



## Medie- og informasjonskunnskap 1 og 2

### Fagstoff til eksamen

Innhold på ndla.no er nå tilgjengelig i PDF- eller ePub-format som hjelpe midler til eksamen. Disse filene kan lagres på egen datamaskin og leses i digitalt format, eller de kan skrives ut og tas med til eksamen. Dette er automatisk genererte filer som ikke er manuelt bearbeidet.

Dette dokumentet er en tekstuutgave av det digitale læreverket for faget slik det forelå på ndla.no april 2015. For å se det komplette læreverket, slik det er sammensatt av ulike medietyper og interaktive elementer, gå til <http://ndla.no>.

Ved eksamen vil man ikke ha adgang til Internett, og dermed vil i hovedsak kun tekst og bilder være tilgjengelig. Animasjoner, simuleringer, lydfiler og video er interaktive ressurser som krever tilkobling til nett.

*Sentralt gitt skriftlig eksamen i Kunnskapsløftet følger to hovedmodeller for hjelpe midler. I modell 1 er alle hjelpe midler tillatt. Unntak er Internett og andre verktøy som tillater kommunikasjon. For norsk og fremmedspråkene er heller ikke oversettelsesprogrammer tillatt.*

*Modell 2 er en todelt eksamen. Der er det i del 1 tillatt med skrivesaker, passer, linjal og vinkelmåler. I del 2 er alle hjelpe midler tillatt med unntak av Internett eller andre verktøy som tillater kommunikasjon.*

*Disse fagene følger modell 2 for hjelpe middel bruk uten forberedelses del; matematikk i grunnskolen, matematikk i grunnskoleopplæringen for voksne, matematikk, fysikk, kjemi og biologi i videregående opplæring.*



## Innholdsfortegnelse

<b>Innholdsfortegnelse</b>	<b>2</b>
<b>Årsplaner og brukertips</b>	<b>27</b>
Forslag til årsplaner	27
Arbeid med fagtekster og oppgaver	29
Arbeid med fagtekster og oppgaver / fagstoff	29
Eleven som medieprodusent	31
<b>Fra sender til mottaker</b>	<b>33</b>
Fra runepinner til SMS	33
Kommunikasjon og kommunikasjonsformer	34
Personlig kommunikasjon	36
Personlig mediert kommunikasjon	38
Massekommunikasjon	40
Kommunikasjonsmodeller	43
Kommunikasjonsmodeller / fagstoff	44
Kommunikasjonsmodeller / fagstoff	44
Viktige begreper i kommunikasjonsteorien	46
Viktige begreper i kommunikasjonsteorien / fagstoff	46
Fra monolog til toveiskommunikasjon	48
Nonverbal kommunikasjon	50
Retorikk	52
Studier av mediekommunikasjon	56
Oppgavesamling	58
The Wall - en film om kommunikasjon	58
The Wall – en film om kommunikasjon / oppgave	58
Personlige meldinger før og nå	60
Enkel kommunikasjonsøvelse	61
Illustrer en kommunikasjonsmodell	63
Refleksjonsoppgaver – kommunikasjon	65
Lag en animasjon	66
Lag en animasjon / oppgave	66
Analyser din egen kommunikasjonsstil	67
Massekommunikasjon og tilbakemeldinger	69
Prosessmodell eller tekstmodell?	71
Prosessmodell eller tekstmodell? / oppgave	71
Prosessmodell eller tekstmodell? / oppgave	71
Kommunikasjon på nettet	73

Fra ikon til verbaltekst	74
Kommunikasjon og identitetsmarkører	75
Retorisk blikk på en reklameannonse	77
Retorisk blikk på reklamefilm	80
Retorikk i nyttårstaler	84
Retorikk i nyttårstaler / oppgave	84
Retorikk i nyttårstaler / oppgave	84
Retorikk i nyttårstaler / oppgave	85
Lyrikk, retorikk og politikk	87
Hva kan du nå?	89
Spill MediAlias	89
Repetisjonsøvelse	90
<b>Mediehistorie</b>	<b>91</b>
Internasjonal mediehistorie	91
Internasjonal mediehistorie (interaktiv)	91
Kapitteltekster til lytting og utskrift	92
Røtter	92
Boktrykkerkunsten	94
Avisen	97
Telekommunikasjon	105
Fotografiet	109
Radio	114
Filmen	119
Fjernsynet	125
Datamaskinen	131
Internett	136
Hvem oppfant egentlig telefonen?	142
Hvem oppfant egentlig telefonen? / fagstoff	142
Oppgavesamling	144
Lag en mediehistorisk presentasjon	144
Lag en mediehistorisk presentasjon / oppgave	144
Hold et foredrag om Gutenberg	146
Refleksjonsoppgaver - mediehistorie	148
Drøft ulike sider ved medieutviklingen	149
Drøft ulike sider ved medieutviklingen / oppgave	149
Åtte epoker i norsk mediehistorie	151
Åtte epoker i norsk mediehistorie	151

Den lesende offentlighet	153
Den politiske offentligheten	154
Den tekniske revolusjonen	157
Mediene i massesamfunnets tid	159
Dreining mot det visuelle	162
Det norske system i senit	164
Det store hamskiftet	166
Over til personlige medier	168
Oppgavesamling	170
Enevelde og sensur	170
Endringer i Grunnloven	171
Modernitet	172
Lag en mediehistorisk tidslinje	173
Studer ukebladet Det Nye fra 1962	175
Filmavisen - 50-tallets Dagsrevy	177
NRK eller ARK?	179
Oppgaver til "Det store hamskiftet"	180
Medieutviklingen etter 2000	181
Lag et utkast til et foredrag	182
Fra skriftruller til e-bøker	183
Fra skriftruller til e-bøker	183
Hellige og magiske bøker	185
Oppgavesamling	188
Trolldomsbøker	188
Bibelen fra språk til språk	191
Norsk avishistorie	193
Fra løpeseddel til nettavis	193
Pressens rolle i norsk historie	196
Pressen - arena for demokrati	199
Hundre år med Aftenposten	201
Lokalavisa Fjell-Ljom i 100 år	206
Avisproduksjon på gamlemåten	208
Minoritetsaviser i Norge	211
Skriftsgruppene historie	214
Oppgavesamling	215
Norges eldste avis	215
Foredrag om norsk avishistorie	216
Lag en multimedial presentasjon	218

Lag en multimedial presentasjon / oppgave	218
Aviser i endring	219
Parlamentarisme og partipresse	221
Norske avissider i hundre år	222
Språk og skrift i 1905	223
Lokal avishistorie	225
Presse og samfunnsutvikling	227
Presse og demokratiutvikling	228
Da rocken kom til Norge	229
Norske nettaviser i historisk perspektiv	235
Norsk radio- og fjernsynshistorie	237
En virtuell reise gjennom norsk radio- og fjernsynshistorie	237
Norsk radio- og fjernsynshistorie	238
Forløperen (tida før 1933)	240
Etableringsperioden (1930-tallet)	246
Krigsårene (1940-tallet)	252
Radioens gullalder (1950-tallet)	258
Fjernsynet inntar stuene (60-tallet)	264
Folket tar makta (70-tallet)	270
Monopoloppløsning (80-tallet)	276
Nye aktører og kanaler (90-tallet)	283
Reality-generasjonen (2000-tallet)	290
Mediekonvergens (2010 -)	296
Oppgavesamling	300
Finn fakta	300
Skriv et essay	301
Hold et foredrag	302
Analyser statistiske data	303
Radioen i endring	304
Lag en radiodokumentar	305
Tidslinje - norsk radio- og fjernsynshistorie	308
Filmens historie	310
Filmens første år	310
Filmens første år / fagstoff	310
Filmens første år / fagstoff	311
Animasjonsfilm	312
Fra stumfilm til lydfilm	315
Fra stumfilm til lydfilm / fagstoff	315

Ti epoker i filmens historie	317
Film i Det tredje riket	323
Film i Det tredje riket / fagstoff	324
Propaganda i filmaviser og ukerevyer	326
Propaganda i filmaviser og ukerevyer / fagstoff	326
Propaganda i filmaviser og ukerevyer / fagstoff	327
Propaganda i filmaviser og ukerevyer / fagstoff	327
Propaganda i filmaviser og ukerevyer / fagstoff	328
Propaganda i filmaviser og ukerevyer / fagstoff	328
Norsk film i 100 år	330
1900–1915: Pionertid og melodrama	333
1900–1915: Pionertid og melodrama / fagstoff	334
1920–1930: Nasjonalromantikk	335
1920–1930: Nasjonalromantikk / fagstoff	335
1930 -1940: Gullalder og politisk film	337
Gategutter	340
Gategutter / fagstoff	340
Fjols til fjells	341
Fjols til fjells / fagstoff	343
Oppgavesamling	344
Oppgaver: Fra stumfilm til lydfilm	344
Oppgaver: Fra stumfilm til lydfilm / oppgave	344
Finn referanser til filmhistorien	345
Finn referanser til filmhistorien / oppgave	345
Film i ny innpakning	346
Skrekkfilm i historisk lys	348
Presenter filmen Døden er et kjærtsgn	349
Presenter filmen Døden er et kjærtsgn / oppgave	349
Kampen om kinoen	351
Kampf um Norwegen	356
Kampf um Norwegen / oppgave	356
Kjønnsroller og samliv på film	360
Kjønnsroller og samliv på film / oppgave	360
Kjønnsroller og samliv på film / oppgave	361
Fotografiets historie	363
Fra camera obscura til Instagram	363
Fotografiets historie i Norge	368

Norges første fotodokumentasjon	371
Andre underholdningsmedier	373
Fra fonografen til Spotify	373
Kort og godt jul	375
Apenes konge er 100	382
Nytt og gammelt mellom julepermene	385
Oppgavesamling	387
Norske julehefter	387
Reklame og propaganda	390
Norsk reklamehistorie 1850 - 1920	390
Norsk reklamehistorie 1920-1945	392
Norsk reklamehistorie 1945- 2011	394
Reklamegalleriet	397
Psykologisk krigføring	398
Propaganda i 1.verdenskrig	401
Propaganda i 2.verdenskrig	404
Propaganda og moderne krigføring	406
Propagandagalleriet	408
Oppgavesamling	409
Analyser norske NS-plakater	409
Tidsskrift fra det okkuperte Norge	410
Bruk av levende bilder i propaganda	411
Bruk av levende bilder i propaganda / oppgave	412
Olympiske idealer og propaganda	414
Olympiske idealer og propaganda / oppgave	414
Solidaritet eller kynisme	418
Solidaritet eller kynisme? / oppgave	418
Internett i historisk perspektiv	420
World Wide Web	420
Web 1.0 - Web 2.0 - Web 3.0	421
De sosiale medienes inntog	423
På vei mot en virtuell virkelighet?	426
YouTube utfordrer TV-bransjen	427
Oppgavesamling	429
Lag en presentasjon om Internett	429
Privat 2.0	431
Hva kan du nå?	433
Spill MediAlias	433

<b>Medieetikk</b>	<b>436</b>
Presseetikk	436
Vær Varsom-plakaten	438
Pressens faglige utvalg (PFU)	441
Presseskikk i Europa	444
Kilder og kildekritikk	448
Juss og sosiale medier	451
Delingskultur og opphavsrett	452
Vær vansom-plakat for bloggere?	454
Kan nett-troll temmes?	456
Digital mobbing	459
Safer Internet Day	461
Safer Internet Day / aktualitet	461
Mobilisering på Facebook	463
Oppgavesamling	465
Nyhetsmelding om trafikkulykke	465
Sportsnyheter under lupen	466
Facebook som kilde?	467
Ran på bensinstasjonen	468
Mediert mobbing	469
Skal - skal ikke?	470
Bli med på et møte i PFU	472
Bli med på et møte i PFU / fagstoff	472
Grav i PFU-basen	474
Bli med på Ungdommens PFU	476
En helt vanlig dag på jobben?	478
En helt vanlig dag på jobben? / oppgave	478
TV-debatt: Ytringsfrihetens grenser	480
Er kildene troverdige?	482
Wallraffing	486
Kilder som bryter taushetsplikten	487
PFU om Breivik-saken i mediene	488
Bør mediene bøtelegges?	489
Bør moteblader være varsomme?	491
Folkeopplysning og kritisk underholdning	495
Folkeopplysning og kritisk underholdning / oppgave	495

Troverdighet til salgs?	498
Finner du tekstreklamen?	502
Parodi eller plagiat?	503
Hva kan du nå?	504
Spill MediAlias	504
<b>Medieuttrykk og medieanalyse</b>	<b>505</b>
Tegn, tekst og analysemodeller	505
Virkelighet eller speilbilde	505
Tolking av tegn	507
Medietekster og medieanalyse	509
Analysemodeller	511
Analysemodeller / fagstoff	512
Analyse - hvorfor og hvordan?	513
Fortellingen	517
Føljetonger og serier	521
Mediedramaturgi	523
Mediedramaturgi / fagstoff	523
Mediesjangere	527
Fakta og fiksjon	530
Avistekster og tekstanalyse	533
Subjektiv og objektiv journalistikk	533
Intervjuet	536
Artikkelen	538
Kronikken	540
Kåseri og petit	542
Reportasjen	544
Ulike skrivemodeller	546
Oppgavesamling	548
Sammenlign en reportasje og en nyhetsartikkel	548
Oppgave: Sprekker trollene virkelig?	551
Kronikk - sjangertrekk og virkemidler	552
TV-sjanger og TV-analyse	553
Nyhetssendinger på fjernsyn	553
Fjernsynsdramaet	556
Fjernsynsdramaet / fagstoff	556
Såpeserier	560
Såpeserier / fagstoff	561

Klappjakt på skurken	564
Humor på fjernsyn	567
Humor på fjernsyn / fagstoff	568
Reality-TV	570
Verdens største TV-show	574
Slik analyserer du et fjernsyns drama	576
Analyse av dramaserien Halvbroren del 1	579
Analyse av dramaserien Halvbroren del 1 / fagstoff	579
Analyse av dramaserien Halvbroren del 2	581
Analyse av dramaserien Halvbroren del 2 / fagstoff	581
Analyse av dramaserien Halvbroren del 2 / fagstoff	581
Tørk aldri tårer uten hanske	584
Tørk aldri tårer uten hanske / fagstoff	584
Oppgavesamling	586
Nyhetsankeret	586
Sammenlign nyhetsprofiler	587
Sammenlign Dagsrevyen og TV2-nyhetene	589
Sammenlign Dagsrevyen og TV 2-nyhetene / oppgave	590
Øv deg i notatteknikk	592
Kampen om tungtvannet	593
Kampen om tungtvannet / oppgave	593
Halvbroren - analyseoppgaver	596
Halvbroren – analyseoppgaver / oppgave	596
Halvbroren – analyseoppgaver / oppgave	597
Halvbroren fra bok til film	598
Pesten kommer!	600
Sammenlign The West Wing og Borgen	603
Analyser TV-serie True Blood	605
Analyser fjernsyns dramaet True Blood / oppgave	605
Analyser TV-serien Boardwalk Empire	607
Analyser TV-serien Taxi	608
Analyser TV-serien Taxi / oppgave	608
Sammenlign norske fjernsyns dramaer	610
Kyllingstuntet som politisk satire	612
Parodi og ironi i Melonas	614
Persongalleriet i Borettslaget	616
Parodi på dogmefilm	617
Rolle i realityserier	619

Dramaturgi i realityserier	621
Grensesprenging eller freakshow?	623
Reality-TV og presseetikk	625
Diskuter realityserier på Facebook	627
<b>Film og filmanalyse</b>	<b>629</b>
Fakta, fiksjon og faksjon	629
Fakta, fiksjon og faksjon	629
Fakta, fiksjon eller faksjon / fagstoff	631
Dokumentarfilm	633
Dokumentarfilm / fagstoff	634
Dokumentarfilm / fagstoff	635
Kompilasjonsfilm	636
Deltager eller tilskuer?	639
Filmskaperen som deltager eller tilskuer / fagstoff	639
Dokudrama	643
Dokudrama / fagstoff	644
Fiksjonsfilm	646
Komedier og musikaler	650
Komedier og musikaler / fagstoff	652
Sleipe skurker og hete elskere	653
Skrekkfilm	656
Skrekkfilm / fagstoff	656
Skrekkfilm / fagstoff	657
Kortfilm	658
Kortfilm / fagstoff	658
Kon-Tiki som dokumentar og spillefilm	660
Kon-Tiki som dokumentar og spillefilm / aktualitet	660
Filmen får sitt eget språk	663
Ekspresjonistisk film	663
Klassisk film	666
Montasjefilm	669
Realistisk film	672
Surrealistisk film	675
Film noir	677
Fransk nybølgefilm	679
Fransk nybølgefilm / fagstoff	679
Postmodernistisk film	681
Postmodernistisk film / fagstoff	682

Dogmefilm	683
Fjernsynsfilm	685
Musikkvideo	687
Brukergenerert film på nett	691
Dramaturgi og virkemidler	696
Bildekomposisjon og kamerabevegelser	696
Bildekomposisjon og kamerabevegelser / fagstoff	697
Bildekomposisjon og kamerabevegelser / fagstoff	698
Klippling og klippertymme	699
Klippling og klippertymme / fagstoff	699
Klippling og klippertymme / fagstoff	700
Fortellerperspektiv i film	701
Fortellerperspektiv i film / fagstoff	701
Fortellerperspektiv i film / fagstoff	702
Fortellerperspektiv i film / fagstoff	702
Fortellerperspektiv i film / fagstoff	702
Fortellerperspektiv i film / fagstoff	703
Karakterer og konflikter	704
Filmmusikk	708
Filmmusikk / fagstoff	709
Filmmusikk / fagstoff	710
Filmmusikk / fagstoff	710
Hollywoodmodellen	711
Eksempel: King Kong	713
Filmanalyse	724
Filmanalyse	724
Ordliste	726
Veiviseren (Ofelas)	731
Veiviseren (Ofelaš) / fagstoff	731
Salmer fra kjøkkenet	733
Salmer fra kjøkkenet / fagstoff	733
Innvandrerperspektiv i norsk film	736
Federico Fellini: 8 1/2	738
Federico Fellini: 8 1/2 / fagstoff	738
Analyse av anslaget til Sin City del 1	740
Analyse av anslaget til Sin City del 1 / fagstoff	740
Analyse av anslaget til Sin City del 1 / fagstoff	741

Analyse av anslaget til Sin City del 1 / fagstoff	742
Analyse av anslaget til Sin City del 2	743
Analyse av anslaget til Sin City del 2 / fagstoff	743
Analyse av anslaget til Sin City del 2 / fagstoff	744
Se filmen Pulp Fiction	745
Se filmen Pulp Fiction / fagstoff	745
Hva handler filmen Pulp Fiction om?	746
Hva handler filmen Pulp Fiction om? / fagstoff	746
Pulp Fiction - sjanger og tematikk	748
Pulp Fiction – sjanger og tematikk / fagstoff	748
Karakterene i Pulp Fiction	751
Fortellerperspektivet i Pulp Fiction	754
Fortellerperspektiv i Pulp Fiction / fagstoff	754
Fortellerperspektiv i Pulp Fiction / fagstoff	754
Fortellerperspektiv i Pulp Fiction / fagstoff	755
Konflikter og vendepunkt i Pulp Fiction	756
Konflikter og vendepunkt i Pulp Fiction / fagstoff	756
Fortellestruktur i Pulp Fiction	758
Fortellestruktur i Pulp Fiction / fagstoff	758
Fortellestruktur i Pulp Fiction / fagstoff	759
Fortellestruktur i Pulp Fiction / fagstoff	759
Dramaturgi i Pulp Fiction	760
Dramaturgi i Pulp Fiction / fagstoff	760
Dramaturgi i Pulp Fiction / fagstoff	761
Dramaturgi i Pulp Fiction / fagstoff	761
Filmhistoriske referanser i Pulp Fiction	763
Filmmatiske virkemidler i Pulp Fiction	767
Filmatiske virkemidler i Pulp Fiction / fagstoff	767
Filmatiske virkemidler i Pulp Fiction / fagstoff	768
Oppgavesamling	770
Oppgaver til King Kong	770
Analyseoppgave Veiviseren	777
Analyseoppgave Veiviseren / oppgave	777
Veiviseren - en samisk trollmann	779
Ulrik Imtiaz Rolfsen om Izzat	781
Tegn et storyboard	782
Tegn et storyboard / oppgave	782
Lag en tegnefilm om en historisk hendelse	784

Lag en tegnefilm om en historisk hendelse / oppgave	785
Lydbildet i filmen Ringenes brorskap	786
Lydbildet i filmen Ringens brorskap / oppgave	786
Hvordan introduseres karakterene i filmen?	788
Analyse av en scene fra Idiotene	790
Analyser en scene fra Idiotene / oppgave	791
Analyser kortfilmen Tuba Atlantic	792
Analyser kortfilmen Tuba Atlantic / oppgave	792
Skylappjenta - en historie om identitet	794
Skylappjenta – en historie om identitet / fagstoff	794
Varg Veum - en norsk helt?	797
Varg Veum – en norsk helt? / oppgave	797
Analyser filmen Sinna mann	799
Analyser skrekkfilmen The Mist	801
Analyser skrekkfilmen The Mist / oppgave	801
Salmer fra kjøkkenet og positivismedebatten	803
Temaoppgave: Positivismedebatten / oppgave	803
Næranalyse av filmen Änglagård	805
Næranalyse av filmen Änglagård / oppgave	805
Næranalyse av filmen Änglagård / oppgave	806
Næranalyse av filmen Änglagård / oppgave	806
Sammenlign dokumentar og fiksionsfilm	808
Oppgaver til filmen Jezidi	810
Oppgaver til filmen Jezidi / oppgave	810
Oppgaver til Fellinis 8 1/2	812
Oppgaver til Fellinis 8 1/2 / oppgave	813
Bilder og bildeanalyse	815
Bildet som medietekst	815
Bilder i bruk	817
Bildeutsnitt	820
Balanse, gjentagelse og linjer	822
Farger	825
Symboler	827
Bildeanalyse	831
Bildeanalyse / fagstoff	831
Bildet som forandret krigen	835
Bilder endrer verden / fagstoff	836
Oppgavesamling	838

Vår tids ikoner	838
Skrik som motiv	840
Hva sier bildet om personen?	842
Analyser en satirisk tegning	844
Analyser bilde av avislesere	846
Analyser et pressefoto fra valgkampen i 2009	848
En flik av virkeligheten	849
Fortell historien med ord	852
Barnet og gribben	854
Analyser et symbolsk bilde	855
Analyser et madonnabilde	857
Analyser et madonnabilde / oppgave	857
Analyser et madonnabilde / oppgave	857
Likestilling 2013	860
<b>Tegneserier</b>	<b>862</b>
Hva er en tegneserie?	862
Ruter	864
Bobler og effektlyder	867
Bildeutsnitt	868
Bildevinkel	870
Subjektivt bilde	871
Forgrunn og bakgrunn	872
Visuelle overdrivelser	874
<b>Oppgavesamling</b>	<b>876</b>
Striper med skjulte budskap	876
Bobler og effektlyder	877
Beskriv bildeutsnitt	879
Analyse av en tegneseriestripe	881
Analyser et tegneseriealbum	882
Tegneseriens superhelter	884
Smeden og bakeren som tegneserie	886
<b>Spill og spillanalyse</b>	<b>889</b>
Spill som medietekst	889
Seriøse spill	893
Spilltyper	895
Slik analyserer du et dataspill	898
Oppgavesamling	901

Analyser spillet Pac-Man	901
Analyser spillet September 12th	903
Spill og spillertyper	905
Analyser og vurder spillet Drivhuseffekten	906
Nettekster og nettstedsanalyse	908
Hva er et nettsted?	908
Nettsteder	908
Hvordan beskrive et nettsted?	909
Nettets lange hale	910
Redaksjonelle nettsteder	911
Redaksjonelle nettsteder	911
Nettaviser	912
Nettmagasiner	913
Bedriftsnettsted	915
Organisasjonsnettsted	917
Kollektive nettsteder	918
Kollektive nettsteder	918
Kollektive nettsider / fagstoff	918
Wikipedia som eksempel	920
Personlige nettsteder	923
Personlige nettsteder	923
Profilsider	924
Hva er en blogg?	925
Videoblogger	926
Videoblogger / fagstoff	927
Reklame og salg på nettet	928
Reklame og salg på nettet	928
DJuice	930
Belik	931
Belik / fagstoff	931
Barn som nettverkskunder	933
Nettbutikker	935
Nettsamfunn og nettvett	937
Facebook.com	937
Flickr.com	939
Nettkunst	942
Søkemotorer	944
Portaler	946

Oppgavesamling	949
Analyser bloggen til Tone Damli	949
<b>Mediepåvirkning</b>	<b>951</b>
Medienes påvirkningskraft	951
Kultivasjonsteorier og læringsteorier	953
Hvem setter dagsorden?	955
Kampen som sannheten	958
Kjønn i mediene	962
Fra husmorfilm til blogg	964
Fra husmorfilm til blogg / aktualitet	964
Dataspill og påvirkning	966
Tull med tall	969
Oppgavesamling	972
Intervjuteknikk og objektivitet	972
Sammenlign oppslagsverk	974
Blir du påvirket av bloggere?	977
Fra han til hun	979
Hvem er det bilde av i avisen?	981
Nyhetsartikkel basert på statistikk	983
Nyhetsfortellinger som skaper frykt	984
Hot. Cool. Yours.	986
<b>Mediehverdag</b>	<b>988</b>
Fra tradisjonelle medier til nettmedier	988
Sosiale medier	990
Mediebruk i 2013	992
Mediebruk i 2013 / fagstoff	992
Mediebruk blandt barn og unge	996
Mediebruk blandt innvandrere (jan.13)	999
Kjønnsroller og bruk av Internett	1001
Det digitale klasseskillet	1004
Er du en seriefråtser? (sept. 13)	1007
Er du en seriefråtser? / aktualitet	1008
Vi lever i en filterboble	1010
Vi lever i en filterboble / fagstoff	1010
Medier og identitetsdannelse	1012
Å gjøre seg synlig på nettet	1014
Hviler i fred - på Facebook	1016

I medienes søkelys	1019
I medienes søkelys / fagstoff	1020
Minoriteteter i mediene	1022
Stigmatisering eller fakta?	1025
Vi morer oss til døde	1028
Vi morer oss til døde / fagstoff	1029
Oppgavesamling	1033
Min mediehverdag	1033
Virkelighet eller "reality"?	1035
Analyser nyhetsbildet	1036
Undersøk unges medievanner	1038
Studer NRKs profilundersøkelse	1040
Lever du i en filterbølle?	1042
Personinformasjon på Facebook	1044
Registrer bruk av nettsamfunn	1046
Iscenesetting på Facebook	1048
Refleksjonsoppgaver om minnegrupper	1051
Idrettsutøver og mediefjes	1052
Hvilket TV-program forbinder du med bildet?	1055
Muslimer i mediebildet	1060
Kan en innvandrer lede Norge rundt?	1062
Hvor går grensen for sex på TV?	1063
Studer fenomenet "Voe"	1066
Visuell eller verbal kommunikasjon?	1067
Kjønn og mediebruk	1068
Skriv et essay om medieutviklingen	1070
Skriv et essay om medieutviklingen / oppgave	1070
Hva kan du nå?	1072
Repeter kapittelet Mediehverdag	1072
Repeter kapittelet Mediehverdag / oppgave	1072
Repeter kapittelet Mediehverdag / oppgave	1073
Hva kan du om digitale skiller?	1074
<b>Mediemakt</b>	<b>1076</b>
Medienes rolle i samfunnet	1076
Ytringsfrihet og trykkefrihet	1077
Ytringsfrihet - en menneskerett	1079
Tema: grunnlovsjubileet	1082

Tema: grunnlovsjubileet / fagstoff	1082
Tema: grunnlovsjubileet / fagstoff	1082
Tema: grunnlovsjubileet / fagstoff	1083
Hva er makt?	1085
Den fjerde statsmakt	1087
Journalistikk under press	1089
Mediene som maktaktør	1090
Mediene som maktarena	1092
Medienes definisjonsmakt	1094
Kildemakt	1096
Betalt informasjon	1098
Betalt informasjon / fagstoff	1099
Betalt informasjon / fagstoff	1099
Betalt informasjon / fagstoff	1099
Internett endrer mediebildet	1100
Internett endrer mediebildet / fagstoff	1102
Borgerjournalistikk	1103
Borgerjournalistikk / fagstoff	1103
Aksjonsmakt og mediemakt	1105
Sosiale medier som aksjonskanal	1108
Kony 2012 / fagstoff	1108
Valgkamp i sosiale medier	1111
Valgkamp i sosiale medier / fagstoff	1111
Jens og Erna vil bli venn med deg	1113
Jens og Erna vil bli venn med deg / aktualitet	1113
Forbrukerjournalistikk	1115
Rettsjournalistikk	1118
Oppgavesamling	1121
Journalistollen i endring	1121
Ytringsfrihet i 2014	1122
Ytringsfrihet i 2014 / oppgave	1124
Innocence of Muslims	1125
Sensur i sosiale medier?	1128
Er objektiv journalistikk feig journalistikk?	1129
Presseskikk og kildeskikk	1131
Kraftmast eller monstermast?	1133
Identifiser kildene	1135
Velg riktig pressebilde	1137

Intervjuteknikk i valgdebatter	1140
WikiLeaks - lovbyter eller demokratiforkjemper?	1142
Analyser og vurder filmen Kony 2012	1144
Analyser og vurder filmen Kony 2012 / oppgave	1145
Syria "live" på Bambuser	1146
Skriv en tekst om politisk journalistikk	1148
Sosiale medier i lokalvalgkampen	1149
Debatt: Breivik-saken i mediene	1151
Debatt: Breivik-saken i mediene / oppgave	1152
Forbrukerinspektørene om e-bøker	1154
Hva kan du nå?	1156
Lag en videointroduksjon om journalistikk	1156
Lag en videointroduksjon om journalistikk / oppgave	1156
<b>Norsk medieøkonomi og mediepolitikk</b>	<b>1157</b>
Norsk mediestruktur	1157
Rødgrønn mediepolitikk i 2011	1158
Blåblå mediepolitikk i 2014	1160
Støtteordninger	1163
Regulering og uavhengighet	1165
Eierskap i mediene	1167
Et lite stykke Norge	1169
Trender i medieutviklingen	1171
Medieøkonomi i en digital tidsalder	1173
Fra papir til nett	1177
Er papiravisene på vei ut?	1181
Nye redaksjonelle produkter	1184
Når helten går i merkeklær	1186
Når helten går i merkeklær / aktualitet	1186
Når helten går i merkeklær / aktualitet	1187
Oppgavesamling	1190
Medieideologi i Norge	1190
Regjeringens mediepolitikk i 2013	1192
Kampen om TV-sporten	1194
Sportssendinger på betalings-TV	1196
Bør lov om eierskap i medier endres?	1198
Mediegiganten Egmont	1199
Meninger om mediepolitikk	1200

Journalistikk eller tekstreklame	1202
Kjøpeknapper og betalte lenker	1204
Brukermedvirkning og produktlassering	1206
Produktlassering i film	1208
Produktlassering i film / oppgave	1208
Produktlassering i film / oppgave	1209
Studer en faglig rapport	1210
Studer en faglig rapport / oppgave	1211
<b>Ut i verden</b>	<b>1213</b>
Mediesystemer	1213
Mediesystemer / fagstoff	1214
Mediesystemer / fagstoff	1214
Mediesystemer / fagstoff	1214
Mediesystemer / fagstoff	1215
På vei mot en global landsby?	1216
På vei mot en global landsby? / fagstoff	1217
Internasjonal medieøkonomi	1218
Eierskap og marked	1220
Mediepolitikk i EU	1223
Kampen om nyhetsbildet	1227
Storebror ser deg!	1230
Storebror ser deg! / fagstoff	1230
Kritisk presse - et tegn på demokrati	1233
Medienes rolle i demokratiseringsprosesser	1235
Sosiale medier i folkets tjeneste	1237
Mediehverdag i Etiopia	1240
Mediehverdag i Etiopia / fagstoff	1240
Mediehverdag i Iran	1243
Mediehverdag i Iran / fagstoff	1244
Mediehverdag i Chile	1245
Journalist - et risikoyrke	1247
Medieutvikling i nord-sør-perspektiv	1249
Medieutvikling i nord-sør-perspektiv / fagstoff	1250
Medieutvikling i nord-sør-perspektiv / fagstoff	1250
Mediestruktur i utviklingsland	1253
Hvem skal redde Afrika?	1255
Hvem skal redde Afrika? / fagstoff	1256

Den internasjonale skandalepressen	1258
Amerikanske TV-serier erotrer verden	1260
Seriemesteren Home Box Office / fagstoff	1260
Oppgavesamling	1262
Sammenlign internasjonale nyhetskanaler	1262
Mediestruktur og demokrati	1265
Illusjonen om en fri presse	1267
Pressesensur i Aserbajdsjan	1268
Burma VJ	1270
Pussy Riot i nyhetsbildet	1272
Ytringsfrihet i terrorens tidsalder	1274
Utviklingsland i mediebildet	1276
News of the World-skandalen	1279
Murdochs medieimperium	1281
Vertikal integrasjon	1282
Informasjon eller underholdning	1284
HBO etablerer seg i Norge	1286
Hva kan du nå?	1288
Repeter kapittelet Ut i verden	1288
Repeter kapittelet Ut i verden / oppgave	1288
Repeter kapittelet Ut i verden / oppgave	1289
Repeter kapittelet Ut i verden / oppgave	1289
<b>Journalistikk og informasjonsarbeid</b>	<b>1290</b>
Journalistikk	1290
Med sannheten som rettesnor	1290
Med sannheten som rettesnor / fagstoff	1290
Research og intervjuTeknikk	1293
Kildekritikk	1297
Hvor har du det fra? / oppgave	1297
Nyhetskriterier	1299
Nyhetskriterier / fagstoff	1299
Gravejournalistikk	1301
Kampanjen for journalistikken	1302
Ungdom usynlige i nyhetsmediene	1304
På jobb i Fædrelandsvennen	1306
På jobb som frilanser	1308
Journalister trues til taushet	1311

Journalister trues til taushet / aktualitet	1312
Den dagen Facebook gikk i svart	1313
Oppgaver	1315
Kriminalreporter på jobb	1315
Nyhetsdrama på E18	1317
Krig på TV-skjermen	1320
Krig på TV-skjermen / oppgave	1322
De ubehagelige spørsmålene	1325
Rolleespill om kildekritikk	1327
A Year Inside the New York Times	1331
A Year Inside the New York Times / oppgave	1332
Lokkejournalistikk	1333
Gjenbruk eller stofftyveri?	1335
En forvirrende falsk film	1338
Inviterer publikum til research	1341
Informasjonsarbeid	1343
Informasjonsvirksomhet	1343
Informasjonsvirksomhet / fagstoff	1343
Informasjonssjef i PST	1345
Informasjonsleder i Strømmestiftelsen	1348
Holdningskampanjer	1350
Slik påvirker du holdninger	1352
Slik påvirker du holdninger / fagstoff	1352
Markedskommunikasjon	1354
Reklame	1356
Avisannonsen	1358
Reklamefotografiet	1361
Reklameplakaten	1365
Radioreklame	1367
Reklamefilmen	1370
Reklamekampanjer	1372
Politisk reklame	1374
Produktplassering	1377
Alkoholreklame på fjernsyn	1379
Oppgaver	1381
Frihet, hva er det?	1381
Sammenlign annonser på nett og papir	1383
Ingen reklame for usunn mat	1384

<b>Eksamensproduksjoner</b>	<b>1387</b>
Eksamensproduksjoner MIK	1387
Eksamensproduksjoner MIK / fagstoff	1388
Muntlig eksamen MIK 1	1390
Muntlig eksamen MIK 1 / fagstoff	1391
Tips til skriftlig eksamen	1393
Slik bruker du forberedelsesdagen	1396
Slik bruker du forberedelsesdagen / fagstoff	1397
Slik bruker du forberedelsesdagen / fagstoff	1397
Slik skriver du en god besvarelse 1	1401
Slik skriver du en god besvarelse 2	1404
Typesvar – skriftlig eksamen MIK 2	1408
Vurdering av skriftlig eksamen	1410
Praktisk-muntlig eksamen MIK 2	1412
Eksempler på eksamensproduksjoner	1417
Eksamensproduksjoner MIK 2 / fagstoff	1417
Eksamensproduksjoner MIK 2 / fagstoff	1417
<b>Mediestemmer</b>	<b>1419</b>
Sven Egil Omdal	1419
Leggetid for Kringkastingsrådet	1419
Gjemt bak en e-post	1423
Anundsns metode	1425
Ikke helt fakta om krigen	1427
Ikke helt fakta om krigen / aktualitet	1428
Mediekommentarer 2014	1430
Butikken i journalistikk	1430
Gult kort til TV 2	1433
Gult kort til TV 2 / aktualitet	1433
Døra i fjestet-teknikken	1435
Fabian Stangs metode	1437
Journalisten som ikke ville ha et jeg	1440
Journalisten som ikke ville ha et jeg / aktualitet	1441
Raseriet over den tomme stolen	1444
To kill a licence	1448
Beretningen om et varslet karakterdrap	1451
Den siste kjendisfesten	1454

Det seriøse folket	1456
Mediekommentarer 2013	1458
Krigens Israel kan tape	1458
Ingen prislapp på ære	1462
Pressens svikt bør granskes	1465
Kampen for snustesten	1468
Jeg bare spør og spør, og spør	1471
Hva var det jeg sa?	1475
Ett minutt om likhaugen (mars 13)	1478
Vi som produserer frykt	1480
Feige journalister - og Glenn Greenwald	1484
Mediekommentarer 2012	1488
Boken - en etikkfri sone	1488
Nakne pupper og avkledde redaktører	1490
Folkets røst prater tull	1493
Georg tigger ikke	1495
Tempelridderens totale nederlag	1498
Det glemte folket	1500
Politi og varsle	1502
Janus - den første journalist	1504
Fred i Midtøsten? Trykk "like".	1506
Mediekommentarer 2011	1508
Selvmord for åpent kamera	1508
Twitterterrorist eller bare frustrert?	1510
I døden er vi langtfra like	1512
Avdøde ønsket ikke mer kritikk	1514
Gapestokken gjør forskjell påfolk	1516
Demingen brast, men på feil sted	1518
Spørsmålene vi ikke bør stille	1520
Sprekker trollene virkelig?	1522
Demokratiet i Facebook-utgave	1524
Flere kriser, færre journalister	1526
Siri Knudsen	1528
På jobb i Popsalongen	1528
Lett å bli lurt på nettet	1530
Slappe journalister	1531
Nyhetsverdi eller graf sing?	1532
Krise eller underholdende tabber?	1533

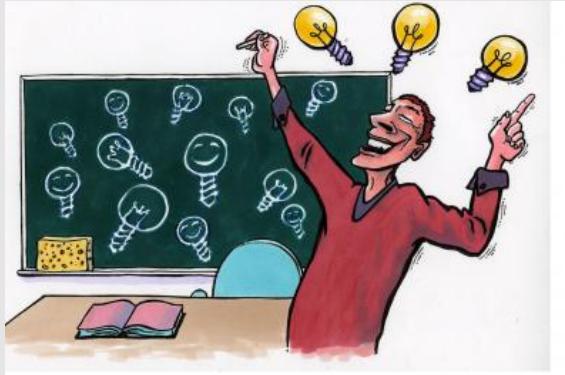
Lavkarbo eller lavmål?	1534
Journalist eller kjendis?	1535
Nyttårsønske for norsk journalistikk	1536
Oops!...I Did It Again.	1537
Mediekarikaturer	1538
Hvor mye er nok?	1539
Helnorsk og halvnorsk	1540
Ærlighet varer lengst	1541
Årets mediehelt	1542
<b>Nyhetsarkiv</b>	<b>1543</b>
Yrke: Youtuber (mars 2015)	1543
Yrke: Youtuber / aktualitet	1543
Yrke: Youtuber / aktualitet	1544
Oscar til The Imitation Game (febr. 2015)	1546
Oscar til The Imitation Game / aktualitet	1546
Oscar til The Imitation Game / aktualitet	1546
Statsbudsjettet varsler ny mediepolitikk (okt.14)	1554

# Årsplaner og brukertips

## Forslag til årsplaner

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, Jan-Arve Overland

[Forslag til arbeidsplaner \(124093\)](#)



Nedenfor finner du tips til arbeidsplaner i modulene medie- og informasjonskunnskap 1 og 2.

### Medie- og informasjonskunnskap 1

Jan-Arve Overlands forslag til arbeidsplan skoleåret 2013–2014:



Arbeidsplan MIK 1 høsten 2014 / fil

<http://ndla.no/nb/node/99141>



Arbeidsplan MIK våren 2015 / fil

<http://ndla.no/nb/node/100707>

### Medie- og informasjonskunnskap 2

Dagny Regine Rosenberg bruker NDLA sammen med læreboka Mediemøter 2. Her er hennes plan for høsten 2013.



- Arbeidsplan MIK 2 høsten 2013 / fil  
<http://ndla.no/nb/node/127566>

Lykke til med nytt skoleår!

# Arbeid med fagtekster og oppgaver

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Arbeid med fagtekster og oppgaver \(126651\)](#)



## Arbeid med fagtekster og oppgaver / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/126651>

Grethe Melby ved Laksevåg videregående skole har laget en spilleliste på i alt 14 videoer der hun går gjennom hvordan man kan arbeide med fagtekstene i et kapittel i fagmenyen i medie- og informasjonsfaget. Dersom du er ny NDLA-bruker, kan det lønne seg å sette av tid til å se brukertipsene Grethe deler med sine elever.

### Hva er MIK 1 og hva er MIK 2?

Læringsressursene til modul 1 og modul 2 i faget medie- og informasjonskunnskap er samlet i ett fag med en felles fagforside (nettavis) og et felles verksted (praktisk-estetisk inngang). Vi synes dette er fornuftig siden flere kompetanse mål i MIK 2 bygger på tilsvarende kompetanse mål i MIK 1.

Velger man "alle" på toppen av fagmenyen, blir alt innhold i fagmenyen synlig. Men det er også mulig å sortere stoff som passer best enten for vg2 (MIK 1) eller vg3 (MIK 2). Noen læringsressurser dekker kompetanse mål i begge læreplaner.

### Slik jobber du med fagtekster

Fagtekstene i fagmenyen har mange likheter med en side i en lærebok, men teksten inneholder i tillegg lyd, video, interaktive elementer og lenker til eksterne fagsider. Innhold som er plassert i hovedfeltet, er innføringstekst. Det gjelder også lyd- og videoinnhold.

Elementer som er plassert i høgrespalten, er tilleggsressurser til innføringsteksten. *Huskelappen* er ment som en hjelp til å trekke ut det viktigste i teksten, og til å gi en enkel oversikt over problemstillinger som fagteksten tar opp.

Fagtekstene er plassert i en tematisk sammenheng i fagmenyen, men kan godt brukes enkeltvis. Du kommer raskt til neste side ved å bruke bla-knappen øverst eller nederst på sida. Fagtekstene er knyttet sammen med (relatert til) andre fagtekster i MIK-faget, eller andre fag på NDLA som behandler samme problemstilling. Disse tekstene finner du under fanen "relatert" nederst på siden. Her finner du også oppgaver til fagteksten.

### Strek under og noter

De fleste elever er vant til å streke under eller lage notater til læreboktekster. Det kan du også gjøre på NDLA. Dersom du logger deg inn med Facebook-, Google- eller Feide-kontoen din, kan du streke under viktige avsnitt i det du leser, og lage egne notater. Disse finner du igjen neste gang du går inn på fagsiden.

Kontekst Min læring Notater

- Dra og slipp markør
- Legg til notat
- Legg til som favoritt
- Legg som påminnelse
- Læringsstatus
  - Lært og forstått
  - Oppfattet, men må repeteres
  - Ikke tilstrekkelig forstått

Vis alt på minNDLA

Alle notatene dine blir dessuten lagret på siden "Min læring" som bare du har tilgang til. Bruk gjerne Firefox som nettleser. Foreløpig fungerer ikke denne tjenesten i Explorer.

### Å lære gjennom å løse oppdrag

En annen innfallsvinkel er å starte med et arbeidsoppdrag eller en refleksjonsoppgave. Oppgavene er samlet i en egen oppgavesamling under hvert kapittel, eller hvert underkapittel, i fagmenyen. Også i verkstedene finner du arbeidsoppdrag som krever teoretiske kunnskaper.

De fleste oppgavene er relatert til en fagtekst eller en ekstern nettressurs som du må bruke for å løse oppgaven. Høsten 2013 vil det bli produsert flere og mer interaktive læringsløp til alle kapitlene i fagmenyen.

### Test hva du kan

Vi er i gang med å utvikle tester som kan brukes i forkant eller i etterkant av arbeidet med et mediefaglig temaområde. Disse testene samler vi under tittelen "Hva kan du nå?" på slutten av hvert hovedkapittel. Målet er at alle kapitler skal ha en egen samling av interaktive tester og repetisjonsoppgaver seinest 1. januar 2014.

# Eleven som medieprodusent

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Eleven som medieprodusent \(126720\)](#)

Slipp elevene løs!



Mange elever velger mediefag fordi de ønsker praktiske utfordringer og muligheter til å utvikle sine kreative evner. Læreplanene åpner for en slik måte å tilnærme seg faget på, men den tiden elevene har til rådighet til praktisk produksjon, er svært begrenset sammenlignet med de som velger det yrkesfaglige løpet medier og kommunikasjon.

Det er stor variasjon fra skole til skole når det gjelder hvilke verktøy og hva slags programvare elevene har til rådighet til medieproduksjon. Vi har derfor lagt vekt på at en del praktiske oppdrag skal kunne løses ved hjelp av enkel teknologi.

## 12 ulike verksteder

Verkstedsmenyen inneholder innføringstekster og veiledning som hjelper elevene i gang når de skal prøve seg som medieprodusenter. Felles for mange av verkstedene er at elevene skal jobbe som journalister, informasjonsarbeidere eller mediekritikere.

Arbeidsoppdragene har forskjellig vanskelighetsgrad. Noen lar seg løse på en eller to skoletimer, andre er ukesoppdrag eller prosjektoppdrag. Gjennom å jobbe i verkstedene skal elevene bli i stand til å møte de krav som stilles til praktisk-muntlig eksamen i MIK 2.

## Fra praksis til teori

Det er lærernes oppgave å hjelpe eleven til å reflektere over egen praksis og å koble praktisk arbeid sammen med et teoretisk perspektiv.

Dette kan for eksempel gjøres slik:

- Start med en aktuelt nyhetssak / en aktuell case. Du finner tips til slike saker på fagforsida eller Facebook-sida til MIK-faget.
- Teoretisk innføring – bruk innhold fra verkstedet eller fagmenyen.
- Undervisvurdering: Test forståelse og i hvilken grad elevene behersker fagbegrepene.
- Praktisk arbeidsoppdrag. Ved større prosjektoppdrag bør elevene lage en produksjonsplan som godkjennes av lærer.
- Presentasjon av produktet for klassen.
- Refleksjon/egenvurdering, for eksempel i form av en kort refleksjonsrapport (skriftlig eller muntlig).
- Sluttvurdering: Teoretisk refleksjonsoppgave med utgangspunkt i egen praksis og tilhørende teoristoff.



## Fra sender til mottaker

### Fra runepinner til SMS

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Fra runepinner til SMS \(81818\)](#)



Mediebruk før og nå / video

<http://ndla.no/nb/node/90710>

Kommunikasjon i historisk perspektiv

Middelalderens runepinner og dagens SMS-er har mye til felles. Kjærlighetserklæringer er nemlig ikke en nymotens oppfinnelse! Mennesker har alltid hatt behov for å dele tanker og følelser med hverandre. Det er bare formen og formidlingskanalene som har endret seg.

I løpet av de siste 200 årene har det skjedd et teknologisk kvantesprang. I denne videoen tar Torkjell Berulfsen oss med på en tidsreise som går fra veldig gamle dager, via hans egen barndom og fram til vår tid.

Perioden fra 1700-tallet og fram til midten av 1900-tallet var en lesende tidsalder, der boka og seinere aviser og tidsskrifter sørget for informasjon og underholdning. I siste halvdel av 1900-tallet fikk visuelle medier en dominerende rolle. Mange unge norske gutter kan i dag fortelle at de aldri har lest en bok!

På 2000-tallet lever vi i en digital tidsalder der rollene som avsendere og mottakere, eller produsenter og konsumenter, går om hverandre. Hvilken betydning har det for måten vi kommuniserer med hverandre på i dag?



Huskelappen

**Kommunikasjon er utveksling av menings- eller betydningsinnhold mellom individer og grupper ved hjelp av et felles system av symboler.** *Kilde:* [snl.no](http://snl.no)

**Kommunikasjonsmidler er tekniske løsninger som bringer mennesker sammen, slik som buss, tog og datateknologi.**



For flere tusen år siden risset våre forfedre inn tegninger i fjellet. Slik kommuniserte de med hverandre, og slik kommuniserer de fortsatt med oss som lever i dag.

# Kommunikasjon og kommunikasjonsformer

Forfatter: Thomas Nupen, Ragna Marie Tørdal

[Kommunikasjon \(61448\)](#)



## Kommunikasjon

Ordet *kommunikasjon* kommer fra latin og betyr "å gjøre felles". Kort forklart går det ut på å utveksle et budskap mellom individer ved hjelp av et felles system av symboler.

Måten vi kommuniserer på og hvilke kanaler vi kommuniserer gjennom, er i stadig forandring.

### Verbal og ikke-verbal kommunikasjon

Mennesker kan kommunisere *verbalt* eller *ikke-verbalt*. Språket er et verbalt symbolsystem som vi bruker når vi snakker og skriver. Verbal kommunikasjon forutsetter at vi kjenner språkkodene til dem vi kommuniserer med, ellers blir det vanskelig.

Men vi kan også kommunisere ikke-verbalt ved hjelp av kroppsspråk eller visuelle symboler. Gamle hulemalerier forteller oss historier om hvordan steinaldermenneskene levde livene sine for flere tusen år siden. Som turister bruker vi fingerspråk og ansiktsuttrykk til å kommunisere med mennesker som ikke snakker samme språk som oss.

### Konteksten bestemmer meningen

All kommunikasjon foregår i en *kontekst*. Med kontekst mener vi den sammenhengen kommunikasjonen foregår i.

I september 2010 har VG Nett følgende overskrifter:

- På sportssiden: [Forventer ingen Drillo-bomber](#)
- På nyhetssiden: [Omringer antatt bombemann i København](#)

De fleste av oss forstår umiddelbart ut fra konteksten, det vil si måten setningen er formulert på og nettsiden nyheten er publisert på, at den norske landslagstreneren i fotball neppe er under overvåkning som mulig terrorist. Det er derimot den mystiske bombemannen i København.

### Kommunikasjonsformer

Det er vanlig å skille mellom tre hovedformer for måten kommunikasjonen foregår på:



### Huskelappen

**Kommunikasjon** betyr å gjøre noe felles. Vi kommuniserer ved hjelp av språk og visuelle tegn.

Personlig kommunikasjon kan foregå ansikt til ansikt, eller via sosiale medier.

Kommunikasjon via aviser, radio og TV kalles masse-kommunikasjon.

### Ressurser



Den store reisen / video  
<http://ndla.no/nb/node/70627>

Eksempel på personlig kommunikasjon:



Borettslaget Yngve

1 / video  
<http://ndla.no/nb/node/51815>

Eksempel på  
massekommunikasjon



Appell SV / video  
<http://ndla.no/nb/node/14948>

Eksempel på  
personlig mediert  
kommunikasjon:

[Bloggen til Ida Wulff](#)

Unge stemmer

Tornerose om det å  
kommunisere i en  
interaktiv verden – på  
godt og på vondt.

[Tornerose – på vei ut i  
verden igjen!](#)



Personlig kommunikasjon

Personlig kommunikasjon er toveiscommunikasjon mellom to eller få personer, der deltakerne møtes ansikt til ansikt. Kommunikasjonen er privat, og preget av direkte tilbakemeldinger.



Mediert kommunikasjon

Personlig mediert kommunikasjon er en blanding av privat og offentlig kommunikasjon ved hjelp av teknologiske medier. Deltakerne skifter på å være sendere og mottakere.

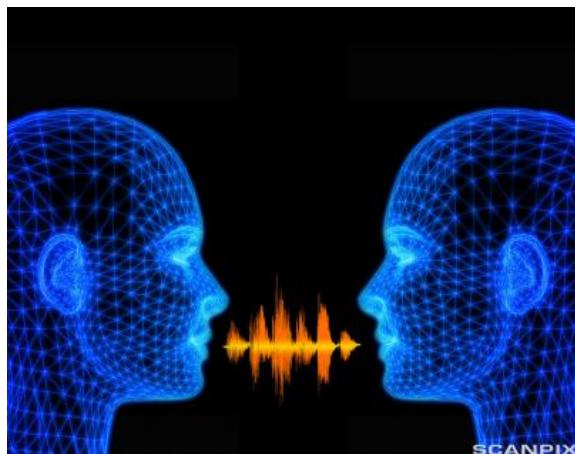


Massekommunikasjon

Massekommunikasjon er kommunikasjon der én sender formidler et budskap til mange samtidige mottakere gjennom et medium. Avsenderen er profesjonell, og mottakerne har begrenset mulighet til tilbakemelding.

# Personlig kommunikasjon

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Personlig kommunikasjon \(120707\)](#)



## Ansikt til ansikt

*Personlig kommunikasjon* er kommunikasjon mellom to eller flere personer som er i direkte kontakt med hverandre. Kommunikasjonen skjer ofte ansikt til ansikt, uten tekniske hjelpemedier.

## Direkte tilbakemelding

I en personlig kommunikasjonssituasjon skifter personene vanligvis mellom å være den som snakker (avsender), og den som lytter (mottaker). Deltakerne har mulighet til å gi direkte tilbakemelding til hverandre, til å stille oppfølgingsspørsmål, og til å presisere hva de selv mente med det de sa. I tillegg gir ansiktsuttrykk og kroppsspråk signaler som styrker eller svekker det budskapet personene formidler verbalt.

## Privat og ikke-profesjonell

Personlig kommunikasjon er privat. Det som sies, er ikke ment for andre enn de som er til stede. Formen er preget av at de som kommuniserer, er ikke-profesjonelle avsendere. I personlig kommunikasjon gir vi ofte uttrykk for følelser som misnøye eller begeistring, og vi bruker mange anerkjennende småord og tegn som får samtalens til å gli lettere:

– Sier du det, ja? Ikke sant? Stilig!

Men vi kan også bruke kommunikative knep som reduserer viktigheten av det den vi snakker med, sier. Dette kalles *hersketeknikk*. I videoklippet fra serien *Hjerte til hjerte* viser Linn Skåber hvordan hersketeknikker kan brukes i en samtale.

## Hvordan kommuniserer du med andre?

A logo for 'Kommunikasjon' featuring a stylized blue telephone receiver icon above the word 'KOMMUNIKASJON' in a bold, sans-serif font.

