheten av de, og vi sto sånn at vi alltid hadde blikkontakt med de under hele sendinga. Pluss at Stian var kommentator, og jeg er også ansvarlig for han, for å være i nærheten av han, så han kunne snu seg og få hjelp. Så i det de vant da, mine svenske kollegaer kastet seg om halsen, på oss og jeg kjente jeg ble plutselig helt tom. Jeg sa et øyeblikk til min kollega “vet du hva, jeg håper de andre vinner, eller tenk hvis ikke vi vant”. Og da ble vi begge to veldig stille og sa det at, oi, nå er vi på jobb. Så da var vi på jobb, og det var vi frem til halv ett.

A: Black Sheeps har jo blitt enormt populære, og det er jo særlig barn som er hovedmålgruppa. Men når det gjelder å stemme, det har jo vært litt kontroverser rundt det med barn og stemming på sms. Hvordan forholder NRK seg til de presseetiske utfordringene rundt dette? Har dere noe sånn bevisst holdning til dette?

E: Vi har jo selvfølgelig snakka om det, men så lenge vi har en avstemming så er det, og ofte så er telefoner også, det er jo voksne, altså små barn har vel kanskje ikke mobiltelefon tenker jeg men kanskje har man det likevel, men jeg tenker som så at vi kan vel ikke ta foreldreansvaret for alle barn i hele Norges land. Dessuten så vet jeg jo at det var ikke bare barn som stemte. Det jeg kan si som en effekt av stemminga, for første så ser vi jo også, vi ser når, vi har erfaringstall på når stemmer man egentlig. Og det er hver gang en artist er på. Da er det sånne topper. Og så har jeg fått mange tilbakemeldinger fra voksne som på en måte har hørt musikken og så plutselig gått inn, og fedre som har sagt at de har aldri sendt en sms-stemme noen gang, men nå måtte jeg bare. Men så ser jeg at det er stemmer kun fra de landsdelene som det er artister. Så dette er et sånn nasjonal, jeg syns egentlig det er litt flott jeg da, for det er jo en sånn nasjonal ting, og vi voksne har jo flere sånne nasjonale program for oss, underholdningsprogram. Barn, musikk har ett, og det er Mgp jr. Og jeg tenker at hvis ikke NRK hadde gjort dette, så hadde noen andre gjort det. Og da tenker jeg at NRK har en lang historie, og lang erfaring med det å jobbe med barn, og det å jobbe å ut mot barn også, og da tenker jeg at ja, da er det vi som skal gjøre det. Og jeg tror at den beste måten å beskytte noe på, det er å være best på det. Det høres litt sånn floskete ut, men det tror jeg virkelig på. Og jeg tror at, nei dette skal NRK tørre. Og ja, så kan du si at det er ingen som maser på at det er 5-10 kr på innringing overalt, som barn også stemmer på. Idol, de har mange mer stemmer enn det vi har, ikke sant? Særlig Idol, og Norske talenter, og sånne danseprogram og sånn. De har jo, der er det jo også mange barn som stemmer. Og det koster like mye det. Vi ser ikke så mye til de pengene, det er faktisk ikke så mye penger det er snakk om som mange aviser vil ha det til heller da. Det er billettinntektene som jeg er veldig glad for. Og der selger vi bedre enn voksen Grand Prix også faktisk. Så i år så kommer vi til å måtte åpne opp for hvertfall, vi bygde for 3060, men endte opp med 4200, nesten 4300. Så i år kommer vi til å bygge for 4500, men har mulighet for å åpne opp for 5000. For jeg mener at alle skal ha mulighet, det bør være utsolgt, selv om da blir det jo litt dårlige plasser kanskje. Men da får man hvertfall være der. Nei så dette syns jeg heller bare vi skal tenke over, vi skal diskutere, ja, og kanskje altså, personlig kunne jeg godt tenke meg, la oss si 2 kr til en eller annen innsamlingsaksjon eller et formål. Der har NRK en politikk som jeg må følge også, jeg kan liksom ikke

bestemme det. Men det er lagt frem som et forslag, hvis det skulle være noe problem. Men jeg ser at det problemet der er ikke stort nok til å velte denne produksjonen.

A: Det faget her handler også om flermedialitet. Og dere er vel også ivrige brukere av andre medier enn bare tv?

E: Vi har akkurat gått på Twitter. Og det er litt fordi jeg har vært litt gammeldags og motstander av Facebook og sånn. Så når vi nå lanserte artistene den 27 (mars) gikk jeg på Facebook, for vi har en gruppe på Facebook. Altså hvis andre har det, det er like greit at vi gjør det og da mente jo gruppa mi, som maste veldig på meg, at da må jo du som sjef være der, sånn at du kan administrere den siden. Og da tenkte jeg at, fint, dette er jo en fin måte å få ut det glade budskap på.

A: Så dere bruker internett aktivt

E: Ja vi har egne nettsider, med en egen medarbeider som har delegert redaktøransvar. Som utvikler spill, som klipper, altså utnytter, alt video og tv-materialet går der. Jeg ser på det som en tv-kanal når vi ikke har andre tv-kanaler. Så vi har nye saker hver uke, nye spill, vi har poll. Det er en slags, i fjor så brukte vi det aktivt mot ungene der ute, for å hjelpe Stian i manusskrivinga. Ikke det at han ikke kunne det, men vi kom plutselig på at hvordan skal vi introdusere mellom de forskjellige låtene. Jo, la oss utfordre ungene, så velger vi oss tre stikk ut fra hva ungene sier.

A: Så dere bruker faktisk det dere får inn?

E: Ja, og det vi da gjorde i sendinga, og vi var helt tydelige på det. Og da var det mange som kom, altså det var tre stikk som vi gjorde bevisst på. Altså, vi tok jo selvfølgelig de vi følte var morsomme, men de var jo litt sånn sprø også. Og da var det blant annet introen til Black Sheeps, for da var det noen som sa, å kan ikke han stå der som en svart sau og introdusere Black sheeps. Og så gjorde Stian det. Men det var som nummer tre, og da var det veldig tydelig det at det var internett. Og da begynte vi med at han sto i, for det var en som hadde ønska Stian i en sånn rosa ballettdrakt, og ta sånne dansetrinn, som en intro til CaroMilie som var to små ballettdansere, med sangen "Vi liker å danse". Og så kom han, vi må jo alltid slenge han veggimellom et eller annet sted, og da var det en som sa at kan ikke Stian komme

inn som en, og introdusere Kristian-nummeret som handler om miljøvern, altså jorda har feber. Kan han ikke komme inn og ha feber, og være som en jordklode. Så da gjorde vi det! Vi lagde en stor jordklode rundt han, og så kom han dalende fra taket, som en jordklode. Og da fikk vi både pusha litt miljøinnhold, som vi hadde så lyst til å også gjøre, jeg var litt tydelig på det å ta ungene på alvor på innhold, og så det at dette var tydelig en fra internett som hadde da kommet med det som ide, og da fikk vi også sagt noe om internettssidene våre. Og så etterpå på nettsidene så var det den ene med jordkloden som kom med “jeg så jo du brukte mitt forslag”, og det tenker jeg at én bruker, veldig bra. Det er etterlatt intrykk, sånn vil jeg ha det og den ene der ute skal få føle at han eller hun er viktig. Så det var egentlig kjempegøy å bruke nettet på den måten, og så går vi på youtube. Ja, vi tar youtube bevisst, fordi under generalprøven, ja det er nesten sånn litt hemmelig informasjon (latter). For folk er veldig god på å legge ut på Youtube, og da eier du jo på en måte den hvis du er førstemann. Det vi gjorde var å ta med låtene under generalprøven, alle numrene, og så med en gang slenge de på Youtube før sending. Eller ja, det var ingen som skjønnte at det var på eller fikk se det. Men hvertfall så tok vi det domenet, sånn at vi kan ikke hive ut noen der, men vi kan melde de, og vi har allerede kasta ut fem andre. For de skriver så mye stygge kommentarer på nett. Men ved at vi tok det selv, så moderer vi alle kommentarene, og da og så fem stykker har vi sagt at vi vil bare si at hør nå her og sånn og sånn, og alle har fjerna materialet. Så det er vellykka, så det gjør vi igjen.

A: Ja for det er jo litt utfordringer når man skal ta i bruk nye medieplattformer.

E: Vi har en samling i juni hvor vi samler alle finalistene. Det er en for å styrke fellesskapet, de skal bli venner. Dette gjorde vi også i fjor, og hadde kjempesuksess med det. Så er det litt for å lage musikkvideo, til en felles låt for å knytte de sammen og så er det for å holde kurs. Da er det foresatte, kontaktpersoner får også være med, da har vi sånn strenge-kurs, streng tale nå. Hvor vi snakker om internett, pass på hva du legger ut på nett. Hva skal du ikke legge ut på nett, private bilder, husk på tenk, hva hvis de blir kjent, er du da sikker på at du vil ha det på nettet. Hvem skal man svare, hvor mye skal man dele av seg selv, og mange sånne ting. Så der blir de kursa av folk som er eksperter på området, som vi da trekker inn. Så vi skal være på en folkehøyskole her i Oslo, og ha masse forskjellig type tema. Og det blir et sånn ordentlig jobbeseminar, hvor de får en innsikt i hva de skal og ikke skal. Hvordan opptre, hvordan være på scenen altså, litt sånn, spesielt hvordan internett og hvordan er det å stå på en scene og litt sånn forskjellig.

A: Lager dere innhold for mobiltelefon? Skjermsparer man kan laste ned o.l?!

E: Ja, altså i år, for det er en politikk generelt , at vi kan ikke bare løpe rundt og gjøre som vi vil. Det er en litt politisk NRK-ting, det har vært det før. Men vi har PC-bilde, vi designet det i fjor, så det ligger på nettet så du kan laste det ned, og det kommer vi til å gjøre igjen. Men det at du kunne laste ned ringetoner har vært gjort før, det har vært en sånn, det fikk vi nei på i fjor. Men vi skjønner ikke helt hvorfor, så dette kommer vi til å pushe litt til tenker jeg. At det hadde vært gøy å gjøre det. Så, neida, vi prøver å tenke nye plattformer. Vi prøver egentlig å tenke de plattformene ungene er på, og vi prøver å se på UKM blant annet hvem som er der. Og vi har jo, halvparten av alle de som melder seg på har tilknytning til UKM, og flere av de som nå er med har gått videre til fylkesfinaler og litt sånn forskjellige.

A: Så det er erfarne deltakere som er med?

E: Nei, vi har med en nå som det er første gang hun har skrevet en sang nå.

A: Er det noen spesielle egenskaper dere ser etter hos deltakerne?

E: Ja. Vi ser etter en indre trygghet, vi ser etter at dette er ekte fra dem selv. Kan godt være medhjulpet av pappa med arrangement, som klimprer på gitar, men dette skal være deres eget produkt. Derfor så kan det være noen av tekstene som kan være litt naive. Og så er det fint å ha en historie rundt, at de er gode til å fortelle. Vi prater mye med de når de er inne på audition og sånn, og det er veldig viktig at de er såpass trygge at de skal kunne tørre å stå på en stor scene. Og så er det klart at vi ser etter det lille ekstra glimtet i øyet. Så i år så har vi nok en hit som vi har sagt nei til, men vi håper at de kommer tilbake til neste år. Men de var kanskje litt for unge, litt for forsiktige, altså, de var nok på det nivået som Mgp jr var på før. For de første, da var de fleste på det nivået der. Det var alltid en som synger litt surt, og vi har forlatt det området for lengst.