**Huskelappen**

**Personlig kommunikasjon er kommunikasjon mellom to eller flere personer som er i direkte kontakt med hverandre.**

**Deltakerne skifter på rollen som sender og mottaker.**

**Kommunikasjonen er privat, og preget av direkte tilbakemeldinger.**

**Ressurser**

A photograph of two women sitting at a table, engaged in a conversation while holding cups of coffee. A basket of bread is on the table between them.

Hverdagen vår består av mange situasjoner der vi kommuniserer ansikt til ansikt.

A QR code located in the bottom right corner of the slide.

Kommunikasjon mellom lærar og elev / video  
<http://ndla.no/nb/node/86>

Du har sikkert opplevd at det har oppstått misforståelser når du kommuniserer med venner eller foreldre. Joharis vindu er en kommunikasjonsmodell som ble utviklet på 1950-tallet av psykologene Joseph Luft og Harrington Ingham. Modellen gir deg innsikt i hvordan du selv kommuniserer, og hvordan det du sier, virker på andre.



Joharis vindu / video  
<http://ndla.no/nb/node/116755>

I denne miniforelesningen forklarer psykolog Helga Myseth kommunikasjonsmodellen Joharis vindu.

[396](#)



Kommunikasjon på bilverkstedet / video  
<http://ndla.no/nb/node/22630>

Kommunikasjon kan også brukes til å holde andre nede.



Om hersketeknikker - Store Studio / video  
<http://ndla.no/nb/node/16250>

[De fem hersketeknikkene](#)

# Personlig mediert kommunikasjon

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Personlig mediert kommunikasjon \(119951\)](#)



Ungdom og internett / video

<http://ndl.no/nb/node/47858>

Vi sees på Facebook

Har du noen gang tenkt på hvordan folk kommuniserte da foreldrene dine vokste opp? Hvordan kunne de i det hele tatt omgås vennene sine uten mobiltelefon og internetttilgang?

Den nye interaktive teknologien som vi fikk tilgang til på 2000-tallet, har forandret måten vi kommuniserer med hverandre på. I dag møter du vennene dine like ofte på Facebook som i kantina. Skype gir bestemor mulighet til å møte barnebarna ansikt til ansikt hver dag, selv om de bor milevis fra hverandre. I arbeidslivet erstattes møter og tjenestereiser av kommunikasjon via e-post, fildeling og nettbaserte konferansestjenester.

Personlig kommunikasjon ved hjelp av teknologiske medier kalles *personlig mediert kommunikasjon*. Dette er en mellomform mellom vanlig personlig kommunikasjon og massekommunikasjon, både fordi budskapet formidles via et medium, og fordi deler av den personlige kommunikasjonen også er tilgjengelig for andre enn adressaten.

Nye kommunikative regler

Det har etter hvert oppstått egne kommunikative regler for personlig mediert kommunikasjon, tilsvarende de kommunikative reglene som gjelder for samtaler ansikt til ansikt. Skriftlige meddelelse på sosiale medier og SMS-er er preget av et muntlig språk som understreker nærbetning og vennskap. Ord og uttrykk forkortes for å spare tid. Innholdet har gjerne en uformell karakter, der det refereres til personlige opplevelser og erfaringer.



**Huskelappen**

**Personlig mediert kommunikasjon er personlig kommunikasjon ved hjelp av teknologiske medier.**

**Web 2.0-teknologien har gitt oss en helt ny måte å kommunisere på.**

**På sosiale medier utvikles nye "regler" for kommunikasjon.**

**Utviklingen har også endret betingelsene for massekommunikasjon.**

**Ressurser**

Web 2.0 har endret måten vi kommuniserer med hverandre på:

Tre tips til kommunikasjon i sosiale medier:

1. Vær deg selv.
2. Lytt til andre og delta i samtalene.
3. Tilfør andre noe av verdi.

Tilbakemelding blir ofte gitt i korte kommentarer, eller ved hjelp av "likes" og smilefjes. Du har sikkert kjent den kriblende følelsen når et lite rødt ikon på Facebook-sida di viser at 15 personer har kommentert statusen din. Slike tilbakemeldinger "smører" kommunikasjonen og fungerer på samme måte som når den du snakker med, smiler og nikker.

Teknologi skaper avstand. En skyggeside ved personlig mediert kommunikasjon er at det kan virke som om terskelen er lavere for ekstreme ytringer. Mye tyder også på at den sperren vi vanligvis har mot å sjikanere andre mennesker, blir borte. Vi ser ikke hvor lei seg de vi rammer blir, og vi slipper å bli konfrontert med andres avsky mot måten vi oppfører oss på.

### Påvirker massekommunikasjon

Mediert personlig kommunikasjon endrer også betingelsene for massekommunikasjon. Interaktiv teknologi gjør at tradisjonelle medier i dag får direkte tilbakemelding (*feedback*) fra mottakerne via kommentarer og diskusjonssider.

Forsker Berit Skog har studert [stammespråket i sosiale medier](#).

Møt tre jenter fra Elverum videregående skole som reflekterer over bruk av sosiale medier:

[Du og jeg i sosiale medier](#)



Mottakerne deler også informasjon med redaksjonene i form av bilder og videoopptak som sendes fra mobil, eller korte meldinger på Twitter. Slik kan brukerne direkte påvirke det budskapet massemediene formidler. Dette kalles *borgerjournalistikk*.

# Massekommunikasjon

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Massekommunikasjon \(120762\)](#)



## Huskelappen

**Massekommunikasjon** innebærer at et budskap overføres fra én sender til mange mottakere samtidig.

**Massekommunikasjon** kan formidles gjennom ulike kanaler, f.eks. radiosignaler eller datastrømmer.

**Medier som overfører massekommunikasjon**, kalles **massemedier**.

**Avsenderne er som oftest profesjonelle.**

**Det er enveiskommunikasjon med få muligheter for tilbakemelding.**

## Ressurser

I denne videoen  
forklarer Grethe Melby  
forskjellen mellom  
begrepene  
*gruppekommunikasjon*  
*n og*  
*massekommunikasjon*  
:

[Gruppekommunikasjon](#)



Massekommunikasjon blir  
formidlet gjennom ulike  
kanaler.



### Én sender, mange mottakere

*Massekommunikasjon* betyr at det er én sender som formidler et budskap samtidig til mange mottakere gjennom et medium. Medier som formidler massekommunikasjon, kalles *massemedier*.

Massekommunikasjon foregikk tidligere gjennom tradisjonelle massemedier som avis, radio og fjernsyn. I dag er Internett et viktig medium, både i massekommunikasjon og i personlig kommunikasjon.

### Profesjonelle avsendere

Et kjennetegn ved massekommunikasjon er at avsenterne stort sett er profesjonelle aktører. I massemediene arbeider journalister, redaktører og produsenter som er utdannet til å hente inn og sile ut informasjon, og til å formidle mediefortellinger.

Informasjonsarbeidere i PR-byråer har som jobb å kommunisere det budskapet kundene til enhver tid ønsker å få ut. De fleste norske toppolitikere har i dag egne kommunikasjonsrådgivere.

### Begrenset mulighet for tilbakemelding

Tradisjonelt sett har massekomunikasjon vært preget av lite eller begrenset tilbakemelding. Det hendte nok at stemmen til avislesere, radiolyttere og TV-seere ble hørt før i tiden også. Men det kunne ta ukevis før et leserinnlegg sto på trykk, og den sinte telefonen til NRK resulterte i beste fall i en diskusjon i Kringkastingsrådet et halvt år seinere.

I dag er det langt letttere å gi direkte tilbakemelding til avsendere av massekomunikasjon via SMS'er, kommentarfunksjoner og debattsider. Men det betyr ikke nødvendigvis at de profesjonelle medieaktørene lar seg påvirke av de tilbakemeldingene som gis, eller at budskapet blir korrigert.

# Kommunikasjonsmodeller

Forfatter: Thomas Nupen, Ragna Marie Tørdal

[Kommunikasjonsmodeller \(62439\)](#)



Vi vil noe med det vi sier og skriver

Når vi leser en reklametekst, vet de fleste av oss at avsenderen har en bestemt *hensikt* med teksten. Han eller hun vil få oss til å kjøpe en vare eller bli overbevist om at et bestemt standpunkt er rett. Avsenderen lykkes dersom vi oppfører oss som forventet.

Når vi derimot leser en kriminalroman eller et dikt, tenker de fleste sjeldent på hvilken hensikt forfatteren har med teksten. Vi lar oss rive med av historien og utvikler den videre med egne forestillinger om de menneskene og hendelsene teksten handler om. Det er grunnen til at vi ofte blir skuffet når vi ser filmversjonen av en bok vi liker godt.

Når vi skal analysere en kommunikasjonsprosess, må vi derfor ta utgangspunkt i hvilken type tekst det er snakk om, og hva som er formålet med teksten.

Prosessmodellen



Huskelappen

Prosessmodellen viser hvordan et budskap overføres fra sender til mottaker, og hvilken effekt senderen oppnår.

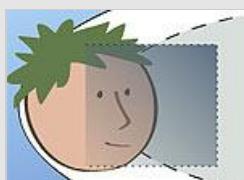
Tekstmodellen fokuserer på samspillet mellom tekst og mottaker.

Ressurser

Bruk prosessmodellen når du planlegger en medieproduksjon.

- Hvem er målgruppen?
- Hva ønsker du å oppnå?
- Hvilket medium og hvilke virkemidler vil du bruke?
- Hvordan vil du måle effekten?

Kulturfiltermodellen



Kulturfiltermodellen viser hvordan kommunikasjon påvirkes av hvilken kultur vi tilhører. Klikk på bildet for å se en interaktiv presentasjon av modellen(flash).

Ola Grovdal ved Numedal vgs. har laget videoforelesning om kommunikasjon:

## Prosessmodellen



## Kommunikasjonsmodeller / fagstoff

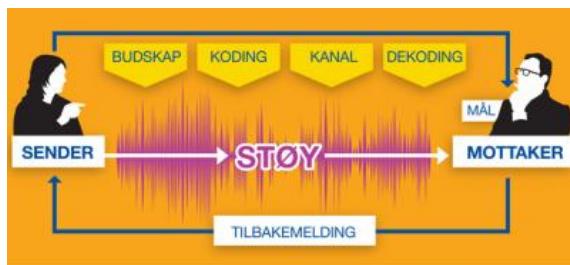
<http://ndla.no/nb/node/62439>

## Tekstmodellen



## Kommunikasjonsmodeller / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/62439>



*Prosessmodellen* fokuserer på overføringen av et bestemt budskap fra sender til mottaker. Budskapet formidles gjennom et kommunikasjonsmedium. Senderen har en hensikt med kommunikasjonen. Effekten er avhengig av i hvilken grad mottakeren oppfatter budskapet. De faktorene som hindrer budskapet i å nå fram, kalles støy.

Et eksempel på en kommunikasjonsprosess er læreren som har en forelesing i klasserommet. Læreren er senderen av budskapet, og elevene er mottakere. Lærerens hensikt er at elevene skal tilegne seg bestemte kunnskaper, ferdigheter eller holdninger. Dersom elevene bråker eller læreren snakker for lavt, når ikke budskapet fram. Da kan vi si at effekten av undervisningen er lav.

Prosessmodellen kan formuleres ved hjelp av et enkelt spørsmål:



## Prosessmodell / h5p\_content

<http://ndla.no/hb/node/141962>

### Tekstmodellen

Tekstmodellen bygger på samspillet mellom tekst og mottaker. Som mottakere tolker vi tekster ulikt ut fra hvilken kultur vi tilhører, og hvilke personlige erfaringer vi har.

Når vi analyserer en tekst, forsøker vi å forstå hva teksten vil si oss. Det kan være mange ulike tolkingsmuligheter. I denne sammenheng bruker vi begrepet *tekst* i en utvidet betydning. Teksten kan bestå av skrift, stillbilder, lyd eller levende bilder. Ofte er teksten satt sammen av flere elementer. Det kaller vi en *sammensatt tekst*.

I kapittelet *Medieuttrykk og medieanalyse* kan du lære mer om ulike virkemidler i medietekster og hvordan du går fram når du skal analysere en medietekst.

# Viktige begreper i kommunikasjonsteorien

Forfatter: Øyvind Dahl, NRK, Ragna Marie Tørdal  
[Viktige begreper i kommunikasjonsteorien \(120763\)](#)



## Den klassiske kommunikasjonsmodellen

Kommunikasjonsmodellen ovenfor er en billedlig fremstilling av sentrale begreper i kommunikasjonsteorien. Avsenderen innkoder budskapet sitt i tegn eller melding, mottakeren avkoder tegnene og mottar budskapet. Mottakeren gir tilbakemelding som igjen må tolkes av avsenderen. Det hele kan forstyrres av støy.

## Kommunikasjonsteoretiske begreper

- **Avsender** er den som sender meldingen. Avsenderen kan også kalles sender, kilde eller kommunikator.
- **Innkoding**. Avsender må innkode (eller kode) det han/hun ønsker å formidle i et tegn eller en melding.
- **Tegn** er det som formidles i en kommunikasjonsprosess (ord, lyd, visuelle impulser, bilder, kroppsspråk, atferd, m.m.). Et tegn står for noe annet enn seg selv. Eks.: "Rødt lys" betyr "stopp". "Vise fingeren" er et tegn for forakt.
- **Melding** er flere tegn som er satt sammen i en rekkefølge – en sekvens. I motsetning til et budskap behøver ikke en melding å være tilskrevet mening.
- **Koder** er meningssystemer som tegnene er organisert inn i. Systemene inneholder regler for hva tegnene skal bety, hvilken mening som skal tilskrives tegnene og hvordan de skal forstås i forhold til hverandre.
- **Budskap** er tegn/melding som er tilskrevet mening.
- **Mottaker** er den som mottar meldingen. Mottakeren kan også kalles respondent.
- **Avkoding**. Mottakeren vil oftest forsøke å forstå hva meldingen innebærer. Det gjør mottakeren ved å avkode (fortolke) det tegn eller den melding han eller hun mottar ut fra sitt ståsted. For å gi mening til tegnet eller meldingen bruker mottakeren tidligere erfaringer, og sin kjennskap til språk og kontekst (omgivelsene for kommunikasjonen).
- **Mening** er ikke i tegnet selv, men den mening mottakeren tilskriver tegnet etter å ha fortolket det. Meldinger kan sendes, men ikke mening.
- **Tilbakemelding** (feedback) er umiddelbar respons fra mottakeren på den mottatte meldingen. Når han/hun gir respons, blir mottaker avsender og avsenderen mottaker.
- **Støy** er forstyrrende elementer i kommunikasjonen. Det kan være lyd, som ordet uttrykker, men i kommunikasjonsteori brukes ordet støy også om andre elementer som kan påvirke prosessen.
- **Kanal** er det som formidler meldingen. Kanalen kan være organisk (det som formidler sansning: øre, øyne, hud, tunge, nese) eller fysisk (luften i klasserommet, telefonledning, radio), direkte (ansikt til ansikt) eller indirekte (med mellomledd, tolk, radio, bilde). Når vi snakker i en telefon eller sender tekstmeldinger, bruker vi en indirekt kanal som er basert på elektronisk overføring. Det kalles et medium.

## Huskelappen

**En modell er en forenklet fremstilling av en komplisert sammenheng.**

## Viktige begreper i kommunikasjonsteorien:

- avsender
- kanal
- medium
- tegn
- koding/avkoding
- budskap
- mottaker
- støy
- tilbakemelding

## Ressurser

I kapittelet **Medieuttrykk og medieanalyse** kan du lese mer om tegn og tolking av tegn.



## Viktige begreper i kommunikasjonsteorien / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/12>

I videoen ovenfor forklarer Grethe Melby de ulike fasene i prosessmodellen.

En litt mer humoristisk versjon kan du se her:



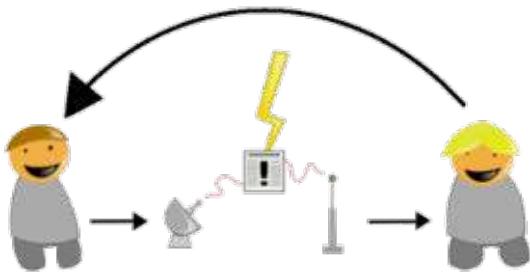
Massekommunikasjon - når du behøver det / video

<http://ndla.no/nb/node/119843>

# Fra monolog til toveis-kommunikasjon

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Amendor AS, Ragna Marie Tørdal

[Fra monolog til toveis-kommunikasjon \(69908\)](#)



- I prosessmodellen er man opptatt av kommunikasjonen fra sender til mottaker, det vil si enveis-kommunikasjon. Dagens medier preges derimot av toveis-kommunikasjon, der det er dialog mellom avsendere og mottakere, sier Robert Wallace Vaagan.

Det er ikke noe nytt at mottakerne av et mediebudskap har anledning til å komme med tilbakemeldinger til avsenderen. I flere tiår har NRKs radiolyttere hatt anledning til å ringe inn musikkønsker. Dersom en avisleser mener at avisen skriver for mye om sport, har han eller hun kunnet kommentere dette i leserbrev til avisen, med håp om et svar fra redaktøren.

Selv om publikum også tidligere har hatt anledning til å kommentere medieinnhold, var det først og fremst mediene som sto for kommunikasjonen. Vi kan si at mediene sto for en *monologisk kommunikasjon*, mens mottakerne av budskapet hadde rollen som passivt publikum.

## Nye medier endrer kommunikasjonsformen

De nye sosiale mediene har gitt oss en helt ny kommunikasjonsform. Tenk bare på hva som ligger i begrepet «sosiale medier». Ved at mediene i dag består av elementer som blogger, nettsamfunn, kommentarfelt i nettavisar og sms-avstemninger i TV-programmer, har det vokst fram nye muligheter for dialog mellom sendere og mottakere.

I dag er det ikke lenger snakk om en enveis-kommunikasjon, der avisene og TV-kanalene snakker til publikum. Mottakerne er ikke lenger passive brukere. Nå er de også i høyeste grad bidragsytere til mediene. I dag preges nettavisar av publikums kommentarer til avisartiklene, lenker til lesernes blogger og bilder innsendt via MMS.

## Mediestemmer



Robert Wallace Vaagan er førsteamanuensis ved Høgskolen i Oslo, der han underviser og forsker i medier og kommunikasjon.

## Huskelappen

**Utviklingen innen mediekommunikasjon har gått fra monolog til dialog med publikum.**

**Sosiale medier skaper toveis-kommunikasjon.**

**Brukermedvirkning er lønnsomt for mediebedriftene.**

Dagens kommunikasjonssituasjon preges av en ny og svært viktig faktor, som påvirker hele den tradisjonelle prosessmodellen, nemlig dialogen mellom avsender og mottaker. Vi kan derfor legge til dialog som et eget punkt i prosessmodellen, det vil si tilbakemeldingene og medvirkningen fra brukerne.

#### Lønnsomt med økt brukermedvirkning

For mediene har dialogen også hatt en økonomisk konsekvens. Mediene ser nytten av å ha en god dialog med mottakerne og ønsker å øke brukermedvirkingen. Ved å få mottakerne i tale, få dem til å kommentere og bli delaktige i kommunikasjonen, øker mulighetene for å holde på dem.

Når en mediekanal kan vise til mange lesere, seere eller lytttere, blir den mer interessant for annonsører. Vi kan derfor påstå at store deler av medieutviklingen i dag påvirkes av at mediene velger kommunikasjonsformer som gjør dem attraktive for brukerne, som igjen gjør mediene attraktive for annonsører.

# Nonverbal kommunikasjon

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Ragna Marie Tørdal, Amendor AS  
[Nonverbal kommunikasjon \(71135\)](#)



Kommunikasjonsteori: Robert Wallace Vaagan / video  
<http://ndla.no/nb/node/70197>

Kommunikasjon uten ord



Mediestemmer

I denne videoen møter du Robert Wallace Vaagan. Han er førsteamanuensis i medier og kommunikasjon ved Høgskolen i Oslo.

*Nonverbal* eller *ikke-verbal* kommunikasjon er kommunikasjon uten bruk av ord. I Norge nikker vi til hverandre når vi møtes, og vi vinker adjø når vi forlater hverandre. Ifølge førsteamanuensis Robert Wallace Vaagan er også denne formen for kommunikasjon kulturavhengig, selv om det finnes noen universale gester.

På bildene nedenfor kan du se hvordan norske og palestinske gutter hilser på venner av samme kjønn og motsatt kjønn.

Hva om det hadde vært omvendt? Hvordan ville dette blitt oppfattet i Norge? Eller i Palestina?



Norske og palestinske gutter hilser på gutter og jenter

Les mer om  
nonverbal  
kommunikasjon

[Kroppsspråk](#)

[Ansiktet](#)

[Øynene og blikket](#)

[Håndbevegelser –  
gester](#)

[Kroppsbevegelser](#)

[Kroppsstillinger –  
positurer](#)

[Kroppskontakt og  
hilseskikker](#)

[Bruk av avstand og  
rom](#)

[Andre ikke-verbale  
signaler](#)

# Retorikk

Forfatter: Liv Alveberg, Ragna Marie Tørdal

[Retorikk \(121055\)](#)



Hva er retorikk? / video

<http://ndla.no/nb/node/77361>

Etos, logos, patos

Den greske filosofen Aristoteles (384–322 f.Kr.) regnes som "retorikkens far" fordi han var den første som beskrev talekunsten på en systematisk måte, allerede år 330 før Kristus. Aristoteles tok i bruk begrepene *etos*, *logos* og *patos* for å beskrive viktige overtalelesesgrep i talekunsten. Den som skal overbevise, må både framstå med autoritet og troverdighet (*etos*), bevege mottakerne (*patos*) og legge fram et overbevisende saksforhold (*logos*).

Aristoteles forteller oss noe om hvordan vi kan lykkes i kommunikasjonen med andre. Det dreier seg om å kommunisere et budskap som underbygger senderens troverdighet, som vekker mottakerens interesse og som demonstrerer kunnskap om selve saksforholdet.

Verdens kanskje mest berømte tale

En av verdens mest berømte taler er talen politikeren Martin Luther King holdt i 1963, da han kjempet sin siste, bitre kamp om fulle borgerrettigheter for afroamerikanere i USA. Han ble drept av en snikskytter i 1968. Talen er så kjent at den svært ofte sieres og brukes som et symbol på kampen for diskriminerte folks rettigheter.

Retorikk er læren om hvordan man kan overbevise andre. Martin Luther King gjorde det ved å tale vakkert, virkningsfullt og med moralsk tyngde til sitt publikum. Han lyktes fordi han hadde grundig kunnskap om emnet, om tilhørerne og om situasjonen talen skulle framføres i.

En oppfordring til handling



Huskelappen

**Retorikk er læren om talekunsten.**

**Tre retoriske begreper som handler om hvordan vi overbeviser mottakerne:**

**- Etos: gjennom talerens troverdighet**

**- Logos: gjennom en overbevisende saksframstilling**

**- Patos: gjennom en appell til tilhørernes følelser**

Ressurser

Se Martin Luther Kings berømte tale i forbindelse med en demonstrasjon for borgerrettigheter i 1963:



Det er viktig å huske på at de retoriske grepene ikke er et mål i seg selv, bare et middel til å nå det overordnede målet: å overbevise mottakeren. Når Martin Luther King framkaller sinne, medfølelse eller dårlig samvittighet med talen sin, er ikke målet at folk skal bli sinte, medfølende eller tyngt av dårlig samvittighet, men at de skal handle. Når reklamen bruker humor og får oss til å le, er målet å avvæpne oss, slik at vi blir mottakelige for salgsbudskapet og kjøper produktet. Patos, appellen til følelsene, er helt nødvendig i enhver tekst som skal overbevise.

### Troverdighet

Men det var ikke bare patosgropet som gjorde Martin Luther Kings tale virkningsfull. Som afroamerikaner kunne han framstå med troverdighet (etos) basert på egen erfaring. Denne erfaringen bruker han også i talen.

Vi fester mer lit til personer som gir inntrykk av å vite hva de snakker om. Senderen styrker med andre ord sine sjanser til å overbevise dersom hennes etos bygger på både erfaring og kunnskap.

### Argumentasjon

Ser vi bak de gripende formuleringene og unnlater å la oss besnære av dem, kan vi undersøke argumentasjonen hans. Da oppdager vi at talen er satt sammen av en rekke påstander som det ikke føres bevis for i selve talen. Lytteren må godta påstanden om at Mississippi er en ørken som kveles av urettferdighet og undertrykkelse, og at afroamerikanere dømmes etter hudfargen, ikke etter hvordan de oppfører seg.

Disse påstandene er premissene talen bygger på og som Luther King går ut fra at lytterne er enige i. Hadde Luther King talt til en forsamling med overveiende hvite tilhørere, ville han kanskje ha valgt andre virkemidler. Vi kan si at talen er nøy tilpasset talesituasjonen han opptrådte i, der flesteparten av tilhørerne var afroamerikanere.

### Talende bilder

Det Martin Luther King gjør, er å vise tilhørerne talende bilder istedenfor å si direkte at de blir undertrykt. "Mississippi er en ørken som kveles av urettferdighetens hete" er et slikt bilde, en såkalt metafor. Tilhørerne kan lett forestille seg den kvelende varmen, og bildet gjør et mye sterkere inntrykk på dem enn om King bare hadde konstatert at Mississippi er et ulevelig sted der urettferdighet rår.

Martin Luther King  
Speech / video  
<http://ndla.no/nb/node/19510>

[Les og hør hele talen her](#)

Politikere må beherske retoriske virkemidler for å overbevise velgere og politiske motstandere.



Finanstalen i Stortinget 2011 / video  
<http://ndla.no/nb/node/106747>

I finanstalen på Stortinget begrunner finansminister Sigbjørn Johnsen regjeringens bruk av statens penger.

I reklametekster brukes mange retoriske knep.



Reklamefilmen: retorikk i praksis / video  
<http://ndla.no/nb/node/74606>

De mest vellykkede bildene skaper Luther King når han setter dem opp i antiteser, det vil si som kontraster eller motsetningspar. Se for eksempel på de parvise motsetningene i setningen "... a desert sweltering with the heat of injustice, sweltering with the heat of oppression, will turn into an oasis of freedom and justice." Dette virker overbevisende på tross av den enkle argumentasjonen. For du vil vel heller leve i en oase enn i en ørken, og du vil vel heller ha frihet og rettferdighet enn urettferdighet og undertrykkelse?

### Patos – det sterkeste grepet

Men talen fenger også i dag, løsrevet fra sin opprinnelige kontekst. Det er med andre ord ikke tilstrekkelig å peke på at King talte til mennesker som i utgangspunktet godtok premissene for talen. Det er ikke saksargumentene (logos) som overbeviser oss. Det gjør derimot det bilderike språket, de sterke kontrastene, den rettferdige harmen, det moralske alvoret og den suggererende rytmen.

Når talen i tillegg klinger så vakkert, skyldes det blant annet at enkelte lyder blir gjentatt mange ganger, slik som vislelydene (s, sj) og k-lydene i eksemplene nedenfor:

I krigspropaganda bruker partene retoriske virkemidler som appellerer til grunnleggende følelser.



Tysk postkort fra 1. verdenskrig.



Sovjetisk propagandaplakat for verdensrevolusjonen  
1922

Se flere eksempler i  
[Propagandagalleriet](#)

En tydelig rytme appellerer til følelsene våre:



Nordahl Grieg leser diktet 17. mai 1940 / audio  
<http://ndla.no/nb/node/75601>

*Mississippi is a desert sweltering ... injustice and oppression ..  
... judged by the color of their **skin**, but by the **content** of their **character**.*

På denne måten skaper King en tydelig rytme tilhørerne nesten umerkelig faller inn i. Med jevne mellomrom legger han også inn gode pauser, både som en del av rytmen og for å gi publikum anledning til å la ordene hans synke inn før han går videre. Alt dette gjør sitt til at publikum er med ham hele talen gjennom.

# Studier av mediekommunikasjon

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Amendor AS, Ragna Marie Tørdal

[Studier av mediekommunikasjon \(70510\)](#)



## Huskelappen

**Studier av *Agenda setting* har fokus på hvem som setter dagsorden for det media er opptatt av.**

**Brukerstudier ser på hvorfor folk bruker spesielle medier.**

**Kultiveringsteorier handler om hvordan mediene påvirker oss.**

## Mediestemmer



Robert Wallace Vaagan er førsteamanuensis ved Høgskolen i Oslo, der han underviser og forsker i medier og kommunikasjon.



Førsteamanuensis Robert Wallace Vaagan forteller at når man skal studere kommunikasjonsteori og hvordan medier fungerer i dag, er det ofte tre modeller som går igjen.

## Fokus på senderen.

En modell tar utgangspunkt i sendersiden i kommunikasjonsprosessen. Her er man opptatt av hvordan medier som fjernsyn, aviser og radio gjennom sine redaksjonelle valg av saker setter dagsorden for politikere og folkeopinjonen og vinkler sakene på bestemte måter. Denne modellen kalles *agenda setting* eller *framing* på engelsk.

Et eksempel på dette kan være at en avis skriver om en pasient i helsekø som føler seg urettferdig behandlet av sykehuset. Ved at personen får omtale i mediene og blir framstilt som spesielt syk og pleietrengende, er det større mulighet for at politikerne presses til å se nærmere på akkurat denne saken, i stedet for å tenke på alle de andre som også står i kø med samme lidelse.

De to andre modellene er mer opptatt av mottakersiden i kommunikasjonsprosessen.

## Brukerstudier

Den første av disse modellene, *brukerstudier*, setter søkelyset på hvorfor mediebrukere tør til bestemte medier framfor andre. Hvorfor bruker mange tiden sin på Facebook framfor å sitte foran TV-en? Svaret på dette er at vi bruker de mediene vi føler at vi får mest igjen for å bruke. Denne modellen benyttes ofte for å forklare at sosiale medier er blitt så populære.

### Kultiveringsteori

Den andre modellen som dreier seg om mottakersiden, er *kultiveringsteori*. Her er man opptatt av om personer kan få opparbeidet enkelte behov ved at de bruker bestemte medier over lengre tid. Mediene kultiverer, det vil si dyrker fram, visse holdninger og verdier ved gjentatt og langvarig påvirkning.

Voldelige filmer og dataspill er eksempler som ofte trekkes fram. For eksempel lurer forskerne på om personer som ser mye vold på fjernsyn eller i dataspill, også har lettere for å utøve vold i det virkelige liv.

Les mer om  
medieforskning

Er det sant at  
bloggerne setter  
dagsorden?

[Sosial  
mediekonvergens -  
den profesjonelle  
bloggeren](#)

Hvordan studere  
mediebruk?

Lær mer om  
brukerstudier og  
publikumsmålinger.

[Uses and  
Gratifications  
research](#)

# Oppgavesamling

## The Wall - en film om kommunikasjon

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[The Wall – en film om kommunikasjon \(132078\)](#)



Tid

30 minutter

Det tar 14 minutter å  
se filmen.

Vanskegrad

lett

Om filmen

*The Wall* (2012)

Norsk kortfilm

Manus og regi:  
Lars Klevberg

Foto:  
Audun G. Magnæs



## The Wall – en film om kommunikasjon / oppgave

[http://ndla.no/nb/node/132078](#)

### Oppgave

Se kortfilmen *The Wall*.

1. Beskriv miljøet handlingen foregår i.

2. Hvordan er stemningen i filmen?
3. Hva er det ved filmen som får deg til å oppleve stemningen akkurat slik?
4. Minner miljøet og stemningen i denne filmen deg om noe du ser i nyhetsbildet akkurat nå?
5. Dette er en film helt uten muntlig dialog. Hvordan foregår kommunikasjonen i filmen?
6. Hva skjer når gutten kaster den første flaska over muren?
7. Hvorfor deler gutten brødet opp i mange små biter?
8. Hva skjer på slutten av filmen?
9. Hva handler denne filmen egentlig om?

# Personlige meldinger før og nå

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg

[Personlige meldinger før og nå \(96045\)](#)



Mediebruk før og nå / video

<http://ndla.no/nb/node/90710>

## Oppgaver

1. Hva mener vi med begrepet "personlig kommunikasjon"?
2. Hva er en runepinne?
3. Hva står de tre bokstavene i betegnelsen SMS for?
4. På hvilken måte kan man si at runepinner og SMS har noe til felles?
5. Hvor mange SMSer ble sendt under OL på Lillehammer i 1994?
6. Hvor mange SMSer sender du i løpet av en dag, en uke, en måned eller et helt år?
7. Hvorfor er det slik at det man skriver i en SMS, fort kan bli misforstått av mottakeren?
8. Nevn eksempler på situasjoner der du har mottatt eller sendt en SMS som har ført til misforståelser.
9. Nevn årsaker til at folk sender en SMS de helst ikke skulle sendt.
10. Tenk deg at du har sendt en SMS til en venn der du var uhøflig og krass. Nå angrer du veldig og vil gjøre opp for deg. Hvordan vil du kommunisere at du er veldig lei deg? Hva vil du si?  
Hvilket kommunikasjonsmiddel og hvilken kommunikasjonsform vil du bruke?



Tid

1 time

Vanskegrad

lett

Ressurser



[IM \(lynmelding\) og SMS](#)

[Noen nyttige begreper](#)

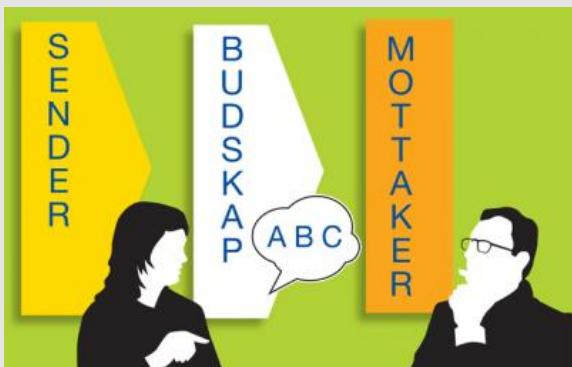
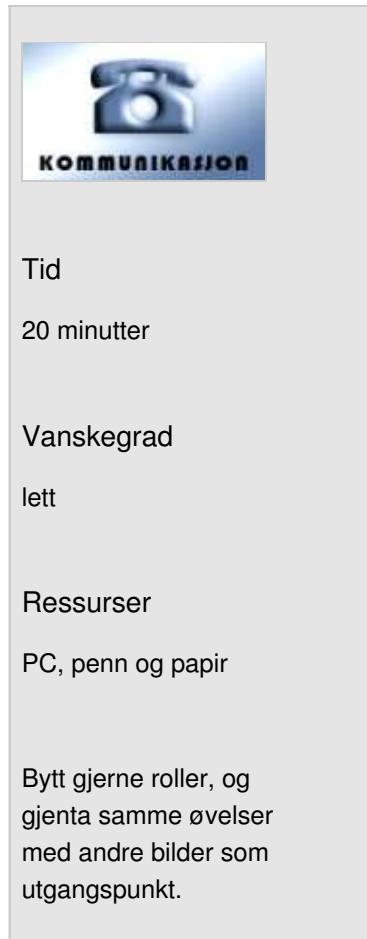
[Nettutstillingen Kyss meg](#)

fra Kulturhistorisk museum

viser hva en runepinne er, og hvordan de ble brukt.

## Enkel kommunikasjonsøvelse

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Enkel kommunikasjonsøvelse \(121056\)](#)

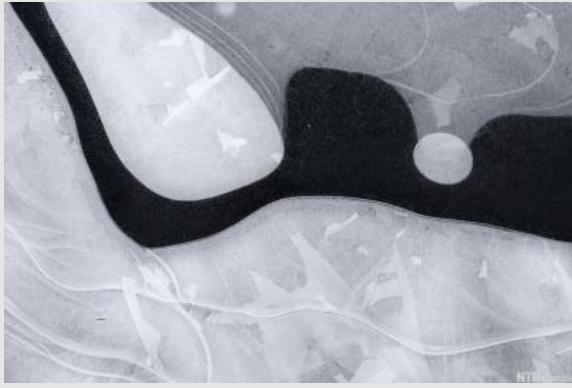


### Avsender og mottaker

Del klassen inn i grupper på to elever. I hver gruppe får en elev rollen som avsender og den andre eleven rollen som mottaker. Elevene plasseres med ryggen mot hverandre. Avsenderen ser på dataskjermen, mottakeren har kun penn og papir.

### Øvelse 1: Kommunikasjon uten tilbakemelding

Avsender åpner bildet nedenfor (bilde 1) og beskriver dette for mottakeren. Mottakeren tegner det bildet han får beskrevet slik han oppfatter det.



### Øvelse 2: Kommunikasjon med tilbakemelding

Avsender beskriver igjen samme bilde (bilde 1), men mottakeren har nå mulighet til å stille spørsmål og få svar på disse fra avsender. Mottakeren tegner et nytt bilde basert på denne informasjonen.



### Øvelse 3: Tegn med kjent betydning

Avsender åpner et nytt bilde (bilde 2) og beskriver dette for mottaker. Mottakeren tegner det bildet han får beskrevet slik han oppfatter det.



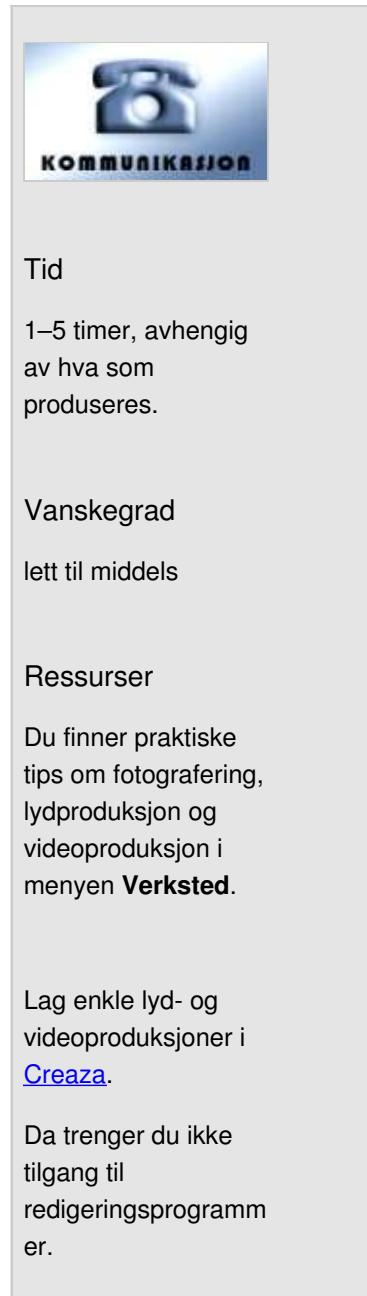
Sammenlign tegningene med de tre bildene.

1. Hva skjedde med oppfattelsen av bilde 1 da mottaker fikk mulighet til toveis-kommunikasjon?
2. Sammenlign tegningen av bilde 1 og bilde 2.  
Hvorfor var det lettere for mottakeren å oppfatte beskrivelsen av det siste bildet?

## Illustrer en kommunikasjonsmodell

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Illustrer en kommunikasjonsmodell \(121079\)](#)



Massekommunikasjon - når du behøver det / video  
<http://ndla.no/nb/node/119843>

Se videoen *Massekommunikasjon – når du behøver det*.

Oppdrag

Lag en medieproduksjon som illustrerer:

- prosessmodellen
- tekstmodellen

Produksjonen kan ha form av et fotografi, en lydproduksjon, en digital bildefortelling eller en videoproduksjon.

Del produksjonene med de andre i klassen, og gi hverandre tilbakemelding på form og innhold.

Hvilken produksjon kommuniser best?

# Refleksjonsoppgaver – kommunikasjon

Forfatter: Thomas Nupen, Ragna Marie Tørdal

[Refleksjonsoppgaver – kommunikasjon \(66685\)](#)

## Oppgave 1

Forklar begrepene nedenfor for den du sitter ved siden av i klasserommet. Be deretter vedkommende formulere det han/hun har lært av deg med egne ord.

- personlig kommunikasjon
- massekommunikasjon
- mediert kommunikasjon



Tidsbruk

Oppgave 1: 10 min

Oppgave 2: 15 min

Oppgave 3: 15 min

## Egenvurdering

### Oppgave 1

– Har du forstått begrepene godt nok til å kunne forklare dem for andre?

– Klarte du å formulere deg godt nok til at sidemannen din oppfattet hva begrepene betyr?

## Ressurser

[15 måter å slå opp med kjæresten på](#)

## Oppgave 2

Hvordan har du kommunisert med omgivelsene i dag?

Ta for deg hele dagen, fra du stod opp i morges og frem til nå.

- Hvem har du kommunisert med?
- Hvordan har du kommunisert?
  - gjennom personlig kommunikasjon?
  - gjennom massekommunikasjon?
  - gjennom mediert kommunikasjon?
- Hvilke medium har du brukt i kommunikasjonen?
- Har du opplevd å bli misforstått?  
I tilfelle ja, hva tror du grunnen var til det?

## Oppgave 3

Diskuter i klassen:

Er det greit å gjøre det slutt med kjæresten på Facebook?

Begrunn standpunktet ditt ut fra det du nå vet om kommunikasjonsteori.

# Lag en animasjon

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Lag en animasjon \(71928\)](#)



## Lag en animasjon / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/71928>

Over ser du eksempel på en enkel kommunikasjonssituasjon framstilt ved hjelp av verktøyet *GoAnimate*.

### Oppgave

1. Tegn en skisse som fremstiller en tenkt kommunikasjonssituasjon mellom en sender og en mottaker.
2. Lag en animasjon ved hjelp av verktøyet *GoAnimate* som viser hvordan kommunikasjonsprosessen foregår.
3. Dersom du er fornøyd med resultatet, kan du dele det med oss på NDAs delingsarena (se verktøyfanen).



Tidsbruk

1 skoletime

### Ressurser



GoAnimate for schools

[GoAnimate.com](#)

### Egenvurdering

- Har bildefortellingen din en god struktur?
- Har du klart å utforme animasjonen slik at mottakerne oppfatter budskapet ditt?

# Analyser din egen kommunikasjonsstil

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyser din egen kommunikasjonsstil \(121504\)](#)



Tid

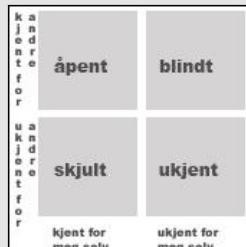
30 minutter

Vanskegrad

middels

Ressurser

Firefeltsskjemaet  
*Joharis vindu* ble  
utviklet på 1950-tallet  
av psykologene  
Joseph Luft og  
Harrington Ingham.



Joharis vindu / video <http://ndla.no/nb/node/116755> Oppgave 1



Lytt til videoforelesningen om *Joharis vindu*.

- Hva er grunnbetydningen av ordet "kommunikasjon"?
- Hvilke forutsetninger må være til stede for å oppnå god kommunikasjon?
- Hva ligger i begrepet "vårt offentlige selv"?
- Hva ligger i begrepet "vårt hemmelige rom"?

## Oppgave 2

Bruk firefeltsskjemaet *Joharis vindu* til å analysere din egen kommunikasjonsstil. Vær ærlig mot deg selv.

- Er du en åpen person, en spørrende person, en synser eller en musling?
- Hvilken kommunikasjonsstil ønsker du egentlig å ha?
- Hvilke sider av deg selv må du, ifølge *Joharis vindu*, utvikle for å endre kommunikasjonsstilen din?

# Massekommunikasjon og tilbakemeldinger

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Massekommunikasjon og tilbakemeldinger \(121480\)](#)


Tid
Oppgave 1 og 2: 1 time
Oppgave 3: 1 time
Oppgave 4: 1 time
Vanskegrad middels



Tidligere var massekommunikasjon i stor grad enveiskommunikasjon. Ny teknologi gjør det i dag enklere for mottakerne å gi tilbakemelding på det de ser, hører og leser.

## Oppgave 1

Studer papirutgaven av regionsavisa på hjemstedet ditt.

- I hvilken grad oppfordres leserne til å komme med tilbakemeldinger på redaksjonelt stoff?
- Hvor mye plass har avisasatt av til tilbakemelding fra leserne?
- I hvilken grad påvirker tilbakemelding fra leserne det redaksjonelle innholdet i papiravisa?

## Oppgave 2

Studer nettutgaven av regionsavisa på hjemstedet ditt.

- I hvilken grad oppfordres leserne til å komme med tilbakemeldinger på redaksjonelt stoff?
- Hvor mye plass har avisasatt av til tilbakemelding fra leserne?

- I hvilken grad påvirker tilbakemelding fra leserne det redaksjonelle innholdet i nettavisa?

### Oppgave 3

Velg en direktesending på den radiokanalen du liker best.

- I hvilken grad oppfordres lytterne til å komme med tilbakemeldinger underveis i programmet?
- Hvordan kommenterer programlederen disse tilbakemeldingene?
- I hvilken grad påvirker tilbakemelding fra lytterne innholdet i programmet?

### Oppgave 4

Velg en sportssending (direktesending) eller en politisk debatt på TV 2 eller NRK Fjernsynet.

- I hvilken grad oppfordres seerne til å komme med tilbakemeldinger underveis i programmet?
- Hvordan kommenterer programlederen disse tilbakemeldingene?
- I hvilken grad påvirker tilbakemelding fra seerne innholdet i programmet?

## Prosessmodell eller tekstmodell?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Prosessmodell eller tekstmodell? \(121541\)](#)



Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

Videoforelesninger om kommunikasjonsmodellene.



**Prosessmodell  
eller  
tekstmodell? /  
oppgave**

<http://ndla.no/nb/node/121541>



**Prosessmodell  
eller  
tekstmodell? /  
oppgave**

<http://ndla.no/nb/node/121541>



## Oppgave 1

Når vi studerer kommunikasjon, kan vi nærme oss fenomenet på ulike måter.

- Forklar i korte trekk forskjellen mellom prosessmodellen og tekstmodellen.
- Hva legger kulturfilttermodellen mest vekt på?

## Oppgave 2

Ovenfor ser du to medieuttrykk (klikk på bildene for å se større versjoner).

- Hvilket medieuttrykk egner seg best for en analyse basert på prosessmodellen? Begrunn svaret.
- Hvilket medieuttrykk egner seg best for en analyse basert på tekstmodellen? Begrunn svaret.

## Oppgave 3

Lag en analyse av det medieuttrykket du har valgt å studere, i lys av tekstmodellen.

## Oppgave 4

Lag en analyse av det medieuttrykket du har valgt å studere, i lys av prosessmodellen.

# Kommunikasjon på nettet

Forfatter: Thomas Nupen, Ragna Marie Tørdal

[Kommunikasjon på nettet \(66717\)](#)

Oppgave: Analyser nettstedet ndla.no

Gå inn på førstesida til nettstedet *ndla.no*. Bruk prosessmodellen til å analysere måten denne sida kommuniserer på.

- Hvem er avsender?
- Hvordan kan du finne ut hvem avsenderen faktisk er?
- Hvem er mottaker/mottakere av denne sida?
- Er nettsida godt tilpasset mottakergruppen? Hvorfor? / Hvorfor ikke?
- Hvilket formål har denne nettsida?
- Hvilken kanal formidles budskapet gjennom?
- Stiller denne kanalen bestemte krav til måten budskapet blir formulert på?
- Hvilke konnotasjoner skaper forsidebildet og de fargene som er brukt på nettsida?
- Er det noe ved måten denne nettsida er utformet på, som du opplever som støy? Begrunn svaret.
- Hvilken effekt tror du denne nettsida har?

Del gjerne vurderingen din med andre brukere på NDLA Arena.



Tidsbruk  
1 time

Ressurser  
[Nettstedet ndla.no](#)

Egenvurdering  
– Har du forstått og  
brukt begrepene  
*sender, mottaker,*  
*kanal, effekt* og *støy*  
på en riktig måte i  
teksten din?

## Fra ikon til verbaltekst

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Fra ikon til verbaltekst \(66724\)](#)



Fotograf: [Johnny Syvertsen](#)

### Fra ikon til tekst

I Oslo utplasseres det nå 100 nye, røde betalingstelefoner som gir brukerne bedre betalingsmuligheter. Informasjonstavla formidler et budskap kun ved hjelp av ikoner.

Lag en tekst der du formidler det samme budskapet ved hjelp av ord og setninger.

Hvilken begrensning har teksten din når det gjelder å kommunisere med ulike mottakere, sammenlignet med den ikonbaserte teksten på bildet?



Tidsbruk  
10 min

Egenvurdering

- Har du fått med all nødvendig informasjon i teksten din?
- Er teksten formulert slik at mottakerne forstår hva du mener?
- Har du vurdert hvilken effekt teksten din vil ha for ulike mottakere (barn, voksne, personer som ikke er oppvokst i Norge)?

# Kommunikasjon og identitetsmarkører

Forfatter: Hans Petter Overvoll, Ragna Marie Tørdal

[Kommunikasjon og identitetsmarkører \(82336\)](#)



Tidsbruk

2 timer

Vanskegrad

middels

Egenvurdering

- Har du studert bildene grundig slik at du kan begrunne måten du tolker bildene på?

- Er bildeutvalget du selv har gjort, mangfoldig og spennende?

- Er tekstene og/eller lydkommentarene dine informative, slik at andre kan lære noe av presentasjonen din?





SCANPIX



SCANPIX



SCANPIX

## Oppgave

Klær, hårfrisyre, jakkemerker og tatoveringer er eksempler på måter å kommunisere på.

Hvilke signaler vi ønsker å sende til omverdenen, er avhengig av hvem vi mener vi er,

hvor vi befinner oss, og hvem vi er sammen med.

1. Studer de sju bildene i slideshowt.  
Hva forteller de om identiteten til personene på bildet?  
Hvilke elementer er det som skaper det inntrykket du har av personene?
2. Lag en presentasjon (for eksempel i PowerPoint) eller en fotofortelling (for eksempel i Photostory) der du viser fram bilder av ulike måter å kommunisere med omgivelsene på. Legg gjerne til korte tekster eller lydklipp som forklarer hva bildene forteller om mellommenneskelig kommunikasjon.

## Retorisk blikk på en reklameannonse

Forfatter: Marion Federl

[Retorisk blikk på en reklameannonse \(60727\)](#)

### Oppgave

Analysér annonsen fra Lerum



Reklameannonse for Lerum eplemost

Klikk på annonsen for å få sett den i fullformat.

Du får først opp et lite bilde med et forstørrelsesglass plassert nederst til høyre.

Klikk på forstørrelsesglasset for å få fullskjermvisning.

### Oversikt over teksten

Den retoriske situasjonen: Hvem sier hva til hvem, hvor, når, hvordan og hvorfor?

- Hvilken sjanger er dette?
- Hvor finner vi til vanlig denne typen tekst?
- Hva er formålet med teksten?
- Hva er produktet som skal selges?
- Hvilken egenskap ved produktet er det annonsen fokuserer på?  
(Kjøp Lerum eplejus fordi ...)
- Hva er målgruppa for teksten?
- Finn informasjon om sender på Internett (lerum.no). Hva produserer bedriften? Hvor holder den til?

### Nærlesing

Beskriv de enkelte delene annonsen er satt sammen av.

### Hovedbildet

- Hva er blikkfangen?
- Hva er plassert i forgrunnen?
- Beskriv bakgrunnen. Hva viser den?

## Tittel (overskrift)

- Hva kan sies å være overskriften i annonsen?
- Hva slags informasjon gir den?
- Hva slags tone skapes gjennom ord og skrifftyper?

## Brødtekst

- Hvor er den plassert?
- Hvilken målform er brukt?
- Hva slags faktainformasjon gir brødteksten?
- Hva slags løfter gir den? (Ta også med teksten som står nederst på selve juspakningen.)

## Logo og slagord

- Hvor ofte vises Lerum-logoen?
- Hva er slagordet til Lerum?
- Hva slags inntrykk av sender gir slagordet?

## Fargebruk

- Hvilken farge er den mest øynefallende i annonsen?
- Hvilken informasjon er det som framheves ved hjelp av denne fargen?
- Hvilke farger er det mest av i annonsen? Er det kjølige eller varme farger?

## Argumentasjonen i annonsen

Undersøk hvordan bilder, tekst og grafiske virkemidler brukes til få sender til å framstå som troverdig, til å gi saksinformasjon og til å appellere til følelsene hos leseren.

### Etos: senders troverdighet

- Hvordan prøver sender å framstå i annonsen?
- Hvordan bidrar tekst, bilder og grafiske virkemidler til å skape dette inntrykket av sender?

### Logos: direkte argumentasjon

- Hvor mange etterprøvbare fakta finner vi i annonsen?
- Hva er påstander som ikke kan etterprøves?
- Hva kan få oss til å godta påstandene likevel?

### Patos: appell til følelsene

- Hvorfor blir varen plassert sammen med friske epler?
- Hva er det landskapet som vises i bakgrunnen, skal fortelle om varen?
- Hvorfor gjentas motivet vi ser på hovedbildet, også på juskartongen?
- Hvordan bidrar fargevalget i annonsen til å understreke salgsbudskapet?
- Hvilke språklige virkemidler bruker sender for å skape et positivt inntrykk av varen?

## Oppsummering

- Hvilken type argumentasjon finner du minst av?
- Hvilken type argumentasjon dominerer?
- Er argumentasjonen i annonsen gjennomarbeidet slik at både tekst og bilder formidler et entydig og virkningsfullt reklamebudskap? Med andre ord: Er dette en vellykket tekst, retorisk sett?



# Retorisk blikk på reklamefilm

Forfatter: Marion Federl

[Retorisk blikk på reklamefilmer \(60639\)](#)

## Oppgave 1

Analyse av en reklamefilm



Saftbygda Lerum / video

<http://ndla.no/nb/node/46012>

### Analysér filmen

Videokippet ovenfor er en reklamefilm for den norske bedriften Lerum. Se filmen og arbeid deretter med spørsmålene.

#### 1. Den retoriske situasjonen: Hvem sier hva til hvem, hvor, når, hvordan og hvorfor?

[Hent fram spørsmålene](#)

- Hvilken filmsjanger er dette?
- Hvor møter vi denne typen filmer?
- Hva er formålet med filmen?
- Hva er produktet filmen handler om? Hva skal selges?
- Hva er målgruppa for filmen?
- Finn informasjon om sender på Internett (lerum.no). Hva produserer bedriften? Hvor holder den til?

#### 2. Form og innhold i filmen

#### Handlingen i filmen

3.

- Hva slags omgivelser utspringer handlingen seg i?
- Beskriv kort scenene som er tatt med i filmen.
- Hva slags inntrykk får vi av menneskene og av livet i "saftbygda"?
- Hva blir ikke vist, tror du?
- Er det virkelighet eller fiksjon vi får se her?

#### Fortelleren i filmen

- Hva er faguttrykket for bruk av fortellerstemme i en film?
- Hvem tilhører fortellerstemmen i filmen?
- Hvor kommer fortelleren fra? Hva slags talemål bruker hun?
- Hvorfor er nettopp denne personen valgt til forteller, tror du?