A: Ja, for da jeg så på i fjor så ble jeg slått av hvor proffe alle deltakerne virket.

E: I år er det høyere nivå. Enda høyere nivå. Nå er det jevnt over, og mye større bredde. Hip hop tilbake, med to bidrag, vi har i hvert fall ett band med oss. Men det er jo en

låtskriverkonkurranse, så spørsmålet er jo er noen av de hit-emner? Det vet jeg ikke, men alle står sterkt musikalsk, de har en fantastisk stemme eller at de er en god låtskriver, eller at de er dyktige musikere.

A: Melodi grand prix junior framover. Har du noen tanker om hvordan konseptet kommer til å utvikle seg? Kommer dere til å gjøre store forandringer eller?

E: Nei, men vi snakker alltid om utvikling, man skal jo ikke stivne da. Og en ting er jo kanskje, akkurat nå den logoen vi legger og sånn vil jeg gjerne skal kunne leve lenge. Jeg tror det er veldig viktig at man forandrer ansikt hvert år, det har det jo vært en tendens til før. Men også andre prosjekter, jeg tror det er viktig å holde på ett varemerke, og så denne merutnyttelsen med Super. At vi lager masse programmer i Fin fredag for eksempel, at de er et vindu, de har stadig vekk reportasjer om oss, og vi lanserer der. Nå ligger vi litt nede, vi var jo veldig mye ute i media før påske. I juni, da inviterer vi pressen igjen til å møte de alle sammen på samling. Og så i den uka før sendinga vår kommer det til å gå dokumenterer hver dag i NRK Super, med en sånn nedtellingsklokke. Og jeg tror det veldig viktig at vi beholder samme uttrykk, og da vil alle andre program også ta oss med i sitt programinnhold. Og jeg tror det er veldig viktig at NRK har, den suksessen med Mgp jr nå er faktisk at NRK har gjort det viktig, så pressen trodde jo at, å har det blitt SÅ mye større. Men det har alltid vært så stort. Du kan godt si at The Black Sheeps var faktisk heldig som kom nå, samtidig som vi var heldig som fikk de. Det er nok ikke ene og alene de som er grunnen til at vi er kjent, det er det ikke. Selvfølgelig at de gikk videre, det hjalp jo. Men de kom jo allerede på et tog som var i ferd med å akselerere, og som nå er i full fart. Så vi skal gjøre mye av det samme nå i år. Et grep var jo blant annet det å ha en fellessang, å lage en musikkvideo. Sånn litt sånn Heal the world, og hovedgrunnen til det er jo å ta brodden av konkurransen. Vi er ikke et Idol, vi er ikke Norske talenter, men vi er en gjeng med unger som ja, vi skal kåre en vinner, vi skal kåre to stykker som skal få lov til å reise til Stockholm, og representere Norge, men vi skal ha det gøy. Og dette programmet omhandler jo dansere også da, hvis jeg skulle ønske meg noe på sikt, i år har vi vært nødt til å avlyse dansaudition.

A: Ja, det så jeg på hjemmesidene deres.

E: Det har vært litt dumt, for der var det allerede påmeldt veldig mange, allerede veldig tidlig, men det har alltid vært et kjempegøy event. Jeg var med på det i fjor også, som juryformann,

og det er helt utrolig altså. Men nå kjenner vi mye mer, vi er jo ikke forpliktet, det er jo ikke et danseprogram, så sånn sett er vi ikke forpliktet til å holde en audition. Og også fordi vi er en aktivitet som gjelder Østlandet, så er vi som alle andre, vi måtte, vi fikk nedskjæringer. Og et sted må man skjære, og vi kalkulerte hvordan det ville være å gå i studio, hvordan ville det være å være et helt annet stede enn Spektrum. Men vi fant ut at dette prosjektet koster like mye uansett hvor du er, og med Spektrum så øker inntektene ikke sant, så dermed måtte man gå på programinnhold. Så vi har ikke råd til å reise rundt til barna, det er synd, å lage postkort. Men vi kan få det til på samlingen. Og det er heller ikke noe vi må. Men det som hadde vært fint, og det har jeg levert som et programforslag fremover, kanskje på sikt, at man inkluderer dans som en viktig del. Og da kunne man til og med laget et event på vårparten, hvor man kunne reist rundt og hatt delfinaler med alle distriktskontorene, arrangert audition over hele Norge.

A: Tenker du bare på dansere da?

E: Ja, bare danserne. På vårparten er det et danseevenement, for de fleste av de danserne der, premien liksom er å komme på scenen i Mgp jr. Så det er bare en ide. Det hadde vært veldig gøy å inkludere det, for sang og dans henger jo veldig tett sammen. Og vi skal ha dansere i år altså, vi skal ha 20 dansere. Og alle bortsett fra det ene rockebandet de vil ha dansere, og vi har ett band som har sagt at de vil veldig gjerne ha dansere, og det skal være hip-hopere med. Så det blir en viktig del, for at barn har jo så mange sider. Og det at NRK sier at vi skal skape en verden der barn vokser og er viktige, vi mener at barn har like stor, skal ha en like stor plass i media også som voksne. Vi må bare passe på at vi har et litt bedre støtteapparat for barn, og at vi kjenner deres grenser. Du kan mye lettere slenge en voksen ut blant ulvene enn du kan med barna. Men der er jeg veldig trygg, for vi har så mye erfaring med dette her nå, at vi har sett altså, barn som kanskje har vært så nervøse at de har kastet opp før de har gått scenen, når de går av den scenen, det funkler i øynene og de har vært med på verdens mest utrolige opplevelse. Og så var det ikke så viktig hvem som vant, for den ekstralåten som vi lager, i stedet for å gå ut med rulletekst med den låta som vant så tar vi programmet tilbake og gir det til alle barna. Så det er de som avslutter sammen, "Sammen for livet", en ny sånn sang. Så vi får se

A: Så du ser ikke for deg at det blir noe sånn Mgp jr går mer i retning av det som er vanlig Melodi grand prix med delfinaler og sånn?

E: Vi har snakka om det, og det hadde vært gøy-nivået er der det er nå. Mn jeg tenker at ja, for å få opp det lokal arrangementet. Men så tenker jeg at UKM har jo allerede utvikla noe bra syns jeg, jeg tenker kanskje heller, jeg har veldig lyst til at vi skal samarbeide litt tettere med de. Akkurat nå er vi sånn sett litt i utakt med hverandre, for de er jo i gang nå, men vi holder på med produksjon på høsten, september-november. Og vi trenger påmeldinger før jul, men allikevel hvis man hadde fått til et arrangement sånn at Mgp jr da kunne være den viktigste plattform for barn og unge som har talent innen sang og musikk, hvilket jeg føler at vi allerede har. Nå har vi fått de flinke, de som trodde at det bare var de rosa jentene som kom med, de har nå skjönt at det kan gjelde hvem som helst. Jeg har lyst at vi skal være sånn nasjonal, altså NRK er jo betalt av folket ikke sant. Og da tenker jeg at noe av vårt mandat det er faktisk det å inspirere, gå ut i skolene og være en del av det. Så det vi skal se på nå er at den Kid 2095, den suksessen kom så bardus på oss at vi var liksom ikke klar for å lage et eget spor, karaokeversjon og ferdig teksta, noter til kor og lærere. For vi har fått så mye henvendelser over hele landet. “Kan vi få notene, kan vi få besifring, vi har så lyst til å synge den i koret.” Og da tenker jeg, fantastisk, men vi har ikke kapasitet til å ta det unna, men dette tar vi med oss til neste omgang, og at nå skal vi være litt mer klar for det. Og det syns jeg er fint, hvis vi kan gi noe tilbake til lisensbetalerne med å på en måte være en viktig plattform. Litt svulstig sagt kanskje, men ja, jeg mener det.

A: Jeg har ingen flere spørsmål på mitt ark nå. Er du noe mer du har lyst til å si?

E: Du fokuserer jo veldig på hvordan vi tar vare på barna midt oppi det hele.

A: Det har vært litt viktig for meg, også fordi jeg er interessert i barn og media.

E: For der kan jeg godt tilføye littegrann mer. Før så har vi vel liksom ikke hatt, og det har ikke vært nødvendig heller. Hatt noen rutine på hva skjer etterpå. Eller hva, altså, vi har liksom virkelig gjennomført markedet, og vi vet veldig godt hvem som er gode med å jobbe med barn. Og vi har stor tiltro til, og jobber veldig tett med MBN, og de produsentene der. Samtidig så har vi veldig sånn, vi er et korrektiv til de. Pluss at vi kontrakterer barna sånn at de har ikke lov til å ha mer enn 20 arrangementer i året etter norsk finale. Og der har jo selvfølgelig Black sheeps allerede fylt opp kortet, men så de må få godkjent hver eneste “nå skal vi det, nå skal vi det”. Men vi har vært, vi er veldig, vi har ut av oss sjøl brukt mye tid, meg og min gruppe, til å veilede og gi de råd, på tross av at vi strengt tatt nå skal gå videre

med nye. Så senest i går var jeg i kontakt med Agnete og mammaen, det var rett og slett fordi jeg hadde mista fellesbildet og må ha nytt. Men da får du kontakt, og så med råd. Hvordan, dette kan vi rette. Og så har vi også sagt til de, ikke kjøpesentre, ikke, og det har kommet inn hundrevis.

A: Ja, for jeg leste senest i går at Black sheeps har fått over 70 henvendelser eller noe sånt noe?

E: De har fått mye mer.

A: Ja det var kanskje bare i sommer det, at de skulle spille, alle de henvendelsene.

E: Men de har valgt seg ut noen få, og de ligger der de skal ligge. Pluss at de stiller opp og tar NRK-ting, for oss.

A: Så dere på en måte har, dere fortsetter å ta ansvar for dem etter at konkurransen er ferdig.

E: Ikke helt, vi tar et følelsmessigansvar.

A: Men dere har en viss oppfølging, kanskje det er riktigere ord å bruke?

E: Det har vi, og det har vi også i form av kontrakter. Det er også littegrann for å regulere foreldre. Nå har vi veldig god kontakt med foreldregruppa til begge disse banda, og men igjen, nå er det liksom plateselskapet som er rådgivere. Som også er enige med oss om at barn på 14 år skal ikke ha en manager. Så det finnes ikke noe management her. Rett og slett, at det er jo et kjempepress, og rektoren er jo kanskje litt fortvila over presset. Derfor så har plateselskapet gått inn og er rådgivende på det. Og vi har heller ikke tid til å ta oss av dette her. Men det de da har gjort, er at de velger seg ut det de syns er gøy. Altså rockefestivaler, det passer de, det kler de. Og de har vært veldig flinke til å gå sakte. Spellemannkomiteen var veldig på meg på at de skulle komme, kjenner jo også den gjengen som produserte de, og de var veldig. De så ganske fort hvem som kom til å få den prisen, og da, jeg tror jeg hadde fem telefoner i løpet av en ettermiddag. Og mange sms'er om at nå må du overbevise dem, å få dem med på dette her. Jeg har ikke noen myndighet over de lenger, men skal jeg være helt ærlig, nei. Barn har ikke noe der å gjøre. Og da sa jeg barn har ikke noe der å gjøre hvor det

flyter alkohol, jeg syns ikke de skal være på noe fest. Ja, der var hun nå enig. Og så kom vi langt at for det første så koster det 40 000 å fly dem ned, det tar to dager. Er det okei, to dager for å sitte på en sending og så skal du gå tilbake til hotellrommet ditt. Og egentlig, nå kjenner jeg de så godt også at de er, de kommer fra et lite samfunn med 800 mennesker, og det er jo kanskje heldig for de. For de har beina på jorda, og de er veldig sånn "ja ja, er det nå så viktig". Men det er gøy, og da har Emelie, hun ene gitaristen også sagt det at å så dumme dere er som ikke kom ned og mottok prisen og sånn. Og da sa hun at det er flott, og tusen takk og kjempefint at vi vant prisen og sånn. Men dere angrer sikkert på at dere ikke gjorde det når dere blir voksne. Men nei, det som kommer får komme, og da får vi ta det da. Og det er jeg veldig glad for i ettertid og. Så ba jeg TV2, send heller opp et team, og få en hilsning fra de. For som sagt, barna har ikke noe på den scenen å gjøre.

A: Nei, for det er også litt det der med når du skal få barn inn i roller som egentlig tilhører voksne.

E: Ja, og det er feil, og det er ikke det vi skal. For det er sånn som, det er klart at vi har også kritikk mot at vi er i Spektrum for eksempel, stor scene. Men det jeg vet det er det barna drømmer om, stå på en stor scene. Det spiller ingen rolle om det er 20 eller 5000 som er i salen, det er kick! Men det er veldig gøy å stå foran et jubelbrus av mennesker. Det som er veldig viktig, akkurat det du sa der, det er å ikke putte de i en voksen setting, voksenprogram. Og nå har vi nettopp, i går hadde vi et seminar hvor vi snakka om scenen, jeg tenker nei vi lukker scenen. Vi kler den, altså den skal kle barna, den skal kl barn på 1,37. Alt skal være i stil med det. Sånn at det er deres element, men selvfølgelig skulle de også få en sjangs til å stå på den scenen. Og kan jeg med hånda på hjertet si etter å ha sett mange mange barn backstage og under prøver og, i det, midt i dette jaget og maset. Hatt de på fanget og i det hele tatt prata mye med de, at dette er ikke, altså de blir slitne som oss andre ja, men dette er, dette kan de altså. Så barn vil, og de kan, og de har også en mening. Og da må vi også ta det på alvor.

A: For det har jo blitt veldig, idealet har jo forandret seg veldig, jeg tenker ikke bare på Melodi grand prix junior, men også på veldig mange andre program. Hvor aktiv rolle barna skal i programmer som er beregnet for barn. Og Melodi grand prix junior oppfyller jo det veldig, at du ser barn.

E: Midt i smørøyet begynte jo der. Men det, altså jeg kommer jo egentlig fra Underholdning, og har mye av den kulturen og har jobba mye med store events og sånn, men har nå en fot i Super. Sitter i ledergrupper både her og ser. Så jeg ser jo hvordan de jobber, men jeg ser også hvilke større, det er mye mer sikkerhetskurs. Alle vi som jobber med barn må gå et eget spesial sikkerhetskurs for barn. Jeg er juridisk ansvarlig for barna hvis noe skulle skje, og jeg kan komme i fengsel for den saks skyld hvis jeg utsetter barna for en usikker situasjon. Jeg har ikke lov til å sende ut et barn ut i gata her med bare en videojournalist for eksempel. Det må være to personer. Det må være en sikkerhetsansvarlig på settet. Sånne regler har man jo ikke med voksne. Men det har vi barn, og vi har egne sett med regler. Et regelverk som alle som jobber i Super må kunne.

A: Så det er unikt for de barneproduksjonene dere lager?

E: Ja, og det var jeg faktisk ikke klar over etter å ha jobba i mange mange år her, at det var sånn det var. Og jeg må ærlig talt innrømme at det ble jeg bare ennå mer imponert over den ryggraden barne- og ungdomsavdelingen har hatt i forhold til barn. Samtidig som at vi tør gi barna en sjanse. Selvfølgelig skal de få lov til å få best sendetid, selvfølgelig skal de få en stor scene. Og det tekniske teamet synes det er mye gøyere å jobbe med barne grand prix. Nå er det ikke det at jeg skal si noe stygt om voksen Grand prix, men det handler om at barna trenger masse plass å løpe på, for de har jo så mye energi. Selv om vi er veldig, vi passer på med mat, vi har egne folk som passer på å føre de, holde blodsukkeret jevnt og mye frukt og sunt og sånn backstage. Men de trenger mye plass å løpe på, men de er jo så kommunikative, så de snakker jo til fotografen like fullt som de snakker til oss. De er jo, de er bare rundt oss, og det er så glede overalt. Og det synes teamet er veldig gøy. For da er de jo på en måte med i prosjektet. Men på sånne voksne programmer da er jo, artistene snakker jo ikke til andre enn kanskje managementet sitt. Og da blir det jo mye mer kjøligere forhold også. Så jeg tror at det er noe av suksessfaktoren til at det er kamp om beinet blant teknikken for å få lov til å være med. De synes det er kjempegøy. Så allerede nå er det jo alle fotografene de strigleder seg til september. Og det har jeg ikke vært med på før, så det er veldig veldig gøy. Men jeg kan også si en annen ting med å ta vare på barna i forhold til voksne. Det er bygd på erfaring. For før tillot vi foreldre å være foreldre i Spektrum og under prøver og sånn. Altså når barna er hjemme er det foreldrene som er ansvarlig, men de må være kontaktpersoner. Men, i Spektrum så får de bare lov til å levere de i døra og gå igjen. De får ikke mene noe om noe som helst. De kan kanskje gjerne være med ut og kjøpe klær til de, for de må komme i sitt

eget kostyme. Men, det er barna produkt, det er barnas reise, og det er vi som bestemmer hvordan det skal se ut på scenen, og det er vi som skal produsere låtene. Og det kan virke veldig strengt. Første gang foreldrene får lov til å se hva ungene holder på med det er rett og slett generalprøven. Da åpner vi dørene for de. Og da er det så vidt de får si hei og vinke til de, men der kan jeg også med hånda på hjertet si at alle du hundre barna som ha vært gjennom dette, det har ikke vært ett problem. Og vi har mange vitnesbyrd fra foreldre, som har kommet med masse tilbakemeldinger på at de er helt trygg. Og det kommer jo selvfølgelig i flukt av at for første gang så har det vært litt blest om oss da. Og da, det var tre store mediestormer rundt oss. Først var den dere med passe på, den der etter at vi kom hjem fra Århus. Og neste var Jostein Pedersen som ville legge ned hele greia. Nei, det var The black sheeps som ikke fikk lov til å spille selv. Og da var det grusomt. De kunne ikke spilt selv, de var ikke klar for det før i november. Det er det ingen som vet, men de er jo ikke musikere. De er barn med musikk som hobby. Men det er klart at da satt vi jo også litt stille i båten og bare la la la, men vi endrer ikke på noe rutiner. Vi skal bare være litt tydeligere på å forklare hva vi gjør. Men også overfor foreldre er vi enda tydeligere. At det er enda mer, det får de ikke lov til, det skal være barnas opplevelse, barnas reise. Og så siste stormen var Jostein Pedersen som “legg det ned, dette er farlig for barna”. Da sendte jeg mail til, da fikk jeg oppringing fra VG, og da sendte jeg mail til de andre sjefene. For at nå må NRK gå tungt ut og hjelpe både plateselskap, og nå må vi si ifra. Og det må ikke være meg, det må være en høy tv-sjef som går hardt ut. Og da var det et stort innlegg fra Kalle Fürst, pluss at da hadde VG gjort, det var en veldig dyktig journalist. Hun hadde vært nyansert. Hun slang seg ikke på tabloidbølgen, men hun hadde faktisk, altså hun, Jostein Pedersen ble vel kanskje lagt veldig død der da. Der var det fire foreldre som uttalte seg. Og to av de holdt jeg på å si angav jeg, eller jeg hadde fått innlegget så sendte jeg det til Kalle Fürst, så sendte vi det til VG, sånn at se her. Og da var et blant annet en pappa, en jente på 8 år som hadde, var veldig skeptisk med å la en liten 8-åring inn i dette og ikke ha noen som jeg kjenner egentlig. Men, i dag ville jeg ikke vært i tvil, og hun har bare hatt en kjempeopplevelse. For de minste tar vi jo selvfølgelig litt mer på fanget, vi tar de jo, prøver jo å passe ekstra godt på de da. Og den massive, det massive vitnesbyrdet også fra The black sheeps foreldre, fra foreldre til The Battery, altså det har gjort at nå tror jeg alle har skjønt. Jeg tenker som så at den første stormen vi hadde, det var egentlig litt godt at det kom litt frem. For hvis noen er interessert i å diskutere hvordan man behandler barn i media så skal jeg gjerne være med. Jeg har sagt fra til kultur P2 at akkurat det kan jeg godt si, at det stusser jeg litt på. Men og det er at, jeg har hvertfall, jeg har blitt piska i pressen. Ble først litt kjeft internt og sånn, men så kom jo sannheten for en dag og det opplever vi, det tar vi jo

selvfølgelig ikke i media. Men for min skyld og for barnas skyld så ble dette tatt kraftig opp med de det gjaldt, som hadde gjort overtramp. Og da er jeg fornøyd. Og da tenker jeg at dette er en vekker, og så tenker jeg som så at ja, det var en tøff uke. Men, jeg har ikke fronta noe annet enn at jeg har passa godt på noen barn. Og så har jeg klagd litt på noen. Jeg har skjont at man skal være litt forsiktig med å tulle med Sami Radio. Det kan du ikke si offisielt (latter), men du kødder ikke med Sami Radio. Men jeg sa aldri Sami Radio forresten, pressen skriver det de vil, jeg sa lokal presse.

A: Da har vi vel vært gjennom alle spørsmålene jeg hadde her, nå har jeg fått utfyllende om de etiske dilemmaene rundt barn som jo er hovedfokus for oppgaven min.

E: Det etiske dilemmaet sånn internasjonalt sett det var at vi så at de gjorde barna til superstjerner og de fikk et press lagt på seg, sånn at hun som vant, hun fra Hviterussland som vant. Nå kjente jeg veldig mange av de internasjonale head of delegasjon sjefene, og han ene Aleksej, han løp akkurat forbi meg, jeg sto i pressesenteret da. Så jeg gratulerte han med seieren da, da kom Malin på 3 plass, og det var jo kjempefint. Jeg hadde Malins mamma ved siden av meg, og vi gratulerte han og jeg ga han en klem og da sa han “she is a broiler”, og så så jeg mammaen sto bak og da tenkte jeg mitt. Og da sa jeg det til mammaen til Malin, du hva tror du. For hun lille jenta og “peace in the world” og “come back to my country and make money”, og skjønner du? Oppførte seg som en voksen og det var ikke bra. Og da sa mammaen til Malin at hvis hun hadde blitt spurt et sånt spørsmål hadde hun vel svart at “nei, jeg gleder meg til å komme hjem til hestene og sånn”. Og det er der vi skal være.

A: Så dere har fokus på å beholde barna som barn og ikke som stjerner da?

E: Yes. Vi er ikke ute etter å lage idoler, men vi er ute etter å dyrke deres musikkinteresse og skulle noen vise seg å bli idoler, for det har jeg måtte gå litt inn i meg sjøl. Aftenposten har vært veldig på meg sånn “ser du ikke at du skaper idoler?”, og neida dette er bare gøy for barna. Men jeg skjønner jo nå at det spørsmålet kommer til å komme igjen. Og da skal jeg være klar og si at vårt fokuser ikke på å lage idoler. Men hvis det skulle vise seg at noen får sitt levebrød av dette og går videre, tre finalister i voksen Grand prix i år er tidligere Mgp juniorer. Så er det kjempefint hvis vi kan være en liten grobunn for at man får en sunn musikkgrunnlag, men ikke. Altså vi har sett eksempler på hvordan foreldre plutselig bruker barna for du kan tjene masse penger på det. Black sheeps kunne vært millionærer nå, virkelig.