#### Produktets "personlighet"

- Hva er "Lerum-Imagen"? Hvilke egenskaper og verdier skal forbrukerne knytte til Lerum-merket?

#### 4. Argumentasjonen i filmen: etos, logos og patos

- Hva er det sender satser *mest* på i denne filmen – å bygge opp sin troverdighet (etos) og appellere til følelsene (patus), eller å gi saksinformasjon (logos)? Grunngi svaret.
- Forklar *hvordan* sender bruker disse virkemidlene for å bygge opp troverdighet, vekke følelser og/eller informere:
  - utvelging av scener og miljø i filmen
  - fortellerstemme
  - humor
  - musikk
  - eventuelt andre virkemidler

## Merkevarebygging

### Fordypningstekst

Merkevareprodusenter vil gjerne at vi skal knytte bestemte positive egenskaper til produktene deres. Det er gjerne én egenskap ved produktet som framheves, og dette gjøres konsekvent og over tid.

Sportsdrikkprodusenten Red Bull er et godt eksempel: Bedriften er sponsor for en rekke "tøffe" idretter som ishockey, amerikansk fotball og basehopping. Den har også avtaler med kjente idrettsutøvere innen disse idrettene. Slik skapes et bilde av Red Bull som sportsdrikken til de tøffeste og beste idrettsutøverne, og da er det lett å trekke konklusjonen at Red Bull faktisk også er den beste drikken. Og vil vi selv framstå som litt tøffe, kan vi for eksempel drikke en boks med Red Bull – gjerne mens andre kan se oss.

### Miljøets funksjon i reklamen

I reklameannonser og -filmer har omgivelsene eller miljøet en vare blir plassert i, en sentral funksjon. Evergood kaffe, for eksempel, skal framstå som litt eksklusiv og blir derfor alltid presentert i litt gammeldags, luksuriøse omgivelser. Vi vet selvsagt alle at den vesle hybelen vår ikke blir forvandlet til noe slott selv om vi drikker aldri så mye Evergood kaffe, og at vi heller ikke blir dristige basehoppere eller storkjeftede skistjerner av å drikke Red Bull. Men grepene fungerer likevel.

### Smitteeffekt

Hjernen vår tror nemlig at når to ting inntreffer (omtrent) samtidig og på samme sted, må det være en logisk sammenheng mellom dem. Dette fenomenet kalles *kontiguitet* i læringspsykologien. Ordet kan oversettes med "berøring, naboskap". Inntryket vårt av omgivelsene som et produkt blir plassert i, "smitter over" på produktet. Denne smitteeffekten utgjør en viktig del av argumentasjonen i reklamen. Argumentasjonsmåten er *indirekte* fordi det er leseren eller tilskueren som oppretter sammenhengen mellom miljø og vare i sitt eget hode.

### Etos og patos

Den som vil skape en merkevare, må bygge opp tillit (etos) og skape en følelsesmessig tilknytning til produktet (patos). Produktet skal få oss til å føle oss bedre eller lykkeligere. Vi føler oss spesielle når vi sitter i en Ferrari, selv om den i prinsippet ikke er noe annet enn en bil. Og Red Bull har åtti prosent av markedet for sportsdrikker, selv om de fleste andre drikkene av denne typen sannsynligvis gjør akkurat samme nytten. Men de er kanskje ikke like *tøffe*.

Den direkte argumentasjonen, *fakta*, får liten plass i moderne reklame. Ikke fordi kvalitet og nytteverdi er uviktig, men fordi det finnes så mange produkter på markedet at kvalitet alene ikke holder som salgsargument – og fordi vi forbrukere lar oss styre av følelsene våre i langt større grad enn vi gjerne vil innrømme.

## Oppgave 2

Analysér to korte reklameinnslag.

Gå på [nettsidene til Lerum](#) og velg ut to korte reklameinnslag. Gjør rede for

- den korte fortellingen eller episoden som skildres i innslaget
- etos, patos og logos: hvordan sender bygger opp sin troverdighet, hvordan innslagene appellerer til følelsene og hvordan fakta blir formidlet
- hvordan innslaget bygger opp under merkevaren Lerum

### Oppgave 3

Analysér en lengre reklamefilm.

Ta for deg reklamefilmen [Lærerinnet](#) fra Tine og analyser den. Gjør rede for

- den retoriske situasjonen
- innhold, budskap og virkemiddelbruk i filmen
- hvordan innhold og virkemidler bygger opp senderens troverdighet (etos), appellerer til følelsene hos tilskuerne (patos) og gir informasjon om varen (logos)

## Retorikk i nyttårstaler

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Retorikk i nyttårstaler \(100871\)](#)

### Oppgave 1



#### Retorikk i nyttårstaler / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/100871>

Lag en retorisk analyse av statsministerens nyttårstale 1. nyttårsdag 2012.

- Hvilke tema tar statsministeren opp?
- Hvilke retoriske virkemidler bruker han i talen?
- Hva forteller kroppsspråket i denne kommunikasjonssituasjonen?

### Oppgave 2



Tid

5 timer eller mer  
(prosjektoppgave)

Vanskegrad

vanskelig

Kontekst

Oppgaven kan brukes tverrfaglig eller som fordypningsoppgave. Inngå gjerne et samarbeid med en eller flere nordiske skoler, og løs oppgaven i fellesskap.

#### Retorikk i nyttårstaler / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/100871>

Sammenlign valg av tema og retoriske virkemidler i Jens Stoltenbergs tale med nyttårstalen til den danske statsministeren Helle Thorning-Schmidt. Tekstversjon: [Statsminister Helle Thorning-Schmidts nyttårstale den 1. januar 2012](#)

Hva er likt? Hva er forskjellig?

Ressurser

[President Tarja Halonens nyårstale 2012](#)

### Oppgave 3



Det har oppstått en feil i  
avspillingen. Prøv igjen senere

[Schmidts nytårstale  
2011/2012](#)

#### Tips for talere

Mina Gerhardsen  
skriver taler for Jens  
Stoltenberg. Hun har  
tips til



Taleskriving / video  
<http://ndla.no/nb/node/73748>

#### Tenk gjennom:

- Formålet med talen
- Hvilket tema vil du snakke om?
- Hva vil du si?
- Hvilken rekkefølge skal momentene komme i?
- Hvilke virkemidler vil du bruke i framføringen?

#### Gjør jobben:

- Utform teksten
- Lær talen utenat
- Hold talen

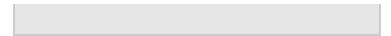
#### Eksempel

Nyttårstale skrevet,  
framført og filmet av  
nordiske elever i  
prosjektet [Nordit](#) :



**Retorikk i  
nyttårstaler /  
oppgave**

<http://ndla.no/nb/node/100871>



Sammenlign retorikken om *det nasjonale* i den norske kongens nyttårstale 31.12.2011 med nyttårstalene eller juletalene til andre nordiske statsoverhoder samme år.

Hva er likt? Hva er forskjellig?

#### Oppgave 4

Sammenlign hvordan



#### Nasjonsbygging / video

<http://ndla.no/nb/node/56332>

har kommet til uttrykk i den norske kongens nyttårstale i historisk perspektiv. For eksempel kan du ta utgangspunkt i:

- [Kong Haakon VIIIs nyttårstale 1945](#)
- [Kong Olav Vs nyttårstale 1989](#)
- [H.M. Kong Haralds nyttårstale 1995](#)
- [H.M. Kong Haralds nyttårstale 2011](#)

#### Oppgave 5

Tenk deg at du er statsminister eller konge i Norge. Skriv manus til nyttårstalen ved neste årsskifte. Hva vil du legge vekt på? Hvilke retoriske virkemidler vil du bruke?

Velg ut tre taler som skal framføres muntlig i klassen. En gruppe gjør videooppakt av talene. De øvrige elevene lager en retorisk analyse av de tre talene.

Avslutt med å vise talene på storskjerm. Del resultatene fra den retoriske analysen med resten av klassen.

# Lyrikk, retorikk og politikk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Lyrikk, retorikk og politikk \(106805\)](#)



Finanstalen i Stortinget 2011 / video

<http://ndla.no/nb/node/106747>

## Oppgave 1

Talesituasjonen



Nedenfor finner du noen ressurser du kan bruke når du løser oppgavene.

### Video

Introduksjonsvideo som forklarer begrepene ethos, logos og patos:



Hva er retorikk? / video

<http://ndla.no/nb/node/77361>

(Klikk på ikonet nederst til høyre for fullskjermvisning.)

### Artikkel

En lengre artikkel for deg som ønsker litt fordyppning i temaet:

[Retorikk: kunsten å overbevise](#)

Når statsbudsjettet legges fram, holder finansministeren en finanstale i Stortinget. Lytt til utdraget fra finansminister Sigbjørn Johnsens tale til Stortinget i 2011.

1. Hva er et statsbudsjett? Forklar kort.
2. Hva tror du er formålet med denne talen? Hva vil taleren oppnå?
3. Er talesituasjonen formell eller uformell? Forklar.
4. Hvem er tilhørerne? Kan det hende at de har ulike holdninger og forventninger til talen de skal høre?

## Oppgave 2

Etos: talerens troverdighet

En taler bygger opp troverdighet (etos) på flere måter. Vurder hvordan følgende forhold kan styrke eller svekke Sigbjørn Johnsns troverdighet i denne konkrete situasjonen:

- klesdrakt
- stilling
- partitilhørighet
- alder og erfaring
- muntlige ferdigheter
- dialektbruk

Kanskje du kommer på flere forhold som kan påvirke troverdigheten til Johnsen?

## Oppgave 3

Logos: argumentasjon

En taler overbeviser også gjennom selve saken (logos), det vil si gjennom argumentene han framfører. Hvilke fakta og antakelser er det Johnsen trekker fram for å forsøre de valgene regjeringen har gjort i statsbudsjettet?

## Oppgave 4

Patos: følelsesappell

Alle ord vekker følelser hos tilhørerne. Derfor vil en erfaren taler tenke godt gjennom hvordan han ordlegger seg. Se nærmere på hvordan Sigbjørn Johnsen uttrykker seg.

1. Språklig bilder (sammenlikninger, metaforer, besjeling osv.) gjør det lettere å forstå vanskelige og abstrakte temaer.
  - Hvilke sammenlikninger og bilder bruker Sigbjørn Johnsen i talen sin?
  - Hva slags følelser vekker disse bildene hos deg?
  - Virker bildebruken overbevisende?
2. I talen siterer finansministeren diktet [Se oftere mot nord](#) av den norske lyrikeren Rolf Jacobsen.
  - Hva sier dette diktet om Norge som land?
  - Hvorfor tror du Sigbjørn Johnsen bruker dette diktet i talen sin? Hva ønsker han å formidle gjennom diktet?
3. Sigbjørn Johnsen bruker sin egen dialekt både i mediene og på Stortingets talerstol. Reagerer vi som tilhørere annerledes på noen som bruker dialekt enn på noen som snakker et normalisert talemål? Hva tror du?

# Hva kan du nå?

## Spill MediAlias

Forfatter: Øyvind Høie

[Spill MediAlias: Kommunikasjon \(68909\)](#)

**MediAlias er et spill som tester om du kan begrepene i dette kapittelet.**

**(NB! Oppdater nettsida dersom oppgaveteksten ikke vises.)**

**Viktig! Les dette før du starter spillet:**

Slik spiller du MediAlias



MediAlias (spill) / flashnode

<http://ndla.no/nb/node/68912>

# Repetisjonsøvelse

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Repetisjonsøvelser kommunikasjon \(82649\)](#)

## Forslag til repetisjonsøvelse

Bruk verktøyet *Samskrive* under verktøyfanen til å repetere fagstoffet i temabolken *Fra sender til mottaker*.

1. Lag grupper i klassen med fire elever i hver gruppe.
2. Start samskrivingsverktøyet og sett gruppemedlemmene i kontakt med hverandre (se instruksjonsvideo).
3. Elev 1 skriver et spørsmål fra lærestoffet i samskrivingsdokumentet.
4. Elev 2 skriver ned svaret på spørsmålet i samskrivingsdokumentet.
5. Elev 3 vurderer i hvilken grad svaret er korrekt eller utfyllende nok, og kommenterer svaret i samskrivingsdokumentet.
6. Elev 4 stiller nytt spørsmål i samskrivingsdokumentet.
7. Elev 1 svarer på spørsmålet, elev 2 kommenterer svaret osv. På denne måten rullerer rollene i gruppen. Husk: Bruk tida mens de andre skriver til å forberede neste spørsmål. Det blir snart din tur til å spørre!
8. Hold på slik til dere har repetert alt dere skal kunne om kommunikasjon.
9. Gå gjennom teksten til slutt og bli enig om en felles repetisjonstekst som oppsummerer det læreplanen sier dere skal kunne om temaet kommunikasjon.

Slik bruker du verktøyet samskriving. ndla.no

NB! Du må klikke på fullskjermikonet for å kunne følge med i instruksjonen.



Ressurser

Verktøy

[Samskriving.ndla.no](#)

Læreplaner

[Kompetanse mål for  
medie- og  
informasjonskunnskap  
1](#)



Introduksjonsvideo for samskriving på NDLA / video

<http://ndla.no/nb/node/67600>

# Mediehistorie

## Internasjonal mediehistorie

### Internasjonal mediehistorie (interaktiv)

Forfatter: Øyvind Høie, Ragna Marie Tørdal  
[Internasjonal mediehistorie \(118024\)](#)



Klikk på bildet for å starte applikasjonen

#### Historier om medienes utvikling

Mediehistorien er fortellingen om hvordan mennesker har kommunisert med hverandre gjennom tusener av år ved hjelp av ulike teknologier, og historien om hvordan denne teknologien har blitt utviklet og stadig er i utvikling.

Medieteknologien former den kulturen som bruker den. Mediehistorien er derfor et viktig bidrag både til å forstå historiske hendelser, og til å forstå den verden vi lever i i dag.

Bli med på en spennende reise gjennom ti tidsepoker!

NB! Tekstmaterialet er også publisert som rene fagartikler for lytting og utskrift.



Mediehistorier

**Applikasjonen**  
*Mediehistorier* er  
spesielt tilpasset  
nettnett og mobil.

**Visningen starter når  
du trykker på bildet.**

Lytt til teksten

1. [Røtter](#)
2. [Boktrykk](#)
3. [Avisen](#)
4. [Telekommunikasjon](#)
5. [Fotografiet](#)
6. [Radio](#)
7. [Filmen](#)
8. [Fjernsynet](#)
9. [Datamaskinen](#)
10. [Internett](#)

## Kapitteltekster til lytting og utskrift

### Røtter

Forfatter: Øyvind Høie

[Røtter \(117987\)](#)



Medier i utvikling.

Utskriftsvennlig og lyttevennlig versjon av kapittelet "Røtter".

#### Hukommelsens byggesteiner

Tolv år gamle Maria de Sautuola var den første som kikket opp i taket. Hele familien var på oppdagelsesferd i en hule på eiendommen deres ved Altamira i Nord-Spania. I lyset fra lommelykten så de nå flokker med livaktige bøfler, hester og andre dyr malt med røde, gule og sorte farger rett på fjellveggen. Nyere undersøkelser anslår dem til å være omkring 15 000 år gamle. Marias oppdagelse regnes som et av de største arkeologiske funn i moderne tid.

Det ser ut til at menneskets hjerne gjennom evolusjonshistorien har spesialisert seg på å kjenne igjen og huske bilder. Allerede i 1890 kunne psykologene påvise at det var bilder, ikke ord, som dannet byggsteinene i hukommelsen. Senere forskning har bekreftet at det er mye mer sannsynlig at vi husker et begrep som vi får presentert gjennom bilder, enn gjennom ord.

Den tidligste visuelle kommunikasjonen vi kjenner, er symboler. Det kunne være steinsirkler og graver i landskapet, eller små skulpturer eller utskjæringer.

Omkring 3500 f.Kr. finner vi de første trykte bildene. Det var mønstre og symboler skapt ved å rulle «stempler» over våt leire eller tekstiler.

I Kina og Japan skar de ut buddhistiske bilder i treblokker og trykte dem på silke før 400 e.Kr. Et par hundre år senere ble bildene kombinert med tekst. Midt på 1300-tallet ble tresnittet tatt i bruk i Europa.

De katolske kirkene var rikt utsmykket med skulpturer, relieffer, mosaikker, glassmalerier og malerier på mur, tre og lerret. For menigheten, hvor de fleste ikke kunne lese og heller ikke hadde tilgang til bøker, var det bildene som ga dem et innblikk i den kristne forestillingsverdenen. Bildene på kirkeveggen var datidens tegneserier.

Mange av de første trykte bøkene var bildebøker. Men stadig flere lærte å lese, og skriften overtok forrang. Reformasjonen fjernet bildene i kirkene. Først med fotografiet, filmen og fjernsynet har bildet overtatt som kommunikasjonsbærer. Vi kan igjen si at vi lever i en visuell kultur.

#### Skriften blir til

Thamus var konge i en by i Egypt. En dag kom guden Thoth på besøk. Thoth hadde funnet opp mye nytt, som tall, regning, geometri, astronomi og skrift. Nå viste han dem fram for kong Thamus og ville at de skulle gjøres kjent for alle egyptere.

Thoth la dem fram en etter en. Om skriften sa han at den kom til å forbedre både visdommen og minnet til egypterne. Men kongen svarte at det stikk motsatte kom til å skje. De som lærte å skrive, ville slutte å bruke hukommelsen og bli glemsomme. De ville samle mye informasjon, men uten å bli klokere.

Det var den greske filosofen Sokrates som ifølge Platon fortalte denne historien. Den viser hvordan de som representerte den muntlige kulturen, følte seg truet av den nye teknologien, skriften.

I hundretusener av år har menneskene snakket sammen. De store fortellingene i «Det gamle testamentet» og i «Odysseen» ble gjenfortalt fra århundre til århundre før de ble skrevet ned. Det ser faktisk ut til at mennesket er født med naturlige evner for språk, i motsetning til de fleste andre arter. Hjernen har egne områder som er spesialisert for språk.

Lesing og skriving er derimot ikke evner vi er født med. Skriftspråket er en teknologi som må læres. Derfor var det i begynnelsen beholdt den sosiale eliten. Det vokste fram av behovene til administrasjon og handel i de store rikene i elvekulturene i Midtøsten noen tusen år f.Kr. Det begynte som enkle symboler og piktogrammer, og utviklet seg til et fleksibelt system av tegn som kunne settes sammen til ord og setninger.

I mediehistorien kan vi se at teknologi ikke er en nøytral kanal, men at den former kulturen som bruker den. Da menneskene begynte å skrive, førte det til en endring i måten de tenkte på. I en tekst følger en setning etter den forrige i en logisk rekkefølge, en idé utvikles fra en begynnelse til en konklusjon, en tanke fra en annen tekst kan hentes opp og videreføres. Tiden, som i den muntlige kulturen ble opplevd som en sirkel, en evig gjentakelse, ble til en tidslinje. Ritualene og mytene, som du har fått et glimt av hvis du har sett «Ringenes herre» eller «Harry Potter», gikk etter hvert tapt.

## Boktrykkerkunsten

Forfatter: Øyvind Høie

[Boktrykk \(118064\)](#)



Medier i utvikling.

Utskriftsvennlig og lyttevennlig versjon av kapittelet om boktrykkekunstens historie.

### En oppfinnelse som forandret verden

Du har kanskje hørt at det var Johann Gutenberg som oppfant trykkekunsten. Det er ikke helt korrekt.

Ideen stammer som så mye annet fra Kina. Det var der de først fant på å skjære ut speilvendte tegn på små blokker, sette dem sammen til linjer og sider, smøre dem inn med farge og presse dem mot papir. Et av problemene var at deres blokker var laget av tre og ble veldig fort slitt ned.

Gutenberg var gullsmed, og klarte etter mye prøving og feiling å utvikle en teknikk som gjorde det mulig å støpe bokstavene i metall. Dermed kunne han trykke mange flere eksemplarer av de sidene han hadde satt sammen. Etterpå kunne han plukke bokstavene fra hverandre og bruke dem om igjen til nye sider.

Det skulle mange forskjellige fagfolk til for å trykke ei bok: skriftstøpere, setttere, trykkere og bokbindere. Gutenberg samlet dem alle sammen i ett verksted. Han etablerte dermed en bedrift for masseproduksjon av trykksaker i en form som har eksistert helt til våre dager.

I 1456 kunne Gutenberg lansere sin aller første trykte bok, naturlig nok en bibel, antakelig i et opplag på beskjedne 120 eksemplarer. Boka var nesten helt lik en håndskrevet utgave. Bokstavene var gotiske akkurat som de munkene i klostrene skrev med, sidene hadde samme spaltebredde og linjetall, og initialene var dekorert. Men prisen var dramatisk mye lavere.

I løpet av noen få tiår spredte trykkeriene seg til hele Europa. Man regner med at hele fire millioner bøker var trykt innen år 1500, og enda 18 millioner tretti år senere. Blant bestselgerne var Bibelen, rapporter fra reisene til Christopher Columbus, medisinske og vitenskaplige verk, og klassikere fra Hellas og Roma.

Trykkekunsten gjorde det mulig å ta vare på og spre kunnskap og ideer over tid og rom. Enkeltmennesker kunne lese Bibelen selv og gjøre seg opp en mening om det prestene lærte. Det fikk dramatiske følger for middelaldersamfunnet. Europa ble styrtet ut i to hundre år med kaos. Da bølgene la seg, var det ikke lenger den katolske kirke, men de nye nasjonalstatene som organiserte Europa.

Mange mener at Gutenberg er den mest innflytelsesrike personen i moderne historie.

En industri tar form

Omkring år 1500 ble ca. 25 % av alle bøker trykt i den italienske byen Venezia. Bare femti år etter Gutenbergs bibel hadde bokbransjen her funnet en form som har fungert helt til i dag.

Aldus Manutius startet opp et boktrykkerfirma i Venezia i 1490-årene. Her samlet han alle de funksjonene som utgjør et moderne forlagshus. Han hadde skriftstøpere, setttere, trykkere, og bokbindere. Han ansatte også fagekspertes og korrekturlesere, og knyttet til seg profesjonelle forfattere.

Og han sørget for markedsføring. Aldus sendte regelmessig ut kataloger over bøkene sine med veiledede priser akkurat som forlagene gjør i dag. Det er grunnen til at vi vet så mye om hans store produksjon.

Mange av manuskriptene han tok imot, var håndskrifter av de gamle greske klassikerne. Men det ble også skrevet nye bøker. De store opplagene som kunne trykkes, gjorde det mulig for lærde å leve av forfattervirksomheten uten å være ansatt ved universiteter eller i kirke eller stat. En av de mest kjente er Erasmus fra Rotterdam.

På denne tiden var det fremdeles vanlig at bøkene var store i format. Forbillet var de håndskrevne verkene i klostrene som lå på egne lesepulter når de ble studert. Manutius laget bøker som var så små at man kunne ta dem med i lommen og lese dem på reiser, akkurat som våre dagers pocketbøker.

I Nord-Europa ble bøkene trykt med gotisk skrift, som egentlig bare var en trykt variant av munkens håndskrift. Det var i Venezia antikvaskriften oppsto. Det er den vanligste skriften i dagens bøker. Manutius fikk også utviklet kursivskriften, som vi nå bruker til å framheve tekst. Manutius brukte den fordi den er smalere og tettere enn annen tekst. Med flere ord på hver side ble kostnadene lavere og bøkene billigere.

Flera skriftyper som brukes i dag, bygger på skrifter som ble designet i verkstedet til Manutius. En av dem har fått navnet Aldus.

Aldus het også selskapet som laget PageMaker. PageMaker er et program som ble levert med Macintosh da den ble lansert i 1984, og senere også med PC. Sammen med laserskriven introduserte de det vi kaller desktop publishing. Firmaet Aldus ble senere slått sammen med Adobe som blant annet produserer sideombrekkingssprogrammet InDesign.

### Trykksverte og blod

31. oktober 1517 spikret den tyske munken og presten Martin Luther sine 95 teser opp på kirkedøren i Wittenberg. Dette var en helt vanlig måte å innby til faglig drøfting av et problem. Flere prester hadde prøvd å reformere kirken før uten noen varig virkning. Men denne gangen skjedde det noe uventet.

Nå ble tesene trykt opp.

Før en måned var gått, var de spredt over store deler av Europa og satte i gang en debatt som skulle bli umulig å stanse. Etterspørselen var så stor at folkemengder samlet seg rundt trykkeriene og rev til seg kopier før trykksverten hadde rukket å tørke. Man regner med at det ble trykt 300 000 eksemplarer på få år. Dette var første gang et lesende publikum selv kunne ta stilling til revolusjonære ideer gjennom et massemedium.

Luther skjønte fort rekkevidden av det nye mediet, og brukte det for alt det var verdt. Han oversatte «Det nye testamentet» til tysk så folk selv kunne lese hva som sto der. Han ga også ut en rekke bøker hvor han gjorde rede for lærer sin.

Da det etter hvert gikk opp for kirken hva som var i ferd med å skje, satte den i gang en motreformasjon. Det ble et blodig århundre i Europa. Tusener ble henrettet bare for å eie feil versjon av Bibelen. De som brøt med pavekirken, hadde ikke alltid det samme syn og tok harde midler i bruk også mot hverandre. «Pilegrimene» som emigrerte fra England til den nye verden, var forfulgt av den engelske kirken som selv hadde brutt med den katolske.

Først midt på 1600-tallet døde religionskrigene ut. Freden i Westfalen i 1648 bestemte at det skulle være opp til hver enkelt konge å avgjøre hvilken religion folket hans skulle ha. Det er antatt at krigene hadde redusert befolkningen i det tyske riket med mellom 25 og 40 %.

#### Å forandre hvordan folk tenker

I 1751 kom første bind av «Encyclopedien» ut i Paris. Da det var ferdig, besto verket av hele 71 818 artikler og 3 129 illustrasjoner samlet i 28 bind. Det hadde til hensikt å presentere all menneskelig kunnskap og derved bryte ned det forfatterne så på som gammel overtro.

Trykkekunsten hadde gitt hele Europa del i Martin Luthers tanker og redusert den katolske kirkes autoritet som forvalter av sannheten om hvordan mennesker kan bli frelst.

Encyclopedien og andre bøker spredde nå opplysningstidens ideer ut over både Europa og koloniene i Den nye verden, og stilte spørsmål ved ikke bare pavens, men selve Bibelens autoritet i filosofiske og vitenskaplige spørsmål.

Det var ikke lenger bare overklassen som fikk del i de nye ideene. Det antas at antall mennesker som kunne lese, doblet seg i Frankrike gjennom 1700-tallet.

Enkelte forskere mener også at det foregikk en revolusjon i lesingen på denne tiden. Mens folk tidligere hadde et lite antall bøker som man leste mange ganger og gjerne høyt sammen med andre, ble det fra midten av 1700-tallet vanlig at man ønsket å lese så mange bøker som mulig, og gjerne alene.

Vanlige mennesker kunne låne bøker i både offentlige og private biblioteker, og det fantes kafeer som tilbød forelesninger, diskusjoner og bokutlån. Det ble også publisert egne serier med billigbøker for allmuen.

De gamle autoritetene kjempet mot de nye tankene ved å sensurere bøker og andre trykksaker. Selv «Encyclopedien» ble forbudt av de franske myndighetene. Men arbeidet fortsatte i hemmelighet. Utgiverne hadde mange høytstående tilhengere, og dessuten skapte de flere hundre arbeidsplasser, så myndighetene så gjennom fingrene med det.

Kravet om trykkesfrihet ble en viktig del av opplysningstidens idéinnhold. Det ble nedfelt i dokumentene til både den amerikanske uavhengighetserklæringen i 1776 og den franske borgersettserklæringen i 1789.

# Avisen

Forfatter: Øyvind Høie

[Avisen \(118121\)](#)



Medier i utvikling.

Utskriftsvennlig og lyttevennlig versjon av kapittelet om avisens historie.

## Avisens fødsel

Våre dagers aviser har røtter både til Kina og til Romerriket, hvor byråkrater sendte nyhetsbrev til provinsene om det som skjedde i hovedstaden. Så tidlig som 131 f.Kr. vet vi at det i Roma ble utgitt et daglig nyhetsbrev kalt «Acta Diurna» som ikke bare inneholdt referater fra Senatet, men også nyheter om forbrytelser, skilsmisser og andre saker av interesse. Mange regner dette som det første eksempel på en massemediepublikasjon.

Den første tiden etter Gutenberg ble trykkpressene mest brukt til bøker, religiøse traktater, løpesedler og andre småtrykksaker. Men i 1605 begynte Johann Carolus å gi ut det som er blitt anerkjent som verdens eldste trykte avis. Den kom ut på tysk i Strasbourg, som den gang var en del av Det tyske riket. Navnet var Relation.

Carolus hadde tjent til livets opphold ved å utgi håndskrevne nyhetsbrev til velstående abonnenter. I 1604 kjøpte han et trykkeri, og fant fort ut at det var mer penger å tjene på å trykke nyhetsbrevene. Da kunne han senke prisen og få flere abonnenter.

Relation så fremdeles ut som ei bok. Men den kom ut med jevne mellomrom, og innholdet var ifølge tittelen en «samling av alle fornemme og minneverdige nyheter».

Lignende aviser dukket raskt opp i flere byer både i Tyskland og andre europeiske land. Den første avisen i fullformat var Courante uyt Italien, Duytslandt, &c fra 1618. Den introduserte også andre nyvinninger som annonser og bruk av bilder (tresnitt).

Både kirken og de verdslige makthaverne så på trykksaker som farlige (naturlig nok, når vi tenker på hvordan de hadde medvirket til religionskrigene på 1600-tallet), og innførte varierende grad av sensur. Nederland hadde ingen sensur, derfor ble det også utgitt engelsk- og frankspråklige aviser der. Landet ble et tilfluktssted for Descartes, Locke og mange andre av opplysningstidens tenkere.

## Revolusjon!

«Revolusjonen var i virksomhet før den var påbegynt», skrev USAs andre president, John Adams, i 1818. Det var pressen han siktet til. Giennom hele tiåret før den amerikanske revolusjonen hadde pressen flommet over av agitasjon for en frigjøring fra Storbritannia. Et helt nytt begrep ble tatt i bruk på denne tiden: «den offentlige mening». For første gang var det interessant å vite ikke bare hva kongen eller paven mente, men hva folk flest tenkte om saker og ting. Og nettopp avisene var viktige for både å forme og formidle disse meningene.

Det samme fenomenet finner vi i Frankrike. Det dukket opp foreninger og klubber, løpesedler og aviser, hvor de revolusjonære ideene ble heftig diskutert. Stormen på Bastillen, som førte til den franske revolusjonen, ble utløst av en tale holdt av en journalist.

Debatten fortsatte minst like opphetet da revolusjonen var gjennomført. Hele 350 aviser kom ut i Frankrike i tiåret etter 1789. De bidro også med fanatisk retorikk som førte til terrorveldet hvor 40 000 mennesker ble henrettet. Da Napoleon tok makten, ble pressesensuren innført på

nytt.

Alle revolusjoner har sine egne årsaker og virkninger. Men enkelte historikere mener at brå og omfattende endringer i mediene fører til endringer i hele samfunnsstrukturen. Både Lenin og Gandhi innledet sine revolusjoner med å starte aviser. I våre dager ser mange en sammenheng mellom det vi kaller «Den arabiske våren» og utbredelsen av sosiale medier og smarttelefoner.

## Den største forbedring siden Gutenberg

29. november 1814 kom The Times i London på gaten med en avis som var trykt i et skinnende nytt teknologisk vidunder: en dampdrevet trykkpresse.

I nesten fire hundre år hadde pressene fungert på samme måte som på Gutenbergs tid. Arbeidet var så hardt og ensformig at man kunne kjenne igjen en trykker på gata på den skeive gangen han fikk av å stå å trekke i hendelen dag ut og dag inn. Nå ble arbeidet med ett mye lettere.

Og så gikk det fire ganger så raskt unna. Det måtte seks mann til å bemanne den dampdrevne pressen til The Times, men så kunne de trykke over tusen sider i timen på begge sider av arket. Drøye ti år senere var de oppe i fire tusen. Den gamle pressen, riktignok bare med tre mann, hadde ikke klart mer enn 250 sider i timen.

Med den dampdrevne trykkpressen var massemediene blitt industri. Og nye oppfinnelser kom på løpende bånd. Papir ble dramatisk mye billigere da man ble i stand til å erstatte tøyfibre med tremasse. I 1863 ble rotasjonspressen tatt i bruk. Den kunne ta ruller med papir inn i den ene enden og spyte ut ferdige avisar i den andre, nesten 100 000 tolvsiders avisar i timen ved århundreskiftet. Jernbanen gjorde det mulig å spre avisene over hele landet.

I 1886 kom Linotype med en maskin som kunne sette tekst med rundt 30 ord i minuttet, fem–seks ganger så raskt som setterne som til da hadde samlet sammen bokstavene for hånd.

Teknologi utvidet også uttrykksmulighetene. Rasterteknikken som ble oppfunnet i 1880-årene, gjorde det mulig å trykke fotografier i avisen.

## Aviser for folk flest

Damppressen ble først tatt i bruk i London, men det var i USA man utviklet den forretningsmodellen som både aviser og etermedier har levd med helt til nylig. De store opplagene gjorde avisene mer attraktive for annonsører fordi de nå kunne treffe flere potensielle kunder. Dermed kunne avisen ta mer betalt for reklamen og heller sette ned prisen på avisen, slik at de kunne selge enda flere eksemplarer. Leserne betalte altså bare en mindre del av det avisen kostet å produsere, annonsørene betalte resten.

Siden prisen kunne bli så lav som en penny (en cent) pr. avis, har fenomenet fått navnet «the penny press».

De første avisene og bøkene hadde rettet seg mot velutdannede mennesker innenfor den økonomiske og politiske eliten. Men nå hadde også vanlige folk lært å lese. Det var de som utgjorde målgruppen for de nye billigavisene.

Språket var folkelig. Lange politiske diskusjoner måtte vike for korte beskrivelser av hendelser. Den viktigste informasjonen kom først i teksten, slik at også de som ikke var så flinke til å lese, fikk det med seg.

Innholdet var det folks smak som dikterte. Den viste seg å foretrekke sensasjoner, svindler og bedrag, sladder, hets, løgn og bakvaskelse, sjokkerende skandaler og forbrytelser beskrevet i den mest groteske detalj. Overdrivelser var vanlig, bestikkelse en kurant arbeidsmetode, og om nødvendig kunne både fakta og kilder diktet opp. Men hva så? Avisene var blitt kommersielle og kom ut først og fremst for å gi eierne inntekter.

I Storbritannia så både regjeringen og de etablerte avisene med avsky på denne utviklingen. De brukte høye avgifter for å hindre at noe slikt skulle skje hos dem. Men i 1855 ble avisskatten fjernet, og Daily Telegraph ble det første eksemplet på pennypresse i Storbritannia.

Frankrike var like tidlig ute som USA med sin pennypresse, som de kalte «presse à bon marché» eller billigavis. I Tyskland ble utviklingen bremset av sensur og politisk uro og skjøt først fart i 1870-årene.

Den moderne avisen

Svære overskrifter, mellomtitler, bilder og illustrasjoner. Tabloidjournalistikk, kampanjejournalistikk, objektiv og litterær journalistikk. I siste halvdel av 1880-årene hadde pressen utviklet de virkemidlene som har vært brukt helt fram til våre dager.

De store avisene i USA økte opplaget fra titusener til hundretusener takket være en strøm av tekniske nyvinninger. Overskuddet økte for eierne, som kjøpte opp andre aviser og dannet aviskjeder. To av de mest berømte redaktørene var Joseph Pulitzer og William Randolph Hearst. De eide blant annet to store konkurrerende aviser i New York, New York World og New York Journal.

Pulitzer (ja, han som har gitt navn til Pulitzer-prisen, den viktigste prisen for journalistikk i USA) var politisk bevisst immigrant fra Ungarn, og spesialiserte seg på kampanjer mot korruption og uverdige boforhold i New York.

Hearst var beryktet for sin skruppelløse og ofte uærlige holdning til journalistikk. Han gikk ikke av veien for å dikte opp saker eller rappe fra konkurrentene.

I 1896 sendte han en reporter og en tegner (!) for å dekke et opprør på Cuba. Rapportene og bildene sjokkerte amerikanerne, og Hearst brukte alle midler for å piske opp stemningen. Da interessen sank og reporteren meldte at lite skjedde, skal Hearst ha telegrafert tilbake: «Sørg du for bildene, så skal jeg sørge for krigen.»

Denne formen for journalistikk går gjerne under navnet «Yellow Journalism». Gult var en ganske ny trykkfarge på denne tiden og ble brukt for å fargelegge den populære tegneserien The Yellow Kid. Målet med Yellow Journalism var ikke først og fremst å informere eller reformere, men å engasjere lesernes følelser, vekke sinne og forargelse, og på den måten selge flere aviser. Den gjorde at Hearst i 1935 eide 28 aviser med 20 millioner leser, 13 magasiner, åtte radiostasjoner og et telegrambyrå.

I Norge kaller vi det gjerne tabloidjournalistikk. Denne betegnelsen stammer fra Storbritannia, hvor Lord Northcliffe startet Daily Mail i London i 1896 og skjøt gullfuglen med et opplag på 400 000 som raskt økte til en million. I tillegg til krim, sensasjoner og krigshissing for å trekke leser, brukte han også stunt som da han i 1907 lovet tusen pund til den første som klarte å fly over Den engelske kanal.

Men det viste seg at publikum ikke var ensartet, og at mange kunne gå trett av skandaler. The New York Times, som utkom første gang i 1851, valgte en mer nøytral form for nyhetsdekning, og ble en forløper for det vi i dag kaller objektivitet. I 1896 skapte utgiveren slagordet: «Alle nyheter som egner seg for trykk».

### En kvinnelig gravejournalist

Du trodde kanskje at gravejournalistikk var et moderne fenomen, eller at det var Günter Walraff som fant opp «å walraffe»? I så fall må du tro om igjen!

Nelly Bly (hennes virkelige navn var Elisabeth Cochrane) var en journalist som flyttet til New York i 1890 og fikk jobb i Pulitzers New York World. Et av hennes første oppdrag var å se nærmere på forholdene i et asyl for sinnslidende kvinner.

Men hvordan skulle hun komme innenfor? Hun leide seg et fattigslig rom i en leiegård, øvde litt foran speilet, og satte i gang med å spille sinnssyk. Hun spilte så overbevisende at politiet ble tilkalt. Flere leger undersøkte henne, og alle som en konkluderte med at hun var gal.

Forholdene i asylet viste seg å være forferdelige. Maten var elendig, det var søppel over alt, og rottene kravlet omkring. Pasientene ble mishandlet av voldelige pleiere. Det verste var at Bly ble overbevist om at noen av pasientene var like lite gale som hun var selv.

Etter ti dager ble Bly sluppet ut. Reportasjen hennes, «Ti dager i galehuset», skapte sensasjon. Myndighetene satte i gang en granskning og inviterte Bly til å delta. Alle anbefalingene hennes ble gjennomført, og de psykiatriske institusjonene fikk større budsjett. Det ble også satt i verk tiltak som skulle sikre at bare de virkelig sinnslidende skulle havne på asyl.

Bly er også berømt for et stunt hun gjorde en gang hun var frustrert og tom for ideer og bare ønsket seg vekk fra alt. Femten år tidligere hadde Jules Verne gitt ut boka *Jorden rundt* på åtti dager. Nelly Bly dro ut for å se om ikke en kvinne på egen hånd kunne gjøre det enda raskere. Avisen trykte alle telegrammene hun sendte hjem, sammen med kart og beskrivelser av landene hun reiste gjennom. Etter 72 dager var hun tilbake i New York og fikk en mottakelse en heltinne verdig.

### Bildets tidsalder

«Folk har ikke bare sluttet å kjøpe disse gammeldagse tingene som kalles bøker, men til og med å lese dem!»

Bokas død er blitt spådd hver gang et nytt medium har dukket opp. Men dette sitatet stammer fra en skotsk trykker så langt tilbake som 1844. Det som etter hans mening truet ikke bare bokas eksistens, men avisene også, ja selve lesingen, var det trykte bildet.

To år tidligere hadde Herbert Ingram grunnlagt avisens *Illustrated London News*. Ideen var å lage en avis som helt og fullt var viet illustrasjoner. Den ble en suksess og nådde et opplag på 300 000 i 1852 da den trykte graveringer basert på Roger Fentons fotografier fra Krimkrigen.

Illustrerte aviser og magasiner dukket snart opp i mange land. Satiriske vittighetsblader ble en populær sjanger, som *Simplicissimus* i Tyskland og *Punch* i Storbritannia. Blant norske eksempler er *Krydseren* og *Vikingen*.

Gravering var en både tidkrevende og kostbar metode som hadde vært brukt helt siden Gutenbergs tid. I 1796 ble litografiteknikken oppfunnet i Tyskland. Den gjorde det raskere og billigere å reproduksjonere bilder.

Rasterteknikken, som ble utviklet og perfeksjonert i siste halvdel av 1800-årene, gjorde det mulig å trykke fotografier. Det første fotografiet trykt med denne prosessen sto i avisens *New York Daily Graphic* i 1880, og fra 1890-årene ble det vanlig å se fotografier i populære aviser.

Det er fremdeles rasterteknikken som blir brukt for å gjengi bilder på trykk. Men selve trykkemetoden, offsettrykk, som ble innført i avisene i 1970-årene, er en videreutvikling av litografiteknikken.

### Møkkagraverne

Møkkagraverne var en ny generasjon journalister som reagerte på den gule journalistikkens hang til sensasjoner og overdrivelser for å øke oppslaget. De ville fornye journalistikken, men ble hindret av at all makt i amerikansk presse var samlet hos gamle og til dels korrupte menn som satt i en monopolstilling og gjorde det vanskelig å starte opp nye aviser.

Så kjørte de i gang magasiner i stedet, hvor de kom med rystende avsløringer om barnearbeid, forslummede boforhold, skremmende forhold i kjøttindustrien, svindel med medisiner, underslag i politikken og monopolskapet Standard Oils korrupte forretningsmetoder.

Møkkagraverne så på seg selv som reformatorer, og de var politisk engasjerte. De brukte metodene til den gule journalistikken, men de skrev for å forandre samfunnet. De ville reformere systemet, ikke velte det.

Likevel gjorde de så stort inntrykk at enkelte bekymret seg for den sosiale stabiliteten i samfunnet. Selvste president Theodore Roosevelt holdt en tale der han oppfordret dem til å passe seg så de ikke gikk for langt. Han mente at de stod i fare for å utløse opprør og en reaksjon fra de kreftene de kjempet mot.

I 1914 var møkkagravernes tidsalder over i USA. Det var ikke bare på grunn av Roosevelts tale. Rettssaker om ærekrenkelse gjorde sitt. Leserne var dessuten gått trett av korsfarere og reformatorer. Og i 1914 begynte første verdenskrig.

Men innsatsen deres hadde ført til varige resultater. Monopolet til Standard Oil ble oppløst, et næringsmiddeltilsyn ble opprettet, en lov om barnearbeid ble vedtatt, marinen ble omorganisert, valgordningen til Senatet ble endret.

Og fenomenet var ikke dødt. To generasjoner senere skulle ny møkkagraving føre til at en amerikansk president måtte gå av.

### Aviser og politikk

Da de moderne politiske partiene ble dannet på siste halvdel av 1800-tallet, førte det til en oppblomstring av aviser. De nye partiavisene ble brukt som talerør for partiet, til informasjon og agitasjon, i tillegg til å bringe vanlige nyheter. Særlig i Storbritannia, Tyskland, Frankrike, Russland og Skandinavia var dette vanlig.

De fleste byer og større tettsteder i Norge hadde både en høyre- og en venstre-avis rundt 1900, og snart kom arbeideravisene i tillegg. I 1918 hadde antallet norske aviser økt til 250 fra 40 i 1850. Hos oss dominerte partipressen helt til ut i 1960-årene.

I Tyskland ble alle landets 4 700 aviser enten stengt, konfiskert eller kontrollert av Nazi-partiet da det kom til makten i 1933. Redaktører som protesterte, ble sendt i konsentrasjonsleir. De avisene som kom ut, ble brukt til propaganda. Avisen Der Stürmer gikk så langt i sin antisemittisme at redaktøren ble dømt til døden i Nürnberg for forbrytelser mot menneskeheden. Da krigen var over, brukte amerikanerne millioner av dollar for å få den frie pressen på bena igjen i Tyskland.

Også USA innførte sensur under verdenskrigen, men den var mildere enn under andre kriger. Den forhindret ikke at debatten raste om beredskapen, mulige konspirasjoner mellom amerikansk og tysk industri før krigen brøt ut, og kritikkverdige forhold i hæren.

Den andre verdenskrig førte i Norge til at antall aviser ble redusert fra 260 til 114. Mange av dem som var blitt stoppet av okkupantene, startet opp igjen etter krigen. Men de slet med å vinne tilbake de gamle abonnentene. Særlig nummer to-avisene, de avisene som var nest størst på utgiverstedet, hadde vanskelig for å få endene til å møtes. Da overgangen fra blysats til fotosats i 1960-årene krevde store investeringer, måtte mange av dem gi tapt. 55 aviser ble lagt ned fra 1950 til 1975.

Jeg er ingen kjeltring

17. juni 1972 arresterte politiet fem menn som hadde brutt seg inn i kontorene til det demokratiske partiets valgkamporganisasjon i Watergate-bygningen i Washington DC. FBI avdekket at de hadde forbindelser til Det hvite hus. Nixon gjennomførte en granskning og uttalte at han med sikkerhet kunne si at ingen i staben eller administrasjonen hadde hatt noe med innbruddet å gjøre.

Hadde det ikke vært for to ferske reportere i Washington Times, Bob Woodward og Carl Bernstein, ville historien sluttet der. Hjulpet av en anonym kilde som de kalte Deep Throat, avdekket de litt etter litt et nettverk av ulovlige aktiviteter i Det hvite hus og Justisdepartementet, inkludert utpressing og bestikkelse.

To år senere måtte president Nixon innse at han ikke lenger var i stand til å dekke over ulovlighetene, og gå av.

Watergate-skandalen var et høydepunkt for den undersøkende journalistikken, også kalt gravejournalistikk. Her levde pressen opp til sitt ideal om å være en vaktbikkje, gjennom å gjennomføre en kritisk overvåkning av makthaverne i samfunnet. Uten pressen ville ikke sannheten kommet fram.

Dette hadde også skjedd under Vietnamkrigen noen år tidligere. Rapportene og ikke minst bildene fra slagmarken skapte en opinion mot krigen. I 1971 publiserte New York Times det de kalte «Pentagonpapirene». Det var en hemmelig beskrivelse av krigen som viste at regjeringen systematisk hadde løyet ikke bare for folket, men også for de folkevalgte. Det var denne saken som fikk presidenten til å sette opp en gruppe av «rørleggere» som skulle tette lekkasjene, og som året etter brøt seg inn i Watergate.

Disse sakene, og andre skandaler som fortsatte å avdekkes, førte til en splittelse i folks oppfatning av pressen. Mange konservative følte at den var konfliktskapende og fiendtlig. Det ble dannet konservative nyhetsorganisasjoner som Fox News, med klar front mot den «liberale» presse. Mens meningsmålingene i 1980-årene viste at 40–50 prosent hadde tillit til pressen, var tallet halvert i 2010.

I Norge ble NRK i en periode kalt ARK av enkelte konservative, en forkortelse for «Arbeiderpartiets riksringkasting». En norsk meningsmåling i 2011 viste at 28 prosent hadde tillit til mediene.

I 175 år har avisen The Times-Picayune kommet ut i New Orleans. Midt under katastrofen da orkanen Katarina raserte byen i 2005, fortsatte avisen å rapportere under slagordet: «We publish, come hell and high water». Reportasjene skaffet avisen en Pulitzerpris.

Sommeren 2012 ble New Orleans den første større amerikanske byen uten en dagsavis. Times-Picayune så seg nødt til å redusere utgivelsene til tre ganger i uka. Flere amerikanske dagsaviser fulgte etter.

Hva hadde skjedd?

Svaret er som du nok allerede har gjettet: Internett.

De trykte avisene opplevde en blomstring uten sidestykke mellom 1945 og 1970. Fotosats og offset-trykk gjorde produksjonen billigere, og eiernes inntekter økte. Store internasjonale investorer kjøpte opp avis etter avis. Rupert Murdoch, en av de nye pressebaronene, beskrev en gang inntektsstrømmen fra avisene sine som «en elv av gull».

Så kom Internett. I løpet av 1990-årene hadde de fleste avishus lagt sine utgaver på nett. De lignet de trykte avisene på de fleste måter bortsett fra én: De var gratis.

Det var vanskelig å ta betalt for innhold på nettet. Dessuten regnet utgiverne med at de kunne subsidiere nettavisen med inntektene fra papiravisen, som fremdeles var romslige.

Disse inntektene kom i stor grad fra reklame. I 2000 var de samlede annonseinntektene i amerikanske aviser på over 60 milliarder dollar. Bare ti år senere var summen redusert med to tredjedeler. Annonsørene foretrak reklame på nettet, og bare en brøkdel av denne havnet i nettavisene.

Ikke bare tørket reklameinntektene inn, men stadig færre var villige til å betale for abonnementet. Hvorfor betale, når innholdet lå gratis tilgjengelig på nettet?

At papiravisene forsvinner, er naturligvis trist for utgiverne. Det som bekymrer flere, er hva som vil skje med journalistikken. Vi har sett hvordan journalistikk har formet en offentlig opinion som har skapt revolusjoner og veltet presidenter. Gravejournalister har brukt år på arbeide seg gjennom løgner og bortforklaringer for å avdekke urett. Vil dette fortsatt kunne skje når ingen lenger er villige til å betale for det?

# Telekommunikasjon

Forfatter: Øyvind Høie

[Telekommunikasjon \(117985\)](#)



Medier i utvikling.

Utskriftsvennlig og lyttevennlig versjon av kapittelet om telekommunikasjon.

Prikker og streker

Vet du hvorfor maratondistansen er akkurat 42 195 meter lang?

Høsten 490 f.Kr. slo atenerne perserhæren i et stort slag ved Maraton i Hellas. Budbæreren Pheidippides løp så de 42 kilometrene hjem til Aten uten en eneste pause. «Vi vant», stønnet han fram, før han falt sammen og døde. Maratonløpet er til minne om ham.

Det kan være vanskelig for oss å fatte hvor langsomt nyhetene spredte seg fram til midten av forrige århundre. For eksempel sloss amerikanske og engelske soldater fremdeles ved New Orleans 8. januar 1815 fordi nyheten om fredsslutningen som var blitt undertegnet før jul, ennå ikke var rukket fram til dem. Meldingen ble sendt fra London med seilbåt og brukte sju uker på turen.

Det var gjort mange forsøk på raskere kommunikasjon. Under Napoleonskrigene bygde det franske militæret en kjede av signaltårn som kunne sende beskjeder ved hjelp av visuelle tegn. De kalte det telegraf, altså fjernskrift. I marinen gikk meldingene fra skip til skip med signallflagg. Aksjespekulanter og aviser brukte til og med brevduer.

Samuel Morse var i New York for å male et portrett da kona hans døde i barnefødsel hjemme i Connecticut. Det triste brevet kom så sent at han ikke rakk fram til begravelsen. Han fortsatte å male, og lærte seg fotografering også, mens han grublet over hvordan han kunne få til å sende signaler gjennom ledninger ved hjelp av elektrisk strøm.

Andre hadde allerede klart det. I Storbritannia ble en innviklet elektrisk telegraf patentert i 1837. Den brukte fem ledninger og et system av visere for å overføre en tekst. Det var denne telegrafen avisens «The Times» brukte da de var på gata med nyheten bare en time etter at dronning Victoria hadde født sin andre sønn.

Det geniale ved det systemet Morse kom fram til, var programvaren. Han fant en måte å kode alfabetet til ulike kombinasjoner av korte og lange impulser på, som hos mottakeren ble til prikker og streker på en papirremse. Dermed ble det også mulig å klare seg med én ledning.

Etter mye strev fikk han finansiert en testkabel fra Washington til Baltimore. Da nyheter fra et partilandsmøte i 1844 kom fram en time før de som var sendt med toget, snudde skepsis til begeistring. I 1850 var det allerede bygd 20 000 km telegraflinje i USA. 20 år senere hadde de vokst til 200 000 km. En stund var linjene eid av hele 500 konkurrerende selskaper, men i 1870 hadde telegrafselskapet Western Union skaffet seg noe nærmest monopol.

Også det europeiske kontinentet ble hurtig tråklet sammen med ledninger. Her var det vanlig at myndighetene gjennom postvesenet eide og opererte telegrafen. Fordi linjene måtte krysse landegrenser, fikk man tidlig organisert et internasjonalt samarbeid. I 1851 ble Morsealfabetet vedtatt brukt i hele det europeiske telegrafnettet. Da den første sjøkabelen mellom Europa og USA ble lagt i 1866, var prikkene og strekene til Samuel Morse blitt standard over hele verden.

### Nyheter til salgs

Da president Lincoln ble skutt og drept i 1865, var ikke telegrafkabelen mellom USA og Europa ferdig ennå. Dampskipet til London hadde nettopp lagt fra kai da nyheten nådde avdelingskontoret til det britiske telegrambyrået Reuters i New York. Men agenten var ikke rådløs. Han leide like godt en slepebåt, tok igjen dampskipet, og hadde nyheten for salg i London to timer før noen andre.

Nyheten var blitt en vare, og det var telegrafen som hadde gjort den til det.

Det begynte under den meksikansk-amerikanske krigen. Fem aviser samarbeidet om å få bygget en telegraflinje til fronten så det skulle bli lettere å få sendt nyhetene derfra. De dannet telegrambyrået Associated Press i 1851 og solgte nyheter til andre aviser. AP skaffet seg også en avtale med Western Union, som hadde monopol på telegraftjenestene i USA, om at bare deres abonnenter skulle få bruke disse. Dette monopolet varte til godt inn på 1900-tallet og gjorde det vanskelig å starte nye aviser og nyhetstjenester der.

I Frankrike tok nyhetsbyrået Havas i bruk den nye teknologien. De hadde levert nyheter også før telegrafen kom, blant annet ved hjelp av brevduer. I 1840-årene startet tidligere Havas-ansatte opp nye telegrambyrå i Storbritannia (Reuters) og Tyskland (Wolffs). Disse tre ble også dominerende i markedet, men de klarte ikke å få eksklusive avtaler med telegraftjenestene, som i Europa ble drevet av myndighetene.

I dag er det AP (amerikansk), Reuters (engelsk), AFP (fransk), EFE (spansk) og DPA (tysk) som konkurrerer i det globale nyhetsmarkedet.

Når nyheten ble en vare som skulle selges, ble det ekstra viktig at den var til å stole på. AP satte en standard for saklig og objektiv journalistikk som etter hvert spredte seg i avisene som abonnerete på tjenesten.