Men jeg tror ikke de, foreldrene har ikke en gang fått beskjed om, jeg tror det var en dag det raste inn 3 arrangementer hvor de til sammen kunne tjent 450 000 kr, det sa han platesjefen, det sier vi ikke til de engang. Men da måtte gjort sånne ting som er litt sånn halvveis prostitusjon i forhold til det de er. Det er sånn kjøpesenterting, skjønner du.

A: Så dere vil beholde fokus på musikken og ikke på stjernedyrkelsen?

E: Ja, og de vinner ingen platekontrakt. Det eneste de vinner med Mgp jr er at de kan kalle seg for vinnere. Og at de får være med på verdens kuleste leirskole. For det får de.

A: Hvis ikke du har noe mer å tilføye så sier jeg takk for intervjuet.

Intervju 2

AM: Astrid Mjøs, intervjuer

KF: Kalle Fürst

KF: Jeg var jo den som starta *MGP jr*, eller sammen med min danske kollega, det var egentlig han som starta det i Danmark. Også, klarte vi å få til et Nordisk, og så fordi NRK ikke kom med i den Europeiske så hadde vi produksjonskapasitet. Og så plutselig ble det den nordiske, og så fikk vi spørsmål om å overta den europeiske. Og så var vi jo med der i et par år, og syns at den utviklet seg ganske gærn retning

AM: Ja jeg forsto det sånn på Eva at det var ikke helt det NRK ville ha.

KF: Vi hadde en lang diskusjon rundt det. Jeg ledet den nordiske delegasjonen i forhandlinger med EBU, så det var ganske morsomt egentlig. For de var ikke noe glad for at vi trakk oss. Men det var rent sånn ideologisk på hvordan behandler vi barn, og hva tillater vi av juks. De juksa jo som bare faen. Og det tillot EBU bare for å få folk med. Men det er jo veldig store kulturelle forskjeller mellom landene, hvordan du jobber med barn i Nord-Europa og hvordan du jobber med barn i Sør-Europa og ikke minst i Øst-Europa.

AM: Man skal ikke så langt før det blir store kulturelle forskjeller. Jeg har forberedt noen spørsmål, det jeg vil undersøke er hvordan NRK og programmene har fulgt den utviklingen i synet på barn og barndom.

KF: Jeg startet i barne- og ungdomsavdelingen i 1969, og så startet jeg med småbarnsprogram i 1974.

AM: Det er i hovedsak programmer for de litt eldre barna jeg tar for meg. Og kan du fortelle litt om hvordan jobbet dere med å utvikle barneprogrammene? Hvem var det som lagde programmene? Hadde dere pedagoger inne, eller hva slags folk var dere som lagde programmene?

KF: Det var jo en veldig blanding, i småbarnsredaksjonen hvor jeg begynte i 74, så var det en blanding av en barnepsykolog, som var leder for redaksjonen, det var produsent i NRK som hadde jobbet med barneprogram over lengre tid. Og så var det endel fjernsynsfolk, som lagde tv. Som regel så lager pedagoger ikke spesielt god tv. Der jeg kom inn så da kom jeg rett fra ungdomsredaksjonen, og da hadde jeg fått barn selv. Og hadde et ønske om å prøve å vri det litt over, at barn var med for da var det en tradisjon med at barneprogram det var enten dukker, eller så var det voksne som lekte at de var barn. Vibeke Sæther med *Lekstue* og sånt noe. Og jeg var veldig inspirert av Anne-Kath. Vestly som skrev bøker om barn, og som jeg opplevde på alle måter fungerte godt for barn. Så mitt forslag da jeg kom inn der var at jeg skulle lage en serie med barn i hovedrollen, altså småbarn. Og det hadde vi veldig liten erfaring med på den tiden, særlig det å jobbe med små barn. Så da endte det opp med at jeg filmet min egen familie, og brukte min egen sønn. Og det ble en slags sånn, halvveis doku, eller dramatisert reality kan du kalle det. Og så senere i samarbeid med Magne Raundalen og Åse Gruda Skard på en foreldre(utydelig), hvor vi brukte dette stoffet til å snakke om barn og barneoppdragelse. For min del ble det ønsket om å ha barn tydeligere i skjermen, det har ligget helt fra den gangen. Jeg synes det er bedre å se barn på skjermen enn å se dukker og voksne. Og så da jeg ble sjef, var jo det en sånn forholdsvis tydelig ideologisk linje, også basert på at i Norge hvor vi har begrenset med ressurser, så vil jeg heller bruke de ressursene på å lage program hvor vi kan se at vi har norske barn med, enn at vi lager en dukke som like gjerne kunne være kjøpt inn fra det internasjonale markedet. Eller en animasjonsserie, så vi har forsøkt å bruke våre produksjonspenger til å produsere programmer hvor vi tydeliggjør de norske barna. Og det har blitt tydeligere og tydeligere, og for alvor så startet det med *Halvsju*, hvor vi prøvde å løfte frem barna, men hvor det fortsatt var voksne programledere og så kom det veldig tydelig frem på *Blikkbåx*, og veldig tydelig frem i *Midt i smørøyet*, da ble det en slags ideologisk måte å jobbe på.

AM: Var det uenighet tidlig på 70-tallet innad i redaksjonen om hvordan man så på barn?

KF: Ja det var det. Det er alltid ulike synspunkter på barn og pedagogikk, og det er jo ikke noen fasit. Fordi du baserer deg til dels på holdninger og ideologi, og til dels på forskning. Men forskning kan du på en måte alltid få til å passe inn i ditt ideologiske mønster, eller du finner en eller annen professor som mener. Så det er ikke så vanskelig. Men det var nok mer holdningsmessige forskjeller, på hva man skulle lage. Vi hadde jo en stor konflikt da jeg ble

sjef, og ville ha bort *Sesam Stasjon*. Og ville heller ha noe med norske barn. Og da var det en gruppe produsenter hos oss, ja delvis var det jo de som jobbet med det som gjerne ville jobbe videre med det, men det var også fra ulike hold uengighet om hva barneprogrammene skulle være.

AM: Så det er ikke et overordnet sett med verdier dere følger, eller er nødt til å følge når dere lager barneprogram? Ikke nødvendigvis nedskrevne..

KF: Hvis du går inn og ser på regelverket og sånt noe i NRK så er jo det at du skal lage barneprogram som skal speile norsk kultur og norsk virkelighet og sånt noe. Og mer definert enn det vil det jo være ideologisk brytning innenfor hver tid, og hvem som da er ledende innenfor det som produseres. De som er flinke vil ofte være med på å forme ideologien.

AM: Nå så er det mye mer barneproduksjon, det med NRK Super syns jeg er veldig spennende. Hvordan har opprettelsen av NRK Super fått innvirkning på programproduksjonen? Hva er egentlig tanken bak NRK Super.

KF: Tanken bak NRK Super er jo at, jeg begynte jo å jobbe med det i 1995. Da så vi at det kom mange flere internasjonale kanaler. Og så så vi at det, etterhvert at barna beveget seg over på disse programmene. Og så så vi også at når vi ikke hadde norske barneprogram... (intervjuobjekt finner frem grafer på PC-skjermen)... Men bare for å vise noe som var så tydelig, først så prøvde vi å få til en nordisk variant. Men det fikk vi ikke gjennomslag for. Og så begynte vi å jobbe da inn mot NRK og fikk overbevist NRK-sjefene og styret om at dette var lurt å begynne med. Og så etterhvert hadde jeg møter med kulturkomitéen i Stortinget, og statsråder og sånt noe.

(Intervjuobjektet viser til grafer på PCen)

Vi ser at de store barnekanalene kommer inn, og at det kommer flere etterhvert. Og at markedsandelene på barn på NRK går ned. Vi gikk litt opp da vi økte sendetiden på barneprogrammene, og så gikk det ned igjen. Her ser vi litt på hvordan barna ser på en vanlig ukedag så ser de litt om morgenen, og så øker det når de ser på barne-tv, og så er det litt forskjell på lørdag og søndag, da ser de endel på morgenen, men ikke så mye. Og så øker vi igjen når det kommer barne-tv. Og så det som er helt tydelig er at markedsandelen på barnekanalene, når NRK ikke sender så ser de endel på barnekanalene, men kl 18 så går de tilbake til NRK. Når de har et tilbud så kommer til NRK. Hvis du ser på en julaften, hvor

NRK har tilbud hele dagen, med *Julemorgen* og videre utover så ser de nesten ikke på andre kanaler i det hele tatt. En av de tingene vi hadde var blant annet at vi viste hva som var av tilbud, av barneprogram hvor du ser da at når vi begynte hvis du ser på barnkanalene tilsammen så er det ca 66 timer med tilbud. Så kanaler som Cartoon Network og Disney har mellom 12 og 15 timer, mens NRK har 1 time. Så det er klart at med 1 times tilbud så klarer du ikke stå imot tilbudet fra de store internasjonale kanalene. Så vi måtte opp med større tilbud for å få lage en slags demning på det. Og det viser seg jo nå når vi har kommet opp med NRK Super. Jeg sluttet jo som sjef den dagen NRK Super startet. Min strategi var å lage den kanalen og så slutte. Så har det jo gradvis tatt opp kampen mot Disney. Og nå er Disney og NRK Super omtrent like store. Så det nytter å komme med et alternativ tilbud. Så fikk vi endel ekstra penger. Men som jo i liten grad går til nye produksjoner. Nå kommer det nyheter for barn til nyttår. Så det blir spennende. Så har man prøvd å satse på litt tyngre ramatiseringer som det går an å sende i reprise. Du har hatt *Linus i Svingen*, og *Jul i Svingen* og *Gutta boys* og *AFI* og alt mulig sånt noe. Som er serier som har kvaliteter som gjør at de tåler å gå mange ganger. Og i tillegg så har du da *Megafon* som et sånt nyhetsmagasin, hvor barna er veldig sentrale. Både fordi det er de som kommer inn med temaene og det er de som er reportere.

AM: Etter at internett og mobiltelefon kom for fullt, og alle har det så har vel det hatt innvirkning på endel program.

KF: Det er klart at det har vært viktig. Det er en ganske kraftig sånn satsing på NRK Super, og at det lages egne programmer som først og fremst går på weben. Sånn som *Sara*, jeg vet ikke om du kjenner til det, som har vært en sånn dagbok, en blogg som har vært veldig vellykket. Som har hatt masse besøk av unger.

AM: Men er det ikke sånn at de nesten ser mer på programmer på internett nå enn på tv?

KF: Nei, det stemmer nok ikke helt. Jeg synes det ser ut som Tv-seingen holder seg godt. Den har faktisk nesten økt litt. Men det er klart det er mange som i tillegg til tv-seing, hvertfall når de kommer litt opp i alder bruker mye tid på DVDer. Jeg har en 17-åring han er en sånn DVD-fan.

AM: Dette forholdet mellom læring og underholdning i barne-tv programmene, føler du at det forholdet har forandret seg opp gjennom?

KF: Det har alltid vært der, og det er der fortsatt. Det er jo det som skiller en allemennkringkaster fra en kommersiell stasjon, det er jo at du gjerne vil ha en grunn til at du lager programmene annet enn at du skal tjene penger på det. Så at det skal ha en historie, eller en moral, eller noe å formidle. Men det er jo langt fra *Lekstue* til *Barnas supershow* for å si det sånn. Jeg var på en sånn stor internasjonal festival i 2004, og da kom det folk fra det som heter Japan price, som er den store internasjonale festivalen for undervisningsprogram. Så spurte de om vi kunne sende inn *Barnas supershow*. Så sa jeg at vi har aldri opplevd det som et undervisningsprogram. Så sa de nei, men for dem så har det noe med også sosial læring å gjøre. Relasjoner mellom foreldre og barn, du snur ting på hodet, du tester ut grenser og sånt noe. Så vi sendte det til Japan, og vant da klassen for førskolebarn. Og da ble våre produsenter fløyet over og møtte Keiseren og sånt noe, så det er en ganske stor internasjonal pris. Så synet på læring endrer seg jo, det er jo ikke bare 2+2 eller helt klart sånn skolelæring, det er det jo ikke i skolen heller lenger. Jeg syns jo *Linus i Svingen* og *Jul i Svingen* er en god sånn relasjonslæring. Du har noen gode modeller, de tar vare på hverandre, de løser noen konflikter, de har noen slemme barn. Så det skal jo gjerne, alle vil jo gjerne at det skal være en moral eller en hensikt med det de lager.

AM: Vil du si at fokus har endret seg mer fra sånn rent fagmessig læring til sosial læring.

KF: Ja, men også at det er underholdende samtidig.

AM: Men dette med *Barnas supershow*, har jo vært litt kontroversielt det med at barn inntar alle roller. Har det også vært debattert innad i NRK.

KF: Altså, det har aldri vært noe problem, det at det har vært barn i alle roller. Det som har vært endel diskusjon om var jo hvor langt de testet, altså snudde rollene på hodet. Det er jo noen som går ut av og snur alle situasjoner på hodet og sier at alt som barn må gjøre, det må voksne gjøre også. Det falt nok endel tungt for brystet. Og det er klart det er en balansegang hvor langt du skal gjøre det før du rokker helt ved de voksnes autoritet. Men det er jo også da en utfordring for de voksne og ikke leve bare på autoritetet, men å vise at du må ha en slags legitim autoritet. Det nytter ikke bare være voksen, du må også ha et grunnlag for å være en modell, eller sette noen regler som aksepterer ikke bare det at du er voksen, du må også ha noe annet i det.

AM: Det inntrykket jeg har fått, er at barn alltid har blitt tatt på alvor i NRK, men at det gjøres på en litt annen måte, med disse nye programmene. Jeg vet ikke hvordan det er med publikumsrespons fra barna, jeg vet ikke hvordan det tas me.

KF: Normalt har det vært en uttesting, når du lager et program som *Barnas Supershow*, eller *Kometkameratene* eller hva det er så lager du jo som regel en pilot som testes ut mot en gruppe barn for å få reaksjoner på hvordan det er. Og så tar man det tilbake, og i den endelige utformingen av programmet. Og så er det jo alltid reaksjoner, men vi pleier jo å si at to brev er en seerreaksjon, og fem brev er en seerstorm ikke sant. Så du har aldri så mye, men det du får er jo at du får tilbakemeldinger fra ditt nettverk på en eller annen måte. Fra din familie, dine venner, når folk er hjemme på juleferie, så får du betydelige tilbakemeldinger.

AM: Litt tilbake til dette med seerne. Hvordan forestilte dere seerne, har det forandret seg? Hvem er det som skal se dette programmet. For det må man jo nødvendigvis ha når man lager sånne alderstilpassa programmer.

KF: All forskning tyder jo på at barn i dag er mer intelligente enn tidligere. Det er litt ubehagelig for oss som har blitt litt eldre. Men det går på flere ting. Det går på at du har fått en generell økning i ernæringen, så du får inn bedre kosthold. Barna spiser tran, og du får bedre kosthold som også påvirker hjernen. Men en av de tingene som er veldig viktig er at barn får mer informasjon som de klarer å løse, og ikke minst at det at de bruker data så mye, ikke minst til spill, det trener opp hjernebanene. Ved å bruke data trener du opp hjernebanene, det blir litt sånn at hvis du løper i skogen blir du sterk i beina, og hvis du bruker data så trener du opp hjernebanene, og det betyr at du da har en rask hjerne som lettere kan koble andre typer informasjon. Så all sånn forskning går på at barn i dag har høyere IQ enn tidligere. Vi ser jo også at barn blir tidligere modne, vi blir tidligere tenåringer. Det er en blanding av modning, og forbilder, det kan jo diskuteres om det er bra eller ikke. Men det er helt klart at barn i dag er raskere og kvikkere og mere modne enn tidligere. Og det betyr jo noe for hvordan man lager tv for barn. Hvis man vet at barn kan lese så kan du liksom ikke sitte med en bok med fire bokstaver, og holde igjen siden når du vet at barnet har fanget opp den siden selv om de for 30 år siden ikke greide å gjøre det. Da må du bli i et raskere tempo for barn. Og noe av det samme gjelder også på fjernsyn. Jeg tror at alle som lager fjernsyn i dag vet at

barn er mye mere oppdatert på mediespråket og leser mediespråket tydeligere enn før, og at det derfor også får større utfordringer med å fange og lage en engasjerende program.

AM: Man definerer jo ofte barndom ut fra sin egen opplevelse av hva barndom er?

KF: Ja, eller ut fra sine egne barn. Nå er jeg så heldig at jeg har to kull så jeg har litt kunnskap der.

AM: For det står mye om at veldig mange definerer hva barn og barndom er ut i fra sine egne referanser, men at ikke det nødvendigvis trenger å være riktig for hvordan barn opplever det. Hører dere mer på barna, prøver dere mer å ta barnas side i dag?

KF: Ja jeg tror det. Når jeg holder foredrag i dag så pleier jeg å si at enhver barndom skal egentlig være lik din egen, eller aller helst lik besteforeldrene dines. For det er de du, det er enda mer romantisk. Mens barn i dag ser ikke bakover, men voksne i dag ser bakover. Barndom skal være noe som var før, mens barn ser det samfunnet de skal gå inn i, og så øver de på det samfunnet de skal gå inn i. Og de ser at blant annet medier og mediebruk, tv, PCer og mobiler det er endel av det moderne samfunn, og det er det de øver seg på. Og jeg tror at den staben jobber med barneprogrammer på NRK i dag er mye mer oppdatert på det enn endel andre mennesker. Og derfor kan du også få en konflikt med at du ligger litt foran utviklingen.

AM: Det er jo det med at man vil beskytte barna samtidig som man vil ta dem på alvor, og ta dem med. Så da kan det jo bli en konflikt i det spenningsfeltet der.

KF: Det er hvertfall veldig viktig å finne ut hva som er riktig for de ulike alderstrinnene. For det er så veldig avhengig, hvis man gjør noe for en 6-åring så passer ikke det for en 3-åring.

AM: Definisjonen, de inndelingene som NRK har brukt har forandret seg litt med hvilke aldersgrupper, hvordan man deler inne det.

KF: For det at vi laget *Midt i Smørøyet* så sa vi 10- til 14-åringer. Og så har vi hatt veldig mye diskusjon rundt hva betyr det. Skal man lage program for 14-åringen og det de interesserer seg for, mange 14-åringer interesserer seg jo for det 16-åringene interesserer seg for. Så du får en

sånn lett måte å dra det oppover i alder. Til slutt måtte jeg bare si at vi måtte presse alderen nedover. Når det gjelder NRK Super er det definert fra 2-12, og så ser vi at den største gruppen er de fra 2-6, og så detter de litt mer over på andre kanaler fra 7 og oppover. Men jeg var nede i København og satt i en sånn hemmelig jury for noen måneder siden, og da så vi blant annet fra Latin-Amerika og fra endel andre europeiske land, og det som er spesielt for Norden er at når vi lager en dramaserie om en 12-åring så handler det om en 12-åring og det 12-åringer holder på med. Det handler ikke om det en avansert 12-åring eventuelt måtte være interessert i, og så bruker vi en 12-åring som hovedperson, og ikke en 16-åring som spiller en 12-åring. Mens endel andre land, og særlig når barna blir bitte lille grann eldre, når de har kommet opp i tenårene og er 14-15, og i mange land så lager de da veldig lange serier og så bruker de folk som er ferdig med skolen og som er letter å jobbe med, og så bruker de en 19-åring til å spille en 14-åring. Og det ser du at er gærnt, og det blir noe galt i hele bildet når du gjør det på den måten.

AM: For da får jo da eventuelt de 12-åringene som skal identifisere seg med rollefiguren blir da plutselig hakket eldre de også.

KF: Det mener jeg er ganske spesielt for nordiske barneprogram. Vi prøver å holde litt igjen på det.

AM: Da har jeg brukt opp spørsmålene mine, men har du noe du vil tilføye?

KF: Nei jeg tror for såvidt du har fått mine viktigste punkter, og jeg synes det har vært veldig viktig å synliggjøre barn. Jeg tror man gir dem en status i samfunnet med å synliggjøre dem. Allerede fra da vi startet med Halvsju så skulle dette være et stort steg for selvtillit. Så ved å vise at barn kan, så inspirerte vi andre barn også til å kunne. På en måte så har vel *MGP jr*, de har vel vært aller tydeligst på det. Når vi har vært tilstede enten det er i Spektrum eller hvor det er, så kommer det altså barn, så står de på scenen med 4000 mennesker foran seg og flere millioner ser på dem, og så gjør de det bare. Jeg synes det er veldig stilig egentlig.

AM: Ja jeg har sett litt på *MGP jr*, og jeg har fått litt følelsen av at det gjøres på barnas nivå.

KF: Det gjør det. Men det som hele tiden har vært vårt, hvertfall mitt anliggende når vi starter. Når vi tar inn barn må vi gi dem samme backingen som vi ville gitt en voksen. Og alle voksne

artister eller programledere de har jo et svært apparat rundt seg som hjelper dem og løfter dem frem. Og vi kan ikke forvente at du tar inn en 10-åring og så skal de bli kastet inn på scenen og bare stå der. De må få samme støtteapparat, og samme måte å presentere programmene på som de voksne har fått. De har vært Sverige nå, for vi *MGP jr* er jo en samproduksjon mellom Norge, Sverige, Danmark og Finland. Og det har fungert veldig bra i Danmark og Norge, og det drar seg opp i Finland, men svenskene har liksom holdt ressursene nede. Så istedet for å ta det ut i en stor sal og gi dem full backing så er de i et studio i SVT, og så sier de at de får det ikke til. Og da sier vi at nei, når dere ikke gir dem muligheten så får dere det ikke til. Dere må satse og så må dere sette inne et støtteapparat som er godt nok for dem.

AM: Ja for det handler jo til syvende og sist om å ta barna på alvor og være lydhøre overfor hva de sier. Og ta dem like mye på alvor som voksne. Det gjelder jo for såvidt for alle programmene.

Jeg har ikke noe mer spørsmål som jeg kan komme, så tusen takk for at du tok deg tid til å treffe meg.

Intervju 3

AM: Astrid Mjøs, intervjuer

HG: Hildri Gulliksen

AM: Kan du kanskje starte å fortelle litt om hvordan dere jobber når dere skal lage barneprogram? Hvordan dere går frem for å lage barneprogram?