Fordi det var kostbart å sende et telegram, forandret også stilten i nyhetsmeldingene seg. Blomstrende beskrivelser og journalistens egne kommentarer ble kuttet ut. Nyhetsmeldingene ble korte og konsentrerte, slik vi kjenner dem i dag.

Det ble også vanlig å sammenfatte den viktigste informasjonen i de første setningene, i tilfelle sendingen skulle bli avbrutt av tekniske problemer eller sensur i et land den ble sendt gjennom. Denne måten å skrive på ble etter hvert standard i avisene, og fikk navnet nyhetstrekanten eller «den omvendte pyramiden».

### Fjernlyd

«Hvorfor skulle noe menneske ønske å bruke denne klumsete og upraktiske innretningen når han kan sende et bud ned til telegrafkontoret og få en tydelig skriftlig beskjed sendt til hvilken som helst storby i De forente stater?»

Nei, sjefene i telegrafselskapet Western Union var slett ikke interessert i å kjøpe det patentet de var blitt tilbudt av kompanjongene Alexander Graham Bell og Gardiner Hubbard. Bell hadde oppfunnet telefonen, altså «fjernlyd» i motsetning til telegrafens «fjernskrift», et apparat som kunne sende tale gjennom ledninger over lange avstander. 10. mars 1876 demonstrerte han den første telefonsamtalen.

De to kompanjongene satte i gang å strekke ledninger på egen hånd. Det ble en stor suksess. Etter bare ti år var det 150 000 telefoniere i USA. Bell Telephone Company bygde også ut linjer i andre land, sammen med andre private og offentlige selskaper. Rundt 1893 var Sverige det landet i verden som hadde tøttest telefondekning. New Zealand, Sveits og Norge lå også foran USA.

Da Bells patenter løp ut midt i 1890-årene, tok USA over ledelsen. 6 000 telefonselskaper spratt opp over hele landet. Bell og morselskapet AT&T (American Telephone and Telegraph) klarte ved hjelp av hensynsløse forretningsmetoder å legge de fleste av dem under seg eller presse dem ut av bransjen. Da myndighetene prøvde å bryte opp monopolet de hadde skaffet seg, lanserte de en av historiens sterkeste PR-kampanjer hvor de i tusenvis av annonser argumenterte for at det var bedre med et «naturlig» monopol enn et lappeteppe av ulike systemer. De vant fram med sine argumenter og fikk fortsette som et regulert monopol helt fram til 1980-årene.

I Norge kom det første telefonanlegget mellom Oslo og Drammen i 1880. Men allerede det året Bell viste fram telefonen for første gang, hadde en forretningsmann i Ålesund kjøpt med seg et sett fra USA og monterte det mellom hjemmet og firmaet sitt. Det offentlige Telegrafverket tok etter hvert over de private linjene i Norge.

Det var ikke umiddelbart opplagt hva det nye mediet skulle brukes til. I Ungarn var det et system som ble kalt Telefon Hirmondó som ble brukt til hjemmeunderholdning, omtrent som radioen noe senere. Det ble prøvd i USA også, men mislyktes. All forskningen på telegraf- og telefon teknologien kom senere radioen og fjernsynet til gode. Noen historikere ser derfor på telefonen som «kringkastingens far».

### Hele verden i lomma

Det var ikke hvem som helst som kunne gå rundt med en mobiltelefon i 1980-årene. Den letteste modellen man kunne finne til å begynne med, den norskproduserte Simonsen, veide 7,7 kg. Man fikk den med en ryggsekk, men de fleste brukte den nok i bilen. Du synes nok den nye iPhone-en er dyr, men denne måtte du ha bladd opp 30 tusenlapper for! Ikke så rart kanskje at egen mobiltelefon var et statussymbol og et lokkemiddel næringslivet brukte for å tiltrekke seg de beste jobbsøkerne.

Lille Norge var helt i forkant i den første fasen av mobiltelefonens utvikling. Japan var riktig nok først med et kommersielt automatisert mobilnett i 1979, men de nordiske landene fulgte hakk i hæl med systemet Nordisk MobilTelefoni (NMT). Systemet var analogt, og telefonene var store og tunge, men salget overgikk alle forventninger. I 1988 var Norge landet med høyest mobiltethet i verden.

GSM var en digital mobilteknologi som ble lansert i Finland i 1991. Telefonene ble mye mindre, og det ble mulig både å sende tekstmeldinger (SMS) og surfe på nettet (WAP), i tillegg til å snakke sammen.

Tredje generasjon mobilnett (UMTS, også kalt 3G) ble lansert i Japan i 2001 og økte først og fremst hastigheten på dataoverføring. Det var nødvendig for å kunne bruke multimedieinnholdet på nettet og overføre bilder og videoer fra kameraene som etter hvert ble vanlige på telefonene. Ikke minst smarttelefonene, som for alvor tok av da Apple introduserte iPhone i 2007, hadde nytte av 3G. Men også 3G-nettet ble etter hvert en flaskehals. Nå er fjerde generasjon mobilnett under utvikling. LTE-standarden ble først tilbuddt av TeliaSonera i Skandinavia.

Tekstmeldinger ble en uventet suksess for teleselskapene. Den aller første ble sendt i 1992 med teksten «Merry Christmas». I 2010 ble det sendt 6.1 billioner meldinger i verden, eller så mange som 193 000 meldinger hvert sekund. Det arrangeres mesterskap i teksting. En norsk jente satte verdensrekord i 2009.

Innen utgangen av 2012 vil det finnes like mange mobile enheter som innbyggere på jorden, ifølge nettselskapet Cisco. Tre fjerdedeler av disse befinner seg i utviklingsland. Mobiltelefonene gjør det mulig også for folk i land med dårlig utbygd infrastruktur å bli del av det som kalles den globale landsbyen.

# Fotografiet

Forfatter: Øyvind Høie

[Fotografiet \(118114\)](#)



Medier i utvikling.

Utskriftsvennlig og lyttevennlig versjon av kapittelet om fotografiets historie.

## Solskrift

«Til å begynne med våget vi ikke se for lenge på bildene han [Daguerre] framstilte. Vi ble skremt av hvor tydelig disse menneskene var, og forestilte oss at disse bitteutmå ansiktene, festet til en plate, kunne snu seg og se på oss.»

Slik beskriver Charles Dauthendey omkring midten av forrige århundre det inntrykket de første fotografiene hadde på folk.

Det var Joseph Nicéphore Nièpce som i 1826 tok det som regnes som det aller første fotografi. Det viser utsikten fra vinduet hans, og er tatt med en eksponeringstid på åtte timer.

Akkurat som Gutenberg brukte han gamle oppfinnelser på en ny måte.

Det var en kjent sak at når lyset slapp inn gjennom en liten åpning i et mørkt rom, oppsto det et omvendt bilde på bakveggen av det som befant seg utenfor. Det ble kalt camera obscura, det mørke rom. Man hadde tegnekameraer laget av kasser med et hull foran og en glassplate bak, hvor man kunne legge et gjennomsiktig papir på glassplaten og tegne av omrisset.

Det var også kjent at det fantes kjemikalier som forandret seg når lyset skinte på dem.

Det Nièpce gjorde, var å smøre asfalt ut over en tinnplate og sette den inn i et camera obscura. Asfalten stivnet der den fikk lys på seg, og resten kunne vaskes bort med olje. Men særlig praktisk var det jo ikke akkurat, og bildekvaliteten ble ikke veldig god.

Så Nièpce fortsatte å eksperimentere for å finne stoffer som reagerte raskere på lyset og ga et bedre bilde. Det samme holdt maleren Louis Daguerre på med. De begynte å samarbeide, og da Nièpce døde, fortsatte Daguerre på egenhånd. I 1837 lyktes han endelig med sòlvnitrat på en polert kobberplate og en lukkertid på bare ti minutter. Bildene kalte han «heliografer», solskrift, men de ble snart kjent som daguerrotypier.

I stedet for å patentere oppfinnelsen, offentliggjorde han alle detaljer i 1839, som en gave «gratis til verden». Interessen var enorm. På bare noen måneder dukket det opp fotoateljer i byer i en rekke land.

Større linser og videreutvikling av kjemien gjorde etter hvert lukkertiden kortere. Men hvis du synes at menneskene på bilder fra denne tiden virker temmelig stive, skyldes det at de fremdeles måtte stå stille et minutt eller mer før eksponeringen var ferdig. Det fantes egne stativer som skulle holde armene og hodene i ro.

Daguerrotypien var som et polaroidbilde, det ble bare ett eksemplar av hver eksponering. I begynnelsen av 1850-årene ble det utviklet en ny prosess hvor man kunne ta flere kopier fra den samme filmplaten. Lukkertiden var nå redusert til under et sekund. Bildene ble billigere og mer anvendelige. Rundt 1860 var det få fotografer igjen som brukte Daguerres prosess.

## Historiens øye

Det var lite som røpet at den ensomme, blinde mannen som var blitt påkjørt av en trikk og døde blakk som en kirkerotte på et hospital i New York en januardag i 1896, var en av århundrets mest kjente fotografer.

Han studerte til maler da han i New York i 1839 møtte Samuel F.B. Morse, senere kjent som telegrafens oppfinner. Morse hadde nettopp kommet tilbake fra Paris, hvor han hadde blitt kjent med Louis Daguerre. På båten hjem hadde han skapt morsealfabetet. Nå samlet han en gruppe kunstnere rundt seg og lærte dem fotografering, mens han prøvde å finne penger til å gjøre ferdig den store oppfinnelsen.

I 1844 åpnet Brady et portrettstudio på selveste Broadway. Snart begynte han å utmerke seg i konkurranser med daguerrotypiene sine. Han hadde også talent for markedsføring. I 1856 rykket han inn det som regnes som den første moderne annonsen noensinne, i New York Herald. Mange kjente mennesker fant veien til Bradys studio. I 1860 fotograferte han presidentkandidaten Abraham Lincoln. Det ble det mest kjente bildet i valgkampen, og Lincoln vant.

Brady er ellers mest kjent som mannen som fotograferte den amerikanske borgerkrigen. I 1861 fikk han tillatelse av presidenten til å reise, forutsatt at han finansierte prosjektet selv. Det var mange som advarte ham. Men selv sa han: «Jeg måtte gå. En ånd talte i føttene mine og sa «Gå!», og jeg gikk.»

Han kom seg så nær fronten at han en gang nesten ble tatt til fange av fienden. Etter hvert ansatte han et tyvetalls andre fotografer, utstyrt med mobile mørkerom, og sendte dem ut for å ta bilder.

Mye av det vi vet i dag om den amerikanske borgerkrigen, kommer fra de tusener av bilder som Brady fikk tatt. Mange av dem viser likene på slagmarken. Utstyret var ennå ikke så godt at de kunne fotografere selve trefningene. Sjokkerte New Yorkere strømmet til da bildene ble vist på en utstilling i 1862. Det var første gang vanlige folk kom så tett innpå krigens grusomme virkelighet.

Brady var riktignok ikke den første krigsfotografen. Det finnes bilder tatt i den meksikansk-amerikanske krigen i 1848 av en ukjent fotograf. Briten Roger Fenton ble sendt med troppene for å fotografere Krimkrigen i 1855.

«Ingen kommer noen gang til å forstå hva jeg gikk gjennom», sa Brady senere. «Noen av de negativene kostet meg nesten livet.» Men da krigen var slutt, hadde folk flest fått nok og ville helst glemme hele greia. Brady hadde brukt mer enn 100 000 dollar på de over 10 000 bildene som var tatt, og han hadde regnet med at regjeringen ville kjøpe dem. Men det ville regjeringen ikke. Han måtte selge atelieret og gikk konkurs. Negativene var nær ved å gå tapt.

Men han hadde levd opp til sine idealer. «Kameraet er historiens øye», sa han. «Fra første stund så jeg på det som en forpliktelse overfor landet mitt å ta vare på ansiktene til dets historiske menn og kvinner.»

Den amerikanske historikeren James D. Horan regner ham som fotojournalistikkens far.

Teknikk eller kunst?

Visste du at diskusjonen om piratkopiering gikk akkurat like heftig for 150 år siden som den gjør i dag? Når det dukker opp ny teknologi, passer nemlig ikke alltid de gamle lovene lenger. Den nye teknologien i 1860-årene var naturligvis fotografiet.

Alle var enige om at et maleri, for eksempel et portrett av en høytstående person, var et åndsverk, og at ingen kunne trykke opp kopier av det og selge dem uten kunstnerens godkjenning. Klart, for det var jo kunst. Men hva da når portrettet var laget av et apparat? Kunne et fotografi også være kunst?

De fleste kunstmalerne så ned på fotografene og regnet dem som simple håndverkere. Ikke så rart kanskje, når en maler måtte arbeide i ukevis med å prøve å få et bilde så likt motivet som mulig, mens en fotograf kunne gjøre det hele unna på noen minutter. Da fotografier etter mye press endelig ble tillatt på den store, årlige utstillingen av samtidskunst i Paris, Parisersalongen, måtte de som ville se dem, gå inn gjennom bakdøren.

Mange fotografer opplevde at trykkerier reprodukserte bildene deres uten lov og tjente gode penger på dem. Spesielt bilder av berømte mennesker var det et marked for. I 1862 kom problemet opp for domstoler både i Frankrike og Storbritannia, og noen år senere i USA. Utfallet ble at fotografene i alle land fikk i det minste en viss grad av beskyttelse.

Enkelte fotografer ble temmelig støtt av den snobbete holdningen til kunstmalerne i Paris. De ville vise at også et fotografi kunne være høyverdig kunst. Det ble til en retning som spredte seg til flere land, og som kalles piktorialisme. Piktorialistene laget fotografier preget av drømmeaktige visuelle effekter og kunstneriske poseringer. Andre laget surrealistiske «objektive» bilder hvor geometriske former og stor dybdeskarphet dominerte. Den samlede ideen var at de ville gjøre også fotografiet til et medium for individuelle uttrykk.

You push the button ...

«Du trykker på knappen, vi gjør resten». Kodaks slagord fra 1888 er blitt stående som et av de mest kjente i reklamehistorien.

Kameraet så ut som en avlang eske med en linse i den ene kortenden. Det hadde ingen innstillingsmuligheter, alt man gjorde var å rette det mot motivet og trykke på utløseren. Når filmen var slutt, sendte man hele greia til Kodak og fikk de hundre sirkelrunde bildene i retur sammen med et nytt kamera.

Det var rullefilmen som gjorde det mulig. Inntil da hadde fotografene brukt negativer på store glassplater. Med rullefilmen, først på papir og snart på gjennomsiktig celluloid, kunne fotoapparatene gjøres mindre og mer lyssterke, og stadig enklere å bruke. Da Kodak lanserte Brownie-kameraet i 1900, som bare kostet én dollar, ble fotografering noe hvem som helst kunne drive med. Øyeblikksbildet var skapt.

Kodak kunne selge fotoapparatene så billig fordi de hadde gode inntekter på film og framkalling. I 1935 lanserte de fargefilmen Kodachrome. Da de var på høyden i 1976, leverte de 90 % av all film og 85 % av alle kameraer (ikke minst Instamatic fra 1963) som ble solgt i USA. Den populære artisten Paul Simon sang om «Kodachrome». I leksikon kan du ennå finne begrepet «Kodak moment» som betegnelse på et minneverdig øyeblink.

Den siste rullen med Kodachrome ble produsert i 2009. Hva var skjedd?

Helt riktig. Digitale kameraer. De fleste øyeblikksbildene blir ikke en gang tatt med et fotoapparat lenger, men med en mobiltelefon.

Et morsomt poeng er den nostalgiske bølgen som har dukket opp. Instagram og andre apper filtrerer de digitale bildene du tar med mobiltelefonen, slik at de ser ut som falmede papirbilder fra dine besteforeldres album.

## Øyenvitne til store hendelser

«Å se livet, å se verden; å være øyenvitne til store hendelser; å betrakte ansiktene til de fattige og faktene til de stolte; å se underlige ting—maskiner, hærer, menneskemengder, skygger i jungelen og på månen; å se menneskets bedrifter ... å se og nyte det å se ...»

Det var manifestet til bildebladet Life da det kom ut med første nummer i 1936. Det hadde 50 sider ukentlig med bilder tatt av de beste fotografene verden over. I en verden uten tv og med aviser som fremdeles inneholdt mest tekst, ble det en øyeblikkelig suksess. Men konkurransen med de levende bildene ble etter hvert for hard. Etter 1972 har utgivelsen variert, og det kommer i dag ut bare ved spesielle anledninger. Du kan se hele bildearkivet på Google Images og alle utgivelsene fram til 1972 på Google Books.

Rullefilmen og ikke minst blitzlyset, som ble oppfunnet i 1880-årene, satte fotografene i stand til å komme mye tettere også på livets mørke sider. Den danskfødte fotografen Jacob Riis ga i 1890 ut boka *How the Other Half Lives* med fotografier fra slumområdene i New York. Bildene gjorde et stort inntrykk på folk, og førte til nye lover og reguleringer.

Det viste seg fort at fotografiet hadde en sterk virkning på menneskers samvittighet og empati. Under den store depresjonen i USA i 1930-årene ble fotografer sendt på kryss og tvers i de hardest rammede områdene for å dokumentere og vekke en opinion for sosial reform. Fotografiet er blitt brukt med stor virkning i borgerrettskampen i USA, av miljøbevegelsen, og i kampen for større rettferdighet mellom den rike og den fattige del av verden.

Det er også fotografene som har tatt krigene hjem til folk. Enkelte kriger og konflikter er nærmest fortettet i bilder vi husker, som for eksempel Nick Uts foto av den nakne jenta på flukt fra et napalmangrep under Vietnamkrigen

Fotojournalistene konkurrerer om å ta de sterkeste scenene fra verdens konflikter og katastrofer hjem til oss. De vekker engasjement og empati. Men enkelte frykter at den uendelige bildestrømmen over tid vil gjøre oss mindre følsomme.

## Kan vi tro våre egne øyne?

Den erfarne krigsfotografen Brian Walski fikk i 2003 sparken i avisens Los Angeles Times. Grunnen? Han hadde satt sammen elementer fra to eksponeringer for å forbedre komposisjonen i et bilde.

Manipulering med bilder har en lang historie. Åndefotografering var en egen sjanger på 1800-tallet. Avdøde personer ble dobbeltekspontert med bilder av levende mennesker. Forfatteren av bøkene om Sherlock Holmes, sir Arthur Conan Doyle, var en av de mange som ble lurt.

I Sovjetunionen var det vanlig at kjente mennesker ble retusjert bort fra historiske bilder etter hvert som de falt i unåde hos Stalin og ble henrettet.

Den digitale teknikken har gjort det enklere å manipulere bilder, og vanskeligere å avsløre det. Et tidlig tilfelle var da magasinet National Geographic, kjent for sin spektakulære fotojournalistikk, flyttet to pyramider tettere sammen for at de skulle ta seg bedre ut som forsidebilde.

Verre var det da den kjente idrettsmannen O.J. Simpson i 1994 ble anklaget for å ha drept kjæresten sin. Begge de to nyhetsmagasinene Newsweek og Time valgte å bruke politiets «mugshot» på forsiden. Da de sto side ved side i avisokioskene var det lett å se at Time hadde falt for fristelsen til å manipulere bildet slik at den mørkhudete Simpson så mye mer skurkeaktig ut enn han gjorde i Newsweek.

Nå som folk kan photoshope bilder selv, florerer det av manipulerte bilder også på sosiale medier. Under stormen Sandy på USAs østkyst i oktober 2012 la nyhetsbloggen The Atlantic Wire ut en gjennomgang av noen av de falske bildene, som også kunne følges under en egen søketag på Twitter, #FakeSandy.

Illusjonen av virkelighet har gitt pressefotografi en høy troverdighet blant publikum. Når bilder blir jukset med, er det ikke bare bildet som blir manipulert, men vi som ser dem også. Derfor får fotografene sparken. Og vi må venne oss til å være kritiske også til det vi ser på fotografier.

## Digitalfoto

Daingeniøren Stephen Sasson hos Kodak bygde det første digitalkameraet i 1975, ante han neppe at denne oppfinnelsen skulle bringe hans eget selskap på konkursens rand.

Han brukte en CCD-brikke, som var blitt utviklet noen år tidligere, til å gjøre om bildet til elektriske impulser som ble lagret på en kassett. Oppløsningen var 100 x 100 pixler, altså 0,1 megapixel. Det tok 23 sekunder å lagre det på kassetten, og like lang tid å spille det av til en tv-skjerm. «Her trengs det mer arbeid», sa assistenten som var modell på det aller første bildet da hun fikk se resultatet.

Kameraet ble aldri produsert for salg. Vi må over i 1990-årene før den digitale revolusjon inntar fotomarkedet for alvor. Sentrale aktører var Photoshop 1.0 som kom i 1990, og JPEG-formatet fra 1992 som gjorde det enklere å lagre og flytte bilder mellom kameraer og datamaskiner, og kameraet Kodak Professional DCS-100.

DCS-100 kostet 13 000 dollar i USA, så til å begynne med var det mest profesjonelle fotografer som tok det i bruk. Det var en uvurderlig fordel for pressefotografene at de ikke lenger behøvde å framkalle bildene, og dessuten kunne sende dem via modem når de var på reportasjereise.

Kodaks DC20 fra 1996 ble amatørfotografenes inngangsbillett. Oppløsningen var ikke høyere enn 0,2 megapiksel, men det hadde et minnekort som kunne lagre 8 eller 16 bilder avhengig av kvaliteten, det var så lite at man kunne putte det i lomma, og det kostet under 300 dollar.

Den teknologiske utviklingen skapte bildebrikker med stadig høyere oppløsning, det såkalte megapiksel-kappløpet, som til slutt gjorde filmen overflødig. Alle de store kameraproducentene laget etter hvert digitale kameraer.

Men den største kameraproducensen i verden var i 1998 faktisk mobiltelefonprodusenten Nokia. To år senere fantes det mer enn en milliard mobiltelefoner med kamera, og salget av dedikerte fotoapparater begynte å avta.

I januar 2012 gikk Kodak konkurs.

## Radio

Forfatter: Øyvind Høie

[Radio \(118076\)](#)



Medier i utvikling.

Utskriftsvennlig og lyttevennlig versjon av kapittelet om radioens historie.

### SOS

Det fortelles at Jack Phillips, telegrafisten på Titanic, ikke holdt opp med å sende ut nødsignalene før han fulgte skipet til bunns.

Bare ei drøy mil unna lå skipet Californian og ventet på dagslys. Hun kunne rukket fram i tide med hjelp. Men telegrafisten var gått til køys. Like før hadde han telegrafert Titanic og advart om isen, men fått kontant beskjed om å hold kjøft og ikke forstyrre fordi man hadde mer enn nok å gjøre med å ta imot nyheter og aksjekurser som passasjerene ville forlange neste morgen.

Men vent et øyeblink. Var det ikke slik at telegrafen ble sendt gjennom ledninger? Hvordan kunne den da bli brukt ombord på et skip?

Radiotelegrafen, elektriske impulser sendt gjennom lufta, var den store nyheten rundt det forrige århundreskiftet.

Interessen var blitt vekket i 1859 da voldsomme nordlys slo ut telegrafsystemer over hele kloden og telegrafistene ble slått bevisstløse av sterke elektriske støt. Hvor strømmen kom fra, var et mysterium. Man skjønte bare at det måtte være en sammenheng mellom magnetismen i nordlyset og elektrisiteten i ledningene.

Tyskeren Heinrich Hertz klarte i 1880-årene å skape elektromagnetiske bølger i laboratoriet. Men hva kunne det brukes til, spurte studentene. «Det er ikke til noen som helst nytte», svarte han.

For andre forskere var det som et nytt kontinent av muligheter.

Den som først klarte å gjøre det til noe nyttig, var irsk-italieneren Guglielmo Marconi. Han fikk til å sende elektromagnetiske impulser over lengre avstander og skjønte hvordan han kunne tjene penger på det. Han tok kontakt med det britiske postverket som akkurat da hadde overtatt det siste private telegrafselskapet. I 1897 demonstrerte han hvordan han trådløst kunne sende telegrammene over en avstand på hele seks kilometer. De neste årene klarte han å utvide rekkevidden. I 1900 var Marconis patenterte radiotelegraf i bruk på de fleste store havgående skip og reddet mange menneskeliv.

Titanic-forliset viste at den nye teknologien hadde noen svakheter. Det ble innført lover som påla alle skip å lytte etter nødsignaler døgnet rundt. Det ble også utviklet teknologi som gjorde det mulig å sende på ulike frekvenser slik at flere kunne kommunisere samtidig.

## Radiogalskap

Julaften 1906. I skipene rundt Cape Cod på østkysten av USA satt telegrafistene og lyttet til morsesignalene i øretelefonene sine. Plutselig hørte de noe merkelig. En fiolin ... kunne det virkelig være en julesang? Og så en menneskelig stemme som leste fra Bibelen. Det var sikkert mer enn en telegrafist den kvelden som lurte på om hjemlengselen var blitt så sterk at han hallusinerte.

Det de hørte, var et tidlig eksperiment med radio. Den kanadiske oppfinneren Reginald Fessenden hadde klart å utvikle et system som kunne kringkaste musikk og tale over radiobølgene. Nå hadde han bygd en sendestasjon for å få gjennomslag for teknologien. Men verken telefonselskapet AT&T eller Marconi som laget radiotelegrafen, var interessert.

Den første nyhetssendingen på radio gikk på lufta høsten 1920 fra en stasjon i Michigan i USA. Flere radiostasjoner ble startet både i USA og andre land. De sendte konserter, sport og annen underholdning i tillegg til nyheter.

Radiolytterne var 1920-årenes nerder. Unge mennesker bygde sine egne krystallapparater og lette seg fram til de fjerneste stasjonene på eteren. Mer avanserte mottakere fikk ben å gå på i butikkene. Den månedlige produksjonen av radiorør økte fra 5 000 i 1921 til over 200 000 i juni 1922, og 125 millioner i 1930. Fenomenet fikk til og med et eget navn: radiogalskapen, «the radio craze».

De lyttet til det de fant. I 1927 var det 732 stasjoner i USA. Noen av dem samarbeidet i de to nettverkene NBC og CBS som fremdeles er to av de store tv-nettverkene. Det tredje store, ABC, ble dannet da NBC ble delt i 1943.

## To systemer

Radio er annerledes enn aviser på den måten at det er et begrenset antall stasjoner som kan sende samtidig uten at de ødelegger for hverandre. Det ble derfor tidlig klart at noen måtte regulere markedet.

I USA opprettet kongressen Federal Radio Commission (FRC, senere FCC) i 1927. De delte ut frekvenser til stasjonene og stilte visse minstekrav til innholdet. Stasjonene var privateide, og de store nettverkene fikk mye makt. Utstyr og programproduksjon ble finansiert ved reklame.

Det var ofte slik at et firma sponset en hel programserie, og derfor fikk stor innflytelse over innholdet. Da stjernereporteren Edward R. Murrow i en reportasje fra den krigsherjede italienske byen Anzio nevnte at ordføreren var både katolikk og kommunist, fikk han klar beskjed fra direktøren i suppefabrikken som sponset sendingene, at han måtte være mer pro-amerikansk.

En annen følge av det amerikanske systemet var at programmene etter hvert ble veldig kommersielle. Stasjonene satset på lett underholdning som ga høye lyttertall og dermed tilsvarende store reklameinntekter, og som dessuten var billige å produsere.

I Storbritannia og Europa ellers ble radioen organisert på en annen måte. Kringkastingsselskapet BBC ble dannet i 1922 av det britiske offentlig eide postvesenet sammen med seks privateide selskaper. Engelskmennene var engstelige for at reklamefinansiering ville senke kvaliteten på sendingene. I stedet innførte de en lisens, som var en avgift alle som hadde et radioapparat, måtte betale. Det var vanskelig å forsvare hvis private eiere skulle ta ut profit av selskapet. I 1927 ble BBC omdannet til et selskap som var uavhengig av både myndigheter og næringsliv, med lisensinnbetaling som eneste inntektskilde.

BBC var det vi kaller en allmennkringkaster. Programmene skulle tjene nasjonen og var preget av kultur og folkeopplysning. De ble et forbilde for norske NRK og mange andre nasjonale kringkastere i Europa.

### Gullalder

Det var egentlig bare ment som en Halloween-spøk. Men lytterne fikk panikk. Hundretusener flyktet ut på gatene. Til alt hell ble ingen drept i kaoset, som resulterte i 12 500 avisartikler bare den første måneden etterpå.

Hørespillet Klodenes kamp ble sendt på CBS 31. oktober 1938. Det var laget av den unge regissøren Orson Welles etter en roman av H.G. Wells. Boka handler om marsboere som lander i New Jersey, slipper ut en sky av giftgass, tar over New York, og til slutt blir utslettet av bakterier. Ikke akkurat enkelt å få en sånn historie til å virke overbevisende. Så for å gjøre det i alle fall litt mer troverdig, fant han på å ramme inn historien i en serie nyhetssendinger.

Vi er, som du sikkert skjønner, midt i det vi kaller radioens gullalder. Den tiden da «alle» samlet seg rundt radioapparatene på kveldene, og hadde de samme programmene å snakke om dagen etter. Tiden før fjernsynet tok over. I USA var det 1930- og 40-årene, i Norge 1950-årene.

Radioen bandt nasjonen sammen på en måte som kan være vanskelig å forestille seg i dag. President Roosevelt holdt regelmessige «fireside chats» i radioen for å lede folket gjennom depresjonen i 1930-årene og vekke dem til kamp mot fascismen under andre verdenskrig. Både Winston Churchill og Adolf Hitler holdt sine store taler i radioen. I Norge gjorde Vidkun Quisling statskupp i en radiosending.

Hva hørte folk på? Til å begynne med var programmet selv i amerikansk radio hva vi ville kalt ganske finkulturelt. NBC sendte for eksempel leksjoner i musikkunnskap, hørespill basert på Shakespeares teaterstykker, politiske debatter og symfonier.

Men det varte ikke lenge før lettere underholdning tok over eteren. Komikere, populærmusikk, hørespill og barneprogram var populære. Problemet var at radioen var så effektiv som reklamekanal. Og det annonsørene ville ha, var naturlig nok programmer som samlet flest mulig lytttere.

Men i Storbritannia, Norge og andre land med lisensfinansiert kringkasting, dominerte foredrag og seriøs musikk programflaten til langt ut i 1950- og 60-årene. Ungdom som ville høre den nye popmusikken, var henvist til å peile inn utenlandske kommersielle stasjoner som Radio Luxembourg på mellombølgen.

### This is London

Det 245 meter lange luftskipet med 97 mennesker og 200 000 kubikkmeter hydrogengass om bord eksploderte i et inferno av flammer da det nærmet seg fortøyningsmasten i Lakehurst, New Jersey, 6. mai 1937. Det var den første transatlantiske luftskipsturen til USA dette året, og radiojournalisten Herbert Morrison hadde møtt fram for å dekke ankomsten for et radioprogram som skulle sendes neste dag. Den sendingen er blitt en av de mest kjente i mediehistorien. Du finner den på YouTube sammen med et filmopptak av ulykken.

Hindenburg-reportasjen var bare ett av en rekke eksempler som i 1930-årene demonstrerte radioens styrke i nyhetsformidlingen. Bakgrunnslyd fra det som skjedde og følelsene som kom til uttrykk i reporterens stemme, ga publikum en helt ny nærlhet til begivenhetene.

Avisene tok i bruk alle de midler de hadde for å bekjempe den farlige konkurrenten. Allerede i 1922 hadde BBC i Storbritannia fått inngå en avtale med avisene og telegrambyråene om ikke å sende nyheter før kl. 19, i tillegg til andre restriksjoner. I 1933 gikk telegrambyråene sammen om å boikotte de amerikanske radiostasjonene og rettsforfølge dem som likevel sendte nyhetene deres. Stasjonene måtte også her gå med på å begrense sendingene til kveldstid og henvise lytterne til avisene for flere detaljer.

Men da krigen nærmet seg, ble behovet for nyheter så stort at avisene sluttet å bekymre seg om konkurransen. Den andre verdenskrig ble et gjennombrudd for radioen som nyhetsmedium.

I Storbritannia hadde BBC hele ti daglige nyhetsbulletiner på det meste. 16 millioner lyttende samlet seg rundt radioapparatene ved sendingen kl. 21, det var halvparten av landets voksne befolkning. Sendingen ble et samlingspunkt for nasjonen, «nesten like hellig som familieandakten en gang skal ha vært», ifølge BBC-historikeren Asa Briggs.

En av de amerikanske reporterne som ble mest kjent, var Edward R. Murrow. Han sto med mikrofonen på hustakene i London under blitzene mens han beskrev bombene som falt rundt ham, og innbyggernes beslutsomhet og mot. Da han kom til London i 1937, ble han nektet medlemskap i pressekorrespondentenes klubb fordi han arbeidet i radio. Da krigen sluttet, var han klubbens president.

## I andre rekke

Hvor befinner du deg når du lytter på radio?

Neppe i godstolen foran et radioapparat i stua. Der er det gjerne en tv-skjerm som dominerer. Mange spådde at radioen ville forsvinne da fjernsynet gjorde sitt inntog i 1950-årene, men det gjorde den ikke. I stedet forandret den seg til det vi kaller et sekundærmedium.

Det krevde ikke mye oppmerksomhet å lytte på radio. Det kunne man gjøre mens man strikket, laget mat, eller for den saks skyld leste lekser. Da reiseradioene og bilradioene kom, kunne man også ta radioen med seg på helt nye steder.

Det var på denne tiden at populærmusikken tok over radioen. Hi-fi-standarden skapte en boom i platebransjen. Stasjonene som tidligere mest hadde spilt live-musikk, tok nå platemediet i bruk. Lokale radiostasjoner utviklet et helt nytt programformat, Top-40, en slags konkurranse mellom artister om hvilken plate som solgte best. Det var billige programmer å produsere, de krevde ikke annet enn en DJ som spilte platene og pratet litt innimellom. Det var dessuten greie programmer å lytte til mens man holdt på med noe annet.

Salget av de mest spilte platene skjøt i været og plateselskapene gned seg i hendene. Mange lot seg friste til å betale penger under bordet for å få sine artister spilt, en praksis som ble kalt «payola». Så mye som 22 000 dollar skal ha blitt betalt for å få en låt spilt. Det kom fram da den amerikanske kongressen tok fatt i problemet og strammet inn på lovgivningen.

Også i Europa måtte radioen forandre seg da fjernsynet tok over plassen i stua, det tok bare litt lenger tid. I 1964 fikk BBC konkurranse av en rekke piratstasjoner som sendte fra skip som lå oppankret i internasjonalt farvann utenfor den engelske kysten. Regjeringen ble presset til å tillate nasjonale reklamefinansierte radiokanaler. Konkurransen førte til at også BBC la mer vekt på populærmusikk og andre programformater med appell til lytterne.

# Filmen

Forfatter: Øyvind Høie

[Filmen \(118068\)](#)



Medier i utvikling.

Utskriftsvennlig og lyttevennlig versjon av kapittelet om filmens historie.

## En oppfinnelse uten framtid

«Film er en oppfinnelse uten noen framtid».

Opphavsmennene til denne glitrende analysen er de to brødrene Auguste og Louis Lumière. De hadde i 1894 patentert kinematografen, en innretning som kunne både ta opp, framkalle og projisere levende bilder. I romjulen året etter holdt de verdenshistoriens første offentlige filmframvisning på en kafé i Paris. Programmet besto av ti korte optak med titler som «Arbeiderne forlater fabrikken» og «Barnets frokost». Det vakte en voldsom interesse.

I USA hadde Thomas Alva Edison patentert kinetoskopet året før brødrene Lumièrens kinematograf. Mens de filmet dagliglivet ute på gata, bygde han et studio han kalte Sorte Maria, og filmet mennesker som gjorde helt vanlige ting som å nyse, danse og snakke.

Det hadde lenge vært en kjent sak at bilder som ble vist i rask rekkefølge, kunne skape en illusjon av bevegelse. Det fantes innretninger med navn som Phenakistoskopet, praksinoskopet og zoetropen. Fotografen Eadweard Muybridge klarte i 1870-årene å fange en bevegelse i en bildeserie ved å utløse en rekke kameraer etter hverandre. Men det var celluloidfilmen på rull, som kom midt i 1880-årene, som gjorde filmen mulig.

De første filmene gjengang verden uten noe annet formål enn å vise den. Det var interessant bare så lenge det var nytt. Georges Méliès tok teknikken et skritt videre. Han bygde i 1897 det første egentlige filmstudioet. Her eksperimenterte han med levende skuespillere, dukketeater og modeller, og utviklet en rekke av filmmediets spesialeffekter. Fiksionsfilmen Reisen til månen fra 1902 ble en verdenssuksess både kunstnerisk og kommersielt.

Fram til første verdenskrig var det Frankrike som ledet utviklingen av filmindustrien. To tredjedeler av filmene som ble vist i verden i 1910, var franske. Den største leverandøren av underholdningsfilm var Charles Pathé. Danske Nordisk Film var det nest største filmselskapet i verden.

## Forrående og verdiløs

«Filmen findes at maatte virke forraende ved sine mord og pinsler, specielt overfor barn, og maa for voksne betegnes som verdiløs.» Dette skrev Statens Filmkontroll den 6. desember 1913 i sin begrunnelse for å forby filmen «Reddet i sidste øieblik», den første filmen som ble forbudt vist i Norge.

Ingen andre medier har blitt så systematisk kontrollert og sensurert av myndighetene og av bransjen selv, som filmen. Tabloidavisene solgte rekordopplag på sensasjonsoppslag om forbrytelser og prostitusjon. Når filmene behandlet de samme temaene, ble de forbudt.

Fra første stund ble film sett på som sterkere enn andre medier. Folk dukket seg i kinosalene i 1890-årene når et tog kom kjørende mot dem på scenen, akkurat som de gjorde da de første 3D-filmene ble vist et århundre senere.

Filmen spiller på flere sanser. Ikke noe annet medium skaper en så sterk illusjon av virkelighet med så liten innsats fra seeren. Mange bekymret seg derfor om hvordan den ville påvirke folks holdninger og moral. «Den som kontrollerer filmindustrien, kontrollerer det mest kraftfulle mediet til innflytelse over folket», sa Thomas Edison.

Edison hadde i 1908 fått med seg andre filmprodusenter i et monopol som dominerte markedet i USA fram til første verdenskrig. Her innførte han sensur og ekskluderte alt han syntes var umoralsk. I 1922 påla filmindustrien seg en selvsensur gjennom en forening som senere ble hetende the Motion Picture Association of America (MPAA). «Ingen film skal produseres som senker den moralske standard til de som ser den», var hovedregelen. Skurkene skulle aldri vinne. Nakenhet, dampende sexscener og homoseksualitet var strengt forbudt. I 1960-årene ble dette endret til det ratingsystemet du kanskje har sett på amerikanske filmer: G, PG, PG-13, R og NC-17.

De fleste land har en form for filmsensur. I Norge er det staten som godkjenner filmene gjennom Statens Filmkontroll som ble opprettet i 1913. I dag er det Medietilsynet som sensurerer film.

## Filmens språk

Akkurat som de første trykte bøkene lignet på de som munkene hadde kopiert for hånd, så de første filmene ut som teaterforestillinger.

Den egentlige filmhistorien starter etter mange meninger med David Wark Griffith, den amerikanske fortellende filmens far. Med filmene En nasjons fødsel (1915) og Intolerance (1916) startet han utviklingen av det filmspråket som ennå brukes i spillefilm.

Griffith tok i bruk ulike bildeutsnitt, kamerabevegelser og kameraposisjoner for å forsterke det dramatiske innholdet i scenene. Han etablerte kontinuitetssystemet for å få fortellingen til å oppleves som en sammenhengende kjede. Parallelhandlinger bygde opp spenning og intensitet. Den sosiale konflikten ble sett gjennom enkeltmennesker, og han brukte sentimentalitet og patos for å gi tilskuerne et følelsesmessig forhold til karakterene.

Dette filmspråket fulgte de klassiske realistiske normene som på 1800-tallet var vanlige innenfor andre kunstformer, som i romanene til Charles Dickens og Henrik Ibsens dramaer. Men som i kunsten ellers, vokste det også i filmen fram andre retninger.

Den tyske ekspresjonistiske filmen brukte stiliserte kulisser og spillestil, perspektivforvrengninger og dramatisk lyssetting for å utforske underbevisstheten. Sentrale verk er skrekkfilmen Dr. Caligaris kabinetts av Robert Wiene (1920) og framtidsvisionen Metropolis av Fritz Lang (1926).

Russeren Sergei Eisenstein var opptatt av selve klippingen, og skapte en retning som ble kalt montasjefilm. I den klassiske fortellende filmen skal klippene være usynlige slik at de ikke forstyrrer illusjonen av virkelighet. Eisenstein satte sammen bilder som sto i kontrast til hverandre for å skape assosiasjoner som kunne forsterke innholdet i filmen.

Det kunne gjerne være bilder som ikke hørte hjemme i handlingen i det hele tatt, som når han klippet opptak av kveg som blir slaktet sammen med en massakre av streikende arbeidere i filmen Streik (1924).

Andre ganger arbeidet han med bevegelser. I den berømte trappescenen fra Panserkrysseren Potemkin (1925) satte han sammen en serie klipp av marsjerende soldater og menneskemasser i flukt nedover trappen med en motsatt bevegelse, en mor som sakte, høytidelig bærer sin døde sønn oppover.

Mange av våre dagers musikkvideoer bygger videre på disse retningene.

## Tauhet er gull

Da Jack Warner, sjefen for filmselskapet Warner Brothers, ombestemte seg, var det allerede for sent. Byggingen var i gang. Et lydstudio til 10 000 dollar ble reist. Det var et risikoprosjekt, og forventningene var lave. Men skeptikerne tok feil. Den aller første lydfilmen, *The Jazz Singer*, ble en overveldende suksess. Stumfilmenes tid var forbi.

Fram til 1927 ble alle filmer vist uten annen lyd en levende musikk som ble spilt under forestillingen. Det hadde faktisk sine fordeler. Et lite land som Danmark kunne bli en av verdens ledende filmekspører fordi språkbarrieren ikke fantes. Utstyret var etter hvert relativt kompakt, og man kunne filme hvor som helst uten å bekymre seg for støy fra omgivelsene. Mange av filmene ble også mer kunstneriske fordi filmskaperne måtte klare å formidle handlingen visuelt uten hjelp av dialog.

Under første verdenskrig stanset mye av den europeiske filmproduksjonen opp, og USA tok over markedet. Hollywood etablerte seg som den store filmbyen. De første stjernene ble skapt. Charlie Chaplin signerte i 1916 en kontrakt med et filmselskap på over en halv million dollar. Det var bare to år etter at han opptrådte som den berømte landstrykeren for første gang. Tre år senere grunnla han filmselskapet United Artists sammen med andre stjerner som D.W. Griffith, Mary Pickford og Douglas Fairbanks.

En annen mesterlig filmskaper fra stumfilmtiden var Buster Keaton, kjent for dramatiske stunts som han utførte med stor fare for sitt eget liv.

### Filmfabrikkene

Vet du hvorfor det nettopp var Hollywood som i 1920-årene ble USAs filmby? Jo, blant annet rett og slett fordi den lå så nær grensen til Mexico.

Thomas Edison hadde nemlig patent på filmkameraet han hadde oppfunnet, og han håndhevet den strengt. Eide man et kamera uten å ha betalt lisens, kunne det være greit med en kjapp tur over grensen når ryktene gikk om at agentene hans var på vei.

Dessuten gjorde klimaet det mulig å filme ute året rundt.

Den første filmen ble skutt i Hollywood i 1910. Men det er årene fra 1930 til 1945 som regnes som Hollywood-filmens gullalder. Åtte store filmselskaper dominerte produksjonen, som de organiserte etter samlebåndsprinsippet akkurat som i en fabrikk. Tusenvis av ansatte arbeidet der, både skuespillere, produsenter, regissører, forfattere, stuntmenn, håndverkere og teknikere. I 1930-årene spytet disse fabrikkene i Hollywood ut nesten 500 filmer i året. Deres dominerende stilling gikk langt ut over USAs grenser. På norske kinoer har amerikanske filmer stått for 60–65 % av tilbudet helt siden den tiden.

Underlig nok klarte de store filmfabrikkene å skape noen glitrende filmer. Noen av dem har du kanskje sett, som for eksempel *Tatt av vinden*, *Casablanca*, eller *Citizen Kane*. Kanskje har du også hørt om filmstjerner som Clark Gable, Greta Garbo, Marlon Brando, Katharine Hepburn, John Wayne, Humphrey Bogart, Ingrid Bergman eller Marilyn Monroe.

De fleste filmene ble kokt sammen etter oppskrifter som ble utviklet i 1920-årene. Westernfilmer, kostymedrama, musikaler, komedier, tegnefilmer og skrekkfilmer var blant de vanligste sjangrene. Nye sjangre oppsto også, som for eksempel film noir, mørke krimfilmer med hardhudete men bløthjertede detektiver i hovedrollen. Ta en titt på *Malteserfalken* med Humphrey Bogart, hvis du ikke har sett den.

Filmselskapene laget ikke bare film. De eide også hver sine kinokjeder hvor de selv kunne bestemme repertoaret. I tillegg hadde de stor makt over uavhengige kinoer, som ble tvunget til å kjøpe pakker som inneholdt B-filmer av lav kvalitet i tillegg til hovedfilmene. Misnøye med denne ordningen førte til at høyestrett i 1948 løste opp produsentenes makt over kinoene. Sammen med konkurransen fra det nye tv-mediet var dette en av grunnene til at Hollywood etter hvert mistet sin dominerende stilling.

### Propagandafilmens triumf

Den andre verdenskrig skulle vise at Thomas Edison hadde rett da han sa: «Den som kontrollerer filmindustrien, kontrollerer det mest kraftfulle mediet til innflytelse over folket».

Det begynte med mesterregissøren Leni Riefenstahls Viljens triumf fra 1935. Den handler om nasjonalsosialistenes partimøte i Nürnberg og bruker lange kjøringer, pompøs musikk og en mesterlig klipping for å skape et triumferende bilde av Hitler. Riefenstahl tilbrakte flere år i varetekts etter krigen, men ble ikke dømt for krigsforbrytelser. Hun forsvarer seg med at hun ikke hadde visst om konsentrationsleirene, og at kunstnere dessuten ikke kan stilles til ansvar for de politiske problemene deres kunst måtte skape.

Regissøren Fritz Hippler ledet filmavdelingen i Joseph Goebbels propagandaministerium. De laget filmen Den evige jøde, hvor jødene ble framstilt som rotter og andre skadedyr. Ved å ta fra en hel folkegruppe menneskelige trekk, var den med på å rydde veien for folkemordet som fulgte.

På den andre siden av Atlanterhavet brukte Chaplin humor i kampen mot nazismen. I Diktatoren fra 1940 spiller han en jødisk barberer som blir forvekslet med diktatoren Adenoid Hinkle. På denne tiden var det bare få mennesker i USA som forsto hva nazismen kunne føre til. Den offisielle politikken i Hollywood var at politiske budskap skulle unngås, og at alle land skulle framstilles med respekt. Da Chaplin ble spurta om han var jøde selv, svarte han: «Jeg har ikke den æren».

Det ble etter hvert laget en rekke filmer i USA som skulle øke krigsmoralen i militæret og i befolkningen ellers. Selv Disneys Donald Duck hadde et gjestespill i propagandaens tjeneste i filmen Der Fuehrer's Face.

Størst innflytelse fikk dokumentaren Why We Fight, som Frank Capra produserte i 1942. Den var bestilt av forsvarsdepartementet for å øke kampviljen hos soldatene, men president Roosevelt syntes den var så viktig at han fikk den vist på kinoene over hele landet.

Nye bølger

Da krigen var slutt, strømmet det igjen en flom av lette underholdningsfilmer ut fra Hollywood-fabrikkene. Men i konkurransen med det nye fjernsynsmediet tørket mye av inntektene fra kinovisningene inn. For å trekke folk til kinoene, ble det laget storfilmer i bredformat, Ben Hur er et eksempel på det, og det ble eksperimentert med 3D.

I Europa gikk man nye veier for å møte flommen av amerikanske filmer. Den nye bølgen var en betegnelse på en rekke franske filmer i slutten av 1950-årene (Hiroshima, min elskede, Til siste åndedrag og andre). De benyttet et personlig filmspråk preget av håndholdt kamera, improvisasjon, og klipping som stadig brøt i stykker illusjonen av virkelighet.

En annen europeisk retning var italiensk neorealisme. Den forkastet Hollywoods oppkonstruerte intriger og profesjonelle skuespillere, og tok kameraet ut i gatene for å vise virkeligheten. Okkupasjonsdramaet Rom — åpen by (1945) av Roberto Rossellini, vant en rekke internasjonale priser.

Over hele verden var kulturen i endring i 1960-årene. Ungdommen vendte seg fra idealer som patriotisme og heltemot til toleranse og vekt på indre personlig vekst. Hippiebevegelsen vokste fram. Også Hollywood-filmene forandret seg, og antiheltene dukket opp på skjermen. Krigs- og westernfilmene handlet mer om personlige tragedier og menneskelige verdier enn heltemot i kamp. Rasemotsetningene ble tematisert (To Kill a Mockingbird, 1962), ungdomsopprøret (Rebels Without a Cause, 1955) og frihetslengselen (Easy Rider, 1969).

### Blockbusters

De tre filmene i trilogien Ringenes Herre (2001–2003) kostet nesten 300 millioner dollar å lage. De spilte inn tett på tre milliarder. De gikk på kino og tv over hele verden, ble solgt på DVD og Blu-ray, og hadde inn penger på salg av dataspill, leketøy, bøker, tegneserier, kostymer og mye annet. Velkommen til the Blockbuster.

En blockbuster er en fortelling med stor appell i en spektakulær innpakning som kan fungere i en rekke medier, og som derfor har et stort potensial for inntjening.

I dag er filmselskapene i Hollywood blitt en del av den internasjonale medieindustrien. De lager ikke lenger filmene selv, men finansierer og markedsfører produksjoner for selvstendige filmskapere. Spektakulære filmer kan tjene inn virkelig store penger hvis de lykkes, og er naturlig nok enklest å finansiere. Fra Haisommer i 1975 til Avatar i 2012 har spesialeffektene vært en vesentlig del av de fleste storfilmene.

Men det fins likevel rom for såkalte mainstream-produksjoner med kjente navn på rollelisten. Budsjettene er lavere og risikoen dermed mindre, og filmer som Pretty Woman og Hjemme alene-filmene har vist at de kan være svært lønnsomme.

En tredjedel av dagens filmarked består av uavhengige produksjoner med lave kostnader som gjerne retter seg mot spesielle grupper innenfor publikum.

### Fra Hollywood til Bollywood

Seks millioner ansatte produserer tusen filmer i året. De omsetter for åtte–ti milliarder dollar. Vi snakker ikke om Hollywood, men Bollywood.

Det største filmproduserende landet i verden er faktisk ikke lenger USA, men har siden midten av 1970-årene vært India.

Bollywood er blitt en betegnelse ikke bare på sentrum for filmproduksjon i India, Mumbai (tidligere kalt Bombay), men for en egen filmsjanger. Bollywoodfilmene er ofte overdådige kjærlighetshistorier preget av fargerike kostymer og kulisser og tallrike innslag av musikk og dans. Som en følge av det multikulturelle samfunnet, har de fått en økende popularitet også i Vesten.

Etter at det er blitt mulig å kjøpe film på DVD og på nettet, har filmer fra andre land lettere kunnet konkurrere med amerikanske filmer. Den kinesiske kampfilmen Crouching Tiger, Hidden Dragon ble voldsomt populær i USA og Europa i 2000. Eksempler på andre ikke-amerikanske suksesser er franske Amélie og indiske Slumdog Millionaire.

Enkelte filmer blir nå spilt inn på flere språk slik at de lettere kan konkurrere på det internasjonale markedet. Quentin Tarantino laget filmen Inglourious Basterds (jo, det staves faktisk sånn!) på både tysk, fransk og engelsk.

# Fjernsynet

Forfatter: Øyvind Høie  
[Fjernsynet \(118131\)](#)



Medier i utvikling.

Utskriftsvennlig og lyttevennlig versjon av kapittelet om fjernsynets historie.

Fjernsynets mange fødsler

Da kong Olav V åpnet den første offisielle fjernsynssendingen i Norge 20. august 1960, var mediet allerede gammelt. Men akkurat hvor gammelt er det ikke så lett å bli enige om. Mediet som førte verden sammen til en global landsby, ble nemlig selv utviklet globalt.

Allerede i 1925 klarte skotten John Logie Baird å sende bevegelige bilder gjennom luften i et varehus i London. Han fikk etter hvert i gang prøvesendinger i samarbeid med BBC. To sendere måtte til, en til bilde og en til lyd. Til å begynne med hadde han bare den ene, så de første seks månedene besto sendingene av to minutter bilde og to minutter lyd etter hverandre.

Baird, og andre oppfinnere i USA, Russland og Japan, brukte mekaniske deler sammen med elektronikk i apparatene sine. Den første som kunne vise fram et helelektronisk system, var amerikaneren Philo Farnsworth i 1928. Han havnet i en patentvist med RCA hvor Vladimir Zworykin hadde utviklet et lignende system. Farnsworth vant saken, og er blitt stående som den siste av de store oppfinnerne som helt på engen hånd utviklet banebrytende ny teknologi.

«Fjernsynets fødsel» ble annonsert med brask og bram i 1939 på verdensutstillingen i New York, selv om BBC da hadde hatt regelmessige sendinger i tre år. Selvste president Franklin D. Roosevelt talte på skjermen. Publikum kunne prøve seg foran kameraene, og RCA viste fram sine nye mottakerapparater, hvor noen modeller måtte kombineres med en radio hvis man ville høre lyd sammen med bildene.

Utviklingen fikk en brå stopp da den andre verdenskrig brøt ut. I de krigsrammede landene hadde folk annet å tenke på, og ingeniørene trengtes til å utvikle radar og annen militær teknologi. «Jeg tror jeg kysser deg nå», var de siste ordene som gikk på lufta før senderen i London ble slått av 1. september 1939. Den som fikk kysset, var Mikke Mus.

Men folk hadde fått en forsmak, og da krigen var slutt, eksploderte interessen. I USA steg produksjonen av tv-apparater fra 178 000 i 1947 til 15 millioner fem år senere. Halvparten av alle amerikanske hjem hadde en tv i 1955. I Storbritannia vokste antall lisenser fra knapt 15 000 i 1947 til over en million i 1951, og 3,2 millioner i 1954. Også i Frankrike og Sovjetunionen bredte tv-antennene seg ut over hustakene.

#### Det første fjernsynet

John Logie Baird demonstrerer selv fjernsynet sitt i denne filmavisen. Han brukte roterende skiver med linser og spalter for å skanne bildet.

#### Tante vet best

«Sett opp en fjernsynsanenne på huset, så vil du bli forbløffet over hvor mange venner du har i gata», skrev en engelsk avis i 1953.