HG: Det kan starte på veldig mange forskjellige måter. Ofte starter det med at vi ser at vi har et behov. Eller det starter med at vi får levert inn en god ide. Da kan jeg ta et eksempel som forklarer litt godt. Jeg kan ta det programmet som går nå på lørdag kveld, som heter *Krem Nasjonal*. Det startet med at vi gikk gjennom porteføljen vår i NRK Super, og så så vi at vi har mange ting som handler om relasjoner barn i mellom. Konflikter, om de nære tingene. Men det som ungene ler av på NRK Super, det er amerikanske ting, så vi hadde lyst til å få til, forslaget var å få til et humorprogram som var basert på en virkelighet som norske barn kan kjenne seg igjen i, og kanskje få fram, eller dyrke fram en litt mer lokal, nasjonal humor.

Det vi gjorde var at vi bestemte oss for ganske tidlig at vi ville bygge hele programmet rundt Erik Solbakken, og at han skulle få en sentral rolle i det. Så var vi ute og gjorde undersøkelser blant barn. Det gjør vi, det skal vi sikkert snakke mer om, men det vi var nysgjerrige på var hva ler de av. Hva ler åtteåringer av, hva ler tiåringer av og hva ler tolvåringer av? For dette er programmet er ment for de eldste barna. Så fikk vi en del kunnskap om det, og vi vet mye om hva barn er opptatt av. Så da tenkte vi at da slår vi de to tingene sammen, og så prøver vi å presse dem så godt vi kan. Så ble det satt ned da en liten utviklingsgjeng, som utviklet etter noen metoder som vi gjerne bruker når vi utvikler programmer i NRK. Og så kom de opp med noen forslag, som de pitchet for en pitchegruppe, bl.a meg og noen som jeg gjerne tar med meg fra andre avdelinger også. Vi gir tilbakemeldinger og sier “dette syns vi var kjempegøy”, “dette syns vi var vanskelig å forstå”, “dette er utydelig”, “dette er feil retning”. “Dette hører til femtenåringen, dette er ikke tolvåringene.” Så vi gir tilbakemelding på det de har kommet frem til. De går tilbake, utvikler videre og pitcher for oss igjen. Og så tar vi en produksjonsbeslutning på et eller annet vis. Så blir det satt på en redaksjon som går i gang

med den ordentlige skrivingen, og detalj utviklingen da. Og så til slutt så komme vi jo på lufta. Så det er en måte. En annen måte er at vi har en flate, nå som vi vet at Krem Nasjonal skulle gå i halvannet og ser vi at, okei vi trenger et eller annet til lørdag 18.30, hva skal vi finne på da. Vi går igjen og ser på skjemaet vårt, hva annet har vi og sånn. Og vi analyserer hvem som ser på lørdag 18.30. Hva gjør de andre kanalene lørdag 18.30, hvordan skal vi finne vår nisje sånn at vi ikke lager det samme som andre? Så det ligger mye analysearbeid i startfasen av en utvikling vil jeg si. Og som regel så handler veldig mye av det analysearbeidet om prøve å forstå ønskene og behovene til ungene.

AM: Jeg var på et informasjonsmøte i Supernytt, med guidejobben. Og de bruker jo mye eksterne fagfolk. Gjør dere det i samme grad med programmer her?

HG: Veldig lite. Det hender vi har med en og annen lærer i utviklingen, rett og slett fordi de er spot on veldig gode på hva som er forskjellen på refleksjonsnivå på en ti- og elleveåring. De er kjempegode på det. Så det hender. Men ellers så er det, de fleste utviklingsprosesser hos oss starter med intervjuer. Eller, jeg kan forklare litt om den metoden som vi gjerne bruker. Den heter NABC, og er utviklet på Stanford. Og den ble tatt i bruk av Danmarks Radio, og så lærte vi den egentlig mest av dem. N står for needs. A står for approach, altså måter å gjøre ting på. B står for benefit, hvilke fordeler har folk av å få det programmet her. Og C står for competition, hvilke andre program finnes som ligner eller ikke sant? Er det allerede laget, ja så er det ikke sikkert man skal lage det. Og når det gjelder needs så gjør du da ett dybdeintervju. Eller vi gjør gjerne flere dybdeintervju, men vi velger ett av dem. Av ett barn. Så da vi lagde et nettdrama som heter Sara, så gjorde vi et intervju med en jente som jeg tror heter Marte og som bor i Alta. Hun var 11 år. Og vi er på rommet hennes, og vi går helt ned i "hva heter venninnene dine", "hva pleier dere å gjøre", "hvilket fag liker du på skolen?". "Hva slags middag liker du", "hva snakker du og mammaen din om?". Så vi prøver virkelig å kartlegge den personen. Og så tar vi det intervjuet tilbake til gruppa, som skal utvikle. Og så leker vi litt sånn hobbypsykologer. Hva tror vi at Marte 11 år fra Alta trenger? Og basert på det Marte fortalte oss så analyserte vi oss fram til, altså det kan godt være at det er helt feil, men vi analyserte oss fram til det vi tror, Marte trenger en venninne som lever livet litt tøffere enn hun gjør, for hun var litt tilbakeholden. Det skjedde ikke så mye i livet hennes, og hun søkte litt spenning. Litt å finne, så vi tenkte vi gir Marte en virtuell venninne som hun kan følge hver dag, og som tør å teste ut de tingene Marte ikke tør eller har anledning til å teste ut sjøl. Så fyller vi et behov som Marte har, fant vi ut. Og derav så lagde vi da Sara, som gikk

over halvannet år og som var da Martes virtuelle venninne. Og så viste det seg at det var ikke bare Marte som hadde det behovet, det tok jo helt av, sånn jobber vi. Og i den prosessen så ser vi på måter, altså approach. Hvordan skal vi være, skal vi være på nettet, på tv. Skal det være drama, eller skal det være dokumentar, hvordan gjør vi det? Fordeler. Hva vil Marte tjene på dette, hvis vi gjør det? Hva godt kommer det ut av dette for henne. Og så competition. Og i denne prosessen før vi lander så har vi 100 ideer oppe, 100 ideer bokstavelig talt. Og vi gir oss ikke før vi har hundre ideer, og de er oppe på gule lapper. Fordi det er som regel ikke nr 3 eller 7 som er den beste, men kanskje det er 87 som er den beste. Og det gjør vondt vet du, fordi at vi har det liksom i oss at vi vil lage ting som vi sjøl syns er bra. Eller interessant, eller vi sjøl trenger. Så de første ideene handler gjerne om det. Og så gjelder det å ha en god prosjektleder som sier kom igjen, flere ideer. Hvordan tilfredsstille Martes behov?

AM: For det er litt dette oppaven min går ut på, hvordan dere ser på barna? At det er deres ideer som skal brukes, at det er de dere lager tv for, eller ut i fra hva dere tror og hva dere føler selv at er godt barne-tv.

HG: Jeg tror, dette er en påstand fra min side, men mitt inntrykk er at det har vært en dreining. Fra at man var, i monopoltiden hadde man ikke konkurranse på den måten, så man kunne med større ro sitte her inne og mene hva som var riktig. Nå så ser vi at vi er helt dønn avhengig av at ungene liker det. Hvis ikke så er de, så zapper de i løpet av 15 sek, kanskje 7. Så vi skal ikke bare lage sukker som vi kaller det, eller ja, vi skal ikke bare lage sukker. Men vi må lage, det er noen som kaller det brokkoli med sjokoladetrekk. Vi må lage brokkolien på en sånn måte som gjør at de liker det.

AM: For det er også et spm jeg har her, grensen mellom læring og underholdning. Hva er det som har hovedprioritet? Nå er det forskjellige programmer med forskjellig profil, men litt sånn overordna. Forholdet mellom læring og underholdning.

HG: I den ideelle verden, for oss så går de to tingene tett hånd i hånd. For det handler om å lage viktige ting som man lærer av på mange nivåer. Ikke bare sånn 2+2 er 4, men hvordan er det å ha en far i fengsel? Man lærer ting, men det er gjort så godt og så interessant og så tv-flinkt at man blir engasjert. Det er ingenting som gir så god tv-opplevelse som en god dokumentar for eksempel. Og du identifiserer deg veldig med hovedpersonene, og det er god motstand og vedkommende klarer seg. Så vi tenker småbarnsprogrammene hos oss er nå mer

og mer opptatt av å gå litt hånd i hånd med barnehage og småskole. At det er viktig at vi lager ting som også støtter opp under det som foreldre ønsker at NRK skal drive med for små barn. Ikke på en pekefingeraktig ovenfra og ned måte. Men gjort med barnespråk og en barnefortellermåte, og med barn i fokus. Som vi liker da. Jeg er ansvarlig for prog for de litt eldre barna, og jeg tenker ikke i like stor grad at vi skal gå hånd i hånd med skole, men jeg tenker at det er viktig at de store barna får, at vi setter opp mange speil for dem. Som handler om identifikasjon. Fordi dette er barn som ser veldig mye på mange utenlandske kanaler, mye Disney, spesielt mye Disney. Og Disney lager veldig mye bra, men alt er basert på amerikansk virkelighet. Sånn at det er viktig for oss at vi bidrar til å gi unger god selvfølelse på at den kulturen og den virkeligheten de vokser opp i er mye verdt. Og det gjør vi ved å vise de skolene, vise de skolegårdene. Vise de bursdagsselskapene, vise de barnerommene. Måter vi gjør ting på her, som på mange måter ligner på hvordan de gjør det i USA, men det er likevel annerledes. Så identifikasjon er kjempeviktig for meg, og identifikasjon også i det lange landet vi har. Der har vi en utfordring. Men det er vi veldig opptatt av at vi er nødt til å speile hele Norge på en god måte. Det betyr jo ikke at vi ikke er veldig glad for Supernytt, vi er veldig glad for Supernytt, og det er lærerne. Så det er ikke det av vi jobber på tvers, men for småbarn så har vi et program som heter tellekorpset som lærer barn om de forskjellige tallene. Vi tenker ikke helt så konkret for del eldre barna. Det handler mer om relasjoner, problemstillinger, og så har vi jo Newton selvfølgelig som er naturvitenskapelig og sånn. Men jeg vil si at hovedfokuset for oss er å gjøre barnas virkelighet synlig og attraktiv.

AM: Jeg har litt spørsmål om hvordan dere ser på seerne deres. Hvem er det dere har i tankene når dere lager prg? Nå har du jo for så vidt svart litt på det når dere går og intervjuer barn, men hva er den typiske barne-tv seeren, eller finnes det?

HG: Når det gjelder de små barna så er det jo foreldrene stort sett som bestemmer hva barna skal se på. Og det er jo de fleste norske barn egentlig. På gode dager har vi jo markedsandeler på rundt 90% for de små barna, så der kan man nesten se for seg alle barna i Norge. Når det gjelder de store barna, så har vi ikke like høy markedsandel, men det er veldig mange som forholder seg til NRK Super, og vi prøver å se for oss forskjellige typer barn. Jeg er veldig obs på og redd for at det er Majorstuebarna som er de vi ser for oss. Og da går det gærnt. Norge er et veldig stort land, og man lever på forskjellig vis. Men de vi gjør helt konkret, er at i tillegg når vi utvikler har de at vi går hjem til en person så har vi flere typer undersøkelser som forteller oss om barns atferd og barns preferanser. Vi har blant annet en undersøkelse

som vi gjør annethvert år, hvor vi spør om alt mulig rart. Barna svarer selv på nettet, og vi kaller den derfor nettpanelundersøkelse. Det handler bare om hvordan det gjøres. Men det er alt fra hvilket fag liker du best på skolen, hva pleier du og søsknene dine å krangle om. Hva ønsker du deg til bursdagen din. Hvem er den morsomste personen du vet om? Ting som ikke handler om mediebruk, men som handler om hvem de er. Og de undersøkelsene lærer vi mye av, og vi fant overraskende nok at matte er det faget som de liker allerbest. De eldste barna.

AM: Nei det ville ikke jeg gjetta på hvis jeg skulle gjetta på hva de likte.

HG: Jeg tenker at det er ekstra viktig for oss som jobber med å treffe en målgruppe som vi selv ikke er en del av å gå forskningsmessig til verks. Så vi gjør det på den måten, ved å spørre veldig nøye om preferansene deres. Og så følger vi dem veldig tett på mediebruk. Og tre ganger i året spør vi dem i hvilken grad liker du dette prg, fra 1-10. Så gir de karakterer, så ser vi på ulik alder, fra 8-12. SÅ ser vi at dette treffer veldig god til 8 åringene men 12 åringene liker det ikke. Og vi går inn på prgr som f.eks varer en halvtime, og så ser vi fra starten at da har de så mange seere og så stiger og stiger det og plutselig så skjer det sånn (viser graf med hendene, først økende, og så en plutselig "dump"). Og da går vi inn og ser på hva skjedde her. Da startet den serien. Så forsker vi på den serien, hvem er det som ser på denne serien, hvem er det som liker denne?

AM: For det er hvordan tror, hvilken grad dere opplever at målgruppen er kompetente mediebrukere. Hvilke forutsetninger dere tror at barna har for å tolke budskap, serier? Hvilken mediekompetanse denne gruppen har? Innen den forskningen jeg har lest nå er det en holdning at man har veldig tro på barn som mediebruker, at barn er veldig raske til å ta i bruk nye medier og en del mener nå at barna har gått forbi foreldrene sine i mediekompetanse. Har dere noe holdning, tanker rundt det?

HG: Målgruppa til Super er jo 2-12, og i det spekteret er det jo helt åpenbart mye variasjoner. Men de eldste barna, 8-12 åringene,(pause) jeg vet ikke så mye om de voksnes mediekompetanse, så det er litt vanskelig å vurdere om de har gått fordi.

AM: Nei det trenger du ikke.

HG: Innholdsmessig og navigasjonsmessig så opplever jo vi at barn er råflinke. Vi har satt i gang et nytt nett-drama nå som heter Mia og Biff, som er ganske vanskelig å finne frem i. Og det er jo ikke, vi ønsker jo ikke at det skal være sånn, men av praktiske grunner tar det litt tid for oss å rette opp i. Men likevel så hegner de seg på og finner fram. Og da vi hadde Sara som også var et nett-drama så fikk vi jo veldig mye kommentarer fra barn, råd fra barn på når serien var troverdig når den ikke var det. Kameravinkler, lyssetting sånn prod.teknsikse ting som de gjerne ville gi oss råd om. Og vi så jo også, vi legger inn sånn set-up, man skjønner fordi at en eller annen falt litt på veil til skolen og får litt vondt i kneet og man vet at det er et 60-meter løp der framme, så skjønner man at her borger det for problemer. Vi fikk mye tilbakemeldinger fra våre brukere om at av og til var våre set-ups for tydelige. De sa sånn, "hei, ikke prøv dere liksom, vi skjønner jo hva som skal skje. Det er ikke noe gøy". Nå var det kanskje spesielt kompetente mediebrukere som var der, men vi nei det er vanskelig å sammenlikne for jeg opplever at de er veldig kompetente. Jeg opplever at de finner fram.

AM: Det er jo din opplevelse jeg er ute etter, så du trenger ikke føle at du må komme med noe fastissvar på forskning. Det jeg skal finne ut er jo hvordan dere opplever barna.

HG: Jeg har jo to barn i målgruppa sjøl, og jeg ser jo hva slags power point-presentasjoner de gjør når de er ti år foran klassen. Hva de legger inn, hvordan de kobler. Så vi opplever dem som kompetente ja.

AM: Når det gjelder barns deltakelse på skjermen som programledere, hvor viktig er det? Hvilke avgjørelser ligger til grunn for å bruke barn i såpass framtrødende roller i f.eks *Krem nasjonal* og *Barnas supershow*?

HG: Vi har en setning som vi er litt glad i som handler om at det å synes betyr at man er viktig. Og det har nok vært litt grunnlaget for barnas supershows, som var det første som på den måten tok i bruk barn som programledere. For det er jo ikke noen tvil om at de kan, og så lenge de får det til så liker andre barn det godt også. Så igjen så handler det om relevans og at barna skal oppleve at de blir tatt på alvor. Det er deres program og de skal få lov til å være sjefen der. Og at hvis man ikke gjør det, hvis man går tilbake og sier at det er voksne som skal fortelle barn ting så blir man mindre viktig rett og slett. Når man ikke synes. Så er det noen ganger hvor vi tenker at nei, her skal vi ikke ha barneprogramledere. Her skal vi ha voksne, for eksempel i supernytt. Det var jo en diskusjon, men det var en veldig kort diskusjon. Vi var

veldig fort enige om at Supernytts programleder trenger først og fremst å være veldig troverdig, og at det er ikke troverdig at et barn har den kunnskapen som må til. Og man trenger den trygge voksne som sier at sånn ser verden ut. Men hvis det er mer snakk om å være meningsbærer eller å leke sånn som i KN så syns vi det er kjempemoro å gjøre de variasjonene. Nå bestemte vi oss for å bygge KN rundt Erik, men jeg tror ikke det hadde gått å ha bare barn der uansett. For det er noe med at de store barna de er mye flinkere til å gjennomskue ting som ikke oppleves som troverdige. Så der tenkte vi at det er ålreit med en sånn miks.

AM: Jeg har et lite kapittel om NRK Super, hvorfor dere startet opp NRK Super. Nå har jeg lest litt avisklipp. Men hva tenker du, hvorfor var det så viktig for NRK å skulle starte opp denne kanalen?

HG: Da NRK Super ble planlagt så man jo starten på fragmenteringen av mediemarkedet, og av tv-kanalene. Og vi så jo at norske barn fikk tilgang på mange andre kanaler også, og så tenkte man at hvis vi skal ha en kanal for norsk barnekultur så er det viktig at det blir en kanal. Og ikke bare slotter her og der. For ungene kommer til å bli vant til at hvis de skrur på så er det der. Og hvis vi ikke er der, men bare er der innimellom så blir vi ikke tilgjengelige nok. Så vi fikk jo ekstra penger bevilga også for å lage NRK Super. Men det er viktig for oss å ikke framstå sånn, og det er viktig for oss at folk opplever at vi ikke er i mot Disney. I avisene så vil de jo gjerne bygge opp om dette, at det er en konflikt der. Men vi sender jo ting som Disney lager også. Riktignok ikke så my lenger, men vi gjør det litt. OG vi syns Disney lager mye fantastiske ting, men vi syns det hadde vært dumt om norske barn bare vokste opp med Disney.

AM: Siden dere startet kanalen har det jo nå gått noen år. Har dere forandret hovedintensjonen?

HG: Nei, vi har ikke forandra hovedintensjonen. Vår intensjon er at vi skal skape en verden hvor barn vokser og er viktige. Og den visjonen står veldig sterkt fremdeles. Og vi har jo gjort mange praktiske endringer, endringer i sendeskjema, grafiske endringer. Vi endrer jo hele tiden, nye programmer har oppstått andre har lagt ned. Men det å være å speile norske barns virkelighet og gi dem noe de kan vokse på, det er absolutt det viktigste for oss.

Så er det viktig, vi er jo betalt av alle lisensbetalere i Norge, så vi prøver jo å ha ganske store ører ut til hva foreldre vil Spes når det gjelder de små barna.

AM: Dere må jo kjøpe inn en del serier, hvilke faktorer er det som spiller inn når det skal velge og kjøpe inn serier? Er det animasjon satt opp mot vanlig, drama.

HG: Vi kaller det gjerne live action, eller innkjøperne kaller det det. Vi ønsker oss miks, og så vet vi at animasjon er best likt blant de yngste, de eldste barna, spes de eldste jentene er ikke like glad i animasjon eller gjerne egenproduserte dokumentarer. Utenlandskproduserte dokumentarer er ikke like populært. Så vi er på jakt etter en god miks, og så er vi på jakt etter de gode historiene. De gode seriene. Gode historier fortalt på en god måte. Og så er det en utfordring for innkjøperne våre å finne serier som harmonerer med våre allmenn oppfatning av likestilling i Norge for eksempel. Det er kjønnsroller og hvordan jenter blir framstilt. Det er veldig mye som ikke passer så godt inn hos oss. Veldig mange serier med jenter som er sånne i livet (viser med hendene for å illustrere smal midje) og som har så lange bein. Og vi tar ikke inn det verste altså, selv om av og til er det vel ting som noen vil reagere litt på. Men det er et stort internasjonalt marked der ute som syns at det er helt ålreit, og at guttene er de handlende sterke actionfylte. Det er de karakterene, og at jentene er opptatt av å baksnakke hverandre og er tynne i livet. Ting som ikke vi tenker at bringer verden så mye videre. Så det er jo en utfordring for innkjøperne fordi det er ganske liten del av verden som tenker sånn. Det er Skandinavia og Nord-Europa og kanskje noen andre jeg ikke husker i farta, men det er ikke vi som råder i det markedet.

AM: Hvor mye lager dere selv? Nå tenker jeg med egenprod, hva er det som har hovedpri? Hvilken aldersgruppe lager dere flest egenprod serier/progr for?

HG: Vi prøver å fordele det ganske sånn jevnt, men så er det sånn at noenting koster mye å lage og andre ting er billige. Dramaserier er vi opptatt av å ha både for store og små barn, og det er det mest kostbare å lage. Når det gjelder småbarn så bruker de ganske mye ressursene sine på innpakning. På barne-tv rammen, og på morgenen. Det er ganske mange innkjøpte serier som går der, men de er tilstede med verter og sier hei og snakker om hva slags vær det er, og har bursdagsbarn. For de store barna gjør vi ikke det. Vi har bestemt oss for å bruke pengene på en annen måte, og lage mer halvtimes programmer, og ikke lager innpakka flater. Det mener jeg ikke fungerer så godt for de store barna. Så budsjettmessig så prøver vi å fordele det jevnt, men vi gjør det på forskjellige måter. Målet vårt er at 25% av det vi sender skal være norskprod. Så er jeg usikker på om vi virkelig har nådd det i det siste, men det er

der vi ønsker å ligge. Det er sånn at det å lage progr koster veldig mye mer enn å kjøpe. Så vi prøver jo hele tiden å finne smarte måter å produsere på som gjør at vi får mest mulig for pengene. Og at vi lager repriserbare ting. For vi vet det at de sitter jo ikke på, men de er innom en stund, og så gjør de noe annet, og så kommer de tilbake når de kommer fra fotballtrening eller hva det er. Så det å lage ting som fungerer like godt andre gangen er viktig for oss.

AM: Jeg synes det er veldig spennende det de har satt i gang nå med Supernytt. Hvorfor starte opp med Supernytt nå? Hva var det som var grunnen til det.

HG: Det gleder jeg meg til å svare på! Greia var at de i England har de vel holdt på med dette i 40 år, og i Sverige 16 år eller noe. Jeg husker ikke helt nøyaktig.

AM: Nei jeg har de årstallene skrevet ned et sted så det skal jeg greie å finne ut av.