BBC skulle nemlig dekke kroningen av dronning Elizabeth II. Den elleve timer lange sendingen ble det definitive gjennombruddet for fjernsynet i Storbritannia. 20 millioner mennesker fulgte sendingene på de to millioner fjernsynsapparatene som fantes, halvparten som gjester hos familie og naboer, akkurat som avisene spådde. En meningsmåling viste at 98 % var «fullstendig tilfreds» med sendingene.

Seerne kom gjennom tv-kameraene for første gang tett innpå de kongelige og andre samfunnstopper. Det ga mersmak. Nasjonale begivenheter ble fra nå av mediebegivenheter.

BBC var lisensfinansiert, og derfor ikke utsatt for press fra næringslivet eller publikums smak slik som de amerikanske kanalene var. Til gjengjeld skulle de fungere som allmennkringkaster og være uavhengig og nøytral. På folkemunne fikk de tilnavnet «Auntie» (etter uttrykket «tante vet best») fordi enkelte av programmene i folkeopplysningens ånd kunne bli litt vel oppdragende. I 1955 fikk de konkurranse fra det kommersielle tv-nettverket ITN.

Britisk fjernsynsproduksjon ble tidlig kjent for dramaproduksjoner av høy kvalitet. BBC knyttet til seg dyktige regissører og opprettet en egen manusavdeling. Science fiction-serien «Dr. Who» startet i 1963. Den er blitt en kultserie og produseres fremdeles, riktignok med en pause fra 1989 til 2005. «Forsythe-sagaen» fra samme år ble vist over hele verden, og til og med solgt til Sovjetunionen. Mens amerikanske serier ofte var actiondrevet og gjerne litt glamorøse, utmerket engelskmennene seg med karakterdrevne drama, enten det var påkostede historiske kostymedrama eller sosialrealistiske kriminalserier.

«En enorm ødemark»

Kunnskapskonkurranser, familiekomedier helt uten troverdighet, blod og torden, kaos, vold, sadisme, mord, westernskurker, westernhelter, privatdetektiver, gangstere, mer vold, og tegnefilmer. Uendelig mye reklame. Og mest av alt, kjedsomhet.

Slik beskrev Newton Minow en typisk amerikansk tv-dag i 1961. En enorm ødemark, «a vast wasteland», spissformulerte han. Minow var leder av FCC, den amerikanske regjeringens medievaktbikkje, og ønsket seg mer folkeopplysning i tv.

Reklamekronene strømmet nemlig til det nye mediet, og 1950-årene ble på mange måter en gullalder for amerikansk tv-produksjon. Edvard R. Murrow, Walter Cronkite og andre radiostjerner fra krigstiden flyttet over i tv og bygde opp nyhets- og aktualitetsprogram. De populære radiohørespillene ble omdannet til tv-serier. Westernserien «Gunsmoke» («Krutrøyk» på NRK fra 1969–1974) begynte på radio i 1952, gikk på tv fra 1955–1975 og ble med sine 635 episoder den lengste dramaserien noensinne. En annen attraktiv programtype overtatt fra radioen var kunnskapskonkurransene, som også satte norske tv-seere på hodet da NRK sendte «Kvitt eller dobbelt» i 1960-årene.

Men det skulle vise seg at reklamefinansieringen hadde en bakside i fjernsynet akkurat som i radioen.

Reklameinntektene på et program avhenger av hvor mange som ser på, den såkalte seermålingen eller ratingen. Og det var ikke nødvendigvis kvalitet som trakk seere. Dessuten var kvalitetsprogrammene ofte dyre å produsere. Finansieringsmodellen førte derfor til at store mengder billige, masseproduserte programmer som såpeoperaer og kunnskapskonkurranser fylte det meste av sendeflatten.

Noen produsenter lot seg friste til å ta uredelige metoder i bruk for å tiltrekke seg seere. De største kunnskapskonkurransene kunne ha opp til 64 000 dollar i premie, og mange av deltakerne ble kjendiser. Det ble en stor skandale da undersøkelser viste at flere konkurranser var rigget, og resultatet bestemt på forhånd. Seeroppslutningen sank som en stein, og mange show ble kansellert.

Tv-markedet i USA var lenge delt mellom de kommersielle nettverkene ABC, CBS og NBC (pluss Fox fra 1986). I 1967 ble det opprettet en allmennkringkaster, nettverket PBS, som blir finansiert av offentlige bevilgninger og gaver fra seere og næringsliv. Det er her den populære barneserien «Sesame Street» blir produsert.

Vi morer oss til døde

492 millioner dollar brukte Mitt Romney på tv-reklame da han kjempet om å vinne valgkampen mot Barack Obama i 2012. Obama svidde av 404 millioner. Hele 80 % av kandidatenes kampanjebudsjetter ble brukt på tv. I tillegg samlet de tre tv-debattene til sammen 192 millioner seere. Det er altså ingen tvil om at fjernsynet spiller en viktig rolle i den amerikanske valgkampen.

I presidentvalget i 1960 møttes kandidatene for første gang til debatt på tv. 70 millioner seere fulgte sendingen. Nixon kom rett fra et to ukers sykehusopphold og hadde avslått å bli sminket. Skjeggstubbene syntes i det skarpe lyset, og han virket utilpass. Den unge demokratiske kandidaten, John F. Kennedy, var sommerbrun og rolig. De som fulgte debatten på radio, mente etterpå at Nixon hadde vunnet, men tv-seerne holdt Kennedy som den beste. Forskerne er uenige om det hadde noen reell betydning for valgutfallet. Men hendelsen viste at som følge av tv-mediet ble det visuelle inntrykket en viktig faktor også i politikken.

Den amerikanske medieprofessoren Neil Postman har skrevet om hvordan overgangen fra en skriftbasert til en billedbasert kultur har endret den offentlige samtalen. På 1800-tallet kunne folk møte fram i hoptall for å høre en politiker argumentere i en time eller to for politikken han ville føre. I 1962 tapte Nixon for Kennedy i presidentvalget blant annet fordi han ikke så bra ut på tv-bildene.

Politiske valg ligner i vårt bildebaserede mediesamfunn mer og mer på popularitetskonkurranser, og uvesentlig kjendisstoff og underholdning fyller stadig større del av nettavisene. «Vi morer oss til døde», spissformulerte Postman.

### Seremonimesteren

Folk sto tett på fortauene og jublet mot følget som kjørte gjennom Dallas sentrum den 22. november 1963. Fra en åpen bil vinket den unge presidenten og hans populære First Lady tilbake. Plutselig hørtes skudd. Presidenten rykket til og falt sammen mot Jacqueline. Bilene raste av gårde til nærmeste sykehus. Men det var lite å gjøre. En halv time senere var president Kennedy erklært død.

I tv-selskapet CBS fikk Walter Cronkite høre om skuddene mens han spiste lunsj. Han var en av de reporterne som var blitt berømt for sine radioreportasjer fra krigen i Europa, og var nå en meget respektert ankermann i tv-nyhetene. En meningsmåling hadde kåret ham til den mest troverdige mann i Amerika. Uten manus gikk han på lufta og fortalte om den forferdelige hendelsen. Da han en time senere måtte gjøre kjent at presidenten var død, ble stemmen grøtete, og han måtte stanse for å tørke bort noen tårer.

Enorme seermengder samlet seg rundt fjernsynsapparatene, ikke bare i USA, men også i Europa hvor den nye satellitteknologien gjorde det mulig å overføre begivenhetene direkte. «Inntil da hadde tv vært et teater eller en stadion», var det en som sa. «Plutselig ble det et slags kapell hvor amerikanerne kunne holde Cronkite i hånden. Han var alles anker, alles prest.»

Det skulle ikke bli en enkeltstående hendelse. Fjernsynet har vist seg å ha en helt spesiell evne til å samle et folk i sorg. Britene opplevde det da lady Diana døde. Selv opplevde du det ganske sikkert i dagene etter tragediene i regjeringskvartalet og på Utøya 22. juli 2011. I to–tre uker etterpå var mediene preget av fortellingene til de etterlatte, de skadede, redningsmannskaper og politi. De dekket rosetog, minnestunder og begravelser. Reporterne viste egne følelser. For en stund la mediene sin vanlige konfliktorienterte og undersøkende rolle til side og fungerte som en samlende nasjonal seremonimester, en sekulær prest. Fjernsynet speilet folkets sorg.

### Krigen i stua

«Vår verste fiende ser ut til å være pressen», sa president Richard Nixon i 1971. Daglig brakte fjernsynet Vietnamkrigens grusomhet hjem i stuen til folk. Oppslutningen om krigen sank som en stein etter at tv-kanalene begynte å antyde at den ikke ville være mulig å vinne.

USA tapte først mediekrigens, er det blitt sagt. Deretter tapte de Vietnamkrigen. Senere forskning har riktignok vist at saken kan være mer komplisert enn som så. Men det er liten tvil om at fjernsynet var i ferd med å bli det mediet som sterkest påvirket den offentlige mening.

Tv-bildene er så sterke fordi vi oppfatter dem som virkelighet. Vi glemmer lett at de bare viser et utsnitt av virkeligheten, og at vi kanskje tolker dem feil.

Kanskje husker du bildene av jublende irakere som veltet en kjempestatue av Saddam den dagen amerikanerne inntok Bagdad. Nyhetskanalene tolket dem som en stor begivenhet som markerte amerikanernes endelige seier, og sendte dem om og om igjen med få minutters mellomrom.

I virkeligheten besto folkemengden bare av noen få hundre på det meste, mange av dem journalister og soldater. Andre steder i byen foregikk motstand og plyndring som ikke ble rapportert, men som var mye mer i samsvar med krigen som fulgte. Her kan du se journalisten Peter Maass' beretning om hva som virkelig hendte på Firdosplassen den dagen.

### Den globale landsby

Bildet på skjermen var ikke akkurat i HD. En grå skygge beveget seg ved foten av noe som kunne se ut som en stige. Flekker av hvitt, skarpt lys flimret mot en mørk bakgrunn. En uklar stemme: «It's one small step for man, one giant leap for mankind.» Likevel satt 600 millioner mennesker klistret til tv-skjermene over hele jorden, det største publikummet til da i det som var i ferd med å bli en global landsby, en verden hvor alle snakket om det samtidig.

Da Apollo 11 landet på månen sommeren 1969, var det allerede sju år siden den første tv-sendingen ble sendt samtidig på begge sider av Atlanterhavet. Det var de nye kommunikasjonssatellittene som gjorde det mulig. Telstar ble satt i drift sommeren 1962. De aller første direkteoverførte bildene var av frihetsstatuen i New York og Eiffeltårnet i Paris. Sendingen inneholdt ellers diverse sportsinnslag og en pressekonferanse med president Kennedy.

I 1980-årene ble det laget egne tv-kanaler med bestemte typer innhold som bare ble sendt via satellitt, enten til lokale kabelnett eller direkte til private parabolantennene. CNN sendte nyheter døgnet rundt og MTV musikkvideoer.

Tilbake i 1960-årene hadde medieforskeren Marshall McLuhan beskrevet hvordan verden ville skrumpe inn til en «global landsby» når den elektriske kommunikasjonsteknologien ble i stand til å spre informasjon til alle fra ethvert sted samtidig.

Men informasjonen hadde en lei tendens til å gå bare en vei. I 1980 kritiserte en UNESCO-rapport den ensidige flyten av informasjon og kultur fra den rike del av verden. I mange land var det vestlige kommersielle interesser som hadde bygd ut fjernsynet for å få tilgang til nye markeder. Flommen av amerikanske tv-programmer og reklame førte til et press på lokal kultur.

Men økt informasjon utenfra bidro også til at jernteppet falt.

## Datamaskinen

Forfatter: Øyvind Høie  
[Datamaskinen \(117989\)](#)



Medier i utvikling.

Utskriftsvennlig og lyttevennlig versjon av kapittelet om datamaskinen.

### Den mekaniske hjernen

Charles Babbage var matematiker. I 1821 arbeidet han ved observatoriet i Greenwich ved London. Da han kikket gjennom noen astronomiske tabeller som ble brukt av navigatørene for å bestemme et skips posisjon på havet, oppdaget han en feil. Ikke bare en, men en hel rekke feil.

Dette var midt i den industrielle revolusjon. Dampmaskiner drev spinnemaskiner, trykkpresser og mange andre innretninger som avlastet arbeiderene og økte produksjonen. Det var mens han satt og rettet opp alle feilene, at tanken slo ned i ham: Hva om han kunne lage en maskin som kunne mekanisere beregningene og fjerne alle menneskelige feil?

Resten av livet brukte Babbage på å utvikle denne «differansemaskinen», som han kalte den. Han var ingen riktig gjennomfører, og maskinen ble aldri bygd. Men etter flere forsøk hadde han tegningene ferdig. Han hevdet at den skulle kunne løse komplekse ligninger og gi svar med opptil 31 desimaler.

Ekspertene mente at den aldri kunne bygges. Helt til i 1980-årene. Da ble den faktisk bygd ved London Science Museum etter tegningene til Babbage. Maskinen veide fem tonn. Den var over tre meter lang og inneholdt 8 000 kamaksler og tannhjul laget av bronse, støpejern og stål.

Og den virket!

Charles Babbage regnes i dag som datamaskinens far.

### Den første programmereren

Vissste du at den aller første programmereren var en kvinne?

Grevinne Ada Lovelace var matematiker og tidligere elev av Babbage. Hun hjalp til med å utvikle den første algoritmen til en av datamaskindesignene hans. En algoritme er en «oppskrift» som i et språk den forstår, trinn for trinn forteller datamaskinen hvordan den skal utføre en oppgave. Dataspråket Ada har fått navnet sitt til minne om henne.

«Tallenes fortryller» kalte Babbage henne. Mens han selv var opptatt av å bygge en maskin som kunne gjøre beregninger med tall, forutså Ada Lovelace at den i framtiden også kunne brukes til andre oppgaver.

### Maskiner du kunne bo i

Det ble sagt at ENIAC var en svært personlig datamaskin. Ikke fordi man kunne bære den med seg, men fordi man kunne bo inni den!

ENIAC var 30 meter lang og nesten tre meter høy, den veide 30 tonn, inneholdt 17 468 radiorør og kunne utføre 100 000 kalkulasjoner i sekundet. Man kunne vandre omkring i den og se på mens programmene ble utført.

Det ble bygget flere mekaniske datamaskiner i første halvdel av 1900-tallet. De var ikke så avanserte som den Babbage hadde tegnet, men kunne brukes til å håndtere store tallserier fra folketellingen og i bank- og forsikringsbransjen. IBM var en av produsentene.

Da krigen kom, økte behovet for avanserte beregninger. Koder skulle knekkes, og våpen gjøres mer treffsikre. For å få til det, måtte den nye elektroniske teknologien utnyttes. Det ble brukt store ressurser på å utvikle digitale datamaskiner. Amerikanerne bygde ENIAC og IBMs Mark I. Engelskmennene bygde en de kalte Colossus.

Det var på denne tiden noen av de begrepene vi forbinder med data, ble formet. Ordet «computer» («beregner») ble opprinnelig brukt om de matematikerne som utførte ballistiske beregninger i våpenindustrien. Nå overtok ENIAC den jobben. På en time kunne den gjøre like mange beregninger som 50 matematikere klarte på et helt år. Ikke så underlig at det heretter var maskinene som gikk under navnet «computer».

Alle radiorørene inne i datamaskinene utviklet varme som kunne virke tiltrekkende på møll (bugs). Da måtte teknikerne inn i maskinen for å finne insektene og fjerne dem. Denne jobben kalte de «debugging». Ordet brukes fremdeles om å rette opp feil («bugs») i dataprogrammene.

#### «Less is more»

Det er ingen tvil om at datamaskinen var en revolusjon. Men lenge var den som boka før Gutenberg: Den var forbeholdt de få, som militæret og bank- og forsikringsbransjen. Ikke så rart kanskje, når du tenker på hvordan maskinene så ut. Radiorørene gjorde dem enormt store og krevde mye vedlikehold. I 1950-årene overtok transistorene for de ømfintlige radiorørene. Maskinene ble kraftigere, men ikke rimeligere. Fremdeles måtte hver eneste transistor loddes til kretskortene for hånd.

Det var den integrerte kretsen, datachip-en eller databrikken, som gjorde det mulig å masseprodusere datamaskiner. Akkurat som trykkpressen senket den kostnadene og satte i gang en kommunikasjonsrevolusjon.

I 1959 klarte Robert Noyce å trykke kretser med transistorer på de forskjellige lagene i en silikonbrikke. Sammen med Jack Kilby regnes han som oppfinneren av databrikken. I 1968 startet han firmaet Intel i det området utenfor San Francisco som har fått navnet Silicon Valley.

Militæret var også denne gangen blant de første kundene. De trengte styringssystemer som var så kompakte at de kunne plasseres i en rakett, og de hadde råd til å betale flere tusen dollar pr. brikke.

I 1978 introduserte Intel brikkene 8086 og 8088. Det var disse brikkene som ble brukt i de første pc-ene til IBM.

#### «Why 1984 won't be like '1984'»

Hvilke assosiasjoner får du når du hører ordet «datamaskin»?

I 1960- og 1970-årene var det mange som fryktet de voksende «superhjernene». De var redde for at makthaverne i samfunnet skulle bruke dem til å skaffe seg totalitær kontroll over innbyggerne, slik George Orwell hadde beskrevet det i boka «1984», eller at maskiner med kunstig intelligens ville true menneskeheten slik HAL gjorde i filmen «2001: A Space Odyssey» av Stanley Kubrik.

Mange sentrale utviklere var en del av den opprørske protestgenerasjonen i 1960- og 70-årene. De lette etter måter å utvikle teknologien på slik at vanlige folk fikk makt over den. Dette opprøret mot «storebror» kan altså ha vært en årsak til at datamaskinene utviklet seg til personlige maskiner som folk flest kunne bruke, og at Internettet fikk den åpne arkitekturen det har hatt til i dag.

Men hvordan skulle helt vanlige folk kunne kommunisere med programmene og kretsene i en datamaskin? Det var en av utfordringene den unge hippien Steve Jobs bestemte seg for å løse.

Sammen med Steve Wozniak hadde han startet firmaet Apple Computers i 1977 for å selge en ganske primitiv, men likevel revolusjonerende hjemmedatamaskin som Wozniak hadde konstruert. Den neste modellen, Apple II, ble en stor suksess og gjorde de to bedriftseierne til millionærer. Maskinen var programmerbar, hadde en «killer application», et regnearkprogram kalt VisiCalc, og et design som så ut som en «dings» folk ville ha lyst til å ha hjemme.

I 1979 besøkte Jobs og en gjeng med ingeniører fra Apple et forskningssenter som Xerox hadde etablert i Silicon Valley. PARC, som det ble kalt, var en trykkoker for nye ideer og innovasjoner, men sjefene på hovedkontoret i New York hadde ingen tro på at det var et marked for dem. Folkene fra Apple fikk se en maskin med et grafisk brukergrensesnitt (GUI). Det hadde et «skrivebord» og vinduer som viste innholdet i forskjellige filer, og en mus man kunne bruke til å peke på objektene på skjermen. De så en tekstbehandler som presenterte dokumentet på skjermen akkurat slik det ville bli når det ble skrevet ut på papir. Og de så Ethernet, et system som gjorde det mulig å lenke sammen datamaskiner, skrivere og kopimaskiner.

Steve Jobs forsto øyeblikkelig at dette var det som skulle til for å gjøre datamaskinen tilgjengelig for alle. Etter fire års arbeid kunne han stolt presentere maskinen Macintosh, som inneholdt alle de nyvinningene han hadde sett hos PARC.

Maskinen ble lansert med en reklamefilm som er blitt stående som en av de mest kjente noensinne. Den viser en sal full av grå, uniformerte funksjonærer. Foran i salen holder lederen en tale på en enorm fjernsynsskjerm. En ung kvinne kommer løpende gjennom salen og knuser skjermen med en slegge. Teksten lyder: «You'll see why 1984 won't be like '1984'.»

### Bill Gates og klonene

Data – det var IBM det. Sånn var det i 1970-årene. IBM var den største leverandøren av store datamaskiner til næringslivet og det offentlige. Suksessen med Apple II tok dem på sengen, og fikk dem til å kaste seg inn i utviklingen av datamaskiner for folk flest. For å komme raskt på markedet, fikk de et lite firma i Seattle til å lage operativsystemet.

Firmaet var startet av en ung nerd ved navn Bill Gates. Navnet var Microsoft.

For IBM skulle dette bli en tabbe på linje med Xerox' manglende satsing på PARC. De hadde regnet med at det var hardwaren, selve maskinene, de kunne tjene penger på. Men bare to år etter at den første pc-en var lansert, hadde den første konkurrenten klart å lage en «klon» som fungerte på akkurat samme måte og derfor kunne kjøre den samme programvaren. Prisene falt, og IBM klarte ikke lenger å konkurrere.

Det var dette Bill Gates hadde forutsett. Målet hans var ikke å tjene masse penger på avtalen med IBM, men på å lisensiere operativsystemet DOS til andre produsenter. Selv om Windows ikke var så polert som Macintosh og pc-klonene ikke så velbygde, gjorde den lavere prisen at de raskt fikk en dominerende plass i markedet. Mens Jobs ble presset ut av Apple og selskapet var på konkursens rand i 1996, ble Gates i 1987 verdens yngste «self-made» milliardær, og Microsoft etter hvert verdens mest verdifulle selskap.

Trykkeri på pulten

enk deg at du lever i 1970-årene og har fått i oppdrag å lage et medlemsblad for idrettslaget ditt. Du tar noen bilder og leverer filmen til framkalling i en fotobutikk. Manus skriver du på papir på en skrivemaskin. Trykkeriet leverer det videre til et satsbyrå som taster det inn på nytt i en fotosatsmaskin til noen hundre tusen kroner. Bildene sendes til en reproanstalt og skannes på en maskin til noen millioner. En designer på trykkeriet forstørrer eller forminsker overskrifter og illustrasjoner i et reprokamera til noen titusener, klipper opp strimlene med fotosats og limer alt sammen til sider på et stort lysbord. Til slutt lager de filmer og trykkeplater før de endelig kan sette de svære trykkpressene i gang.

Alt dette kan du i dag gjøre selv med et digitalkamera, en rimelig pc og en printer. Et helt trykkeri på ditt eget skrivebord. Velkommen til Desktop Publishing.

Igjen finner vi røttene til dette nye på Xerox' forskningssenter PARC. Der utviklet John Warnock dataspråket Postscript, som kunne beskrive hele sider med fonter, bilder og layout.

Warnock startet Adobe i 1983. Året etter ble Macintosh lansert. På den kunne man ved hjelp av Postscript og programmet Pagemaker for første gang sette sammen en «trykt» side på skjermen og skrive den ut på en laserskriver fiks ferdig med bilder og det hele. På bare noen få år forsvant hele yrkesgrupper, som setttere og reprofotografer.

Etter hvert som datamaskinene ble kraftigere, spredte desktop-revolusjonen seg til andre bransjer. Photoshop gjorde mørkerom og fotolaboratorier overflødige. MIDI, sekvensere og andre lydprogrammer skaffet musikeren et helt lydstudio på laptopen sin. Filmklippebord, miksebord og svære videospillere i film- og tv-bransjen kunne skrottes.

En konsekvens av dette er at oppgaver som før bare kunne utføres av fagfolk med lang opplæring og dyrt utstyr, nå kan gjøres av hvem som helst med en pc og litt programvare. Ivrige tenåringer kan boltre seg med alle de samme mulighetene som de profesjonelle produsentene har. Det har gitt flere stemmer muligheten til å bli hørt og skapt et større mangfold av uttrykk. Kan det også ha ført til at vi er blitt vant til å godta lavere kvalitet?

## 50 år med gaming

Lek er et så viktig trekk ved mennesket at det fins et eget latinsk uttrykk for det: Homo ludens, det lekende mennesket. Det er derfor ikke så overraskende at noen fant på å lage spill allerede på de svære datamaskinene i 1950- og 60-årene.

Folk flest spilte «arkadespill» på spilleautomater og «videospill» på konsoller som de koblet til tv-en. Det kjente spillet Pac-Man ble skapt som arkadespill i 1982. To år senere lanserte Atari det for sin spillkonsoll og solgte sju millioner.

Det var på den tiden hjemmedatamaskinene gjorde sitt inntog. Commodore 64 (1982), Commodore Amiga (1985), og etter hvert IBM PC (originale eller kloner) hevet stadig listen for hva som var mulig å få til både av grafikk og lyd. Det ga nye muligheter til spillutviklerne, som svarte med en rekke nye gener. Det første skytespillet, Wolfenstein 3D, kom i 1992. Doom fra året etter var et gjennombrudd for 3D-grafikk. CD-ROM som erstattet diskettene på den tiden, gjorde det mulig å levere spill med mer bilder, lyd og video til brukeren, noe det populære eventyrspillet Myst benyttet seg av.

Utviklingen av raske grafikkort og teknologier som DirectX og OpenGL har gjort det mulig å skape stadig mer realistiske 3D-verdener på skjermen. Tomb Raider (1996) var et av de første spillene som utnyttet dette. Mye av utviklingen i spillene de siste årene har handlet om bedre 3D-grafikk. Samtidig har Internett og bredbånd gjort det som kalles MMORPG-spill (Massively MultiPlayer Online Role-Playing Game) mulig. Et eksempel du sikkert kjenner, er World of Warcraft fra 2004. Simulatorspill er etter hvert blitt så virkelighetstro at for eksempel et spill som Microsoft Flight Simulator til noen hundrelapper kan brukes i opplæringen av virkelige piloter.

De kraftige pc-ene har ikke gjort spillkonsollene overflødig. Både Atari, Nintendo og Microsoft har produsert populære konsoller. Etter at iPhone ble lansert i 2007, har også Apple tatt en stor bit av markedet.

Dataspill begynte som en smått latterliggjort aktivitet blant nerder, men har etter hvert fått status som et kulturuttrykk. Enkelte spill har en historie og et univers som gir opplevelser som kan matche (og etter enkeltes mening overgå) en roman eller en film. I Norge støttes spillbransjen av kulturdepartementet, og bibliotekene låner ut spill.

Tiden etter pc-en

«I framtiden kommer kanskje ikke datamaskinene til å veie mer enn 1,5 tonn», skrev bladet «Popular Mechanics» i 1949. I 1970-årene hadde den krymptet så den fikk plass på et skrivebord. Siden 2007 har du gått rundt med den i lommen.

Det året lanserte Apple sin første iPhone, med operativsystemet iOS. Tre år senere kom iPad. Google laget operativsystemet Android som driver smarttelefoner og nettbrett fra andre produsenter.

Aldri før har ny teknologi spredd seg så raskt. I 2011 ble det solgt nesten 500 millioner smarttelefoner globalt, opp fra 300 millioner året før. Ifølge Apple hadde de i september 2012 solgt 192,6 millioner iPhones og 84 millioner iPads.

Innen utgangen av 2012 vil det finnes like mange mobile enheter som innbyggere på jorden, ifølge nettselskapet Cisco. Ennå er flertallet av disse tradisjonelle mobiltelefoner, men også de blir stadig smartere.

Alle disse mobile enhetene lagrer ikke lenger dataene på en harddisk, men i «skyen», det vil si på servere som de er knyttet til over mobile nettverk. Økningen av trafikk over det mobile nettet som en gang var beregnet for tale, er enorm, og skaper en stor utfordring for teleoperatørene.

Også måten vi samhandler med maskinene på, er i endring. Musen, som kanskje var den fremste av de oppfinnelserne som gjorde den personlige datamaskinen mulig, erstattes av pekeskjermer, håndbevegelser og til og med hånd- og kroppsbevegelser i løse luften (kinetikk). Avisen «New York Times» meldte i 2012 at mange av barna som begynte i amerikanske skoler den høsten, bare hadde brukt pekeskjermer før og ikke lenger visste hvordan de skulle håndtere en mus. Mange skoler går over til nettbrett i stedet for pc.

Det er dette Steve Jobs har kalt «tiden etter pc-en». Han ble hentet tilbake til Apple da selskapet var på konkursens rand i 1996. Takket være utviklingen av iPod, iPhone og iPad har Apple overtatt plassen som tidenes mest verdifulle selskap.

# Internett

Forfatter: Øyvind Høie  
[Internett \(118008\)](#)



Medier i utvikling.

Utskriftsvennlig og lyttevennlig versjon av kapittelet om datamaskinen.

## Et nettverk av nettverk

Fire datamaskiner knyttet sammen i et nettverk. Det var starten på Internett. Året var 1969, nettet var amerikansk, og det ble kalt ARPANET.

Fire år senere ble Norge knyttet til som det aller første landet utenfor USA. Nettet hadde da vokst til 40 noder som hver kunne betjene tre–fire datamaskiner. I dag er det ingen som vet sikkert hvor mange maskiner det består av. Sannsynligvis var det mer enn en milliard domener på nettet i 2012.

Internett er et nettverk som knytter millioner av ulike små og store nettverk sammen. Teknologien som gjorde dette mulig, var først og fremst noe så kjedelig som en «protokoll» med det nerdete navnet TCP/IP. Denne protokollen ble brukt første gang i 1973, og det er den som bestemmer hvordan maskinen din skal dele opp for eksempel en bildefil i passelige «pakker» og gi hver av dem en adresse som gjør at de finner fram gjennom en rekke forskjellige nett og maskiner helt fram til bestemors smarttelefon. Den sørger den så for at alle pakkene kommer fram og blir satt sammen igjen til det bildet du sendte.

Det geniale er at dette gjør den helt uten noen sentral kontroll som bestemmer hvilken vei hver enkelt datapakke skal ta. Om store deler av nettet blir skrudd av eller slått ut av en feil, så vil bare pakkene finne andre veier fram til mottakeren. Hvis en pakke blir borte på veien, sendes den bare på nytt. Alt dette gjør Internett til et svært robust nettverk.

Men hva kan vi bruke det til?

Det var forskere ved universiteter og militære forskningsinstitutter som var de første brukerne på Internett. Til å begynne med skjønte ikke så mange hva slags nytte de kunne ha av det. Men da det i 1972 ble mulig å sende elektronisk post mellom brukerne, vokste interessen fort. Etter hvert kom også diskusjons- og nyhetsgrupper, IRC eller chatting, og et system for informasjonsfangst som ble kalt «gopher», og som ligner på det vi kjenner fra nettet i dag.

I begynnelsen var naturligvis alt bare tekst. Hvis du har brukt tekst-tv, har du sett noe som ligner. Men avishus og kringkastingsselskaper så likevel muligheter og eksperimenterte med ulike løsninger over forskjellige typer nett. Folk flest hadde ikke datamaskiner ennå, så forskjellige terminaler ble brukt og koblet opp mot tv-skjermen eller egne skjermer. Men teknologien var dyr, interessen var laber, og mange penger gikk tapt.

Etter hvert ble det mulig for vanlige folk utenfor universitetsmiljøene å koble pc-en til Internett ved hjelp av et modem. Man kunne koble seg til forskjellige BBS-er (Bulletin Boards) eller ISP-er (Internet Service Providers). De mest kjente i USA var CompuServe og AOL. I Norge var Oslonett (senere Schibstednett og Scandinavia Online eller SOL) den første internettleverandøren.

### Verdensveven

«Sett at all informasjonen som er lagret på datamaskiner over alt, var lenket. Sett at jeg kunne programmere datamaskinen min til å skape et rom hvor hva som helst kunne lenkes til hva som helst.»

Han som tenkte dette, var Tim Berners-Lee. Han var ansatt i forskningsorganisasjonen CERN (ja, den du kjenner fra oppdagelsen av Higgs-partikkelen i 2012) og arbeidet med hvordan forskerne kunne utveksle og oppdatere informasjon på en mer effektiv måte. Da han den 6. august 1991 publiserte det aller første nettstedet i det han kalte the World Wide Web, var det en begivenhet som har fått større betydning for dagliglivet til folk flest enn alt det arbeidet CERN egentlig skulle drive med.

Igen var det noe så kjedelig som en protokoll som skapte revolusjonen. Tim Berners-Lee utviklet HTTP som gjorde det mulig å legge inn lenker til andre filer i en tekst. En annen viktig del var URL-en som ga hver enkelt fil en unik adresse slik at disse lenkene kunne finne dem samme hvor de måtte befinner seg på nettet. Ved hjelp av HTML-tagger i dokumentet og et eget program kunne både tekst og bilder settes sammen på skjermen.

Berners-Lee delte ideene fritt. Det samme gjorde Marc Andreessen ved Universitetet i Illinois, som snart hadde utviklet Mosaic, en nettleser som kunne kjøre både på Windows, Mac og Unix. Den hadde navigasjonsknapper, viste grafikk integrert i teksten, og hadde tjenerprogramvare som gjorde det mulig ikke bare å lese, men også å publisere nettsider.

Du ville nok ha opplevd Mosaic som temmelig primitiv. Likevel skjønte alle at den nye muligheten til å kombinere tekst og visuell kommunikasjon var en revolusjon. Det året Mosaic ble lansert, økte trafikken på verdensveven med 341 000 %. Andreessen startet selskapet Netscape og laget en forbedret nettleser. Microsoft kastet seg på konkurransen med sin Internet Explorer. Nettet ble fylt opp med innhold som var interessant for folk flest. Etter bare fire år hadde verdensveven nådd 50 millioner brukere. For fjernsynet hadde det tatt 13 år å nå like mange, og for radioen 38 år.

### «Content is king»

Ikke bare var De olympiske vinterlekene på Lillehammer i 1994 «the best winter games ever» (ifølge IOK-president Samaranch). De var også det første OL i historien som hadde direkte resultatformidling på Internett.

Det var internettleverandøren Oslonett som sto bak, og stuntet gjorde at vanlige folk ble interessert i det nye mediet. Avisene skjønte at dette var noe de også kunne ha nytte av.

De første norske dagsavisene på nett var lokalavisen «Brønnøysunds Avis» 6. mars 1995, og «Dagbladet» to dager etter. Det var mindre enn ett år etter at «San Jose Mercury News» hadde publisert den første nettavisen i USA. I løpet av 1996 hadde de aller fleste avisene egne nettsider.

I begynnelsen inneholdt de bare de samme sakene som papiravisen. Men etter hvert kom det innovasjoner som mulighet for kommentarer og lyd- og videoklipp. Ideen var at det nye mediet skulle hjelpe de tradisjonelle mediene til å levere nyhetene raskere, bedre og til en større målgruppe.

«Content is king» hevdet blant andre Bill Gates på denne tiden. Det var innholdet brukerne ville være villige til å betale for. Nettet var derfor noe de store, tradisjonelle medieorganisasjonene kunne tjene penger på.

Trodde man.

Internettleverandøren AOL var i 2000 verdsatt så høyt at de kunne kjøpe mediegiganten Time Warner CNN i det som var forretningshistoriens største oppkjøp. Det gikk åt skogen. Det viste seg at nettbrukerne ikke var interessert i å bruke Internett slik de brukte tv, eller betale så mye som ble krevd. Teknologiaksjene var overpriset, og 13. mars 2000 sprakk det som er blitt hetende dotcom-boblen. Ti år senere hadde Time Warner og AOL en samlet verdi som bare var en sjuendedel av hva den var før boblen sprakk.

### Veiviseren Hvor stort er nettet?

555 millioner nettsteder ved utgangen av 2011 anslår en kilde, med 300 millioner nye nettsteder lagt til bare dette året. Da er det kanskje ikke så rart at det aller mest besøkte nettstedet (188 millioner besökende pr. måned i 2012), er Google, som er der bare for å hjelpe deg å finne nålen i den høystakken som nettet er.

Det fantes søkemotorer før Google dukket opp i 1998. Men Larry Page og Sergey Brin laget en algoritme som gjorde det mye mer sannsynlig at de resultatene du fikk, var de som var mest interessante for deg. Andre søkemotorer på den tiden dynget på med innhold for å holde folk på siden slik at de ble utsatt for mest mulig reklame. Hjemmesiden til Google inneholdt bare to elementer: en logo og et søkerfelt.

Det ble en øyeblikkelig suksess.

Google er i dag et av verdens mest verdifulle selskaper. De eier YouTube (som er det nest mest besøkte nettstedet). De har utviklet en rekke tjenester som e-posttjenesten Gmail, skylagringen Google Drive, karttjenesten Google Maps, Google Books, et prosjekt som har som mål å digitalisere alle verdens bøker, og det sosiale nettverket Google+. De har utviklet nettleseren Google Chrome og operativsystemene Google Chrome OS (for pc-er) og Android (for mobile enheter).

Inntektene får de hovedsakelig fra reklametjenesten Google Ad Sense. Når du gjør et søk, får du også opp annonser som har med søkeordet å gjøre. Google tar betalt for å sette annonsøren i kontakt med mennesker som allerede har vist interesse for det aktuelle produktet eller tjenesten ved å søke etter det.

«Don't be evil» har vært Googles uoffisielle motto. Som alle dominerende aktører har de likevel møtt kritikk. Mange i mediebransjen mener at Google høster annonseinntekter for innhold som andre har produsert. Google er i det hele tatt kjent for en noe fri omgang med opphavsretten, enten de digitaliserer bøker eller utvikler programmer (bare spør Apple). Mange er også skeptiske til hvordan de bruker (eller misbruker) de enorme mengdene med data de etter hvert har samlet inn om deg og alle de andre som benytter tjenestene deres.

Kultur for å dele

I mars 2012 kunne nyhetene fortelle at det 32 bind store leksikonet «Encyclopaedia Britannica» var kommet ut for siste gang. Dermed var det slutt på det eldste engelskpråklige leksikon, som kom ut første gang i 1768. I Norge ble «Store norske leksikon» lagt ned i 2010.

Riktig nok finnes begge fremdeles i nettversjon. Men du har neppe brukt dem mye. De har nemlig fått en konkurrent som i 2012 var verdens åttende mest besøkte nettsted, hadde mer enn fire millioner artikler bare på engelsk, og fantes på 285 språk. Det er laget på dugnad, og alle som ønsker det, kan bidra. Navnet er selvfølgelig «Wikipedia».

Wikipedia er et fenomen som vitenskapen faktisk sliter med å finne en god forklaring på. Hva er det som får så mange mennesker til å bruke tid og krefter på å skrive artikler de ikke får en krone betalt for? Det kalles delingskultur og har hatt stor betydning for at nettet har utviklet seg slik vi kjenner det i dag.

Internett oppsto og utviklet seg i hackerkulturen i 1970- og 80-årene. De var kjent for sin idealisme og opposisjon mot autoriteter. «Information wants to be free», var mottoet. Det fantes store selskaper og offentlige organer som prøvde å styre utviklingen, uten å lykkes. «De ble knust av et nettverk bygget av offentlige forskere og dataingeniører som ikke hadde noen administrerende direktør, ingen overordnet forretningsplan, ingen betalende abonnenter, ingen investeringer i innhold, og ikke noen økonomisk interesse i å samle abonnenter», sier Jonathan Zittrain, en amerikansk professor i internettjuss.

Hackernes delingskultur kom også til uttrykk i bevegelsen som kjempet for fri programvare. Operativsystemet UNIX, webserveren Apache, nettleseren Firefox og kontorprogramvaren Open Office er alle resultat av denne.

Da raskere nett og bedre komprimeringsteknologi gjorde det mulig å legge ut musikk- og videofiler på nettet, støtte denne delingskulturen sammen med de eldre mediene opphavsrettjuss. Både musikk- og filmbransjen har brukt rettssaker og skyhøye erstatningsbeløp for å få slutt på delingen. En enslig mor med fire barn ble i 2009 dømt til å betale 1,9 millioner dollar for å ha delt 24 sanger. Det første musikkdelingsnettstedet, Napster, ble tvunget til å stenge i 2002.

Nye delingstjenester dukket opp – og ble stengt i tur og orden. En av de største er det svenske Pirate Bay. Serverne ble konfiskert, og eierne dømt til ett års fengsel i 2010, men nettstedet er fortsatt i drift.

Mange mener at de gamle lovene om opphavsrett ikke passer i de digitale mediene. Alle rettssakene mellom store aktører som Apple og Samsung viser at også systemet for patentbeskyttelse trenger å tilpasses en ny tid.

Alle kan delta

Filmen «Kony 2012» ble lagt ut på YouTube 5. mars 2012. Seks dager senere hadde 100 millioner mennesker sett den. 58 % av amerikansk ungdom mellom 18 og 29 år kjente til den etter bare ei uke. Halvparten av disse hadde hørt om den på det vi kaller sosiale medier.

Det meste du har lest om i mediehistorien, har handlet om kommunikasjon i bare én retning, fra en sender til en eller flere mottakere. Sosiale medier har gjort alle til aktører. Det begynte med e-post, diskusjonsgrupper og chatting tilbake i 1970- og 80-årene. Etter hvert kom bloggene. Det vi kaller sosiale nettverk, debuterte med Friendster og Myspace, før Facebook ble lansert i 2004 og raskt vokste til den dominerende møteplassen på nettet. Hele 900 millioner brukere hadde Facebook i mai 2012. Twitter var på andre plass med 555 millioner.

Terskelen for å delta i de sosiale mediene er lav. Nettavisene lar deg kommentere artikler og dele dem ved «likes» på Facebook eller «tweets». På Spotify kan du la vennene dine følge med på hvilken musikk du spiller, og på Delicious eller Digg hvilke nettsider du besøker. På YouTube, Vimeo og Flickr kan selv bestemor dele sine videoer og bilder bare ved et klikk på smarttelefonen.

Sosiale medier har gjort det mulig å spre budskap raskt og vidt, og utenfor myndighetenes kontroll. Mange mener at serien med revolusjoner som kalles «Den arabiske våren», neppe hadde vært mulig uten de sosiale mediene til å spre informasjon om demonstrasjoner eller dokumentasjon av overgrep. Andre hevder at de riktig nok gjør det lettere for aktivister å uttrykke seg, men vanskeligere for det de uttrykker, å gjøre inntrykk på folk.

Kina har stengt ute de vestlige sosiale nettene. Der dominerer deres egne tjenester QZone og Sina Weibo.

Akkurat som med søkemotorene, er det mange som er engstelige for hva som skjer med all informasjonen de sosiale nettstedene etter hvert skaffer seg om brukerne.

Digitalt landsbyliv

28. november 2010 begynte fem aviser i fem land å trykke en serie med konfidensielle telegrammer fra den amerikanske utenrikstjenesten som de hadde fått av varslernettstedet WikiLeaks. I Midtøsten ble folk rasende da de fikk dokumentert hvor korrupte myndighetene var. Presidenten i Tunisia var den første som måtte gå av, før opprøret spredte seg til Egypt, Libya og andre arabiske land.

De elektroniske mediene (radio og tv) har gjort verden til en «global landsby», sa medieforskeren Marshall McLuhan i 1962. Men i de elektroniske mediene var det portvaktene i medieorganisasjonene som bestemte hva som skulle deles. De digitale mediene satte folk i direkte kontakt med hverandre.

Det er først nå vi virkelig kan snakke om verden som en global landsby. Vanlige mennesker møtes over avstander og kulturkløfter som før holdt dem atskilt. Det fører til en blomstringstid for nye ideer og spennende kulturuttrykk. Men også til at grupper føler seg krenket.

Når mennesker med fremmed kulturbakgrunn slår seg ned i et lite lokalsamfunn, tar det tid å bli kjent med hverandre. Slik er det i den globale medielandsbyen også. Protester og opprør som følge av ytringer på nettet viser at vi ennå har et stykke vei å gå.

Det er ikke bare vanlige folk som strever med utfordringene den digitale mediekulturen gir. Også myndighetene har fått nye problemer å forholde seg til. Amerikanske domstoler, som tidligere har hindret dem i å slå ned på lekkasjer til de etablerte mediene, settes nå inn for å stoppe WikiLeaks. «Det sjokkerer oss å se at land som Frankrike og USA plutselig fører en politikk om uttrykksfrihet som er på linje med Kina», sier organisasjonen Reportere uten grenser.

Det tok mange generasjoner fra trykkerevolusjonen startet til trykkesfrihet var etablert som et urokkelig prinsipp. I dag handler kampen om hva prinsipper som opphavsrett, uttrykksfrihet og nettnøytralitet skal innebære i de digitale mediene. Ennå vet vi ikke hva utfallet vil bli av denne revolusjonen.

# Hvem oppfant egentlig telefonen?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Hvem oppfant egentlig telefonen? \(142341\)](#)



## Hvem oppfant egentlig telefonen? / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/142341>

Graham Bell eller Antonio Meucci?

Alexander Graham Bell blir i mediehistorien ofte kreditert som personen som oppfant telefonen. Årsaken er at det var han som i sin tid fikk patent på denne oppfinnelsen. Men enkelte hevder at Bell stjal patentsøknaden til en annen oppfinner på 1800-tallet, italieneren Antonio Meucci. I 2002 anerkjente den amerikanske kongressen Meucci som den rettmessige oppfinneren av telefonen.

Geniale tanker oppstår gjerne samtidig

Antonio Meucci (1808–89) var opprinnelig scenetekniker på teateret i den italienske byen Firenze. For å kunne kommunisere med de andre sceneteknikerne brukte han en enkel rørtelefon. Senere fant han ut at menneskestemmen kunne formidles gjennom en koppertråd fra et rom til et annet. Som så mange andre italiener i sin tid emigrerte Meucci til USA. Her videreført han oppfinnelsen sin og laget prototyper som ble kalt «teletrofono». (Kilde: Store norske leksikon)

På samme måte som Meucci forsøkte også den tyske oppfinneren Philipp Reis, amerikaneren Elisha Gray og engelsk-amerikaneren Alexander Graham Bell å utvikle tekniske løsninger for overføring av lyd. Graham Bell var spesielt opptatt av å finne tekniske måter å overføre lyd på, siden både hans mor og hans kone var døve.

Antonio Meucci kom ut for en alvorlig ulykke som gjorde at han ble tvunget til å selge prototypene sine til Western Union laboratory. Her skal Alexander Graham Bell ha fått tilgang til patentsøknaden, noe som endte med at han registrerte oppfinnelsen i sitt navn. Graham Bell utviklet deretter et telefonapparat som faktisk kunne tas i bruk som kommunikasjonsmiddel.



Huskelappen

**Alexander Graham  
Bell har fått æren for  
å ha oppfunnet  
telefonen.**

**i 2002 fastslo den  
amerikanske  
kongressen at  
Antonio Meucci er  
den rettmessige  
oppfinneren.**



Antonio Meucci

[Les mer](#)

[Les artikkelen](#)

[Genier går sjeldent  
alene](#)

- Hva går Stephen Stiglers lov ut på?
- Hvilke andre oppfinnerer går det an å stille spørsmål ved?

## Kampen om heder og ære

Utvikling av nye tekniske løsninger skjer ofte parallelt i ulike deler av verden, og man er derfor ikke alltid enige om hvem som fortjener heder og ære når en ny oppfinnelse ser dagens lys. Det store britiske oppslagsverket Encyclopædia Britannica krediterer for eksempel fremdeles Alexander Graham Bell som oppfinner av telefonen, det samme gjør langt på veg den engelskspråklige utgaven av Wikipedia. Italienske oppslagsverk krediterer Antonio Meucci. Det samme gjør norske Wikipedia og Store norske leksikon.

Mafiafilmer som *Gudfarene del III* og *Sopranos* hyller italiensk-amerikansk Antonio Meucci som oppfinneren av telefonen. Filmene avspeiler en kamp om heder og ære mellom ulike innvandrergrupper i USA, der italienske innvandrere har følt seg utnyttet og bedratt. Engasjementet er også stort i de landene oppfinnerne en gang utvandret fra. Den dag i dag går diskusjonen om Meucci contra Graham Bell heftig i debattforum på Internett.



Alexander Graham Bell  
kommuniserer ved hjelp av  
telefon.

Sopranos om Antonio  
Meucci:

[The Sopranos –  
Italian Dinner  
Discussion](#)

# Oppgavesamling

## Lag en mediehistorisk presentasjon

Forfatter: Øyvind Høie, Ragna Marie Tørdal

[Lag en mediehistorisk presentasjon \(124074\)](#)



Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

Les mer om  
[Nollywood-film.](#)

[Museum of Hoaxes](#)

Presentasjonsverktøy  
et [Prezi](#)



## Lag en mediehistorisk presentasjon / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/124074>

### Lag en presentasjon

Du skal lage en presentasjon som du viser for resten av klassen. Velg ett av de fire temaene nedenfor.

Bruk PowerPoint eller Prezi som verktøy. Videoen ovenfor gir deg noen gode tips til hvordan du presenterer et tema.

## Tema

1. Hollywood er bare verdens tredje største filmindustri målt etter antall produserte filmer. Størst er Bollywood. Mellom dem har Nollywood kilt seg inn. Lag en presentasjon der du forklarer hva Nollywood er. Illustrer presentasjonen med bilder og filmklipp som du finner på Internett.
2. Spør besteforeldrene dine eller noen andre eldre mennesker som du kjenner, om hvilke medier de brukte da de var på din alder, og om de har noen spesielle minner fra disse. Finn bilder av disse mediene på NDLA, Wikipedia, YouTube eller andre steder på nettet. Lag en presentasjon for klassen.
3. Da Mathew Brady i 1862 stilte ut bilder fra den amerikanske borgerkrigen, var det første gang vanlige folk kom så tett innpå krigen og dess grusomme virkelighet. Lag en presentasjon over kjente krigsreportere, og illustrer med fotografier eller filmer som du finner på Internett.
4. Lag en presentasjon av bildemanipuleringens historie fram til vår tid. Bruk Museum of Hoaxes og andre kilder som utgangspunkt.

# Hold et foredrag om Gutenberg

Forfatter: Øyvind Høie

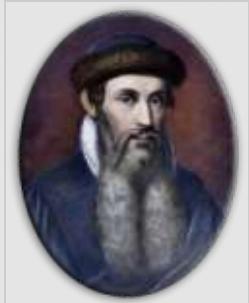
[Hold et foredrag \(124134\)](#)



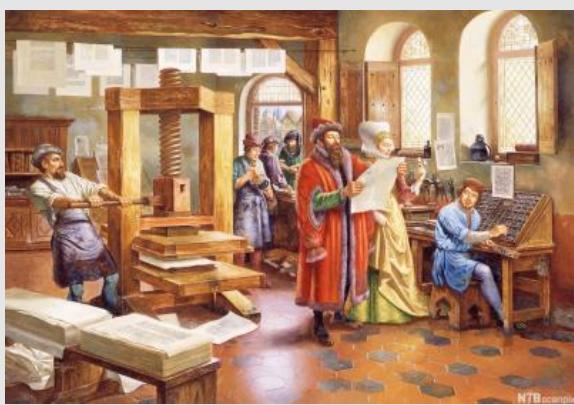
Tid  
2–3 timer

Vanskegrad  
middels

Ressurser



[Gutenberg digital](#)



Johan Gutenberg i verkstedet.

## Hold et foredrag om Gutenberg

Mange mener at Gutenberg er den mest innflytelsesrike personen i moderne historie.

Lag et foredrag hvor du presenterer denne personen og den betydningen han har hatt.

Framfør foredraget ditt for klassen.

Bruk gjerne bilder eller små videoklipp som illustrerer det du forteller om.

# Refleksjonsoppgaver - mediehistorie

Forfatter: Øyvind Høie

[Refleksjonsoppgaver – mediehistorie \(124243\)](#)



Tid

1–2 timer pr. oppgave.

Hele oppgavesettet  
kan brukes på en  
heldagsprøve i  
mediehistorie.

Vanskegrad

middels



## Oppgaver

- Alle revolusjoner har sine egne årsaker og virkninger. Men enkelte historikere mener at brå og omfattende endringer i mediene fører til endringer i hele samfunnsstrukturen. Let fram eksempler som kan bekrefte denne hypotesen. Hva mener du?
- «Folk har ikke bare sluttet å kjøpe disse gammeldagse tingene som kalles bøker, men til og med å lese dem!» Dette sa en skotsk trykker i 1844. Er han i ferd med å få rett? Hva mener du om bokas fremtid? Begrunn svaret.
- Edvard Murrow ble en av de mest respekterte radioreporterne under krigen. Søk opp noen av reportasjene hans. Hva mener du det er som gjorde dem så virksomme?
- I 1910 var danske Nordisk Film det nest største filmselskapet i verden. Hvordan var det mulig for et så lite land å oppnå dette, og hvorfor er det annerledes i dag?

## Drøft ulike sider ved medieutviklingen

Forfatter: Øyvind Høie, Ragna Marie Tørdal  
[Drøft ulike sider ved medieutviklingen \(124095\)](#)



Tid

2 timer pr. oppgave

Vanskegrad

vanskelig

Ressurser

[Fra papir til nett](#)

[Med lisens til å drepe](#)

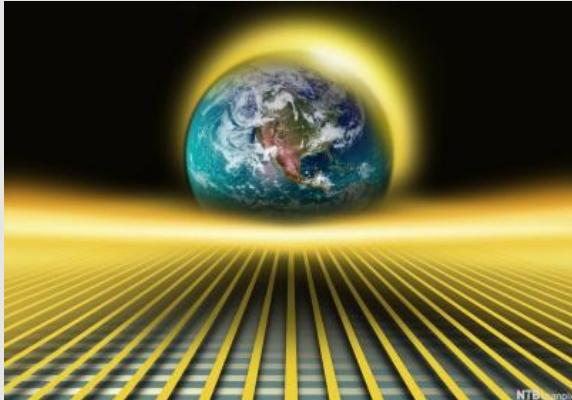
[Lomheim fryktar](#)  
[Facebook øydelegg](#)  
[menneske](#)



**Drøft ulike  
sider ved  
medieutvikling  
en / oppgave**

<http://ndla.no/nb/node/124095>

McLuhan om den  
globale landsbyen.



## Oppgaver

Velg en av oppgavene nedenfor.

1. I 2012 ble New Orleans den første store amerikanske byen uten en egen dagsavis. Hva er grunnen til problemene avisene opplever i våre dager, og hvordan tror du det vil gå med papiravisene på sikt?
2. Helt fra starten av valgte USA en modell der radio og fjernsyn var eid av konkurrerende selskaper, og sendingene ble finansiert med reklame. Britene valgte å opprette et lisensfiansert monopol. Hvilke konsekvenser fikk dette for de programmene som ble produsert? Hva ville konsekvensen bli i Norge dersom NRK ikke lenger skulle være lisensfinansiert?
3. Språkprofessor Sylfest Lomheim frykter at Facebook ødelegger kommunikasjonen mellom folk. Hvordan begrunner han denne frykten? Hvordan mener du Facebook har endret måten folk kommuniserer på?
4. De elektroniske mediene har gjort verden til en global landsby, sa den amerikanske medieforskeren Marshall McLuhan i 1962. Finn eksempler fra de siste femti årenes mediehistorie som bekrefter eller eventuelt problematiserer denne påstanden.

# Åtte epoker i norsk mediehistorie

## Åtte epoker i norsk mediehistorie

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Amendor AS, Ragna Marie Tørdal

[Åtte epoker i norsk mediehistorie \(72495\)](#)



Huskelappen

**Mediehistorie er en framstilling av samspillet mellom alle mediene i et samfunn på et bestemt tidspunkt.**

I dette kapittelet vil mediehistoriker Henrik Bastiansen lede oss gjennom åtte viktige epoker i norsk mediehistorie. Bastiansen er forsker ved Høgskulen i Volda og forfatter av boka *Norsk mediehistorie*.

Historien gjentar seg

Hver gang det lanseres et nytt medium, tror folk at det er unikt, men det er ikke alltid slik, forteller Bastiansen til NDLA. Ting vender tilbake, og ting ligner på noe vi har sett tidligere. Kjenner du mediehistorien, har du derfor et bedre grunnlag for å si noe om hvordan nye medier kommer til fungere.

*Medium* betyr "det som befinner seg i midten". Mediespesifikke formidlingskanaler som aviser, fjernsyn og radio befinner seg mellom kildene og publikum. Men begrepet *medium* viser også til måten vi kommuniserer på. Mediehistorie er derfor mer enn historien til enkeltmediene.



Äldra Västgötalagen

På 1300-tallet ble bøker skrevet for hånd. I klostrene fantes det skrivestuer der munkene satt med fjærpenner og kopierte bøker som skulle distribueres i flere eksemplarer.



Trykkekunstens far, Johan Gutenberg, ca.1450.

Johan Gutenberg utviklet en metode for masseproduksjon av bøker. Bibelen var den første boken som ble trykt.

Overgangen til et nytt medium er ikke like lett for alle!

[Fra skriftrull til bok](#)

*Mediehistorie er en framstilling av samspillet mellom alle mediene i et samfunn på et bestemt tidspunkt.*

## Åtte epoker i norsk mediehistorie

Norsk mediehistorie kan deles inn i åtte epoker. På de neste sidene i dette underkapittelet kan du lære mer om hver enkelt periode.

1. Trykkekunsten og framveksten av den lesende offentligheten, 1660–1814
2. Den politiske offentligheten åpnes, 1814–1850
3. Den store tekniske revolusjonen, 1850–1920
4. Mediene i massesamfunnets tidsalder, 1920–1950
5. Etterkrigstidens medier og dreiningen mot det visuelle, 1950–1960
6. Det norske system i senit, 1960–1980
7. Det store hamskiftet, 1980–2000
8. Over til personlige medier, 2000–2011

## Den lesende offentlighet

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Amendor AS, Ragna Marie Tørdal

## Den lesende offentligheten (1660–1814) (72401)



Mediehistorie: Henrik Bastiansen / video

<http://ndla.no/nb/node/70221>

– Da sensuren i Danmark-Norge ble opphevet i 1770, fødtes den frie offentlige debatten. Den offentlige debatten har kanskje ikke endret seg så mye fram til i dag, selv når den i dag foregår på Internett, sier Henrik G. Bastiansen. Han er medieforsker og har blant annet skrevet boka *Norsk mediehistorie*.

Trykkekunsten gir grobunn for nye medier

Det er vanlig å si at den internasjonale mediehistorien begynner med trykkekunsten, som ble utviklet av Johan Gutenberg i Tyskland rundt 1450. Men 1660 regnes som starten på norsk mediehistorie. Da ble eneveldet innført i Danmark-Norge, og all virksomhet ble underlagt kongen i København.

Det var i denne perioden vi fikk de første permanentene trykkeriene i Norge. Det var ikke bare bøker som ble trykt, også de første avisene kom ut nå.

## Framveksten av den lesende offentligheten

Trykkekunsten og opprettelsen av Postverket i 1647 gjorde det mulig å spre informasjon til et stort antall mennesker på kort tid. En annen viktig forutsetning var at folk kunne lese. Undersøkelser viser at det så tidlig som midt på 1700-tallet var få analfabeter i Norge, selv på landsbygda.

Avisene ble de første massemediene, og med avisene vokste det fram en *lesende offentlighet*. Folk flest fikk kunnskap om det som skjedde i verden rundt dem, og kunne ut fra dette danne seg en mening om styresett og myndigheter.

Makthaverne svarte med å innføre sensur. Boktrykkere måtte ha kongelig tillatelse, og aviser ble utgitt etter kongens godkjenning. Men undertrykkelse fører til opprør, og snart krevde radikale krefter trykkesfrihet.



# Den politiske offentligheten

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Ragna Marie Tørdal, Amendor AS

[Den politiske offentligheten \(72546\)](#)



## Huskelappen

I 1770 ble sensuren opphevet. I 1814 ble prinsippet om trykkefrihet nedfelt i Grunnlovens § 100. I tida etter 1814 ble avisene en viktig arena for den offentlige debatten i Norge.

## Ressurser

[Grunnloven § 100](#)

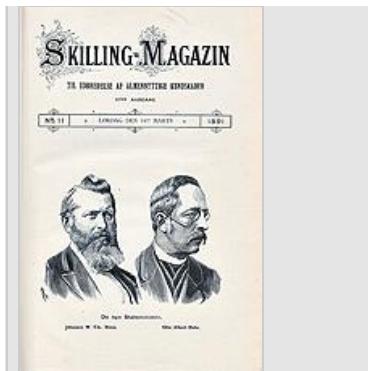


Grunnlova 5 av Are Kalvø / audio  
<http://ndla.no/nb/node/46363>

## Les mer

I Per Olov Enquists roman *Livlegens besøk* kan du lese den spennende fortellingen om Johann Friedrich Struensee og dronning Caroline Mathilde .

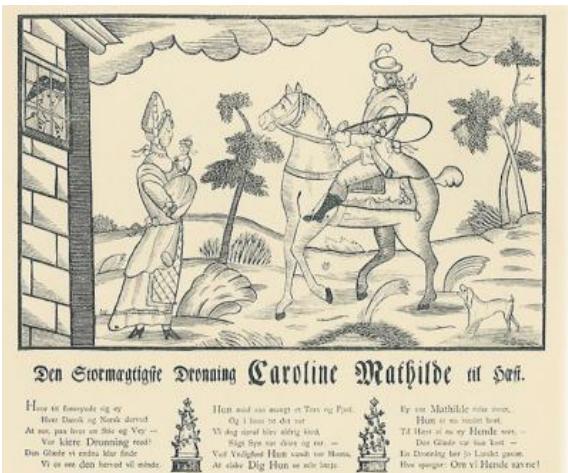
## Illustrerte blader



Skilling-Magazin 1835–  
1891

I 1830-årene dukket de første illustrerte bladene opp. Ett av disse var Skilling-Magazin (1834–1891). De illustrerte bladene var populære som underholdning.

Formålet med Henrik Wergelands tidsskrifter *For Almuen* og *For Arbeiderklassen* var folkeopplysning.



"Den Stormægtigste Dronning Caroline Mathilde til Hæst". Struensee og dronning Caroline Mathilde ble selv utsatt for samtidens satire. Her rir dronningen over skrevs på hesten som en mann, mens Struensee titter ut av fangehullet på sin elskerinne og deres barn. (Klikk for å se større bilde.)

Sensuren blir opphevret

I 1770 fikk den liberale legen Johann Friedrich Struensee en maktposisjon ved det danske hoffet. Han var opptatt av samtidens franske filosofer og deres ideer om frihet og menneskerettigheter. Som livlege hadde Struensee stor innflytelse over den sinnssyke kongen. Han innleddet til og med et forhold til dronning Caroline Mathilde og fikk et barn med henne.

Noe av det første Struensee gjorde, var å oppheve sensuren og innføre trykkesfrihet. Slik åpnet han for en fri offentlig debatt. Opplysningsfilosofene mente at den frie debatten var en forutsetning for å utvikle et godt samfunn.

Resultatet ble et frisleppe av litteratur og aviser. Nye virkemidler som ironi og satire ble tatt i bruk, nå da ingen lenger kunne straffes for å håne makteliten eller andre personer man hadde noe utestående med. Men mangel på grensesetting førte også til at rykter og ondsinnet sladder ble spedd som ild i tørt gress. Kanskje kan vi se en parallel mellom 1770-årene og vår tids grenseløse meningsstringer i nye sosiale medier?

Etter kun halvannet år tok eneveldet makten tilbake. Trykkesfriheten ble innskrenket, men sensuren ble ikke gjeninnført. Struensee ble kastet i fengsel og henrettet.

### Trykkesfrihet blir grunnlovfestet

Prinsippet om trykkesfrihet ble skrevet inn i den norske Grunnloven av 1814, der det i § 100 heter: "Trykkesfrihed bør finde sted." 1814 er derfor et viktig skille i norsk mediehistorie.

Trykkesfriheten innebar at det ikke lenger var risikabelt å kritisere myndighetene, regjeringen og kongen. I praksis ble de fleste norske aviser opposisjonelle og stilte kritiske politiske spørsmål.

I tiårene etter 1814 ble avisene en viktig arena for den offentlige debatten. Før leste folk i Norge danske aviser, men i denne epoken ble det etablert flere norske aviser. Fra 1819 kom *Morgenbladet* ut som den første norske dagsavisen.

I 1837 ble formannskapsloven vedtatt, og landet inndelt i kommuner. Det betydd at folk rundt om i landet fikk muligheten til å styre selv i lokale saker. I kjølvannet av denne loven oppsto det behov for nye lokalaviser og regionsaviser som talerør for ulike grupper i befolkningen.

# Den tekniske revolusjonen

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Amendor AS, Ragna Marie Tørdal

[Den store tekniske revolusjonen 1850–1920 \(72568\)](#)



Modernitet / video

<http://ndla.no/nb/node/61047>

Modernitet og tro på framtida

Industrialisering og en strøm av nye tekniske oppfinnelser i siste del av 1800-tallet var en del av en *moderniseringsprosess* som har røtter helt tilbake til 1400-tallet. Det moderne mennesket tror på framskrittet og har en forestilling om at det gode ligger i framtida. Samfunnsordninger er ikke forutbestemt. Mennesket har frihet til å forandre verden ut fra egen fornuft.

I de første fasene av norsk mediehistorie flyttes fokuset fra det kollektive til det individuelle og enkeltmenneskets genuine rettighet som borgere i samfunnet. Så tidlig som i 1739 fastslo *Lov om Almueskole* at barn på bygdene hadde plikt til å gå på skole. Men den nye skoleloven av 1860 presiserte at skolen ikke lenger bare skulle gi barna "en kristelig oppdragelse", men også gjøre dem til gode statsborgere.

Byene vokser

Den industrielle revolusjonen endret produksjon og samfunnsliv. Industribedriftene hentet arbeidskraft fra bygdene, og befolkningstallet i byene vokste. Produksjon og distribusjon av massemedier var sammen med leseopplæring viktige forutsetninger for utvikling av det moderne norske demokratiet i perioden 1850–1920.

Folk reiste fra bygdene til byene med jernbanen, og passasjerene ble et marked for lesestoff. I 1890-årene etablerte J.B. Narvesen kiosker på jernbanestasjonene. Her ble det solgt aviser og tidsskrifter til de reisende.

Nye medier ser dagens lys



Huskelappen

**Modernismen er preget av tro på framtida og fokus på individets rettigheter og muligheter.**

**Teknisk utvikling gjorde at mange nye medier vokste fram på slutten av 1800-tallet.**

**Filmen ble det andre store massemediet ved siden av avisene.**

**Mange nye aviser oppsto som talerør for de politiske partiene, både nasjonalt og regionalt.**

Nye medier

På 1870-tallet startet de første eksperimentene med opptak av lyd og fremstilling av levende bilder.



De store tekniske framskrittene gjorde at mange nye medier vokste fram i denne perioden. Eksempler er telegrafen, telefonen, grammofonen og fotografiet. Kommunikasjon via telegraf og telefon endret kommunikasjonsmønsteret og knyttet de ulike landsdelene tettere sammen.

Ny teknologi gjorde det etter hvert mulig å framvise "levende bilder". Filmen ble det andre store massemediet på slutten av 1800-tallet og etablerte seg raskt som et sentralt underholdningsmedium.

### Parlamentarismen

Ifølge Grunnloven i 1814 skulle makten deles mellom kongen, Stortinget og domstolene. Kongen valgte selv hvem som skulle være medlem av regjeringen (kongens råd). Etter hvert oppsto det en makkamp mellom de folkevalgte og den svenske kongen om hvem som hadde den overordnede makten i landet.

I 1884 ble *parlamentarismen* innført i Norge. Parlamentarisme innebærer at et flertall i Stortinget kan felle regjeringen. En regjering må altså sette sammen slik at den avspeiler maktforholdene i Stortinget. I 1880-årene ble det etablert politiske partier som støttet ulike regjeringsalternativer. Først ut var Venstre og Høyre i 1884, deretter Arbeiderpartiet i 1887 og Bondepartiet i 1920.

Parlamentarismen førte til en kraftig vekst i antall avisene i Norge. Avisene fungerte som partipolitiske talerør, både på nasjonalt og regionalt nivå, helt fram til 1970-tallet.

Thomas Edison fikk ideen til fonografen (lydopptakeren) i 1877. Klikk på bildet for å se hvordan en fonograf fungerer.



Fotografen Eadweard Muybridge var en av de første som framstilte "levende bilder" på 1870-tallet.

Her spilles stillbilder fra veddeløpsbanen av i rask rekkefølge slik at det skapes en illusion av bevegelse. Klikk på bildet for å se animasjonen.

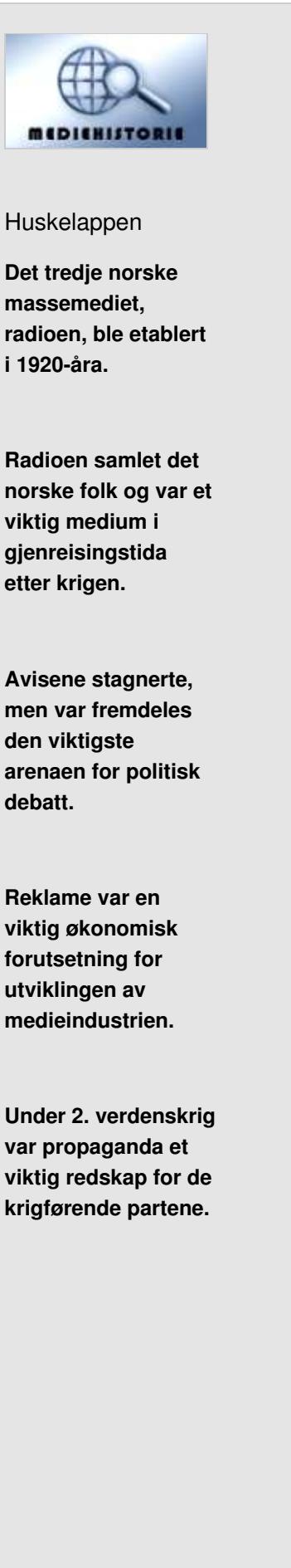
Kinematografen, som var et system for visning av film, ble utviklet av franskmennene Auguste og Louis Lumière i 1885.

[Brødrene Lumière's første filmer](#)

# Mediene i massesamfunnets tid

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Ragna Marie Tørdal, Amendor

[Mediene i massesamfunnets tidsalder 1920–1950 \(72569\)](#)





To arbeidere leser nyheten om Tysklands angrep på Polen i 1939.

9. april 1940 blir NRK underlagt tysk kontroll og gjort til redskap for tysk propaganda.

[NRK i krigstid](#)



## Radioen inntar hjemmet

I 1920-årene ble radioen etablert som det tredje store massemediet i Norge. Drivkraftene bak utviklingen var ivrige radioamatører. I de største byene ble det etablert radioselskaper som hadde enerett på kringkasting av radio.

I 1933 ble NRK opprettet som et statlig, lisensfinansiert selskap med monopol på kringkasting i Norge. De første årene ble driften delvis finansiert av reklame. Samtidig ble Televerket pålagt å bygge ut kringkastingsnettverket i landet.

Radioen nådde et større publikum enn avisene og filmen. I 1940 hadde halvparten av norske husholdninger radio, men de aller fleste apparatene ble beslaglagt av tyske myndigheter. Da frigjøringen kom, ble det stor etterspørsel etter radioapparater. Nå kunne folk over hele landet lytte til samme program samtidig. Det styrket samholdet i den norske befolkningen i gjenreisingstida etter krigen. 1950-tallet ble radioens gullader i Norge.

## Avisene stagnerer

1920- og 30-åra var preget av økonomisk nedgang, noe som førte til stagnasjon på avisfronten. I utlandet gjorde *boulevardavisene*, eller populæravisene, stor lykke som en del av den massedistribuerte populærkulturen. Slike aviser fikk ikke rotfeste i Norge. Her rådde de gamle, gode partiavisene grunnen.

Selv om radioen ble et populært medium, var det i avisene den politiske debatten forgikk. I radioens første år var partipolitikk bannlyst i radio. Tanken var at radioen hadde en så sterk mobiliserende kraft at politiske budskap ville splitte befolkningen. Avisene opptrådte på sin side som ensidige talerør for bestemte politiske grupperinger.

## En egen medieindustri

Mediene hadde nå vokst seg så store at vi kan snakke om en egen *medieindustri*. En viktig økonomisk forutsetning var utviklingen av reklame i aviser, tidsskrifter, kino og radio. For avisenes del ble reklameinntektene etter hvert like viktige som salgsinntektene.

Første halvdel av 1900-tallet var preget av store samfunnsomvelninger i Europa. Mediene ble bevisst brukt for å påvirke folkemassene, og derfor snakker vi om *massemedier* og *massekommunikasjon*. I tida før og under andre verdenskrig ble propaganda et viktig våpen for makthaverne. Visuelle medier, som plakater og filmer, egnet seg spesielt godt når hensikten var å appellere til følelser og mobilisere befolkningen til handling.

## Dreining mot det visuelle

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Ragna Marie Tørdal, Amendor AS

[Dreiningen mot det visuelle 1950–1960 \(72570\)](#)



### Fra ord til bilde

På 1950-tallet hadde fire store massemedier fått fotfeste i Norge: aviser, ukeblad, kino og radio. Felles for utviklingen i de fire massemediene er at bildene fikk større plass. En av grunnene til at mediene utviklet en visuell stil, var den sterke konkurransen dem imellom. Publikums etterspørrel etter bilder på 1950-tallet peker fram mot lanseringen av fjernsynet i 1960.

### Pressefoto som visuelle blikkfang

Pressefoto ble brukt i avisene så tidlig som i 1920-årene, men på 50-tallet ble bildene viktige blikkfang på avisenes forsider sammen med overskrifter og ingresser. Ny teknologi gjorde det mulig å overføre rykende ferske bilder via telefon, og mer avansert trykketeknikk gjengte bildene med bedre kvalitet enn tidligere.

### Publikum strømmer til kinoene

I frigjøringsdagene strømmet folk til *Filmavisen*, som ble vist på Palassteateret i Oslo. *Filmavisen* var 50-tallets dagsrevy. Med det som i våre dager oppleves som en smule overdreven framtidsoptimisme og nasjonalpatriotisme, spilte *Filmavisen* en viktig rolle i gjenreisningstida etter 2. verdenskrig.

Tallet på norske spillefilmer økte kraftig. Mange filmer fortalte historier fra krigen og spilte en viktig rolle for hvordan denne perioden i norsk historie ble forstått av etterkrigsgenerasjonen. Innføring av ordningen med bygdekinoer førte til at filmen fikk fotfeste også på landsbygda.

### Ukebladene – det fjerde store massemediet



### Huskelappen

**1950-åra er preget av dreining mot det visuelle. Ukebladene ble det fjerde store massemediet i Norge.**

**Pressefoto ble viktige innholdselementer på avisforsidene og i avisreportasjene.**

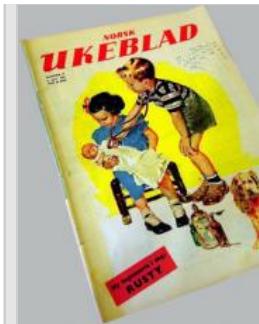
**Underholdningsmedi er som kino, ukeblad og tegneserier økte kraftig.**

**På lørdagskvelden samlet det norske folket seg rundt radioen for å lytte til studioshow og hørespill.**



Lørdagskveld i Store Studio / audio  
<http://ndla.no/nb/node/73870>

Ukebladene var i distribusjon fra 1920-årene, men det er først i denne epoken at mediet vokser fram til å bli det fjerde store massemediet. De store familiebladene *Hjemmet*, *Allers* og *Norsk Ukeblad* dominerte markedet. Innholdsmessig rettet ukebladene seg mot privatsfæren. Dameblader som *Kvinner og klær* og *Alle kvinner* videreforsmidlet 50-tallets kvinnelige rollemodell – den perfekte, hjemmeværende husmoren.



Tegneserieheftene fikk også et stort publikum. I 1953 ble mellom 200 000 og 300 000 tegneserieblader solgt i Norge hver uke. Overgang til firefargestrykk gjorde tegneserieheftene mer innbydende. Underholdningsmedienes store suksess på 50-tallet hang sammen med generell velstandsvekst og økt fritid.

### Bilder best på radio?

Også radioen begynte å lage lydbilder for å fange publikums interesse. Reportasjeinnslag og studiosendinger ble krydret med ulike former for lyd som skapte indre bilder hos lytterne. Hørespillene ble fast lørdagsunderholdning for en samlet norsk befolkning.

1950-tallet var kjernefamiliens tiår. Mediene formidlet et kjønnsrollemønster der rollene var klart definert.



Norsk kjernefamilie på 50-tallet (klikk for å se større versjon)

Filmavisen viser hvor stor interesse det var for nye, visuelle medier:



Filmavisen / video  
<http://ndla.no/nb/node/73871>

# Det norske system i senit

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Ragna Marie Tørdal, Amendor AS

[Det norske system i senit 1960–1980 \(72571\)](#)



NRKs rolle i 1960-åra / video

<http://ndl.no/nb/node/73891>

Fjernsynet blir allemannseie

Fjernsynet ble det femte store massemediet i Norge. Den offisielle åpningen av fjernsynet skjedde i 1960. I løpet av 1960-årene hadde de fleste husholdninger skaffet seg fjernsyn, og mediet spredde seg raskere enn noe annet medium hadde gjort tidligere.

Fjernsynet ble raskt et populært nyhetsmedium, men fikk også en sentral plass som kulturformidler og underholdningsmedium. NRK hadde nå monopol på utsending av både radio og fjernsyn, og flere var bekymret over de tette båndene mellom statskringkastingen og de politiske myndighetene i landet.

De andre massemediene ble i stor grad påvirket av fjernsynet og ble nødt til å tilpasse seg den nye situasjonen. Innføringen av fjernsynet endret derfor hele mediebildet i Norge.

Den politiske debatten endrer karakter

Avisene fikk nå en konkurrent i dekningen av nyheter og som politisk debattarena. Fjernsynet hadde stor tiltrekning og stor gjennomslagskraft og ble snart en viktig arena for politikerne. Fjernsynet fanget opp dynamikken fra de politiske folkemøtene der politiske motstandere måtte se hverandre i hvitøyet.

Med fjernsynet kom også "revolverjournalistikken", slik blant annet journalisten Kjell Arnljot Wiig praktiserte den i programmet *Åpen post*. Her måtte ledende politikere svare for seg, stilt overfor til dels nokså ubehagelige spørsmål.

Radioen i omstilling



Huskelappen

**Fjernsynet ble det  
femte store  
massemediet i  
Norge.**

**Fjernsynet hadde  
stor tiltrekning og  
påvirket både  
oppslugningen om  
og innholdet i de  
andre mediene.**

**Fjernsynet overtok  
etter hvert avisenes  
rolle som den  
viktigste arenaen for  
politisk debatt.**

**Myndighetene  
innførte  
støtteordninger for å  
sikre mangfoldet i  
media.**



Harry Westerheim  
intervjuer Ida  
Gulbrandsen i  
programmet  
Reiseradioen i 1965.

Radioen måtte omstille seg fullstendig, ettersom publikum begynte å velge fjernsyn om kveldene. Sendingene ble derfor rustet opp på andre tider av døgnet. Radioen utnyttet sin fordel som et raskt nyhetsmedium. Fjernsynsproduksjon var fremdeles en nokså omstendelig proses, mens radioen kunne levere oppdaterte nyhetssendinger flere ganger i døgnet.

#### Nedgangstid for underholdningsmediene

I fjernsynets første år tapte kinoen halvparten av sitt publikum til det nye mediet. Ukebladene opplevde også en krise inntil de skjønte at de kunne benytte fjernsynet som kilde til stoff, for eksempel i omtale av fjernsynsprogrammer og nye TV-kjendiser.

Staten så behovet for å sikre mediemangfoldet og innførte ulike støtteordninger. Blant annet ble bokbransjen støttet gjennom innkjøpsordningen, og avisene fikk pressestøtte.

#### Det medievridde samfunnet

På 60- og 70-tallet raste debatten om norske medier var høgre- eller venstrevridde. De politiske frontene mellom venstre- og høgresida i norsk politikk hardnet til i denne perioden. Mediene, og særlig fjernsynet, hadde uten tvil en mobiliseringenkraft i denne perioden.

Medieviteren Gudmund Hernes lanserte på 70-tallet begrepet *det medievridde samfunnet*. Han var opptatt av hvordan folk i større og større grad levde i en medieskapt virkelighet, og hvordan det satte sitt preg på det norske samfunnet.

I konkurransen med fjernsynet utnyttet radioen sin fordel som et raskt og intimt medium.

*Reiseradioen* ble et populært program. Programlederne intervjuet vanlige folk om hverdaglige forhold.



Reiseradioen med Harry Westerheim  
1965 / audio  
<http://ndla.no/nb/node/73917>



Norske aviser dagen etter folkeavstemmingen i 1972.

Folkeavstemmingen om norsk medlemskap i EEC i 1972 viste at folkeopinjonen ikke uten videre lot seg lede av media i viktige politiske spørsmål.

# Det store hamskiftet

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Ragna Marie Tørdal, Amendor AS

[Det store hamskiftet 1980–2000 \(72572\)](#)



Radiostasjonen P4 / video

<http://ndl.no/nb/node/73892>

Markedsøkonomien overtar roret

I perioden 1980 til 2000 endret det norske medielandskapet seg totalt med hensyn til organisering og eierforhold. Utviklingen på mediemarkedet ble påvirket av den frie markedsøkonomien.

NRK-monopolet ble oppløst, og regjeringen ga konsesjon på kringkasting til nye, kommersielle fjernsyns- og radiokanaler som TV 2 og P4. De nye mediekanalene konkurrerte om senderettigheter og reklamekroner. Tradisjonstunge aviser kom i spill på børsen i et stadig mer spekulativt mediemarked.

Avisene blir fristilt

Også avisene gikk igjennom et hamskifte. I 1970- og 80-årene gikk partipressen i oppløsning. Båndene mellom pressen og partiene ble svakere. Profesjonelle journalister følte større forpliktelse til å gi leserne balansert informasjon enn å være lojale mot sine partiers standpunkter. I 1990-årene fikk avisene som målsetting å være partipolitisk uavhengige.

Mediehusene vokser

Eierforholdene i mediebransjen ble omstrukturert, og de ulike mediene ble integrert gjennom felles eiere. Etter hvert samlet eierinteressene seg på færre hender, og vi fikk store mediehus med eierinteresser i mange medier. Et eksempel på dette er mediekonsernet Schibsted. Eierkonsentrasjonen ryddet grunnen for den mediekonvergensen som preger årene etter tusenårsskiftet.

Tabloidisering og infotainment



Huskelappen

**På slutten av 1900-tallet ble medieutviklingen styrt av den frie markedsøkonomien.**

**Monopolet på kringkasting ble opphevet, og nye kanaler som TV 2 og P4 ble etablert.**

**Avisene ble fristilt politisk.**

**Tabloidavisene vokste sterkt.**

Ressurser



TV 2-programmet God morgen Norge er et populært program.

I 1992 fikk NRK Fjernsynet sterke konkurranser fra den landsdekkende TV-kanalen TV 2.

Hør Sven Egil Omdals synspunkter på

De nye radio- og TV-kanalene ble innholdsmessig konkurrenter til NRKs "folkekringkasting" med fokus på nyhetsproduksjon, kulturformidling og folkeopplysning. Men sammenligner man de kommersielle kanalene, er det liten innholdsmessig variasjon. En fellesnevner er at de opptrer som underholdningskanaler med "noko attåt". Innholdsmessig kaller vi dette *infotainment*.

De landsdekkende tabloidavisene VG og Dagbladet økte kraftig, og med dem fikk vi også en ny type "skandalejournalistikk" som både var informativ og underholdende.

#### Medieutviklingen i perioden 1980–2000

Mange steder i Norge vokste det opp små og store radiostasjoner. I 1985 aksjonerte nærradioene for å få lov til å tjene penger på reklame.

# Over til personlige medier

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Ragna Marie Tørdal, Amendor AS

[Over til personlige medier 2000–2011 \(72573\)](#)



Bloggeren Voe / video

<http://ndla.no/nb/node/74006>

Personlige medier endrer medievirkeligheten

Etter tusenårsskiftet er fremdeles de fem store massemediene viktige aktører i samfunnet vårt. Men det som først og fremst preger det første tiåret på 2000-tallet, er framveksen av nye, personlige medier. Selv om både Internett og mobiltelefon kom i 1990-årene, er det først nå disse mediene slår igjennom for fullt. På Internett har alle muligheter til å opptre som sendere. Rollen er ikke lenger forbeholdt de profesjonelle medieprodusentene.

Nettsamfunn som Facebook, diskusjonsfora og blogger har fått en viktig rolle. Nå snakker alle om *toveiskommunikasjon*. De etablerte mediene må forholde seg til dette og endre den tradisjonelle måten å kommunisere med sine mottakere på.

Mediene smelter sammen

Utviklingen går i retning av *mediekonvergens*. Mediene nærmer seg hverandre og smelter sammen. Det betyr at mediehusene må tenke nytt, både når det gjelder eierforhold og måten driften organiseres på.

På mange måter kan vi si at mediehistorien kan oppsummeres i en moderne smarttelefon: Vi har nå et allmedium der vi kan snakke i telefon, men også lese avisene, ta opp eller laste ned video eller bilder, se fjernsyn, høre radio og musikk og mye, mye mer.



Huskelappen

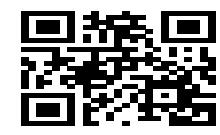
**Nye sosiale medier  
fjerner skillet mellom  
profesjonelle og  
ikke-profesjonelle  
avsendere.**

**De etablerte  
mediene fokuserer  
mer på  
toveiskommunikasjo  
n.**

**Mediene nærmer seg  
hverandre og  
smelter sammen.**

Thomas og Harald er profilerte programledere på TV 2. Vår tids medievirkelighet er preget av personfokus og intimitet. Portrettfoto pryder avisenes bylines. Mediekjendiser intervjuer av kollegaer, og programledere opptrer i egne talkshow.





Kurer om  
personfokus og  
stjernedyrkelse /  
audio  
<http://ndla.no/nb/node/74015>

# Oppgavesamling

## Enevelde og sensur

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Enevelde og sensur \(93884\)](#)

### Oppgave 1

Fagstoff: "Den lesende offentlighet" (relatert i høgrespalten).

1. Hvordan begrunner mediehistoriker Henrik Bastiansen at han regner året 1660 som starten på norsk mediehistorie?
2. Hva menes med begrepet "enevelde"?
3. Hvorfor og hvordan gjennomførte makthaverne trykkesensur?
4. Hva betyr ordet "imprimatur"?
5. Hva menes med begrepet "ytringsfrihet"?
6. Når fikk vi ytringsfrihet i Norge?
7. Hvem utga Norges første avis, og hvordan omgikk man pressesensuren?
8. Hva menes med begrepet "en lesende offentlighet"?

### Oppgave 2

Lag en historisk oversikt i tekst og bilder over eneveldet i Norge og publikasjoner som ble utgitt i Norge i dette tidsrommet. Bruk et presentasjonsverktøy som PowerPoint eller Prezi.



# Endringer i Grunnloven

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Endringer i Grunnloven \(93919\)](#)



"Kongeriget Norges Grundlov" fra 1814

## Oppgave

Fagtekst: "Den politiske offentligheten".

1. Hva sa Grunnlovens § 100 fra 1814 om ytringsfrihet?
2. 29. oktober 2004 ble det gjennomført store endringer i Grunnlovens § 100. Hva gikk disse endringene ut på?
3. Hvorfor var det viktig å endre grunnloven på dette punktet?



Tid

30 min

Vanskegrad

middels

Ressurser

Nasjonalbiblioteket  
har publisert  
Grunnloven fra 1814  
og 2004:

[Grunnloven –  
Nasjonalbiblioteket](#)

# Modernitet

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal  
[Modernitet \(93923\)](#)



## Modernitet / video

<http://ndla.no/nb/node/61047>

Fagtekst: "Den tekniske revolusjonen 1850–1920"

### Oppgave 1

1. Hva menes med modernitet?
2. Hvilket bilde på det moderne blir trukket fram her?
3. Når starter denne moderniseringsprosessen?
4. Hva ligger i dette nye fremskrittssyntet?
5. Hva ligger i det nye frihetssyntet?
6. Hvilket nytt verdensbilde er det som nå trer fram?
7. Hva ligger i dette nye menneskesyntet?

### Oppgave 2

1. Hvordan vil du forklare at vitenskapen får en større rolle?
2. Grei ut om sentrale vitenskapspersoner som stod bak dette nye verdensbildet.

### Oppgave 3

Charles Darwins utviklingslære er fremdeles under debatt. Hvilke motstridende syn er representert i denne debatten?

Tid

1–2 timer

Vanskegrad

lett

middels

vanskelig

Ressurser



Thomas Hylland Eriksen

[Hylland Eriksen om Darwin \(Foredrag P2-akademiet 24 min\)](#)

[Evolusjonsteori \(Wikipedia\)](#)

# Lag en mediehistorisk tidslinje

Forfatter: Jan-Arve Overland

[Mediehistorisk tidslinje 1850 til 1920 \(94968\)](#)



Tid  
1–2 timer

Vanskegrad  
lett, middels

Digitalt verktøy  
Dipity er et digitalt verktøy som du kan bruke til å lage tidslinjer som består av tekst, bilder, lyd og video.

[Tidslinjeverktøyet](#)  
[Dipity](#)

Ressurser  
[Slik bruker du Dipity](#)  
[\(Del og bruk\)](#)



I 1878 oppfant Edison en maskin som forsterket volumet til en menneskelig stemme. Han kalte oppfinnelsen for "aerophone".

## Oppgave 1

Hvilke nye medier så dagens lys i perioden 1850 til 1920?

Hvem oppfant dem, og når skjedde det?

Oppgave 2

Når ble disse nye mediene tatt i bruk i Norge?

Oppgave 3

Lag en tidslinje ved hjelp av verktøyet Dipity som viser når teknologien ble oppfunnet, og når mediene ble tatt i bruk i Norge.

## Studer ukebladet Det Nye fra 1962

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Ukebladet Det Nye 1962 \(94435\)](#)



**Tid:** 2 timer

**Vanskegrad:** middels

Ressurser



Allers nr.1 i 1955

[Bla i Det Nye fra 1962](#)



Ukebladene var i distribusjon fra 1920-årene, men det er først på 50-tallet at mediet vokser fram til å bli det fjerde store massemediet i Norge. De store familiebladene Hjemmet, Allers og Norsk Ukeblad dominerte markedet.

### Oppgave

Studer utgaven av ukebladet Det Nye fra 1957 på [issuu.ndla](https://issuu.ndla.no/issuu/ndla/1957/01/01/)

1. Hva slags stoff finner du i dette bladet?
2. Hvem tror du bladet henvender seg til?
3. Studer bildefortellingen *I morgen er jeg voksen*. Hva forteller denne teksten om kjønnsroller og det å være ung på 1950 og 1960-tallet?
4. Lag en lignende bildefortelling om livet til en ung jente i dag. Tenk deg at fortellingen skal stå på trykk i Det Nye.

## Filmavisen - 50-tallets Dagsrevy

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Filmavisen – 50-tallets Dagsrevy \(94452\)](#)



Tid

Oppgave 1–3: 1 time

Oppgave 4: 1 uke

Vanskegrad

lett, middels,  
vanskelig

Ressurser

[Filmavisen](#)

Se klipp fra  
Filmavisen på NRK  
Skole.

[Fra Filmavisen til TV2](#)  
[Nyhetskanalen](#)

[Tyske filmaviser fra 2.  
verdenskrig](#)

Parodi på Filmavisen:

[Sett barna på skogen](#)

[Filmmanus og  
storyboard](#)

[Idé og synopsis](#)

Egenvurdering

– Er klippene du har  
valgt å analysere,  
representative?

– Har dere arbeidet grundig med manus og storyboard til den lokale filmavisen ?



Filmavisen var 50-tallets Dagsrevy. Med det som i våre dager oppleves som en smule overdreven framtidsoptimisme og nasjonalpatriotisme, spilte Filmavisen en viktig rolle i gjenreisningstida etter 2. verdenskrig.

#### Oppgave 1

Se et par innslag fra Filmavisen på NRK Skole.

Hvilke hverdagsbegivenheter blir presentert i disse klippene?

#### Oppgave 2

Lag en kort analyse av form og innhold i de to klippene du har valgt.

#### Oppgave 3

Sammenlign Filmavisen med dagens Dagsrevy eller TV 2-nyheter.

Hva er de største innholdsmessige forskjellene?

Hva er forskjellig når det gjelder måten stoffet blir presentert på?

#### Oppgave 4

Se Filmavisen: Sett barna på skogen. En parodi på Filmavisen fra programmet Ut i vår hage 2.

Lag en liknende parodi på filmavisen med utgangspunkt i en lokal nyhet.

## NRK eller ARK?

Forfatter: Jan-Arve Overland  
[NRK eller ARK? \(94613\)](#)



NRKs rolle i 1960-åra / video  
<http://ndla.no/nb/node/73891>



Tid

30 min

Vanskegrad

lett, middels,  
vanskelig

Ressurser

Carl I. Hagen omtalte i  
sin tid NRK som  
"ARK"  
(Arbeiderpartiets  
rikskringkasting).

[Kringkastingssjef](#)



Statsminister Einar  
Gerhardsen (Ap) åpner  
fjernsynet i 1960. Klikk på  
bildet og spill av klippet fra  
ca.11.30 til 16.30.

Arbeiderpartiet om

[NRKs  
samfunnsoppdrag](#)

# Oppgaver til "Det store hamskiftet"

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Oppgaver til "Det store hamskiftet" \(95645\)](#)

## Oppgave 1

Hør Sven Egils Omdals synspunkter på [Medieutvikling i perioden 1980–2000](#)

(NB! Du må ha Windows Media Player for å se denne videoen på NRK Skole).



1. Hva mener Sven Egil Omdal har endret seg i perioden 1980 til 2000?
2. Innslaget med Sven Egil Omdal ble laget i 2005. Har det skjedd noe etter den tid som motbeviser det han sier her?
3. Hvilke positive og negative sider ved koblingen mellom aviser og politiske partier peker Sven Egil Omdal på i dette innslaget?

## Oppgave 2

Den første lokalradioen i Norge så dagens lys i 1982. Da ble NRK-monopolet opphevet, og andre selskaper fikk muligheten til å sende radio. Antallet lokalradioer økte raskt, og i dag har nesten alle kommuner i Norge et lokalradiotilbud.

1. Søk på Internett etter svar på følgende spørsmål:
  - Hvor mange lokalradiostasjoner var aktive i 2011?
  - Hvor mange konsesjonsområder er Norge delt inn i?
  - Hvor lenge varer en konsesjon, eller en tillatelse?
  - Hvem gir lokalradioene konsesjon?
2. Vurder kildenes troverdighet
  - Hvilke kilder brukte du?
  - Er noen av disse kildene spesielt troverdige? Hvorfor?
  - Er det noen av disse kildene du ikke kan stole helt på? Hvorfor?

Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Verktøy

[Google søk](#)

Ressurser

[Sjekkliste for  
kildekritikk](#)

Egenvurdering

- Har du sjekket at de opplysningene du har funnet på Internett, fremdeles gjelder?
- Har du sammenlignet dine svar med de andre i klassen?

# Medieutviklingen etter 2000

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Medieutvikling etter år 2000 \(95665\)](#)



## Oppgave 1

1. Hva mener vi med begrepet "personlige medier"?
2. Hva mener vi med begrepet "sosiale medier"?
3. Hvilke nye medier ble til i det første tiåret på 2000-tallet?
4. Hva kjennetegner disse mediene?

## Oppgave 2

Skriv et kort essay om hvordan nye sosiale medier, som for eksempel blogger, Facebook og Twitter, har endret måten vi kommuniserer på.

The logo for Mediehistorie features a magnifying glass with a globe as its lens, positioned above the word "MEDIEHISTORIE".

Tid  
1 time

Vanskegrad  
middels

Ressurser  
Er du usikker på hva et essay er? Les mer om sjangeren [Essay](#).

## Lag et utkast til et foredrag

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Lag utkast til et foredrag \(95686\)](#)



Tid  
2–3 timer

Vanskegrad  
vanskelig

Ressurser  
[Presentasjoner og foredrag](#)

[Videoklipp om presentasjon og foredrag](#)

### Oppdrag

Du blir spurta om å holde et foredrag for medelever om medieutvikling i Norge etter 1900.

I foredraget skal du fokusere på fire viktige hendelser i norsk mediehistorie som du selv plukker ut.

Husk at dette skal være en tekst som skrives som grunnlag for muntlig formidling!

1. Skriv manus til foredraget der du presenterer disse hendelsene og argumenterer for hvorfor du mener de er sentrale.

2. Foredraget skal understøttes av illustrerende virkemidler.

Du skal:

- foreslå illustrerende virkemidler, for eksempel lyd, foto, tegninger, filmsnutter
- begrunne valget av virkemidler
- forklare hvordan du vil bruke virkemidlene i foredraget

# Fra skriftruller til e-bøker

## Fra skriftruller til e-bøker

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[23. april feirer vi boka \(97994\)](#)

### Verdens bok- og opphavsrettdag

Hele vår sivilisasjon bygger på overføring av kunnskap gjennom lesing og skriving. Derfor kaller vi slike ferdigheter basisferdigheter. I middelalderen feiret folk i Barcelona skytsengelen Sankt Georg med opplesing og poesikonkurranse den 23. april.

I 1995 vedtok FNs organisasjon for utdanning, kultur og kommunikasjon, UNESCO, at denne dagen skal markeres over hele verden som *Verdens bok- og opphavsrettdag*. I Norge er det Norsk Forfattersentrum, Forleggerforeningen, bokklubbene, bibliotekene og Foreningen Les! som står for markeringen av Verdens bokdag.

### Fra skriftruller til e-bøker

De første skriftlige nedtegnelsene ble skrevet på papyrus eller risset inn i stein. På 200-tallet ble papyrus erstattet med skinn av esel, svin eller kalv. Slikt skinn ble kalt *pergament*. Fra 600-tallet og fram til 1400-tallet ble bøkene skrevet og illustrert for hånd. Bildene var fargerike, og noen til og med gullbelagte.

Dersom man ønsket et ekstra eksemplar av en bok, måtte boka skrives av for hånd. Ofte var det munker eller andre med spesielle ferdigheter i skriftutforming som sto for kopieringen. Det kunne ta flere år å skrive av en bok. Bøker var derfor ikke noe vanlige folk hadde tilgang til.

Oppfinnelsen av boktrykkerkunsten i 1440-årene er derfor et viktig skille i historien. Johan Gutenberg utviklet en metode for masseproduksjon av bøker på papir. Det betyddet at det kunne lages uendelig mange eksemplarer av samme bok. Bibelen var den første boken som ble trykt.

Muligheten til å masseprodusere bøker var en viktig forutsetning for utvikling av det moderne demokratiet i Europa. Kirkens makt ble svekket siden bonde og biskop nå hadde samme tilgang til Guds ord. Etter hvert ble det opprettet skoler der barn kunne lære å lese.



### Huskelappen

**De første bøkene ble skrevet for hånd på papyrus og senere på pergament.**

**Boktrykkerkunsten gjorde det mulig å masseprodusere bøker.**

**I dag er e-bøker i ferd med å overta markedet.**

**Rettighetene til forfattere og forlag sikres gjennom lov om opphavsrettigheter og en mulig ny boklov.**

### Ressurser



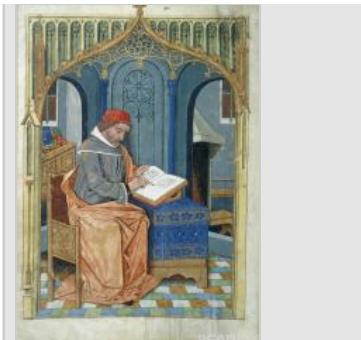
Bokruller fra romertida skrevet på papyrus.

Samtidig oppsto det et behov for å verne om rettighetene til forfattere og forleggere. Lov om opphavsrettigheter regulerer blant annet retten til å lage nye eksemplarer av en bok. Vår digitale tidsalder utfordrer disse rettighetene på en ny måte. Hvem som helst kan nå på en enkel måte kopiere og videreforside tekster og bilder som andre har laget. Mange spår også at bøker på papir er på vei ut, og at bokhylla i løpet av få år vil bli erstattet av det digitale lesebrettet.

### Ny boklov på trappene

Omstilling fra papirbøker til e-bøker er krevende for bokbransjen. I Norge eier de største forlagene også trykkerier og bokhandlere. Når hele distribusjonskjeden blir borte, forsvinner mye av forlagenes inntekter. Det kan i neste omgang gjøre det lite lønnsomt å gi ut bøker på norsk.

Forlagene ønsker seg derfor en boklov som regulerer prisen på bøker slik at en e-bok koster det samme som en papirbok. Kritikerne mener at det er urimelig at prisen på e-bøker ikke følger vanlig markedspris, slik det er for utenlandske bøker. Saken ligger nå på kulturministerens bord.



Bokillustrasjon som viser  
Matthaeus Platearius. Før  
boktrykkerkunsten ble  
oppfunnet, måtte bøker  
mangfoldiggjøres ved hjelp  
av håndskrevne kopier.



Nuremberg Chronicle  
publisert i 1493 er en av de  
første bøkene som ble  
trykket.



I dag finnes det flere typer  
digitale lesebrett for e-  
bøker.

# Hellige og magiske bøker

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Hellige og magiske bøker \(98085\)](#)

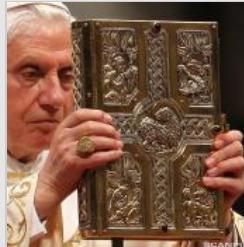


## Huskelappen

**En hellig bok har  
stor makt. Koranen  
er en hellig bok for  
muslimer.**

## Ressurser

[Hvordan ble Bibelen  
til?](#)



Paven med Den hellige  
skrift på Petersplassen 1.  
påskedag.



Kristne skrifter ble rikt  
dekorert. Denne bokside  
ble laget i perioden 1175–  
1185.

[Om Koranen](#)



I den muslimske verden  
finnes det egne Koran-  
skoler.



Kopi av Koranen illustrert  
av kalligrafen Ibn el-Bawab.



Svartebøkene innehold  
oppskrifter på svart magi.

Du finner Vinjeboka  
på tidslinja i [Språk- og  
litteraturhistorisk  
tidslinje](#)



En rabbiner i en jødisk synagoge leser fra de hellige skrifter.

Bøker med sprengkraft

*"Da Siri Skare og andre som jobbet ved FN-hovedkvarteret i den afghanske byen Mazar-e-Sharif dro på jobb fredag, tenkte de sikkert ikke at de senere på dagen skulle miste livet fordi noen mener at ei bok er hellig." Kilde: [Hellige bøker](#)*

Dette skriver bloggeren OJ på bloggen sin i april 2011. Noen dager før hadde den amerikanske pastoren Terry Jones brent en utgave av Koranen. Provokasjonen førte til opptøyer over hele den muslimske verden.

### **Ikke alle religiøse skrifter er hellige**

I alle de store verdensreligionene spiller religiøse skrifter en viktig rolle. Jødene har Toraen som den dag i dag leses fra skriftruller. De kristne har Bibelen og muslimene Koranen. Bhagavadgita er et viktig religiøst skrift i hinduismen.

Skriftene inneholder fortellinger om det guddommelige, men ikke alle religioner ser på selve boka som hellig. De fleste kristne mener at Bibelen er Guds ord, men likevel ført i pennen av mennesker. Muslimer, derimot, ser på Koranen som en direkte åpenbaring fra Allah. Boka oppfattes derfor av troende som hellig i seg selv.

### **Bildeforbudet i Islam**

Jødiske, kristne og muslimske skrifter bygger alle på de tekstene vi vanligvis omtaler som "Det gamle testamentet". Moseloven forbryr mennesker å avbilde det guddommelige. Dette bildeforbudet håndheves konsekvent i Islam. Det er strengt forbudt å gjengi bilder av Allah eller Profeten. Det er heller ikke vanlig å dekorere andre bøker med bilder av levende skapninger. Derimot brukes kunstnerisk utførte skrifttegn (kalligrafi) og geometriske figurer som illustrative elementer i muslimske bøker.

Kristendommen gikk raskt bort fra bildeforbudet. De religiøse bøkene ble illustrert med bilder av Gud, Jesus, Jomfru Maria og andre helgener. Statuer og malerier prydet kirkerommene. Bilder ble også malt rett på veggene i kirkerommet slik at menigheten kunne følge bildefortellingene om Jesu liv, død og oppstandelse.

### **Magiske bøker**

En svartebok er en samling oppskrifter og formler for dem som vil utøve magi eller trolldom. *Vinjeboka* er den eldste svarteboka som er funnet i Norge. Den ble oppdaget i 1796 under golvet i en gammel stavkirke i Vinje i Telemark. Vi regner med at boka er nedskrevet omkring 1490.

Svartebøkene har fått navnet sitt fordi de omtaler "svartekunster" eller svart magi. Ved hjelp av slike kunster kan en få makt over dyr og mennesker og skaffe seg kontakt med djevler og demoner. Men bøkene gir også råd om hvordan en kan lege sykdommer og beskytte seg mot ulykker, såkalt hvit magi.

Svartebøkene hører til sjangeren trolldomsbøker, som har røtter tilbake til middelalderen. Disse bøkene inneholder blant annet elementer fra kristen og jødisk middelaldermystikk. De eldste svartebøkene blir ofte omtalt som 6. og 7. Mosebok. Etter folketroen skal disse bøkene være en hemmelig del av den jødisk-kristne bibelen og fortelle om de trolldomskunstene Moses lærte hos egypterne.

# Oppgavesamling

## Trolldomsbøker

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Trolldomsbøker \(55215\)](#)



### Lærebøker i troldom og magi

Menneskene i middelalderen levde i et magisk univers. Her rådde både Gud og Satan, engler og demoner. Mennesker med overnaturlige krefter ble omtalt som trollmenn og trollkvinner eller hekser. Folk trodde at de stod i direkte kontakt med den onde selv. Middelalderens trolldomsbøker, eller svartebøker, er lærebøker i troldom og magi.

NB! For å løse oppgavene nedenfor må du studere *Vinjeboka* som du finner på tidslinja i Norsk språk- og litteraturhistorie.

### Oppgave 1

#### Ressurser

[Språk- og litteraturhistorisk tidslinje](#)

**Sogn og fjordane fylkeskommune:**

[Digitaliserte svartebøker](#)

**Institutt for kulturstudier ved UIO:**

[Svartebøker](#)

**Institutt for kulturstudier ved UIO:**

[Norske trolldomsprosesser](#)



**Uniforum (UIO):**

[Hekseprosessene i Europa var oftest nabokrangler](#)

**Sator-rotas-formelen**

SATOR  
AREPO  
TENET  
OPERA  
ROTAS



Ringenes herre

#### Fra middelalderen til vår tid

Under relatert innhold finner du en relatert fagartikkkel om engler og demoner med tilhørende oppgaver som trekker linjer fra middelalderen til vår tid.

1. Hvorfor kalles disse bøkene for "svartebøker"
2. I muntlige overleveringer blir det ofte referert til 6. og 7. Mosebok. Hvordan skulle disse bøkene ha blitt til og hva inneholdt de?
3. Hvilken tradisjon bygger de norske svartebøkene på?

#### Oppgave 2

På side 3 i boka *Vinjeboka* på Tidslinja forteller bibliotekaren ved Oslo katedralskole om Vinjeboka.

1. Når og hvor ble denne boka funnet?
2. På hvilken måte skiller innholdet i Vinjeboka seg fra andre svartebøker?
3. Hvordan vet man at boka stammer fra 1490-tallet?
4. Hvem regner man med har skrevet boka?
5. I Vinjeboka finner man den såkalte sator-rotas-formelen. Hva slags formel er dette og hvordan ble den brukt?

#### Oppgave 3

I middelalderen trodde folk at trollmenn og hekser var opphavet til ulykker og sykdom. Mange ble dømt for trolldom og hekseri. Les artikkelen *Hekseprosessene i Europa var oftest nabokrangler* (Uniforum) og se videoklippet fra NRK-serien *Historien om Norge* på s.17 i *Vinjeboka*. Her fortelles historien om den samiske noaiden Kvive som blir dømt til døden for trolldom.

1. Hva er en *noайде*?
2. Hva er det Kvive blir beskyldt for?
3. Hvordan oppfatter Kvive selv de beskyldningene som blir rettet mot han?
4. I hvilket tidsrom foregikk de fleste hekseprosessene i Norge?
5. 80% av de som som ble dømt til døden for troldom og hekseri var kvinner. Hva kan årsakene være til det?
6. Finnmark er det fylket i Norge der flest mennesker ble dømt for troldom og hekseri. Hva kan årsakene være til det?

# Bibelen fra språk til språk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, Marion Federl

[Bibelen fra språk til språk \(51533\)](#)

## Oversatt til mange språk

En av de bøkene som er oversatt til flest språk, er Bibelen. Bibelen består av mange bøker som er skrevet til forskjellige tider og på ulike språk. Det er vanskelig å oversette Bibelen til et nytt språk eller en ny språkform, ikke minst fordi de troende ser på innholdet som allmenngyldig til alle tider.

## Konkordant og idiomatisk oversettelse

Et grunnleggende valg for oversetteren er om oversettelsen skal være mest mulig ordrett, eller om det er viktigst å gjenskape meningen i kildeteksten etter beste evne. Disse to oversettelsesmetodene kaller vi for *konkordant* respektive *idiomatisk* oversettelse:



Rylands papyrus

**Rylands papyruser** det eldste bevarte fragmentet av Det nye testamente. Den er datert til begynnelsen av det andre århundret.

"Særlig i bibeloversettelser skiller en mellom en mest mulig bokstavtro, *konkordant*, oversettelse og en som best mulig gjengir meningen, med et friere forhold til ordvalget, kalt en *idiomatisk* oversettelse. I det siste tilfellet søker oversetteren å finne ekvivalenter, dvs. motsvarende uttrykk; der slike ikke finnes, kan oversettelsen gå over i gjendiktning (for skjønnlitteratur) eller forklaring (for faglitteratur)."