HG: Og de fleste andre kringkastere i Europa gjør dette bortsett fra Danmark og Irland som har lagt ned nå. Og Island tror jeg, men de har så veldig lite penger. Men poenget er at vi er ikke først, vi er nesten sist ute. Og Tyrkia startet i fjor, og det er liksom gode krefter for å hjelpe land i Mellom-Amerika og Sør-Amerika. Så dette er ikke noe vi har funnet på, men vi har bare vært litt seint ute rett og slett. Grunnen til at ikke vi gjorde det da vi startet NRK Super var at vi tenkte at det var viktig for oss å bruke pengene våre på progr som barna synes var gøy, og at de ble glade for NRK Super. Og vi var litt usikre på i hvilken grad de ville bli glade for Supernytt. Så tenkte vi, la oss først lage noe som gjør at de blir glade i kanalen og at den blir relevant for dem, og at de bruker den. Og så når vi har fått til det, så kommer vi med Supernytt. For vi tenkte at det ikke ville være en seermagnet i seg selv. Så derfor så var timingen sånn at vi ikke gjorde det fra oppstart på Super. Og så når vi nå gjorde det så finnes det jo hundre gode grunner for å gjøre det, minst. Kanskje den aller viktigste er jo at barn ser så mange forsider, de hører så mye nyheter. De får med seg så mange av de tingene som skjer, så fæle ting som skjer. Men det er liksom ingen i Norge som har tatt ansvaret ordentlig for å forklare dem det som skjer. For å bruke noen ord som de forstår og sette det inn i en sammenheng. Så det er kanskje bare vi som på en måte var i posisjon til å ta det ansvaret, og vi opplevde det som veldig viktig at vi gjorde det. Så får vi jo det på kjøpet at de også får mye ålreit kunnskap. Magne Raundalen kaller det jo å bygge demokratiet nedenfra. Og at vi bidrar til at kunnskapen øker for dem om det smf de vokser opp i. Vi var forberedt på at mange

foreldre ville bli irritert på oss for dette. Fordi de ønsker å skåne barna sine. Vi tenkte at det får vi bare ta. For vi VET at barna får det med seg. Vi har så mange eksempler på det, og vi samarbeider mye med Håkon Schultz og Magne Raundalen i dette. Som også har mange eks på at de fæleste tingene har ungene fått med seg. Tysk Logo, de tyske nyhetssendingene for barn så snakket de om den Fritzl-saken. De hadde bestemt seg for å ikke gjøre noe med den fordi den var for vanskelig. Så det er for fælt synes de. Vi tenker at hvis saken går over en viss tid eller har visst omfang som gjør at ungene kjenner til den, jo fælere den er jo viktigere er det at vi gjør det. For det handler om å henge fra seg den unødvendige frykten, og den unødvendige forvirringen, og forstå at dette er sjeldent. Det skjedde her, og det er det som skjedde. Og ungen skaper seg jo gjerne fantasier som er enda verre. Det var mange barn som ble intervjuet om Lommemannen som trodde at LM drepte barna etterpå. Og hvis ingen da forteller dem hvordan det henger sammen så er jo det fantasier som får vokse seg store og bli vanskelige. Så det å dempe frykt er et viktig element for oss.

Så oppleve vi ikke så mye klager fra foreldrene. De syntes stor sett at dette var veldig fint. Og lærere og, så vi har jo opplevd, vi hadde et ønske om at kanskje på sikt så kan dette bli interessant for lærer å bruke i skolen og sånn. Men da må vi først komme på lufta tenkte vi, og så får vi se om vi kan samarbeide med Utdanningsforbundet etter hvert. Det vi ser at det har gått sånn (knipser med fingrene). Så vi får veldig mye tilbakemeldinger fra lærere som starter skoledagen med å vise det for barna, og foreldre som synes det er en fin måte å gjøre ting litt snakkbart med barna. Så vi har ikke fått så mye motstand egentlig. Men av og til så beveger vi oss i et grenseland når det gjelder hvilke saker vi behandler og hvordan vi behandler dem. Hvilke bilder vi viser og sånn. Og der reagerer jo noen foreldre og det kan godt hende at de har rett, eller det kan godt hende at vi har rett, det vet vi ikke. Men det er bare viktig at vi hele tiden tenker veldig hardt over hva vi gjør og diskuterer det med hverandre. Og er vi i tvil så rådfører vi oss med Magne Raundalen og Jon Håkon Schultz, og de er våre gode samarbeidspartnere. Enten det er den Faiza-saken som vi fortalte om, eller andre saker som er vanskelige og ikke så langt unna. Det er på en måte litt lettere med Haiti hvor man kan si sånn dette er jordplater som ser sånn ut, her ser det ikke sånn ut.

AM: Har dere noen tanker om utvikling av konseptet videre? Eller er det sånn at sånn som det er nå, sånn skal det være videre?

HG: Vi har jo ikke sendinger på fredager, det ser vi på . Og hvis vi skal få likeverdige sendinger på fredager så må vi putte mer penger i det, og det vet jeg ikke om vi kan få til.

Men det vi lurer på er å lage en slags lettere magasinvariant på fredagene basert på de barnenære og hyggelige reportasjene vi har hatt i løpet av uka. Og så er det jo sånn at det er ikke så mye som er sånn stillstand hos oss. Så ting kommer helt sikkert til å utvikles. Allerede så har vi gått fra 7 til 8 min. Så jeg vet ikke akkurat hva slags forandringer det blir enda.

AM: Jeg synes det med Supernytt er kjempespennende. Jeg har tenkt på det selv i mange år, at det burde NRK ha gjort. Det var veldig morsomt å se da dere startet opp med det nå.

HG: Det som er morsomt er jo at jeg tenker ikke at det kommer til å bli noen sånn seerdrager som vi snakket om. Og det er ikke sikkert det er sånn heller, men jeg opplever at veldig mange unger synes at Supernytt er så gøy. Og det er jo ikke gøy som at de ler, for de bruker jo gøy på en annen måte. Men de liker det, de synes det er interessant.

AM: Ja det er vel gjerne sånn at de liker å følge med litt når de har kommet opp i den alderen som er målgruppa for Supernytt.

HG: Og så har Supernytt gitt oss en ny måte å speile landet på, fordi vi har et godt samarbeid med alle distriktskontorene, og de lager jo av og til enten sånne mykis-saker som vi kaller det. En teatergruppe i Lyngen som har satt opp Hakkebakkeskogen, en fin liten reportasje. Den har ikke vi hatt noen plass å vise før, og vi desker den gjerne om og voicer den selv, men vi kan få med en sak fra Lyngen. Som er helt sånn gull for oss, eller sånn hvis en skole brenner ned på Vestlandet, så har vi bildene og kan fortelle om det. Og det er en veldig fin effekt. For det å være relevant for alle barn i hele Norge det er en stor utfordring for oss.

AM: Bruker dere tilbakemeldinger i Supernytt også, tar dere i mot og bruker innspill fra barna?

HG: Det gjør vi. Det du kan vite at vi gjør, apropos barn og hvordan vi forsker på dem. Det vi gjør er at vi er ute i klasser med fokusgrupper. Så vi har en hos oss som jobber mye med det. Vi ber da om å få komme på besøk i klasser, forrige uke gjorde vi det. Da var vi halve dagen på Vålerenga og halve dagen i Lier. Vi prøver gjerne å ha en by og en litt mer land. Så har vi bestemt oss for hva det er vi vil finne ut av. Og det kan være alt fra hvordan programledelsen funker til hva slags type saker de er interessert i. Et eller annet, eller mer generelt. Og så lager vi skjemaer som gjerne er sånn fra 1-10 og med skriv hvorfor. Vi ser sendingen sammen med

dem, og så fyller de ut skjema. Og så har vi intervjuer med dem gruppevis. Vi gjør det for alle programmene våre og det er igjen fordi at vi har ikke peiling vi som er 30 eller 40 år. Vi er ikke tolv. SÅ det er så viktig for oss å være der ut og få de veldig nøyaktige tilbakemeldingene, og på KN har det vært helt gull. For det å ha mange visninger av programmet hvor de ikke ler da må vi gjøre noe annet. Sånn er det. Og redaksjonen kan insistere så mye de vil på at det er morsomt, men hvis ungene ikke ler så hjelper ikke det. Så vi gjør det systematisk for alle programmene, og vi får mange ærlige tilbakemeldinger på den måten. Og så kan man jo innvende at dette er vel ikke helt representativ. Så tenker vi nei, men hvis vi bare tenker at det er bedre en ikke noe, og at vi gjør dette som en av mange ting. For vi har jo også de representative undersøkelsene, tre ganger i året den ene og den andre annethvert år. OG sammen så prøver vi å danne oss et så godt bilde som mulig.

AM: Det er veldig interessant, jeg visste ikke at dere drev så mye med å få tilbakemeldinger sånn.

HG: Mange vil kunne innvende at ja da er det vel ikke noe nyskapende dere driver med, og da får dere vel bare det de vil ha og sånn. Men det er viktig å presiserer at hvis ikke vi gjør det på en måte som de liker. Så kan vi like gjerne bruke lisenspengene på noe annet, for da kommer de ikke til å se på. Og det betyr ikke at ikke vi skal ta opp miljøvern, far i fengsel, alle sånn ting som lisensbetalerne liker at vi tar opp. Men vi må være dyktige på måten vi gjør det på.

AM: Jeg har ikke noen flere spørsmål, er det noe du har lyst til å si, noe du føler du ikke har fått sagt.

HG: Nei, jeg vet ikke. Det som er ålreit at du vet som er litt spesielt med NRK Super i forhold til resten av NRK er at vi er i en litt spesiell situasjon i NRK, fordi vi sitter med hele kjeden selv. Og resten av NRK er litt sånn Kringkaster er ett sted, det er de som har pengene og det er de som i stor grad bestiller programmene som kommer fra avdelingene. Mens i Super så er det org veldig tett, og kompakt. Og vi får pengene, og vi disp dem selv. Og vi tar opp programmer og vi legger dem ned og vi holder på sånn at en endrer veldig fort. Når Supernytt trengte ett minutt ekstra, de mente det og beslutta det så kan vi endre fra neste uke. Og det gjør jo at jeg tror at det har vært veldig viktig for oss for å få den pos vi har. VI kan se at på lørdag kl 10 så detter alle de store barna av, hva gjør vi med det? Jo vent da, vi gjør dette! På mange måter så er dette et litt stort ansvar, men det gir veldig store muligheter også.

AM: Da har dere jo frihet til å virkelig kunne ta i mot de tilbakemeldingene dere får også.

HG: Vi begynner å drodle nå på en ide, eller det det startet med var at skal vi lage en mobbeuke, eller en anti-mobbeuke på Super? På høsten, så setter vi fokus på det. Så begynte vi å gjøre litt research på det, og så fant vi ut at vent litt, kanskje ikke dette er en god ide. Det er så mange som sier at vi ikke får noe effekt av en uke. Det er altfor kort, vi er nødt til å mene det ordentlig, og kanskje vi skal snu fokuset. Hvordan gjør vi det? Jo hvis vi har fokuset på hva er en god venn, sånn er du en god venn og vi lager ting som preger kanalen over lengre sikt. Vi lager grafikk, hver gang vi har noe innhold som handler om dette så merker vi det med en eller annen grafikk. Vi lager musikkvideoer som går på kanalen, vi blir en vennekanal, Og når noen får en sånn ide så er det de tre hodene borti gangen her som kan si ja, og så kan vi gjøre det. Så sånn sett så er det jo veldig moro å være her, for det er så kort vei fra du har en god ide, så skal du se det er på lufta neste uke. Det er veldig fint da. Så får vi se om vi blir en vennekanal! Så vi drodler med det for tiden.

AM: Da tror jeg at jeg har fått svar på det jeg lurte på, takk for intervjuet.