[Store norske leksikon](#), nettutgave

## Fra latin til folkespråket

Fra kristendommen kom til Norge rundt år 1000, og fram til reformasjonen, var bibelspråket latin. Bibelen var en bok for kirkens menn, ikke for allmuen. Det latinske språket ble derfor av mange opplevd som et hellig og mystisk språk, tett knyttet til bøkenes religiøse innhold.

Reformasjonen sørget for at Bibelen fikk en langt større leserkrets. Luther mente at den troende selv måtte ha tilgang på Guds ord, for han så på det personlige forholdet mellom den troende og Gud som avgjørende for frelsen. Derfor gikk både han og andre i gang med å oversette Bibelen til de ulike folkespråkene.

De første morsmålsutgavene av Bibelen som ble brukt i Norge, var skrevet på dansk og kom på 1500-tallet. På 1800-tallet ble den danske utgaven fornorsk. Men først i 1904 kom det en selvstendig oversettelse til norsk av hele Bibelen fra grunnteksten. Den siste norske utgaven av Det nye testamente er fra 2005.

## Oppgave 1

## Ressurser

Ordene *frelse* og *helvete* er sentrale begreper i den norske bibeloversettelsen. Hvordan oppstod disse begrepene? Se videoen på NRK Skole:

[Begrepene helvete og frelse](#)

Mange norske misjonærer har bidratt til å oversette Bibelen til små stammespråk. Se videoen på NRK Skole om arbeidet med å oversette Bibelen til Iragwspråk:

[Bibeloversettelse til  
små språk](#)

På nettstedet Bibel.no kan du lese mer om hvordan arbeidet med å oversette Bibelen foregår:

[Bibel.no:  
Oversettelser](#)

Sammenlikn språket i to bibelutdrag.

- Studer skriftstedet *Dagens ord* på nettstedet bibel.no: [Dagens ord](#)
- Sammenlikn språket i oversettelsen fra 2005 med språket i 1930-utgaven.
  - Hva er endret fra 1930-utgaven til i dag?
  - Hva kan være grunnen til disse endringene?

## Oppgave 2

Om ordet *frelse* og andre religiøse uttrykk

- Se intervjuet med Kjell Magne Yri om [oversettelse av Bibelen til norsk](#).
- Hvilken betydning er knyttet til det kristne begrepet *frelse* på hebraisk, gresk, latin og norsk?
- I moderne norsk kan vi høre uttrykk som *helfrelst*, *musikkfrelst* med mer.
  - Nevn eksempler på andre bibelske begreper som har blitt en del av dagligheten.
  - Hva betyr disse ordene i dag?

# Norsk avishistorie

## Fra løpeseddel til nettavis

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Fra løpeseddel til nettavis \(82154\)](#)



Norsk avishistorie / video

<http://ndla.no/nb/node/82132>

### Journalistikken blir en profesjon

Det var boktrykkeriene, eller *adressekontorene*, som utga de første avisene i Norge. Adressekontorenes oppgave var å formidle informasjon ved hjelp av løpesedler og annonser. *Norske Intelligenz-Seddeler* kom ut første gang i 1763 og regnes som Norges første avis. Av de avisene som ennå finnes i dag, er *Adresseavisen* (1767) i Trondheim den eldste. *Morgenbladet* (1819) var den første norske dagsavisen.

Fram til sensuren ble opphevet, hadde avisene kongelig monopol, utstedt av kongen i København. I den norske grunnloven av 1814 er ytringsfrihet nedfelt som en grunnleggende rett for alle borgere. Ytringsfriheten var en viktig forutsetning for framveksten av journalistikken. Fra midten av 1800-tallet var redaktører og journalister etablert som egne yrkesgrupper i Norge.

### Ekspansjonsfasen

Fra midten av 1800-tallet hadde avisene funnet sin form som nyhetsmedier. *Aftenposten* ble etablert i 1860 av boktrykker Christian Schibsted, og *Dagbladet* kom første gang ut i 1869. Den første samiske avisen, *Muitalægje*, så dagens lys i 1873.

Avisene ga folk flest innsikt i norsk innenrikspolitikk og i det som hendte i hovedstaden. Som hovedstadskorrespondent for regionavisa Drammens Tidende hadde dikteren og journalisten Aasmund Olavsson Vinje en viktig posisjon:

*Intet Provindsblad, der vil gjælde for velopdraget og "tidsvarende", tør længere mangle sin Kristiania Korrespondentartikel. Den er ligesaa nødvendig for Bladet, som en Dram paa Morgenkvisten for Sjoueren.*

(Krydseren 19.3.1851)

Avisene var også en viktig arena for den gryende politiske debatten. Innføring av parlamentarismen i 1884 var medvirkende til at de politiske partiene Høyre, Venstre og Arbeiderpartiet ble stiftet. Flere aviser etablerte seg som talerør for disse partiene, både nasjonalt og lokalt. I 1850 fantes det om lag 40 aviser i landet. I 1918 var antallet steget til 250. Mange av disse avisene hadde tilknytning til arbeiderbevegelsen.

### Krig og etterkrigstider

Den tyske okkupasjonen av Norge fra 1940 til 1945 førte til store endringer i det norske avisbildet. Quisling-regjeringen iverksatte en såkalt "nyordning" der de fleste arbeideravisene ble stanset, mens det i andre aviser med tvang ble innsatt en redaktør som støttet Nasjonal Samling. Det gjaldt blant annet aviser som Aftenposten, Varden, Bergens Tidende og Sunnmørsposten.



Huskelappen

Norges første avis  
var *Norske  
Intelligenz-Seddeler*  
i 1763.

*Morgenbladet* (1819)  
var den første  
norske dagsavisen.

I 1814 ble  
ytringsfrihet nedfelt i  
grunnloven som en  
grunnleggende rett  
for alle borgere

Antall aviser vokste  
sterkt i perioden  
1860–1920. Avisene  
var talerør for ulike  
politiske partier.

Under krigen ble  
flere aviser stoppet  
av myndighetene.

I tillegg til de avisene som var kontrollert av nazimyndighetene, utga motstandsbevegelse de illegale avisene, i hovedsak basert på de norske radiosendingene fra London.

Etter krigen ble det gitt en viss erstatning til de avisene som ble forbudt. Men de klarte aldri å tilegne seg samme posisjon i markedet som de avisene som kom ut som vanlig i krigsårene. De gjenværende avisene fikk dermed en større markedsandel. Fra 1950 til 1975 ble 55 norske aviser lagt ned. Som en direkte følge av dette vedtok Stortinget i 1969 støtteordninger for nr.-2-aviser.

Da fjernsynet kom på 60-tallet, forsøkte en del aviser å ta opp konkurransen med det nye mediet, også som underholdningsmedium. Aviser som VG og Dagbladet skrev om de kjendisene folk ble kjent med i TV-ruta. For å gjøre avisen mer leservennlig ble avisene trykket i *tabloidformat*. På 1970-tallet ble båndene til de politiske partiene gradvis fjernet, og avisene framsto som uavhengige meningsbærere.

### Farvel til Gutenberg

Andre halvdel av det 20. århundre var preget av teknologiske nyvinninger som medførte grunnleggende endringer i avisproduksjon og avisdistribusjon. Fra Gutenbergs tid hadde trykksaker blitt laget ved hjelp av blysats, bokstaver av bly som møysommelig ble satt sammen til ord og setninger. På 1960-tallet gikk avisene over til fotosats. Ny teknologi på 1970-tallet gjorde etter hvert typografene overflødig, siden journalistene nå kunne skrive inn tekstene sine selv. I dag redigeres alle avissider ved hjelp av dataprogrammer.

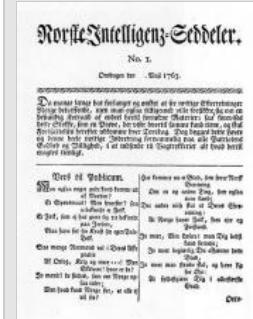
Den neste store teknologiske omveltningen kom med Internett på 1990-tallet. Nettavisene var langt raskere i formidling av nyheter enn papiravisen, ja til og med raskere enn konkurrentene i radio og fjernsyn. Papiravisene i Norge er i dag inne i en fase hvor de prøver å finne ut hvilken form og funksjon de skal ha i fremtiden. Dagens mediebilde er preget av *mediekonvergens* der mediene smelter sammen, noe som skaper nye eierkonstellasjoner og nye driftsformer.

**På 1970-tallet ble avisene politisk uavhengige. Tabloid-avisene la vekt på underholdningsstoff, ikke bare nyheter.**

**Nettavisene vokste fram på 1990-tallet. I dag er avishusene opptatt med å finne en funksjonsdeling mellom nett og papir.**

**2000-tallet er preget av mediekonvergens. Mediene smelter sammen, og nye eierkonstellasjoner oppstår.**

### Ressurser



Norges første avis –  
Norske Intelligenz-Seddeler  
1763.



I 1982 fikk journalistene i arbeiderpressen lov til å skrive sitt egenproduserte stoff rett inn i avisenes dataanlegg. Forutsetningen var at bruk av ny teknologi ikke skulle føre til oppsigelse av grafisk ansatte.

# Pressens rolle i norsk historie

Forfatter: Martin Eide, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen

[Pressens rolle i norsk historie \(78576\)](#)



Pressens makt / video

<http://ndla.no/nb/node/81027>

Tidens puls – pressens makt

## Et essay om avisens betydning i det norske samfunnet.

Martin Eide er professor ved institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen.

- Avisen knyttet bånd.
- Avisen forløste nasjonen.
- I avisen sto striden.

"Hvilke makter bærer vårt demokratis frie forfatning?" spurte dikteren André Bjerke en gang. Poeten svarte: "De er tre på papiret, men i det faktiske liv har de alltid vært fire: Storting, regjering, domstol – og dagens avis." Om pressen konstaterte han at når folket sover, da har "dagens avis den vakkende myndighet". Og dikteren utbroderte videre sin innsikt slik: "Får dumheten stortingsflertall? Har statsråd Mathiesen en Goebbels i maven? Har Høyesterett vist forakt for loven bak lovene? Da skal det stå i avisen. Dagens avis er den fjerde samfunnsmakten."

Norsk historie – fra 1800-tallet og fram til i dag – lar seg rett og slett ikke begripe uten å ta avisene med i betrakting. Avisen har fylt maktige roller som arena og aktør i samfunnsutviklingen. Den har så visst ikke bare vært samfunnsdebattens ordstyrer og maktens kritiker, den har også vært et maktredskap. Den har vært viktig. Den kan ikke overses.

Da unionen med Sverige ble opploft i 1905, da den unge nasjonen skulle stå på egne ben, da nasjonsbyggingen skulle skyte ny fart, da moderniseringen av landet skulle gå inn i en ny fase – da var pressen alt blitt en samfunnsmakt. Da var også profesjonaliseringen av presseyrket kommet så langt at redaktører og journalister kunne leve av sin penn og utøve sin makt med en viss pondus.

I den nye arbeidsdagen etter 1905 formidlet avisene en framtidstro og en begeistring på den unge nasjonens vegne. De berettet jublende om industrialiseringens velsignelser og elektrisitetens magi. Pressen bidro til industrialiseringen av landet. Fosser ble temmet. Det ble ikke pressens begeistring for den nye tid.

Avisen ble en del av det moderne liv i bygd og by. Avisen ble et medium for framskrittet. Pressen hadde bidratt aktivt til spredningen av telegrafen, telefonen, fonografen, fotografiet, filmen – som den senere skulle gjøre det med radioen, fjernsynet, datamaskinen ... Avisene tilskyndet andre mediers vekst og utvikling.

Moderniseringen av journalistikken skjøt også fart. Intervjuet var blitt vanlig i årene før unionsoppløsningen, etter hvert som avisene fikk råd til å sende journalister ut i felten. I mellomkrigstiden vant det for alvor fram. Først i denne perioden kan vi også snakke om *nyhetsaviser* i mer moderne forstand. En nyhets- og bilderevolusjon var i gang. Avislesing var blitt en vane for stadig flere. Avisen kunne leses overalt. "Menneskene kan ikke undvære dem", konstaterte Morgenbladet alt i 1910. "... ikke engang naar de er paa Fjeldtur i Paasken."

Avisen fanget tidens tema. Avisen målte tidens puls. I avisene vibrerte samtidens nerve. Og slo de store og truende begivenheter inn i det nære hverdagsliv, så var avisene bindleddet. Avissalget eksploderte i det første krigsåret av den første verdenskrigen. I Kristiania Postvesens historie heter det at "Folk gjorde ikke andet end at lese avisene."

I avisene ble nasjonens identitet pleiet. Her ble nasjonens helter hyllet. Her gikk Nansen og Amundsen på ski gjennom spaltene. Her ble bragder beredt og seire feiret.

Ofte kunne pressen snakke med en stemme. Men i avisene sto også striden. Det var by mot land, mann mot mann, klasse mot klasse. Da verdenskrigen var slutt, den ellevte i ellevte 1918, konstaterte redaktør Olav Scheflo kontant på lederplass i Arbeiderbladet: "Så går vi til neste sak på dagsordenen: arbeiderklassens frigjørelse gjennom den sosiale revolusjon." Våre myndigheter burde være mer på vakt mot sosialistisk agitasjon, skrev pressemannen og politikeren C.J. Hambro i Morgenbladet, og applauderte finske dødsdommer over sosialistledere. "Så lenge Høyre går rundt som et vilt dyr, er partiet farlig", skrev Arbeiderbladets redaktør. Du visste hva du fikk i spaltene i partipressens store tid. Det var klar tale, og det var taktisk tale. Redaktøren gjorde lederspalten til "et dampvaskeri for politisk besudlede hender", skrev Helge Krog med adresse til Arbeiderbladets redaktør Martin Tranmæl – eller "Martin Pontius Pilatus Tranmæl", som Krog kalte ham, etter selv å ha blitt karakterisert som deltaker i "den motbydelige og skitne trafikk som overklassens salongradikalere" drev, "under maske av å være sosialister". Høyredømmen Harald Torp skal en gang ha irttesatt en av sine journalister med følgende foramaning: "Husk, her i avisene omtaler vi samvirkelag bare dersom de brenner."

Da motstanden ulmet i den andre verdenskrigens første år, ble avisene satt ut av spill. Noen få sto opp, talte okkupantene midt imot og la ned sitt virke. Andre ble stanset av tyskerne. Mange bøyde nakken – tapte sin troverdigheit, men holdt det gående. I sensurens og diktaturets tid var det den illegale presse som ga håp.

Da landet skulle gjenreises, målbar avisene den nye tid. Begeistringen og optimismen flommet i spaltene. Her skulle bygges og moderniseres. Fabrikkpipene var stolte symbol på framskrittet. Troen på vitenskapen og teknologien ble forrettet med stor kraft i avisene. Naturvitenskapen fører til en "omforming ikke bare av vår ytre tilværelse, men en omforming av våre sinn, våre mål, våre lengsler", skrev VG i 1954. I Tromsø meldte Nordlys begeistret om nye moderne næringsbygg, om "strålende tiltak", om "hygienisk framskritt", om det nye "hypermoderne og sanitære" samvirkelaget. Det var en begeistringens brann.

Den varme freden ble avløst av den kalde krigen. Vi fikk "en ytringsfrihetens istid" i landet. Da var ikke avisene den åpne arena den påtok seg å være i festtalene. Den vekkende makt kunne også bli den tildekkende makt. Senere kunne også pressens politiske makt slå over i avmakt – leserne lot seg ikke dirigere inn i en europeisk union. Et flertall av avisene var for EU, et flertall av folket sa nei.

Men avisene bandt landet sammen. Avisene ga identitet i bygd og by. Avisene knyttet bånd. De oppdaget hverdagslivet og ble en uunnværlig del av det, i det gryende forbruker- og velferdssamfunnet.

Da avisenes partibånd ble løsnet sto det fram en stadig mer selvbevisst presse. Den kunne irritere og utfordre. Den ble selv utfordret – av nye medier og myndige, men troløse lesere. Dagen blir ikke den samme uten. Samtidens historie skrives i avisen. Og ennå gjelder André Bjerkes lille maktutredning – lest med trykk på hver setning: "Artikler kan omskape verden! Avisens styrke i Norge er den: å bli lest på det ytterste skjær. Artiklen som kunst må kjempende nordmenn dyrke. Skrives det bedre *trosartikler* enn her?" Poeten påpekte at hele vår åndskamp, hele vår historie "siden Wergelands dage" er en historie om avisartikler." I pressen fortsetter nordmenn Stiklestad-slaget."

# Pressen - arena for demokrati

Forfatter: Trude Løvskar, Ragna Marie Tørdal

[Pressen: arena for demokrati \(77561\)](#)



Martin Eide video 1 / video

<http://ndl.no/nb/node/71959>

**– Skal vi studere hvordan demokratiet har utviklet seg i Norge, må vi samtidig studere medieutviklingen. Disse har hengt uløselig sammen, og gjør det fremdeles. – Et demokrati trenger en offentlighet, og her spiller mediene en viktig rolle, sier professor Martin Eide.**

Norsk demokrati vokser fram

– I 1814 fikk vi vår egen grunnlov og vårt eget demokrati. Det var viktig at ulike meninger fikk komme fram, og det gjorde de gjennom avisene. Opposisjonspressen – aviser som var uenig med dem som satt med makten – ble arena for debatt. Det var viktig at kritikk fikk komme fram og bli hørt, det var man enige om, forteller Eide.

Utover 1800-tallet danner det seg regler for hvordan journalister og redaktører skal gjøre jobben sin. Redaktørene blir garantister for kvaliteten på den informasjonen som kommer fram. Kildekritikk er viktig, journalister skal sjekke all informasjon før de publiserer. Kildevern blir også innarbeidet: Redaksjonene røper ikke anonyme kilder.

– Det som står i avisene, blir sett på som uttrykk for folkemeningen, og dette gir redaksjonene stor makt, sier Eide. – De som styrer, har bruk for å vite hva folket mener, og de bruker pressen for å danne seg et bilde av dette.

Partiaviser

Beveger vi oss litt framover i tid, kommer vi til en annen viktig fase i historien om norsk demokrati, nemlig kampen om parlamentarismen som spisset seg til fram mot 1884. De politiske debattene i denne perioden er preget av steile fronter. Politiske partier blir dannet.



**Mediestemmer**

*Professor Eide arbeider ved Universitetet i Bergen og er medieforsker.*

*Når han skal fortelle om demokrati- og medieutvikling, starter han med å ta oss tilbake til 1814, da Norge ble en selvstendig stat.*

**Huskelappen**

**Etter 1814 ble pressen en viktig opponent mot regjerings politikk og en viktig debattarena.**

**Partipressen ble et viktig talerør for de politiske partiene i perioden 1880 til 1970.**

**Pressen i vår tid er politisk uavhengig og oppfatter seg selv som folkets talerør.**

– Etter hvert ble det til at de ulike partiene eide hver sine aviser, og disse tok stilling i debattene. Partiavisene preget det norske mediebildet helt fram til 1980-tallet.

### Kommersiell mediedrift

Utover på 1980-tallet velger de fleste norske avisene å løsrive seg fra de politiske partiene, de blir selvstendige økonomiske enheter. Det er ikke politiske partier som betaler for driftsen lengre, avisene tjener sine penger hovedsakelig gjennom reklame, abonnement og løssalg.

– Vi fikk en overgang fra partipressen til seddelpressen, sier Eide. – Og det er klart at dette gir en annen hverdag for journalistene. Eierne er opptatt av økonomisk gevinst, og de forventer at stoffet skal selge. Mediene frigjør seg fra partiene, men til hva?

### Profesjonsvridde presse

– Journalistikken har utviklet seg mye siden løsrivelsen fra partiene. Redaksjonene har gått fra å være politisk høyrevridde eller venstrevridde til å bli "profesjonsvridde". Journalistene er blitt proffe formidlere med bestemte idealer.

Eide viser hvordan disse idealene er knyttet til demokratiske ideer. Pressens samfunnsoppgave er lagt stor vekt på både i *Vær Varsom-plakaten* og *Redaktørplakaten*, som er pressens selvpålagte reglement. Her handler det om den viktige oppgaven som mediene har som arena for samfunnsdebatten. Mediene skal være en arena der demokratisk virksomhet utfolder seg. Her skal folk finne informasjon om viktige saker som de som samfunnsborgere trenger å være oppdatert på. Her skal viktige debatter få spalteplass eller sendetid.

– Journalister i norske medier er preget av et avsløringsideal, forklarer Eide. – De som har makt i samfunnet, skal stilles til ansvar, og dersom de begår overtramp er det pressens oppgave å avsløre det og informere. Pressen er på folkets side, journalistene er hjelbere for den vanlige kvinne og mann.



Utenriksminister Jonas Gahr Støre på Stortingets talerstol med bilde av grunnlovsforsamlingen på Eidsvoll i 1814 i bakgrunnen.



Stortingets talerstol er en viktig politisk arena for utenriksminister Jonas Gahr Støre. Men like viktig er samtalen med journalistene etterpå.

### Ressurser

[Vær Varsom-plakaten](#)

[Redaktørplakaten](#)

### Les mer

Høgskolelektor Magne Lindholm ved Journalisthøgskolen i Oslo er kritisk til utviklingen av *journalismen*:

[Pressen – et demokratisk problem?](#)

# Hundre år med Aftenposten

Forfatter: Aftenposten, Øyvind Høie, Ragna Marie Tørdal  
[Hundre år med Aftenposten \(84896\)](#)

## Følg Aftenposten fra tiår til tiår

Avisen Aftenposten ble etablert i 1860 av boktrykker Christian Schibsted. I samarbeid med Aftenpostens digitalarkiv og Avis i skolen presenterer vi her et utvalg som viser hvordan innhold og utseende har endret seg i løpet av de siste hundre årene.

Klikk på bildene for å bla i avisutgavene på Issuu.

### 4. januar 1910

[Open publication](#) - Free publishing

### 3. januar 1920

[Open publication](#) - Free publishing

### 2. januar 1930

[Open publication](#) - Free publishing

### 2. januar 1940

[Open publication](#) - Free publishing

### 3. januar 1950

[Open publication](#) - Free publishing

### 2. januar 1960

[Open publication](#) - Free publishing

### 2. januar 1970

[Open publication](#) - Free publishing

### 2. januar 1980

[Open publication](#) - Free publishing

### 2. januar 1990

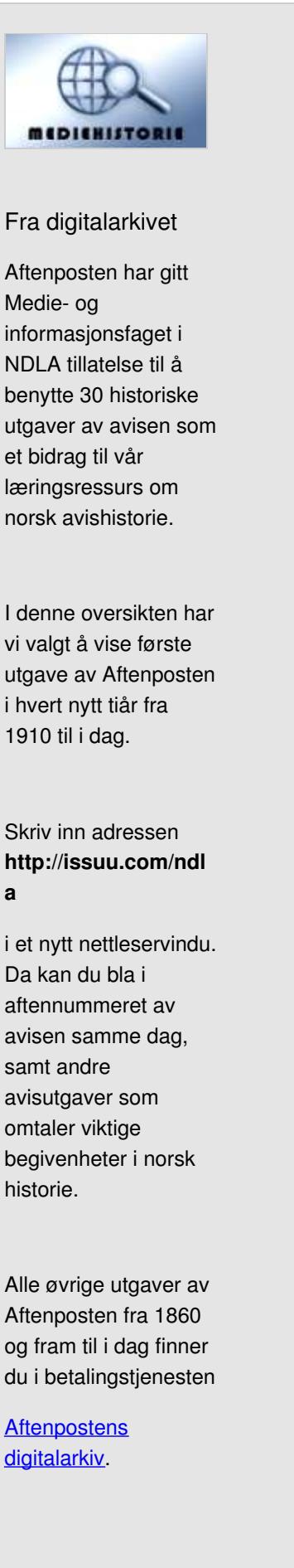
[Open publication](#) - Free publishing

### 2. januar 2000

[Open publication](#) - Free publishing

### 2. januar 2010

[Open publication](#) - Free publishing - [More aftenposten](#)



Utvalget er gjort av  
professor Martin Eide  
ved Universitetet i  
Bergen.

NDLA takker  
Aftenposten og Avis i  
skolen ved Sven  
Fjeldal for velvillig  
bistand.

På nettsidene til  
Nasjonalbiblioteket kan du bla i  
flere av Norges eldste aviser:  
[Digitale aviser](#)

#### Bildegalleri

Klikk på bildet for å se  
en større versjon.



Faksimile av Aftenposten

2. januar 1879



Avisannonse i Aftenposten

i 1888



Folk studerer Aftenpostens  
reportasje fra raset i Loen i  
1936.



I 1939 utkom Aftenposten med et ekstranummer i forbindelse med at Tyskland erklærte krig mot Polen.



Under 2. verdenskrig ga Aftenposten sin støtte til Nasjonal samling og Quisling-regjeringen. Adolf Hitler begikk selvmord 30. april 1945. Her leser en person meldingen i Aftenposten, under teksten "Der Führer falt, i kamp til siste åndedrag mot Bolsjevismen". Krigspropagandaen fortsatte til det siste.



Aftenpostens aprilspøk i 1950 om at Vinmonopolet hadde billigsalg på vin, utløste et rush av kunder medbringende bøtter og spann.



Skoleelever studerer  
Aftenpostens ekstrautgave  
om kong Haakons død i  
1957.



På 1980-tallet var  
nordmenn ivrige avislesere.  
De 159 medlemsavisene i  
Norske Avisers  
Landsforbund hadde i 1986  
et samlet opplag på 2,5  
millioner.



Fra 1860 og fram til i dag  
har Aftenposten blitt utgitt  
som papiravis. For mange  
hører dagens avis og en  
nytrukket kopp kaffe med til  
morgenritualene.



I 2011 er det mulig å lese  
Aftenposten på lesebrett.  
Er papiravisen på vei ut?

# Lokalavisa Fjell-Ljom i 100 år

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Fjell-Ljom – avis som ikke ville dø \(92617\)](#)



Om avisa Fjelljom / video

<http://ndla.no/nb/node/90711>

## Historisk bakgrunn

De første dagsavisene ble etablert i Norge på 1800-tallet. I Bergstaden Røros ble den første avisa, Fjeldposten, etablert i 1868 av Kristiania-mannen Andreas Halvorsen. Våren 1883 ble boktrykkeren Olaf Olsen Berg hentet til avisa for å ta seg av den tekniske produksjonen.

Under den harde vetostriden på 1880-tallet stod eierne i Fjeldposten på de konservatives side. De mente Kongen fritt burde kunne velge sine statsråder. Olaf O. Berg var imidlertid en ihuga venstremann som støttet Johan Sverdrup i kravet om at Kongens regjering måtte utgå fra Stortingets flertall. Det ble en alvorlig konflikt mellom Berg og utgiverne som førte til at Berg i 1886 etablerte venstreavisa Fjeld-Ljom.

## Lokalavisene eksanderer

Redaktør Jon Høsøien forteller at midt på 1890-tallet ble det etablert hele tre nye aviser på Røros. I 1894 kom den konservative avisa Dovre på markedet. Året etter etablerte den frilynte ungdomsbevegelsen avisa Breidablikk, og det ble også startet et lokalt ukeblad, Fjelblomsten. I 1907 etablerte sosialdemokratene avisa Mauren, som i 1912 skiftet navn til Arbeidets Rett. I 1910 ble det etablert ei samisk avis, Waren Sadme, som betyr "budskap fra fjellet".

## Dagens Fjell-Ljom



## Huskelappen

**Fjeldposten (1868) var den første lokalavisa på Røros.**

**Avisa Fjell-Ljom ble etablert i 1886 som organ for partiet Venstre.**

**I 1910 var det fem lokalaviser på Røros.**



I 1943 ble Fjell-Ljom forbudt av nazistene.  
Forfatteren Johan Falkberget var redaktør da avisa igjen gikk i trykken i 1945.



Fjell-Ljom har slitt tungt i perioder, blant annet med to konkurser og påfølgende driftsstans på 1970- og 1980-tallet. Avisa ble slått konkurs i 1976. Et nytt aksjeselskap ble imidlertid etablert, og etter et opphold på et halvt år kom avisa ut på nytt. I 1979 var tida inne for en ny konkurs, og nå gikk det hele åtte år før avisa igjen kom ut. Fra 1993 har Erling Sven Busch gjennom selskapet Avisdrift AS reorganisert virksomheten, og Fjell-Ljom kommer i dag ut ukentlig som ei 12-siders ren Røros-avis. I tillegg kommer Arbeidets Rett med tre aviser ukentlig, med nedslagsfelt på Røros og i Nord-Østerdalen.

Les mer om [Fjell-Ljom](#)



En viktig konkurrent til Fjell-Ljom er avisas Arbeidets Rett som fremdeles kommer ut på Røros.

# Avisproduksjon på gamlemåten

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Avisproduksjon på gamlemåten \(92618\)](#)



Avisproduksjon på gamlemåten / video

<http://ndla.no/nb/node/90713>

Pressemuseet Fjeld-Ljom

Bergstaden Røros kom på UNESCOs verdensarvliste allerede i 1980. 333 års gruve drift og et spesielt byjordbruk hadde skapt en helt særegen bosetting på fjellvidda som det var all grunn til å ta vare på som et verdenskulturminne for ettertida. På Røros ligger også det eneste avishuset i Europa som er bevart intakt og komplett fra den tida da aviser ble laget på gamlemåten med blysats og flattrykkpresse.

Pressemuseet Fjeld-Ljom ligger i det gamle avishuset ved Hyttelva. Her treffer vi Ragnar Løkken og Torbjørn Floor, to pensjonister med lang fartstid som typografer på Røros. Torbjørn er til og med tredje generasjon med tilknytning til Fjeld-Ljom. Bestefaren Kristian var redaktør av avis fra 1909 til 1925, og faren Reidar var maskinsetter som han selv.

Slik fungerer en settemaskin

Det høres kanskje tungvint ut i dag, men journalistene skrev sine artikler på skrivemaskin, og manuskriptene ble overlevert maskinsetterne i form av papirark. Brødteksten ble tastet inn på nytt på den store settemaskinen. Da disse kom rundt første verdenskrig, var det en stor forbedring. Tidligere var nemlig all tekst i avisene satt med enkeltyper en og en i ei vinkelhake.



Huskelappen

**Johan Gutenberg  
utviklet en metode  
for  
masseproduksjon av  
bøker ca. 1450. Det  
første norske  
trykkeriet ble  
etablert i 1643.**

**Settemaskinen ble  
oppfunnet i 1880-  
årene. Da kunne  
man støpe  
bokstavene i hele,  
sammenhengende  
linjer.**

**I 1960 ble denne  
trykkemetoden  
erstattet med  
filmsats kombinert  
med trykking i  
offset. I dag er  
trykkeprosessen  
heldigitalisert.**



Norsk pressemuseum på  
Røros

[Pressemuseet Fjeld-  
Ljom](#)

Settemaskinen har tre hovedkomponenter: et tastatur, et matrisemagasin og en støpeform. Det geniale ved settemaskinene er at støpeformene for bokstavene – matrisene – sirkulerer. Ved anslag på tastaturet faller matrisene ut av sin kanal i magasinet og ned i samleren, hvor kiler mellom ordene presses opp slik at de løse matrisene danner en kompakt støpeform. Linjen blir ført bort til støpehjulet hvor bly pumpes inn og linjen støpes. Deretter faller linjen ned på *skiften*, mens matrisene hentes av en arm og føres opp i hekken til overkant av magasinet. Matrisene henger her på en spindel som fører dem langs magasinets topp. Hver enkelt bokstav har sin spesielle ”låskombinasjon” og faller automatisk ned i riktig kanal. På denne måten sirkulerer matrisene i et kretsløp og brukes om og om igjen.

Settemaskinene revolusjonerte avisproduksjonen i 1880-årene. Men fortsatt måtte overskrifter og annonser settes på ”gamlemåten” med løse typer fra ei settekasse i en vinkelhake.

Rundt andre verdenskrig ble det imidlertid introdusert settemaskiner for overskrifter; de såkalte Ludlow-maskinene hvor man kunne støpe titlene i bly etter hvert som man trengte dem. Maskinen fungerer ved at en setter inn ei støpeform eller en matrise som så blir fylt med bly fra smeltegryta bak på apparatet. Overskriften settes sammen av løse matriser for hvert tegn som ligger i reolen ved siden av, omtrent som i ei vanlig settekasse.

### Ombrekking

Ved ombrekkerbordet tar det endelige utseendet til avisas form. Her settes de forskjellige elementene sammen slik redaksjonen ønsker det: brødsatsen fra settemaskinene, titler og annonser fra vinkelhakene og alle bildeklisjeene. Typografen har ansvaret at for at satssiden framstår som ryddig og harmonisk.

Elementene blir plassert i ”sluttrammer”. For å fylle siden helt blir det brukt såkalt ”blindmateriell”. Dette er elementer som er noe lavere enn skriftbildet og derfor ikke blir synlig på den trykte sida. Over ombrekkerbordet finnes det flere typer blindmateriell samt messinglinjer – spaltestreker – som plasseres mellom spaltene i avisas.

### Trykkeprosessen



Typograf ved  
settemaskinen

Se hvordan en  
settemaskin fungerer:

[Medielærning.no](#)



Settekasse. Her har alle  
typene (bokstavene) sitt  
egent rom.



Når avisene er ferdig  
trykket, er det avisbudene  
som sørger for å få avisas  
hjem til deg i porstkassa

Slik foregikk  
boktrykking i gamle  
dager:

[Boktrykking før i tida](#)

Noe for deg?

Når så sidene er ferdig ombrukket, kan de trykkes. Rudolf Olsen og Torbjørn Torgersen viser oss hvordan den store trykkpressa fungerer. På Pressemuseet Fjeld-Ljom har de ei flatpresse fra Nibiolo i Italia. Den har vært brukt i avisa siden 1962 og kan bare trykke to sider om gangen. I første omgang trykkes sidene 1 og 4.

Etter at trykkformene er byttet ut, legges de trykte arkene opp igjen på påleggerbordet, og sidene 2 og 3 kan trykkes. Fjeld-Ljom kom tidligere normalt ut med fire sider. Til pressa er det koplet et falseapparat hvor avisa brettes – eller *falses* som det heter på fagspråket – to ganger. Og dermed var avisa klar til å bli brakt ut til abonnentene.

#### Dagens heldigitale produksjonsprosess

Dagens produksjonsprosess i Fjell-Ljom er naturligvis digitalisert. Det er redaksjonen som setter både brødtekst, overskrifter og annonser på sine egen PC-er. Bildene som benyttes, er allerede digitale og hentes rett fra kameraet. Dersom en vil bruke noen gamle analoge bilder, må de først skannes.

Også ombrekkingen av avisa skjer med et eget program på PC-en, og når alt er klart, sendes hele avisa digitalt til Østlendingens trykkeri på Elverum. Der tar ikke trykkingen av opplaget til Fjell-Ljom mer enn en times tid. Adressene til abonnentene påføres også digitalt, og avisene sendes direkte fra trykkeriet.

Styreleder Per Hvamstad har innledet et samarbeid med Norsk handverksutvikling på Maihaugen. Det dreier seg om et treårig prosjekt som har som mål å få kontakt med noen yngre "lystarbeidere" til å kjøre maskinene og lære seg teknikken med håndsetting av bokstaver i en vinkelhake fra settekassene.

Dagens dugnadsgjeng begynner å trekke på åra, så skal Pressemuseet Fjeld-Ljom fortsatt kunne vise publikum et levende pressemiljø fra den gangen avisene ble trykket i bly, må yngre krefter engasjeres.

# Minoritetsaviser i Norge

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Minoritetsaviser i Norge \(92934\)](#)

## Aviser i et flerkulturelt samfunn

Norge har vært et flerkulturelt samfunn i mange hundre år. Offisielt har vi fem nasjonale minoriteter i landet vårt: samer, kvener, skogfinner, romfolket og jøder. Norge har to offisielle majoritetsspråk: bokmål og nynorsk. Vi har mange minoritetsspråk i landet vårt, men bare to er offisielle minoritetsspråk: samisk og kvensk.

Media spiller en viktig rolle i språkopplæring og identitetsdannelse. For den samiske og kvenske befolkningen er det derfor viktig at det finnes egne aviser på samisk og kvensk.

I løpet av de siste femti årene er det kommet mennesker fra alle verdens hjørner til landet vårt. Selv om de fleste lærer seg å snakke, lese og skrive norsk, føler mange behov for å holde kontakt med hjemlandet og med landsmenn med samme kulturbakgrunn. Mange leser aviser fra hjemlandet, men det blir også utgitt fremmedspråklige aviser i Norge.

### Samiske aviser

Den første samiske avis i Norge ble utgitt i årene 1873–1875. *Muittalægje* kom ut en gang i måneden. Redaktør var Christian Andreassen. I tillegg til arbeidet som lærer, lensmann og redaktør, oversatte han norske salmer til samisk. Avisa *Sagai Muittalægje* ble grunnlagt av Anders Larsen og kom ut i tidsrommet 1904 til 1911. I perioden 1910–13 og 1922–27 ble det utgitt en sørsamisk avis på Røros. *Waren Sardne* betyr oversatt til norsk "Underretning fra fjellet".

I 2011 ble det gitt statsstøtte til fire norske aviser med samiske målgrupper. *Ságat* ble grunnlagt i 1956. Avisa er norskspråklig med redaksjon i Lakselv. *Ságat* utgis tre dager i uka og har en egen nettavis.

I 2008 ble avisene *Assu* og *Min Áigi* slått sammen til *Ávvir*. *Ávvir* utgis på samisk og har også egen nettavis. Redaksjonen holder til i Karasjok og Kautokeino. *Ávvir* betyr omsorg eller omtanke.

I tillegg til disse to avisene mottar lokalavisa *NordSalten* støtte til innstikk på lulesamisk, og *Snásningan* får støtte til innstikk på sørsamisk. (Kilde: Wikipedia og Store norske leksikon)

Ruijan Kaiku – kvenenes avis



Huskelappen

**Media er en viktig faktor i språkopplæring og identitetsdannelse.**

**I Norge finnes det i dag aviser på samisk og kvensk.**

**Det utgis også aviser på andre minoritetsspråk.**

Ressurser

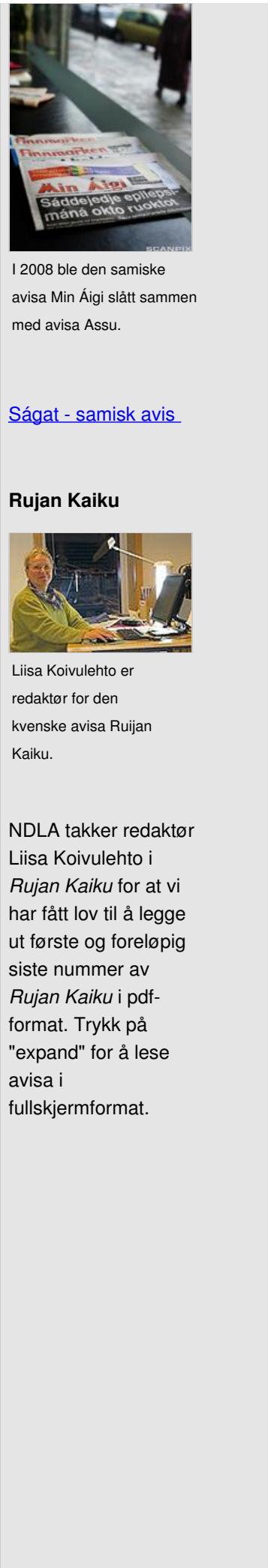


I 1956 var Anders Guttormsen journalist, redaktør og typograf i den samiske avisa Nuortanasti (Øststjernen).

*Ruijan Kaiku* er en fri og uavhengig nyhetsavis for kvener, norskfinner og finlendere i Norge. Avisa er den eneste norske avisa som prioriterer kvensk og finsk stoff. Første nummer av *Ruijan Kaiku* kom ut i 1995. I 2005 ble kvensk anerkjent som eget skriftspråk i Norge. Avisa er nå trespråklig: hovedsakelig på norsk (begge målformene), kvensk og finsk, men også på meänkieli og svensk.

Fordeling av språkene er i gjennomsnitt 50 prosent norsk, 25 prosent kvensk og 25 prosent finsk. Redaksjonen består av en journalist som også er redaktør. Flere frilansjournalister og andre bidragsytere leverer stoff til avisa.

Avisa kommer ut hver femte uke. Målsettingen de siste femten årene har vært å mangedoble de redaksjonelle ressursene slik at *Ruijan Kaiku* kan bli en ukeavis. Avisa har abonnenter i Norge, Finland og Sverige, men også i andre land. (Kilde: *Ruijan Kaiku*).



I 2008 ble den samiske  
avisa Min Áigi slått sammen  
med avisa Assu.

### [Ságat - samisk avis](#)

### **Ruijan Kaiku**



Liisa Koivulehto er  
redaktør for den  
kvenske avisa *Ruijan  
Kaiku*.

NDLA takker redaktør  
Liisa Koivulehto i  
*Ruijan Kaiku* for at vi  
har fått lov til å legge  
ut første og foreløpig  
siste nummer av  
*Ruijan Kaiku* i pdf-  
format. Trykk på  
"expand" for å lese  
avisa i  
fullskjermformat.



Den bosniske avisa BH  
Glasnik er eksempel på en  
fremmedspråklig avis i  
Norge.

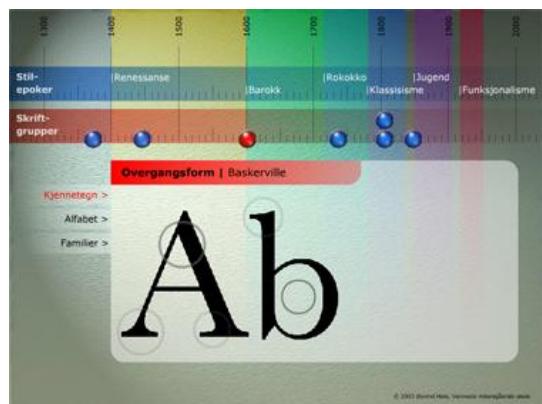
[Nettavisa Utrop](#)

Utrop er en  
flerkulturell nettavis  
som utgis på norsk.

# Skriftsgruppene historie

Forfatter: Øyvind Høie

[Skriftgruppene historie \(96787\)](#)



# Oppgavesamling

## Norges eldste avis

Forfatter: Jan-Arve Overland

[Norges eldste avis \(95236\)](#)

### Oppgave 1

I 1767 fikk den 23-årige juristen Martinus L. Nissen kongelig privilegium (bevilgning) til å opprette et adressekontor.

1. Hva heter avisen?
2. Når kom den første utgaven ut?
3. I hvilken by kom den første utgaven ut?



Tid

1 time

Vanskegrad

lett

Ressurser

Mediana.no om

[Nettfangst og  
kildekritikk](#)

# Foredrag om norsk avishistorie

Forfatter: Jan-Arve Overland

[Foredrag om norsk avishistorie \(95329\)](#)



Tid

2–5 timer

Vanskegrad

middels

Verktøy

[Prezi](#)

Ressurser

[Presentasjonen er bare en støtte for talen](#)

[Målgruppe](#)

## Oppdraget

På skolen din jobber norskelevene i Vg1 akkurat nå med kompetansemålet:

- *gjøre rede for mangfoldet av muntlige, skriftlige og sammensatte sjangere og medier i det norske samfunnet i dag, og hvilken rolle de spiller i offentligheten*

Du har fått i oppgave å holde et foredrag om norsk avishistorie for en av disse klassene.

## Oppgave 1

Skriv manus til foredraget.

Tilpass innholdet til målgruppa og finn en form som gjør at du når fram med budskapet ditt.

## Oppgave 2

Foredraget skal støttes av *illustrerende virkemidler*. Med illustrerende virkemidler menes bilder, illustrasjoner, video og lyd.

Forklar hva du vil bruke, hvordan du vil gjøre dette, og hva du ønsker å oppnå med de virkemidlene du har valgt.

### Oppgave 3

Lag presentasjonen ved hjelp av presentasjonsverktøyene PowerPoint eller Prezi.

# Lag en multimedial presentasjon

Forfatter: Jan-Arve Overland

[Lag en multimedial presentasjon \(95632\)](#)



## Lag en multimedial presentasjon / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/95632>

[Norsk avisstruktur 2013](#) from [jaoverla](#)

### Oppdrag

Lag en multimedial presentasjon av norsk avishistorie og norsk avisstruktur. Ta utgangspunkt i dette slideshowet og fagstoffet om norsk avishistorie som er relatert i høyrespalten.

En multimedial presentasjon vil si en presentasjon som inneholder tekst, lyd og bilde. Målgruppen er elever i faget Medie- og informasjonskunnskap på egen skole.

Tid

5 timer

Vanskegrad

vanskelig

Arbeidskrav

- grupper på tre
- presentasjon ved hjelp av Movie Maker, Photo Story eller et liknende verktøy

Ressurser

[Digital bildefortelling med Photo Story](#)

[Rediger video med](#)

[VideoSpin](#)

# Aviser i endring

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Aviser i endring \(96121\)](#)



Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

Nasjonalbibliotekets  
arkiv

[digitale aviser](#)  
inneholder aviser fra  
ca. 1870 til 1905.

Utgaver av  
Aftenposten fra 1905  
til 2011 finner du på  
[issuu.com/ndla](#)

En del skoler  
abonnerer på [A-tekst](#).  
Her finner du 70  
norske aviser, blant  
annet:

- VG fra 1945
- Aftenposten fra 1983
- Dagens Næringsliv fra 1988
- Nordlys fra 1988
- Bergens Tidende fra 1992
- Dagsavisen fra 2001
- Klassekampen fra 2001



I denne oppgaven skal du ta utgangspunkt i gamle avisarkiver.

## Oppdrag

Velg en avis fra arkivet.

Sammenlign tre utgaver som viser hvordan avisens utvikling har vært fra den startet opp og fram til i dag, for eksempel en utgave fra 1932, en utgave fra 1972 og en utgave fra 2012.

I sammenligningen skal du ta med følgende:

- Hvilke nyhetssaker det legges mest vekt på  
(innenriks-, utenriks-, lokalnyheter)
  - Avisenes politiske profil
  - Utforming av overskrifter
  - Bruk av bilder
  - Måten teksten er utformet på
  - Måten forsiden er utformet på
  - Forholdet mellom redaksjonelt og ikke-redaksjonelt stoff

# Parlamentarisme og partipresse

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Parlamentarisme og partipresse \(96098\)](#)



## Oppgaver

1. Hvor mange aviser ble etablert i Norge i perioden 1880 til 1910?
2. Hvordan vil du forklare at det ble etablert så mange aviser i denne perioden?
3. Hvilken partitilknytning hadde disse avisene i perioden 1880 til 1910:
  - Aftenposten
  - Sunnmørsposten
  - Nordlys
  - Dagbladet
  - Fædrelandsvennen
  - Vort Arbeide (senere Arbeiderbladet, nå Dagsavisen)
  - Varden
  - Finnmarksposten
  - Arbeidets rett
4. Når ble disse avisene politisk uavhengige?



Tid  
1 time

Vanskegrad  
middels

Ressurser  
[Store norske leksikon](#)



Folkeavstemningen i 1972 ble et vendepunkt for partipressen.

# Norske avissider i hundre år

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Norske avissider i hundre år \(86196\)](#)

Ta utgangspunkt i siden "Hundre år med Aftenposten". Sammenlign avisens forsider i perioden 1910 til 2010.

## Oppgave 1: Saker

1. Hva handler sakene på avisens forside om i 1910?
2. Når får forsiden en tydelig nyhetsprofil?
3. Hvor stor del av sakene på de elleve avisforsidene er innenrikssaker, og hvor stor del er utenrikssaker?

## Oppgave 2: Overskrifter

1. Nevn eksempler på avisoverskrifter fra hver av de elleve forsidene.
2. Har måten overskriftene er utformet på, endret seg i en bestemt retning?

## Oppgave 3: Bruk av bilder

1. Hvilke type bilder ble brukt i 1910-utgaven?
2. Når får vi de første reportasjebildene på forsiden?
3. Når begynner avisen å bruke et bilde som hovedoppslaget på førstesiden?
4. Hvilket tiår får vi de første fargebildene på forsiden?

## Oppgave 4: Annonser

1. Hvilke annonser finnes på forsiden i 1910?
2. Hvilke annonser finnes på forsiden i 2010?
3. Sammenlign de elleve forsidene. Hvilket år inneholder forsiden mest annonsestoff, regnet ut fra hvor stor del av siden som er dekket av annonser?

## Oppgave 5: Layout

1. Hvordan har den visuelle utforminga av Aftenpostens forside endret seg i løpet av de siste hundre årene?
2. Hvilke tekniske nyvinninger har skjedd i denne perioden som har endret måten forsiden blir utformet på?



Tid

2 timer

**Vanskegrad:** middels



Egenvurdering

– Har du funnet gode eksempler som kan illustrere hvordan utviklingen har vært de siste hundre årene?

– Har du satt deg inn i hvilke produksjonstekniske endringer som har skjedd i perioden 1910 til i dag?

# Språk og skrift i 1905

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Språk og skrift i 1905 \(86742\)](#)

[Open publication - Free publishing](#)

## Omfom 1905-tekst til moderne avisspråk

Avistekster fra 1905 er ulike dem vi har i dag, både med hensyn til språkføring og skriftutforming. Studer utgaven av Aftenposten fra 17. juli 1905. Velg en kort tekst eller et tekstuddrag som interesserer deg.

1. Skriv teksten ordrett ned på PC-en din. Bruk Helvetica eller en annen grotesk skriftype.
2. Hvordan ville du ha utformet denne teksten rent språklig dersom den skulle stå på trykk i en avis i dag?
3. Hvilke ulike skriftyper er brukt på forsida av Aftenposten i 1905?
4. Hvorfor tror du det er forskjell på den skriftypen som er brukt i den redaksjonelle teksten, og den som er brukt i de fleste annonsene?



Tidsbruk  
1 time

Ressurser  
[Skrifttyper](#)



Se skriftgruppenes historie (flash)

[Det trykte gotiske alfabetet](#)

Egenvurdering

- Vet du forskjellen på antikva-skrifter og grotesk-skrifter?
- Forstår du alle ordene i tekstuddraget?
- Vil en moderne leser forstå den teksten du har skrevet?

Slik blir du i visningsverktøyet Issuu

Klikk på "Expand" eller velg lenken "Open publication". Avissiden dekker da hele skjermen. Du kan endre størrelse og bla i avisens enten som enkeltsider eller som dobbeltoppslag. Velg maksimal størrelse før du leser teksten.



# Lokal avishistorie

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Lokalaviser på hjemstedet ditt \(92783\)](#)



Norske lokalaviser som blir utgitt på nynorsk.

## Oppgave

I denne oppgaven skal du studere historien til lokalavisene på hjemstedet ditt.

1. Hvilke lokalaviser kommer ut på hjemstedet ditt i dag?
2. Når ble disse avisene utgitt for første gang?
3. Hvem sto bak den første utgivelsen?
4. Hva heter dagens redaktør?
5. Var avisene tidligere talerør for bestemte politiske partier?  
I tilfelle hvilke?
6. Hvilket språk eller målform (nynorsk, bokmål, samisk osv.) brukes i avisene? Har dette alltid vært slik?
7. Har det tidligere vært flere aviser på hjemstedet ditt? I tilfelle ja: Når ble de nedlagt, og hvorfor ble de nedlagt?
8. Hvor mange leserer har avisene i dag?
9. Hvordan finansieres driften av lokalavisene på hjemstedet ditt? (Stikkord: abonnement, løssalg, reklame, ulike støtteordninger)
10. Forsök å finne en eldre utgave av en av lokalavisene og sammenlign den med dagens avis.  
Hvordan har avisene endret seg med hensyn til innhold og layout?



Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Oversikt over lokalaviser](#)

Her finner du informasjon om ulike lokalaviser:

[Landslaget for lokalaviser](#)

Tips til googlesøk:

skriv  
"lokalavis+historie" i søkerfeltet.

Egenvurdering

Les nøye gjennom svarene dine.

– Har du svart utfyllende på spørsmålet?

– Har du skaffet deg relevant informasjon før du svarte?

– Har du formulert deg klart og korrekt?



## Presse og samfunnsutvikling

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Presse og samfunnsutvikling \(96136\)](#)



### Pressens makt / video

<http://ndla.no/nb/node/81027>

#### Oppgaver

1. Hvilke eksempler kommer Martin Eide med for å beskrive avisens samfunnsmakt?
2. Hvilken rolle spilte avisene i nasjonsbyggingen etter 1905 og i gjenreisningen etter 1945?
3. Det blir ofte sagt at pressen er "den fjerde samfunnsmakten". Hvorfor blir pressen omtalt slik?  
Hvilke er de tre andre samfunnsmaktene?
4. Hvordan har pressen selv formulert samfunnssoppdraget sitt i Vær Varsom-plakaten?
5. Eide sier: "I avisen skrives samtidens historie hver dag."  
Ta for deg dagens papiraviser og gi en kort oversikt over dagen i dag basert på de historiene avisene videreforsmidler.



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Ressurser

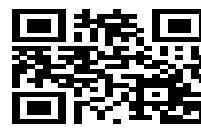
[Vær Varsom-plakaten](#)



### Nasjonsbygging / video

<http://ndla.no/nb/node/56332>

[Seks norske aviser i 1905](#)



Styringsform og styringsorganer, presentasjon / fil  
<http://ndla.no/nb/node/70771>

# Presse og demokratiutvikling

Forfatter: Jan-Arve Overland

[Presse og demokratiutvikling \(96139\)](#)



Martin Eide video 1 / video

<http://ndla.no/nb/node/71959>

## Oppgave 1

"Et demokrati trenger en offentlighet, og her spiller mediene en viktig rolle", sier professor Martin Eide.  
Hva mener han med det?

## Oppgave 2

Pressens frigjøring fra de politiske partiene, hva har det vært en frigjøring til? Dette spørsmålet dukker opp i videoen.

Hva mener Martin Eide det har vært en frigjøring til?

Hva legger han i uttrykket "fra partipresse til seddelpresse"?

## Oppgave 3

Magne Lindholm sier følgende i sin artikkel i Dagbladet:

"Hvis de brede mediene gir dårlig politisk informasjon, samtidig som elitene forlater de brede mediene, har det norske demokratiet et dobbelt problem." På hvilken måte kan dette svekke det norske demokratiet?



Tid  
1 time

Vanskegrad  
vanskelig

Ressurser  
Les Øyvind Østeruds kommentar til Eides bok om redaktørrollen:  
[Den redigerende makten](#)

Les Magne Lindholms artikkel i Dagbladet:  
[Pressen – et demokratisk problem?](#)

# Da rocken kom til Norge

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Da rocken kom til Norge \(86120\)](#)



## Tidsbruk

Oppgave 1: 1 time

Oppgave 2: 2 timer

Oppgave 3: 3 timer

## Vanskegrad

vanskelig

## Ressurser

Aftenposten  
morgenutgave 21.09  
1956:

[Open publication - Free publishing](#)

Aftenposten  
aftenutgave 21.09  
1956

[Open publication - Free publishing](#)

## NRK Gull

[Rockens inntog i Norge](#)

NRK skole – intervju  
med fotograf og politimann

[Rock og opptøy i Oslo](#)

Wikipedia

### Egenvurdering

– Har du satt deg godt inn i hva som kjennetegner ulike avissjangre?

– Kjenner du begrepene subjektiv og objektiv journalistikk?

– Kjenner du til hva Vær Varsom-plakaten sier om kilder og kildekritikk?

– Har du satt deg grundig inn i hva de ulike kildene forteller om det som skjedde?

– Er reportasjen din velskrevet?

– Appellerer overskriften til lesernes nysgjerrighet?

– Fanger hovedbildet lesernes oppmerksomhet?

– Er bildet informativt?



I 1956 ble filmen "Rock Around the Clock" vist på Sentrum kino i Oslo. Etter filmfremvisningen laget flere hundre ungdommer bråk i sentrum, og politiet gikk til aksjon med køller og politihester.

Det oppsto ville tilstander i Oslo sentrum da filmen "Rock around the Clock" ble vist på Sentrum kino i 1956. Men var det egentlig en medieskapt hendelse?

### Oppgave 1

21. september 1956 skrev Aftenposten om filmen "Rock around the Clock" og det nye fenomenet "rock" og "rockeopptøyen" i både morgen- og aftenutgaven. Les tekstene:

- "Rock'n'Roll ikke sprek nok" på side 3 i morgenutgaven
- "Gamle rytmer blir som nye" på side 4 i morgenutgaven
- "Folk må holde seg unna bråkmakerne" på side 1 i aftenutgaven

Svar på spørsmålene:

1. Hvilke avissjangre tilhører disse tre tekstene?
2. Hva består forskjellene i?
3. Hvilke kilder er brukt i tekstene?
4. Hvor objektive er disse kildene?

### Oppgave 2

Les i tillegg om rockens inntog i Norge på nettsidene til Wikipedia og NRK Gull, og lytt til intervjuet med fotografen og politimannen som var til stede utenfor Sentrum kino.

1. Gir de ulike kildene samme informasjon om det som skjedde?
2. Hva forteller de ulike kildene om årsaken til det som hendte?
3. Hvilke kilder er mest troverdige?

### Oppgave 3

Lag en avisreportasje om rockeopprøret i Oslo i 1956 basert på disse historiske kildene og andre kilder du finner gjennom egen research.

Velg et av Scanpix-bildene nedenfor som hovedbilde i reportasjen din. I tillegg kan du velge et bilde til som skal ha en mer underordnet plass på avissiden.





SCANPIX



SCANPIX



SCANPIX





SCANPIX



SCANPIX

Rockeopptøy i Oslo i 1956

# Norske nettaviser i historisk perspektiv

Forfatter: Øyvind Høie, Ragna Marie Tørdal

[Norske nettsteder i historisk perspektiv \(124277\)](#)



Tid  
1 time

Vanskegrad  
middels

Verkøy  
Her kan du søke etter  
eldre nettsider:  
[Wayback Machine](#)



VGs nettavis i 2011



Slik så VGs nettavis ut i 2001.

## Lag en presentasjon

Lag en presentasjon som viser hvordan forsiden til Dagbladets og VGs nettsteder har endret seg fra 1996 og fram til i dag.

I presentasjonen skal du legge vekt på både det visuelle og det innholdsmessige.

Hvordan vil du beskrive den utviklingen norske nettsteder har gjennomgått?

# Norsk radio- og fjernsynshistorie

## En virtuell reise gjennom norsk radio- og fjernsynshistorie

Forfatter: Kristin Eriksen Vold, NRK, Øyvind Høie, Ragna Marie Tørdal

[Norsk radio- og fjernsynshistorie \(74182\)](#)



Problemer med å se videoen?

Prøv denne: [Lenke til norsk radio-og fjernsynshistorie](#)

### En virtuell reise gjennom norsk radio- og fjernsynshistorie

To skolelever søker sommerjobb i NRK. For å kvalifisere seg til jobben må de gjennomføre en reise gjennom ulike epoker i norsk radio- og fjernsynshistorie. Hver epoke inneholder en samling lyd- og videoklipp som kan velges fra en meny øverst på skjermen. Du kan når som helst hoppe videre til en ny epoke ved å velge menypilen i høyre eller venstre skermkant.

Produksjon: NRK i samarbeid med NDLA Medie- og informasjonskunnskap. Idéutvikling: Ragna Marie Tørdal og Øyvind Høie. Manus: Kristin Eriksen Vold og Svein Sandens. Produsent: Hermann Gran, NRK. Design, utvikling og produksjon av Flash-applikasjon: Øyvind Høie.

Medvirkende: Pia Bjerkemann og Mats Valø, Elvebakken vg. skole, Thomas Nupen, Svein Sandnes, NRK.

# Norsk radio- og fjernsynshistorie

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Norsk radio- og fjernsynshistorie \(74499\)](#)



Den italienske fysikeren Guglielmo Marconi (1874–1937) var pioner på trådløs telegrafi og tok i 1896 det første patentet på trådløs telegrafering.

## Hundre år med kringkasting

I en verden der vi gratis kan høre på all verdens musikk fra Spotify eller Wimp, og se filmer og TV-serier akkurat når vi ønsker det fra Voddler eller Vudu, dele våre bilder og videoopptak med andre på Flickr og YouTube og kommunisere med Gud og hver mann på FaceBook og Twitter, kan det kanskje virke litt gammelmodig å skulle lære noe om kringkasting.

Likevel er det ikke stort mer enn hundre år siden at den italienske fysikeren Guglielmo Marconi fikk nobelprisen for å ha gjennomført den første transatlantiske overføringen av lyd i 1901. De første prøvesendingene med radio ble igangsatt av Televerket og Kringkastingsselskapet AS høsten 1923. Ti år senere ga Stortinget Norsk riksringkasting enerett på kringkasting i Norge inntil monopolet ble avviklet i 1981.

For de som vokste opp på 1960-tallet var en IBM elektrisk skrivemaskin med utskiftbart kulehode og rettetast det mest avanserte skriveverktøy man kunne tenke seg. I dag bruker vi datamaskiner som vi kan putte i lommen til å skrive lange avhandlinger. Og research foretar vi med et par tastetrykk på Google eller Yahoo. Som digitale nomader ser vi med beundring på hvordan den oppvoksende slekt av digitale innfødte tar seg fram i det sammensatte medielandskapet.



## Ressurser

Bli med på en virtuell reise gjennom [Norsk radio- og fjernsynshistorie](#).

## Om forfatteren



Svein Sandnes

Svein Sandnes er ansatt i NRKs avdeling for *Arkiv og Research*. Han har laget digitale læremidler og skrevet historien om *Det hvite hus* på Marienlyst.

[NRKs historie](#).

På de følgende sidene leder han deg gjennom viktige epoker i norsk mediehistorie. Du møter også Svein på den virtuelle reisen gjennom norsk radio- og fjernsynshistorie.

[Innholdsoversikt](#)

Likevel har det knapt noen gang vært større oppslutning om radiolytting og TV-tutting. Til tross for at det totale tilbudet er så enormt, er det likevel fortsatt de gamle kringkastings-selskapene som trekker de største forsamlingene av lytttere og seere. Distribusjonen er lagt om. I Norge er all distribusjon av TV-signaler nå heldigital. Snart må vi også si farvel til FM-båndet og skaffe oss en DAB-radio om vi vil høre Ønskekonserten.

Hensikten med dette kapittelet er å gi deg en oversikt over den norske kringkastingshistorien. Den strekker seg over mindre enn hundre år, men er likevel full av spennende historier og en teknologisk utvikling som savner sidestykke. Det som tross alle nye formater og kanaler gjør at dette mediet fortsatt er viktig, er det gode innholdet som skapes. Innholdet er kongen.

Det kan være lett å gå seg vill i dagens mediejungel dersom en ikke som ballast har med seg noen hovedelementer i den historiske utviklingen av kringkastingen i Norge. Formålet med denne delen av læringsressursen er å gi deg nettopp dette.

God oppdagelsesferd!

- Forløperen (før 1933)
- Etableringsperioden (30-tallet)
- Krigsårene (40-tallet)
- Radioens gullalder (1950-tallet)
- Fjernsynet inntar stuene (1960-tallet)
- Folket tar makta (1970-tallet)
- Monopoloppløsning (1980-tallet)
- Nye medieaktører og nye kanalprofiler (1990-tallet)
- Reality-generasjonen (2000-tallet)
- Mediekonvergens (2010)

# Forløperen (tida før 1933)

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Forløperen \(tida før 1933\) \(74523\)](#)



Paven lytter til Guglielmo Marconis radioutsendelse i 1909

## De første radiosignalene

Når ble radiosignaler for første gang sendt fra et sted til et annet? Og hva er det teknologiske grunnlaget for kringkasting? Det er viktig å ha klart for seg at i radioens spede barndom var det *teknologien* som stod i sentrum. Hvilket innhold som skulle overføres, var av underordnet betydning.

Fortsatt kan det oppleves som noe av et mirakel at informasjon kan fraktes fra en sender til en mottaker tusenvis av kilometer borte. I gamle dager snakket folk om at "sendingen går på eteren". Dette var en poetisk omskriving av at det i de høyere luftlag måtte finnes et stoff som fylte verdensrommet, og at lyden kunne forplante seg i dette stoffet som bølger i vann. Bildet var så godt at fenomenet fikk navnet *radiobølger*.



## Huskelappen

**Guglielmo Marconi** fikk Nobelprisen i 1901 for å ha funnet ut hvordan man ved hjelp av radiobølger kunne overføre lyd over store avstander.

Ordet *kringkasting* er en oversettelse av det engelske ordet *broadcasting*.

**Høsten 1923 gikk de første norske radiosendingene på luften.**

I 1925 startet faste radiosendinger i regi av Telegrafverket og det private selskapet Kringkastings-selskapet.

Radiosendingene inneholdt mye musikk. Men radioen ble også brukt til opplesing, dramatisering, nyhetsmeldinger og undervisning.

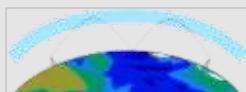
I 1933 etablerte  
Stortinget Norsk  
rikskringkasting,  
med monopol på  
utsending av  
kringkasting i Norge.

### Oppfinnelser



Hvordan fonografen ble  
til

Thomas Alva Edison  
fant opp den første  
lydopptakeren, eller  
*fonografen*. Klikk på  
bildet for å se en  
video som viser  
hvordan fonografen  
fungerer.



Klikk på bildet for mer  
informasjon om  
radiobølger.

I desember 1901  
sendte den italienske  
tekniker G. Marconi  
(1874–1937)  
radiobølger fra  
Cornwall i England til  
Newfoundland, en  
avstand på mer enn  
4500 km.



De første radiomottakerne ble kalt krystallapparater.  
Klikk for å se større versjon av bildet.

Et *krystallapparat* eller en *krystallmottaker* er en enkel radiomottaker som bare består av en krystalldetektor og hodetelefon.

Fra senderens antennen stråler det ut et elektrisk og et magnetisk felt som spreng ut over i rommet. Den matematiske teorien for denne utstrålingsprosessen ble først utviklet av den skotske matematikeren James Clerk Maxwell omkring 1864. I 1887 klarte den tyske fysikeren Heinrich Rudolf Hertz å beregne utstrålingen fra en antennen og viste at radiobølger virkelig eksisterte.

#### Hvem arrangerte den første radioutsending?

Den praktiske utnyttingen av dette fenomenet begynte imidlertid først med den italienske fysikeren Guglielmo Marconis forsøk i 1895, da han klarte å sende trådløse signaler over en distanse av tre kilometer. Han reiste til England og tok der i 1896 ut sitt første patent på trådløs telegrafi.

I 1901 lyktes han med den første transatlantiske trådløse overføringen. Omrent samtidig, 23. desember 1900, klarte den kanadiske oppfinneren Reginald Fessenden å overføre tale over en distanse på 1,6 kilometer. Kringkasting er altså en av det 20. århundrets virkelig store tekniske nyvinninger.

Det var imidlertid en sending tjue år senere, 15. juni 1920, som skulle gjøre den nye teknologien kjent for lyttere i mange land. Sendingen foregikk i Marconis prøvestudio i Chelmsford utenfor London. Det var den verdensberømte australske sopranen Dame Nellie Melba som skulle opptre. Hun sang fire operaarier og avsluttet med "God save the King". Den annonserede sendingen kunne følges over hele Europa, også i Norge. Dagen etter hadde Aftenposten et fyldig referat av begivenheten under overskriften "Et teknikkens vidunder – Madame Melba synger pr. traadlös". Videre heter det: "Fra Kristianias Radiostasjon på Tryvandshøiden hørte man igaar tydelig primadonnaens nydelige sang". Det faktiske forhold var at Aftenpostens journalist ikke hadde funnet seg ved Tryvann, men signalene som der ble tatt imot fra London, var så tydelige og sterke at telegrafisten kunne sende sangen videre med telefon til avisredaksjonene i byen.

Den første kringkasting med regelmessige sendinger var PCGG i Haag, som begynte i november 1919. Hovedformålet med stasjonen og deres musikkprogram var å selge radiomottakere. Høsten 1920 åpnet kringkastingsstasjonen Westinghouse i Pittsburgh i USA, og dette la grunnlaget for en eksplosiv interesse for radiomediet i USA. I løpet av et par år ble det etablert mer enn tusen radiostasjoner, og etterspørselen etter radiomottakere økte i minst samme takt.

### Tidlige radioutsendinger i Norge

Fra 1923 startet Telegrafstyret prøvesendinger fra Kongens gate i Oslo. Og høsten 1924 startet Kringkastingsselskapet A/S sine prøvesendinger, blant annet med en lørdagsbarnetime. Det er i dag verdens eldste radioprogram, kontinuerlig sendt hver lørdag gjennom mer enn 85 år.

Selv ordet *kringkasting* har telegrafdirektør Niels Nickelsen fått æren av å skape, som en direkte oversettelse av det engelske *broadcasting*. Han ble medlem av styret i Kringkastingsselskapet fra 1928, og fortsatte senere som styremedlem i NRK fram til krigen.

Også i Norge var det stor interesse for det nye mediet. En regner med at ca. 20 000 radioamatører hadde bestilt komponenter til å bygge sin egen radiomottaker i løpet av første halvdel av 1920-årene. Det ble i alle land utgitt tidsskrifter og håndbøker om fenomenet. Og vittighetsblader og revyer skildret "radiotene" og deres fanatiske jakt på stasjoner de kunne lytte til.

Den offisielle åpning av de første radiosendinger i Norge fant sted 29. april 1925. Det var det statlige Telegrafverket som stod for teknisk utsending av radiosignalene, og det private Kringkastingsselskapet som hadde fått konsesjon av handelsdepartementet for drift av en radiostasjon for et område på ca. 150 km rundt Oslo. Kringkastingsselskapet holdt til i lokaler i Oslo sentrum som tidligere hadde huset Brødrene Hals' pianolager – der Hotel Continental nå ligger.

### Det første programtilbudet

Også i Norge ble radioens sendinger først og fremst benyttet til musikk. I tillegg kom radioforedrag, opplesninger, dramatiseringer, nyhetsmeldinger og værvarsel. Børsnoteringer og prisen på landbruksprodukter var også faste poster.

Radioen ble brukt til undervisning i form av foredrag om ulike emner og språkkurs. Den første sportsoverføringen i norsk radio var Holmenkollrennet i 1925.

Av totalt 1195 sendetimer i 1925 var nærmere 60 % musikk. Men nesten ingenting av det var grammofonmusikk. Det var levende musikere som spilte, fra starten Oslo Radioorkester, som var en sekstett av restaurantmusikere fra Oslo ledet av violinisten Trygve Christiansen, og fra høsten 1927 Radioorkesteret, med tolv musikere fra Filharmonien og med Øivin Fjeldstad som konsertmester. I 1930 var musikkens andel av sendetida blitt redusert til 45 %, og av dette var vel 10 % grammofonavspillinger. Den totale sendetid var økt til 2831 timer, noe som utgjør nærmere åtte timer daglig.

Av de verbale innslagene var radioforedraget det viktigste. De varte en halv time, og det ble sendt minst ett hver dag, to fra 1929. Deretter kom opplesninger, som hadde en halv time annenhver dag. Barnetimen er allerede nevnt. De første sendingene med dramatikk, Radioteatret, var også en tidlig programform. Det samme var værvarslene, som ble lest av hallmannen med utgangspunkt i pressemeldinger fra Meteorologisk institutt.

Tre meldingstjenester av mer kommersiell natur ble også tidlig faste poster på programskjemaet: børsnoteringene, valutakursene og prisene på landbruksprodukter. Mens disse meldingstjenestene samlet tok mer enn en halvtime av den daglige sendetid, var nyhetssendingene mer beskjedne.

Det var to nyhetssendinger daglig, klokka 17.15 og klokka 22.00, og de tok mellom fem og ti minutter. Nyhetene ble produsert av Norsk Telegrambyrå og ble lest opp av hallmannen. Noen egenproduserte nyheter hadde ikke kringkastingen.

Søndag 12. september 1926 framførte et ensemble norske skuespillere Henrik Ibsens "Peer Gynt". Kringkastingsselskapet hadde riktig nok sendt Anders Stillofs enakter "Marianne" et år tidligere, men denne storsatsningen regnes likevel som radioteatrets virkelige gjennombrudd i Norge. Sjefssekretær Thorstein Diesen og disponent Per M. Jespersen hadde vært på studietur til Berlin, London, København og Stockholm, hvor de alle steder var blitt imponert over radiostasjonenes imponerende framføringer av sin nasjonale dramatikk. I 1928 ble Gunnar Neels-Hansson ansatt som teatersjef, og programtilbuddet falt etter hvert inn i mer ordnede former, de kummerlige arbeidsforholdene til tross.

Undervisning utgjorde tidlig en viktig del av radioens programtilbud. Det var språkkurs etter "linguaphone-metoden" i engelsk, fransk, tysk og esperanto. Og dessuten rene opplesningsserier av originallitteratur på disse verdensspråkene. Foredrag med sterkt pedagogisk tilsnitt rettet mot bestemte målgrupper, som "Landbrukshalvtimen" og "Husmortimen", var også en del av undervisningstilbuddet. Undervisningsprogrammene hadde sendetid på åtte til ti timer ukentlig i sesongen.

Den første sportsoverføringen i norsk radio var Holmenkollrennet i 1925. Det var Carl Bødtker som kommenterte rennet, og overføringen vakte stor begeistring hos lytterne. Overføring fra Holmenkollrennene har vært et fast innslag i norsk radio siden. Fra og med Sommer-OL i 1924 kommenterte Aftenpostens sportsredaktør Peder Chr. Andersen fotball på sin særegne måte. I 1928 krevde imidlertid Norges Fotballforbund så mye for rettighetene til å overføre kampene at det ble et opphold i sendingene. Begrunnelsen var frykt for publikumssvikt ved dårlig vær. Striden ble bilagt allerede året etter.

### Krav om en riksringkasting

Det ble etablert private kringkastingsselskaper også i Bergen (1925), Ålesund (1926), Tromsø (1927), Stavanger (1930), Trondheim (1930), Kristiansand (1930) og Bodø (1931). Men den private ordningen av kringkastingen ble angrepet fra flere hold. Telegrafverket ønsket et riksnett bygget ut på samme måte som for telefoni, der utbyggingen i distriktene kunne subsidiertes av de folkerike områder av landet. Kunstrørorganisasjonene, målfolket og skoleverket kritiserte de private kringkastingsselskapene for å satse ensidig på underholdningsstoff.

Konsekvensene av dette – sammen med skumling om økonomiske misligheter – førte til at kringkastingens samfunnsmessige karakter ble satt i fokus da Stortinget i 1933 etablerte Norsk rikskringkasting, med monopol på utsending av kringkasting i Norge. Tilsvarende institusjoner var under etablering over hele Europa. Allmennkringkastingen med formål å drive "public service" var etablert.

## Etableringsperioden (1930-tallet)

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Etableringsperioden \(30-årene\) \(75437\)](#)



Daværende kronprins Olav taler til det norske folk i NRK radio i 1933.

### Fra privat til statlig kringkasting

Det var en sammensatt rekke av begivenheter som førte til at Stortinget 22. juni 1933 vedtok at kringkastingsvirksomheten i Norge fra 1. juli samme år skulle organiseres gjennom et statlig selskap, Norsk rikskringkasting (NRK), som ble gitt monopol på kringkasting, en enerett selskapet hadde fram til 1982.



### Huskelappen

I 1933 ga Stortinget  
Norsk  
rikskringkasting  
enerett på  
kringkasting i Norge.

### Viktige prinsipper:

- samfunnsviktig
- nasjonalt innhold
- selvstendig  
redaksjonell  
virksomhet

I tråd med dette la  
NRK større vekt på  
nyhetssendinger og  
politiske  
kommentarer.

*Folkemottakeren* var  
det første radio-  
apparatet som ble  
produsert i Norge.

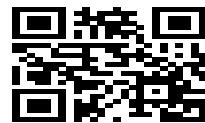
På 30-tallet ble det  
sendt reklame i NRK.

### Smakebiter

Lytt til et par  
smakebiter fra  
radioens barndom på  
1930-tallet:



Brann på  
Frydenlund  
Bryggeri. Julius  
Hougen 1936. /  
audio  
<http://ndla.no/nb/node/75579>



Kåseri om skikker til  
sjøs med med T  
Stamsø / audio  
<http://ndla.no/nb/node/75578>



Dramaet Agnete av  
Amalie Skram  
(1937) / audio  
<http://ndla.no/nb/node/75577>



Nærmere halvdelen av  
sendetida i radio på  
1930-tallet besto av  
musikkinnslag.



Sportssendinger var populære på radio. Her blir skøyteløperen Hans Engnestangen (th) intervjuet av radioreporter Sørli på Frogner stadion.

### Folkemottakeren



Programredaktør Tor Fuglevik med NRKs første "folkemottager" fra 1936.

Folkemottakeren var det første norskproduserte radioapparatet. Billige radiomottakere skulle gi NRK flere lisensbetalere.

### Radioeklame



Radioeklame for vaskemiddelet Persil i 1930-åra / audio  
<http://ndla.no/nb/node/74074>

Overgangen fra privat til offentlig kringkasting skjedde nesten umerkelig. Hele den faste staben både i Oslo og Bergen fulgte med over i den nye institusjonen. Programavdelingene beholdt sine sjefer for musikk og teater. Sendetidene ble

Først i 1928 kom et siktig forslag fra den åtte tipperne og driftsmannen til Kringkastingsmonopol startet med en krangel om hva kringkastingen skulle betale for å presentere tekster av norske forfattere. Den juridiske situasjonen rundt opphavsrettspørsmålet var uklar. Kringkastingsselskapet forholdt seg til gjeldende lov fra 1893 med revisjon av 1910, mens Forfatterforeningen hevdet at forfatterne etter mer moderne prinsipper, som kom til uttrykk i den nye lov om opphavsrett til åndsverk som først ble gjort gjeldende fra 1931, hadde rett til å disponere sine verk og til å forhandle om vederlag for bruk av dem. Forfatterforeningen vant fram i byretten i 1928, mens overretten i en splittet avgjørelse ga Kringkastingsselskapet medhold i deres praksis.

Det var imidlertid innad i Kringkastingsselskapet selv oppløsningstendensene fikk sitt mest tydelige uttrykk. Til generalforsamlingen i Kringkastingsselskapet AS 18. april 1929 hadde det møtt fram så mange taleføre personer at møtet måtte avholdes over to dager. Dels ble det rettet kritikk mot styret for at enkelte styremedlemmer blandet sin posisjon med private økonomiske interesser, dels framkom det kritikk av selve programvirksomheten. Sammen med Telegrafverkets ønske om et statlig kringkastingsselskap, var det tilsynelatende det umulige i å drive kulturmonopol som privat forretning som slo beina under den private kringkastingsvirksomheten.

Mens den private kringkastingsdriften naturlig – i likhet med Telegrafverket – hadde hørt inn under Handelsdepartementet, kom NRK til å bli lagt under Kirke- og undervisningsdepartementet. Institusjonens virksomhet var mer i samsvar med kirkens og skolens arbeid enn avisenes og kinoenes, mente man. Og med Bondepartiregjeringens fall våren 1933 kom det en statsråd på plass i dette departementet som hadde klare tanker om hvordan Norsk riksringkasting skulle organiseres. Knut Liestøl hadde vært medlem av Kringkastingsselskapets programråd siden 1925, og forstod at den nye institusjonen måtte ha en frittstående stilling i forhold til forvaltningen.

I ettertid kan det synes litt underlig at det opprinnelig ikke var tegnet inn noen daglig leder i organisasjonskartet til NRK. I praksis ble det imidlertid styrets leder, advokaten Arnold Ræstad, som også fungerte som daglig leder fram til Egil Sundt ble ansatt høsten 1939. En markant skikkelse som tydelig markerte nyordningen, fikk imidlertid NRK i sin nye riksprogramsjef. Filologen og nynorskmannen Olav Midttun ble under dissens ansatt av regjeringen høsten 1933, til tross for at mange var skeptiske til hvordan lytterne ville reagere på den nynorske språkbruken hans.

Kringkastingsselskapet AS hadde allerede sommeren 1931 tatt opp spørsmålet med Handelsdepartementet om bygging av et eget kringkastingshus. Etter at NRK var etablert, ble dette en hovedoppgave for styret. Forholdene i Brødrene Hals' tidligere pianofabrikk i Vika var kummerlige. En inspeksjon fra Arbeidstilsynet i 1938 avslørte at mangelen på ventilasjon ga en "påfallende høi grad av sykelighet" blant det tekniske personalet. Bedre var det for NRKs administrative personale, som hadde fått kontorer i den nye Odd Fellow-bygningen på den andre siden av gata. Da var det imidlertid avholdt arkitektkonkurranse for et nytt kringkastingshus som arkitekt Nils Holter hadde vunnet. Det var valgt ut tomt for bygget "på et bondejorde i Aker". Det var nedsatt en byggekomité ledet av murmester Arthur Nordlie, og ferdigstilling av bygget var planlagt til våren 1941.

halv time i 1938.

Endringer i programtilbudet

En skulle derfor tro at det også for programtilbuddet ble små endringer. Men her medførte dels tekniske nyvinninger, dels institusjonens nye rolle som offentlig organ, hørbare endringer for lytterne. Programmene ble gjennomgående kortere, slik at antallet program ble nærmere fordoblet fra 1930 til 1940.

Hans Fredrik Dahl nevner tre nye redaksjonelle prinsipper som ga programstoffet i radio en dreining:

1. For det første prinsippet om radioprogrammets samfunnsmessige nytte.
2. For det andre prinsippet om det nasjonale innholdets forrang.
3. For det tredje prinsippet om NRKs egen, selvstendige redaksjon av stoffet.

*"Idealet for virksomheten ble slik sett folkeopplysning gjennom norsk stoff, som var tilrettelagt for radio av NRK selv." Hos enkelte kritikere ble nok disse prinsippene oppfattet som en dreining mot en dødsens alvorlig "belæringsanstalt", som "synes fullstendig å ha glemt at de som betaler sin lytteravgift ikke gjør det for på nytt å gå på skole..."*

NRK videreførte et initiativ de frivillige folkeopplysningsorganisasjonene opprinnelig hadde tatt overfor Kringkastingsselskapet AS, nemlig etablering av studiegrupper som med hjelp av en studieplan kunne drøfte de spørsmål som ble tatt opp i radio videre. NRK trykket opp studieplaner som ble distribuert gjennom studieorganisasjonene, og dette førte i løpet av årene 1934 – 1937 til opprettelse av drøyt 3000 lyttergrupper med i gjennomsnitt åtte deltakere i hver. Også skolekringkastinga, med programmer direkte relatert til undervisningssituasjonen, fikk et stort oppsving. Mens det i 1931 var registrert 150 skoler som fulgte sendingene, var antallet ved inngangen til 1940 steget til 1500 skoler.

Gunnar Neels-Hansson fortsatte som teatersjef, og ved siden av de store dramaene ble det skrevet en rekke småstykker spesielt beregnet for framføring i kringkastingen. Tilman Hartenstein skriver om dette: "Med få unntak dreide det seg om underholdningsfornattere, ofte middelmådige skribenter av alle slag, eller rett og slett amatører. I stort antall skrev de harmløse komiske scener og bagateller som hadde svært lite med NRKs visjon om verdifullt stoff å gjøre – noe teateravdelingen til gjengjeld dyrket i sine oppsetninger av klassisk sceneteater."

Fortsatt utgjorde musikken et vesentlig innslag i radioverdagen. Andelen musikk i sendingene steg faktisk fra 43,9 % i 1933 til 47,7 % i 1938. Bare rundt en tredel av dette var imidlertid grammofonmusikk, men andelen var økende. Prinsippet om at det norske skulle ha forrang, viste seg imidlertid vanskelig å oppfylle på musikkens område. En opptelling fra 1933 viste at av 1402 komposisjoner spilt, var bare 320 norske. Norske komponister var lite fornøyde med tilstanden. Men så lenge radioorkestret bare stod for rundt 7 % av musikksendingene, var det imidlertid vanskelig å gjøre noe med det på kort sikt.

Det var ett viktig unntak, og det gjaldt norsk folkemusikk. Hardingfela hadde vært et sikkert innslag i norske radiosendinger helt siden 1925. og NRK opprettet en egen konsulentstilling i folkemusikk, som komponisten Eivind Groven ble tilsatt i. Han kunne videreføre det arbeidet Per Reidarson hadde startet i privatselskapets tid med innsamling av norsk folkemusikk. Gjennom årene har dette arbeidet gjort NRK til en ledende og uunnværlig institusjon for å ta vare på denne delen av kulturarven.

Mer vekt på nyheter og kommentarer

En av de nye medarbeiderne i NRK var tidligere utenriksredaktør i Dagbladet, Toralv Øksnevad. Mens radioens nyhetssendinger tidligere hadde bestått av opplesning av meldingene fra Norsk Telegrambyrå (NTB), ble det nå slått fast at aktualitetsavdelingen skulle redigere sine nyheter selv. Fordi en var usikker på avtalen med NTB, som var eid av avisene, ble den supplert med en avtale med United Press (UP).

Hver enkelt nyhetsmelding ble kortet ned til 5-6 linjer, og de skulle vurderes ut fra sin umiddelbare nyhetsverdi. Etter Øksnevads oppfatning betydde det neddemping av pressens tradisjonelle sensasjonsstoff knyttet til ulykker og forbrytelser, og oppgradering av politisk kommentarstoff, ikke minst utenriksstoffet.

### De første radioapparatene

De fleste radiomottakerne var i 1920-årene og første halvdel av 1930-årene produsert i utlandet. De tre største fabrikkene, Jan Wessels Radionette, Salve Staubos Høvdinger og Vebjørn Tandbergs radiofabrikk hadde alle i 1940 produsert rundt regnet 100.000 mottakere hver.

NRK var imidlertid ikke fornøyd med veksten i antallet lisensbetalere, og trodde kanskje prisen på mottakerapparatene kunne være en av årsakene. NRK initierte derfor produksjon av den rimelige *Folkemottakeren*, som det i siste halvdel av 1930-tallet ble solgt 35.000 eksemplarer av, blant annet gjennom samvirkelagene.

### Reklame i eteren

I tillegg til lisensinntektene knyttet til kjøp av radiomottaker, hadde kringkastingen i Norge helt siden 1925 hatt reklamesendinger. Og det ble heller ingen forandring av dette etter sommeren 1933. Reklamesendingene utgjorde rundt tre prosent av total sendetid og en tilsvarende andel av totale inntekter.

For programmedarbeiderne i NRK var reklamen en vederstyggelighet. De mente reklamesendingene åpnet for en utilbørlig innflytelse på innholdet i sendingene. Heller ikke pressen var glad i radioreklame, først og fremst fordi den reduserte deres egne annonseinntekter. Kirke- og undervisningsminister Nils Hjelmtveit uttalte i 1939 at reklamen "med tid og stunder bør bort fra vårt kringkastingsprogram".

Styret foretok seg imidlertid ingen ting med saken, og det ble korvettenkapitän Hahn fra den tyske okkupasjonsmakt som 10. april 1940 skar gjennom alle hensyn med et kategorisk og øyeblikkelig forbud mot all radioreklame. Tyskerne fryktet at reklamesendingene kunne inneholde skjulte meldinger.

Ved etableringen av NRK i 1933 var det rundt 131.000 lisensbetalere i Norge. Våren 1940 var tallet steget jevnt og trutt til rundt 420.000.

# Krigsårene (1940-tallet)

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Krigsårene \(1940-tallet\) \(75594\)](#)



Quisling i norsk radio 9.april 1940 / video

<http://ndl.no/nb/node/75598>

## Krig i Norge

9. april 1940 ble Norge angrepet av tysk krigsmakt. I løpet av 24 timer var Narvik, Trondheim, Bergen, Stavanger, Egersund, Kristiansand, Arendal, Horten og Oslo besatt av tyske tropper. Den norske regjering hadde sittet sammen siden klokka halv to på natta, og hadde avvist den tyske sendemannen Curt Bräuers krav om overgivelse og fattet vedtak om "alminnelig mobilisering". Denne opplysningen ble sendt ut gjennom NRK flere ganger ut over ettermiddagen 9. april. Etter at tyskerne hadde tatt kontrollen i NRKs studio ved femtida, var sendingen fra Oslo stengt i nærmere tre timer.

## Statskupp på radio

I den forvirringen som rådet gikk lederen av partiet Nasjonal Samling, Vidkun Quisling, som bare hadde fått ubetydelig oppslutning ved flere valg, de få skrittene fra sitt rom på hotell Continental og ned til NRKs studio, hvor han klokka 19:30 framførte sitt budskap til det norske folk. Han erklærte at den flyktende regjering Nygaardsvold var trådt tilbake til fordel for en regjering utgått av "den nasjonale samlingsbevegelse" med ham selv som statsminister, og at all mobilisering var stanset. Dette er blitt kalt verdens første statskupp gjennom kringkasting, og inngikk ikke i de offisielle tyske planene for invasjonen i Norge.



## Huskelappen

**9. april 1940  
gjennomførte  
partileder for  
Nasjonal Samling,  
Vidkun Quisling, et  
statskupp for første  
gang i verden på  
radio.**

**Okkupasjonsmakten  
brukte alle medier,  
også radioen, som  
propagandaredskap  
er.**

**NRK hadde daglige  
sendinger på tysk.**

**I 1941 ble alle  
radioapparater  
inndratt av  
myndighetene, men  
mange lyttet i smug  
til *Stemmen fra  
London*.**

**Den norske  
regjeringen i London  
hadde egne  
sendinger med  
informasjon og  
propaganda på BBC.**

**Krig i Norge**



Forfatteren Nordahl

Grieg



Nordahl Grieg leser  
diktet 17. mai 1940 /  
audio

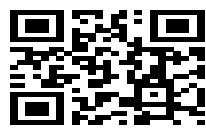
[http://ndla.no/nb/node/75  
601](http://ndla.no/nb/node/75601)

Stemmen fra  
London



Toralv Øksnevad var en av  
flere "stemmer fra London".

Disse sendingene var viktig  
for å holde moralen oppe i  
den norske  
motstandsbevegelsen  
under 2. verdenskrig.



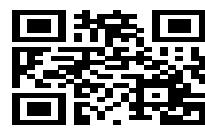
Stemmen fra  
London 1945 /  
audio

[http://ndla.no/nb/node/74  
280](http://ndla.no/nb/node/74280)

## Særmeldinger



"Gutta på skauen" stod under ledelse av den øverste norske militærkommando i London, og fikk våpen, mat og instruktører sendt pr. fly. Flyslipp ble varslet ved hjelp av særmeldinger på radio. Klikk for å se større bilde.



Særmeldinger /  
audio  
<http://ndla.no/nb/node/75599>

## Nazipropaganda

Nazistene og den tyske okkupasjonsmakten brukte også Filmavisen for å påvirke folket:



Knut Hamsun 85 år / video  
<http://ndla.no/nb/node/75607>

Quisling hadde derimot støtte fra de nasjonalsosialistiske partifunksjonærer ved den tyske legasjon i Oslo. Det var Hans Wilhelm Scheidt som gikk til NRK og krevde overfor riksprogramsjef Olav Midttun at Quisling skulle få slippe til med sin regjeringserklæring.

Krigshandlingene i Norge ble avsluttet da regjeringen og kongen forlot Tromsø med den britiske krysseren "Devonshire" 7. juni. Tre dager senere undertegnet general Otto Ruge avtalen med tyskerne om å overgi alle styrker som fortsatt stod under våpen i Norge. Vi var okkupert av Tyskland. Men flere medarbeidere fra NRK fulgte med konge og regjering og etablerte i samarbeid med BBC London radio, som gjennom sine sendinger skulle få stor betydning for stemningen i det okkuperte Norge.

Høsten 1940 hadde tyskerne oppgitt tanken på å få etablert en bred nasjonal samlingsregjering, som de hadde klart i Danmark. Den tyske rikskommissæren Josef Terboven forbød derfor 25. september alle andre politiske partier enn Nasjonal Samling, og utnevnte 13 "kommissariske" statsråder som skulle stå for styringen av landet. Som en konsekvens av dette ble både NRKs direktør, Egil Sundt, og riksprogramsjef Olav Midttun avsatt av Nasjonal Samling. Styret i Norsk rikskringkasting ble formelt entlediget 7. desember 1940, men hadde ikke vært innkalt til møte siden nyordningen i slutten av september da den kommissariske statsråden for kultur- og folkeopplysning, Gulbrand Lunde, ga Hamar-advokaten Wilhelm Frimann Koren Christie fullmakt til å omorganisere NRK med tittelen riksfullmektig.

Det oppstod til dels voldsomme personlige og politiske motsetninger mellom ulike fraksjoner av NS i NRK. Christie ble i 1941 etterfulgt av NS-fylkesmann i Bergen og Hordaland, Kjetil Harnoll. Og han igjen i 1942 av professor Hans Skarphagen ved NTH. Hans Fredrik Dahl peker på at flere av "den nye tids folk" i NRK hadde vært pionerer på kringkastingens område i Norge. Carl Bødtker, Edvard Sylou-Creutz og Gustav Berg-Jæger hadde alle vært knyttet til Kringkastingsselskapet AS. Tilman Hartenstein skriver i Radioteatrets historie at de høyreorienterte hørespillfotterne "formidlet politiske og nasjonale klisjeer i en radiosæregen kombinasjon av heimstaddiktning, tilgjort folkelighet og opphøyd utopisk atmosfære. Radioteatret framsto som uttryksform for den delen av norsk litteraturliv som passet godt i NS-ideologiens Blut-und-Boden".

### Kringkastingen som propagandaverktøy

Politisk ble kringkastingen prioritert høyt av de nye makthaverne i landet. En rullerende radioutstilling, "Kringreisa", ble satt i gang i Stavanger i desember 1940. Radioen ble sett på som et viktig propagandainstrument for tyskerne og Nasjonal Samling, men med de faste nyhetssendingene som var blitt etablert fra Radio London hver dag klokka 18:30, ble radioapparatene et tveggjet sverd.

2. august 1941 kastet derfor nazimyndighetene kortene i propagandakrigen over eteren ved å kunngjøre at samtlige radiomottakere i visse deler av landet skulle innleverses til politiet. Det var bare en eksklusiv gruppe NS-medlemmer som fikk beholde radioapparatene sine. Det ble av tyskerne opplyst at 538.000 radioapparater ble levert inn.

Til tross for at det kunne straffes med inntil to års tukthus i Tyskland dersom det ble oppdaget at du fortsatt hadde et radioapparat ulovlig, var det mange som beholdt dem. Og det var jo heller ikke så lenge siden mange radioamatører hadde bygget sine egne krystallapparater. På Norsk hjemmefrontmuseum i Oslo kan en se eksempler på kreative løsninger for hvordan de ulovlige radiomottakerne kunne skjules. Og inndragningen resulterte i en oppblomstring av et annet nyhetsmedium – den illegale presse. Mange av disse enkle, stensilerte blekkene inneholdt ikke annet enn nyhetene fra London.

Dette er London

Den daglige kontakten med NRKs redaksjon i London og den norske eksilregjeringen var svært tett. De holdt begge til i det norske regjeringskontorbygg Kingston House ved Hyde Park. Så selv om den redaksjonelle frihet formelt ble opprettholdt, kunne "stemmen fra London", Toralv Øksnevad, skrive til Kirke- og undervisningsminister Nils Hjelmtveit at "det er oss meget maktpåiggende å være i samsvar med våre civile og militære myndigheter." Hans Fredrik Dahl gir i boka "Dette er London" Øksnevad en betydelig del av æren for den tillit som ble etablert mellom regjeringen og NRK i London.

Sendingen fra London bestod av en halv time med BBC-nyheter med norsk tale tidlig om morgen, en hovedsending på en halvtime om kvelden med BBC-nyheter og et rent norskprodusert program, og til slutt en sending på ti minutter rett over midnatt som vesentlig tok for seg den militære situasjonen.

Nyhetsbulletinen fra BBC hadde forrang i sendingene. Nyhetene fra Norge ble formidlet fra pressekontoret ved den norske legasjon i Stockholm. Og i tillegg kom kongens og statsrådenes taler og små kronikker av ulike NRK-medarbeidere. Dette var nyhetskommentarer gitt en personlig, delvis kåserende form, men med en sterk moralsk appell.

Et helt spesielt tilbud fra London Radio var *særmeldingene*. Disse hadde verken BBC eller NRK noen innflytelse på. Heller ikke norske myndigheter hadde ansvaret for disse kodemeldingene, som var beregnet for agenter i det okkuperte Norge. Det var det britiske forsvarsdepartementet som leverte meldingene direkte på hallmannens bord, ofte i siste liten under avviklingen av sendingen.

Etter hvert som motstandsbevegelsen i det okkuperte Norge ble bedre organisert, vokste særmeldingene i antall. De understreket den konspirative forbindelsen mellom London Radio og motstandsbevegelsen, noe som sikkert bidro til å øke sendingenes verdi. Svært få forstod hva meldingene betydde, men en oppfattet at de for noen få var svært viktige.

På et bestemt område fikk okkupasjonstida en avgjørende betydning for NRK. Helt fra institusjonen var blitt vedtatt opprettet av Stortinget, hadde det vært klart at lokalene i den nedlagte Brødrene Hals' Pianofabrikk i Continental-kvartalet i Oslo sentrum var helt utilfredsstillende for en moderne kringkaster. I april 1940 stod nybygget på Marienlyst fortsatt ikke klart. Og allerede før det skjer, kommer okkupasjonsmakts krav om at bygget må utvides. Ja, vi snakker faktisk om en fordobling av arealet med en helt ny "teknisk" fløy. Når så propagandakrigens eteren innstilles høsten 1941, dempes også iveren etter å få nybygget ferdig. Byggekomiteen omgikk imidlertid ordren om stans i virksomheten, og de offensive byggeplanene fullføres nærmest i illegalitet.

### Tyske sendinger fra Marienlyst

Etter at de norske lytterne forsvant med inndragning av radioapparatene, ble også sendetiden skåret ned fra over ti timer daglig til under åtte timer. Og det var de rimeligste sendingene, de med grammofonmusikk, som økte i forhold til de mer kostbare programmene. I 1944 utgjorde musikken omkring 65 % av den totale sendetiden, mot noe under halvparten i 1940.

En stadig større del av kostnadene ved driften av kringkastingsnettet i Norge ble dekket av Reichskommissariat. Det oppholdt seg nærmere 400.000 tyske soldater i landet, og de måtte naturligvis få sitt eget radiotilbud. Det begynte allerede i 1940 med daglige sendinger av to timers varighet, men dette økte jevnt utover slik at det i 1944 daglig ble sendt åtte og en halv time radio på tysk.

Tyskernes øvrige sendinger fra Oslo forteller mye om hvor viktig radioen er som propagandainstrument i en krigssituasjon. Abteilung Rundfunks norske medarbeidere laget nyhetssendinger med tanke på nordmenn ute. Disse ble sendt på linje til Berlin og spredt fra kraftige kortbølgesendere i Zeesen. Det ble også laget egne sjømannssendinger rettet mot 40.000 norske sjøfolk som seilte under hele krigen i utenrikssfart. Hver fjortende dag ble det laget en nyhetssending beregnet for nordmenn som oppholdt seg i Sverige. "Over grensen" skulle nøytraliseres tyskfiendtlige nyhetsoppslag i Sverige og oppfordret nordmenn til å vende tilbake. Rettsoppgjøret innad i NRK ble lettere enn mange hadde fryktet. Bare to av de 51 funksjonærer ansatt 8. mai 1945 som var medlem av Nasjonal Samling hadde vært ansatt i NRK 9. april 1940. I tråd med prinsippet om at alle disposisjoner etter 28. september 1940 var å betrakte som illegitime, ble de 56 funksjonærene som var tilsatt av NS-regimet, men som selv ikke var eller hadde vært medlem av partiet, formelt oppsagt. Men de fleste av dem var klar til å rykke inn i stillingene sine igjen så snart de ble utlyst. De fleste var tilbake allerede høsten 1945.

# Radioens gullalder (1950-tallet)

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Radioens gullalder \(1950-tallet\) \(75611\)](#)



SCANPIX

To fornøyde radiolyttere i 1950. NRKs Radiogavefond ble stiftet i 1937 og hadde som formål å skaffe radio til gamle og syke. Finansieringen besto blant annet av innsamlede midler fra Ønskekonserten.

## Antall lyttere øker kraftig

Radioen hadde en nesten eksplosjonsartet utvikling de første årene etter krigen. Fram til 1. august 1945 hadde 135.000 nordmenn betalt sin radiolisens på 20 kroner, på den tid visstnok verdens høyeste. Et år senere hadde antallet mer enn doblet seg til 300.000. I 1947 nådde man det samme antallet lisenser som før krigen, med 450.000 betalende lyttere. I 1948 ble det registrert 600.000 lisensbetalere, men så flatet veksten naturlig nok ut. Fra 700.000 registrerte lisensbetalere i 1949 steg det til 970.000 i 1957.

Når en skal forsøke å forklare denne veksten, må erfaringene fra krigsårene veie tungt. Før krigen var inntrykket at radioen først og fremst var et underholdningstilbud. Alvoret bak de relativt korte nyhetssendingene fra London hadde endret både myndighetenes og pressens holdning til radiomediet. NRK ble møtt med en langt mer saklig og respektfull tone.



## Huskelappen

**Etter krigen økte antall radiolyttere kraftig. 50-tallet ble radioens gullalder.**

**Populære programmer:**  
**Ønskekonserten,**  
**Barnetimen,**  
**hørespill,**  
**sportssendinger og**  
**Lørdagskveld i Store Studio.**

**Det ble flere nyhetssendinger og nyhetsreportasjer.**

**12. januar 1954 sendte NRK de første prøve-bildene på fjernsyn.**

## Ressurser



Gullalderen i norsk radiohistorie / audio

<http://ndla.no/nb/node/72586>



Anne-Cath Vestly sammen med sønnen Jo i 1954.

Anne-Cath Vestly var en populær programleder i Barnetimen for de minste på 1950-tallet. Men da hun fortalte at babyene kom fra mammas mage, ble det bråk!

Glimt fra 50-tallet



Hartvig Kiran om flommen i Nederland / audio  
<http://ndla.no/nb/node/75614>



Publikum med Olympiaposten som viser Hjalmar Andersens (Hjallis) vinnertid på 10 000 meter i OL i Oslo 1952.



Hjallis vinner 10 000-meteren i 1952 / audio  
<http://ndla.no/nb/node/75615>



Vi går om bord med  
Erik Bye 1959 /  
audio  
<http://ndla.no/nb/node/75613>

### Prøvesending



Kringkastingssjef Kaare  
Fostervoll åpner NRKs  
prøvesendinger for  
fjernsyn i 1954. Klikk på  
bildet for å se  
Filmavisens dekning av  
begivenheten.

For noen vesentlig vekst i programtilbudet er det ikke lett å spore. Mens den nazifiserte kringkastingen under okkupasjonen i 1941 hadde sendt både 14 og 15 timer daglig, var en i 1945 tilbake til programskjemaet fra før krigen med ni timer sending. I 1950 hadde sendingene økt til elleve og en halv time, mens de et tiår senere hadde økt med ytterligere en time til tolv og en halv time daglig. Det var tre sendeperioder: en god times morgen-sending, en to og en halv times sending fra 11:20 og en seks timers kveldssending. Mellom sendeperiodene var det pause. Radiolytting var i hovedsak en kvelds-beskjeftigelse. Og sendingene ble avsluttet klokka 23:00 med avspilling av "Ja, vi elsker".

Den store tilstrømmingen av lyttere ga NRK en god økonomi i 1950-årene. Mens inntektene økte med 60 %, økte sendetiden med 10 %. Hva gikk så pengene til? Det er lite tvil om at kvaliteten på sendingene økte. Og det ble inngått avtaler med de ulike opphavsrettsggrupper som forfattere, skuespillere, komponister og musikere, som fikk akseptable honorarer for sine bidrag. Antall ansatte økte fra 200 i 1946 til 980 i 1962. Av dem var 287 knyttet til fjernsynet. Og gjennom opprykk og lønnstillegg økte lønnsbudsjetten ytterligere. Det var likevel det nye kringkastingshuset på Marienlyst og forbedring av alle de tekniske innretningene som krevdes der som slukte det meste av budsjettet.

### Populære programtilbud

Blant de mest populære programmene på 50-tallet, var Ønskekonserten, lørdagsunderholdning i Store Studio og kriminalhørespill som "Godafoten, mitt navn er Cox" av Rolf og Alexandra Becker.

### Direktesendte programmer

"Ønskekonserten" var den programposten som viste seg å ha størst oppslutning fra befolkningen da Norsk Gallup i 1955 publiserte resultatene av sin første store lytterundersøkelse. To tredeler av alle nordmenn lyttet på NRK klokka 20:00 mandag kveld, da "Bojarenes inntogsmarsj" innledet programmet. Egentlig hadde programmet oppstått før å redusere kringkastingens eget bidrag til Radiogavefondet, som var opprettet for å skaffe radiomottakere til mennesker som ikke hadde råd til denne investeringen. Nå kom det 1000 bidrag hver uke, og sammen med dem et musikkønske. Hvilke ønsker som skulle spilles ble valgt gjennom loddtrekning. Radiogavefondet ble nedlagt i 1992, men "Ønskekonserten" er fortsatt en fast programpost hver søndag på P1. Bredden i lytternes ønsker vises tydelig gjennom hvilke innslag som var mest spilt midt på 1950-tallet: I 1954 "Ola Dekksgutt fra Flekkefjord" av Thorbjørn Egner, i 1955 "Intermezzo fra Cavalleria Rusticana" av Pietro Mascagni og i 1956 "Rock around the clock" med Bill Haley.

Lørdagsunderholdningen kom på en god andre plass i Gallups undersøkelse. 20. oktober 1951 var første gang NRK samlet et publikum i Store Studio for å delta i programmet "Rundtomkring" med Leif Rustad som programleder. Her debuterte blant andre i 1954 Halfdan Hegtuns alter ego – Even Brattbakken fra Toten. Ulike leker og oppdrag som aktiviserte lytterne var en del av programmet. Et av de mest minnerike programmene var da Rustad og hele Kringkastingsorkestret forsvant fra Store Studio og straks ble etterlyst. De ble funnet på Jordal Amfi, hvor folk ble invitert til å komme. I løpet av kort tid ble stadion fylt av 10.000 lyttere fra Oslo-området. De ble også oppfordret til å bringe med seg de merkeligste ting, blant annet så mange kyr som mulig, og disse ble melket for åpen mikrofon. "Slagerparaden" med Erik Diesen fra 1952 var et populært musikkprogram som senere, som fjernsynsprogram 1960-62, skulle danne skole for nordisk fjernsynsunderholdning. "Søndagsposten" med Otto Nielsen som programleder fra 1957 var et populært program hvor mange nye poeter og visekunstnere debuterte. Innslagene fra "Flåklypa radio" av Kjell Aukrust var et nyskapende programinnslag. Og i 1958 inntok Erik Bye Store Studio med "Vi går om bord".

Hans Heiberg, som hadde overtatt som teatersjef i NRK i 1952, fikk en umiddelbar lyttersuksess i serien om Paul Temple og den mystiske herr Gregory. Serien var basert på bøker av Francis Durbridge som også BBC i 1947 hadde dramatisert for radio. Yngvar Ustvedt beskriver virkningen på norske lyttere slik: "Gater og veier rundt om i Norges land lå øde da. Telefonene var tause, selskapelighetene innstilt: folk ville heller følge Paul Temple og hans tapre kone Steve i kampen mot bandittene." Suksessen ble fulgt opp i 1955 med serien "Godaften, mitt navn er Cox" av Rolf og Alexandra Becker, med Arne Lie i tittelrollen. Radioteatret vokste i denne perioden med større budsjetter og flere produksjoner – også av mer seriøse oppsetninger. Otto Nes instruerte den første serien, deretter overtok Rolf Skoe som fast instruktør av radinhørespill.

Fortsatt var det normale å avvikle sendingene direkte. Dette reduserte naturligvis mulighetene for å kontrollere hva som ble sendt. Og det skal av og til ha oppstått reaksjoner fra lytterne. Sterkest kanskje i 1946 da en sogneprest i Larvik under søndagsgudstjenesten i sin preken skal ha uttalt at også landssvikere er mennesker som Gud elsker.

Et annet eksempel er programposten "Det spørs" med Rolf Kirkvaag som programleder. Interessen for å være publikum i det populære programmet var så stor at opptakene måtte gjøres i Marienlyst skoles aula, som hadde 500 sitteplasser. Det var her Maja fra Nesbru gjorde seg berømt med replikken "Der rauk pokkalen!".

For en type program var direktesendingene nesten en forutsetning, nemlig de som refererte fra de store sportsarrangementene. Vinterlekene i Oslo i 1952 ble en storsatsning for NRK.

En brukte nesten 350.000 kroner, som den gang var en vesentlig del av programbudsjettet på olympiadens. Om lag halvparten gikk til innkjøp av nytt teknisk utstyr. Men likevel var 80 personer i sving for å dekke alle øvelsene. En av medarbeiderne fra mellomkrigstida, Morgenbladets sportsredaktør Finn Amundsen, fikk gleden av å dekke Hjalmar Andersens tre gullmedaljeløp på Bislett. Men flere av NRKs egne medarbeidere ble også sportsreportere under OL. Rolf Kirkvaag og Halfdan Hegtun fikk ansvaret for skisendingene, og viste enorm entusiasme da de skildret innkomstene til Hallgeir Brenden og Simon Slåttvik, hoppene til Arnfinn Bergmann og Stein Eriksens triumf i storslalåm på Norefjell.

Det skal visstnok medføre riktighet at Lauritz Johnson i 1946 ble valgt til å lede barne- og ungdomsavdelingen fordi han var den i redaksjonen som hadde flest barn! Uansett ble i i 1950-årene alles "onkel Lauritz" i Lørdagsbarnetimen. I 1947 startet Else Wildhagen "Barnetimen for de minste" om morgenen en gang i uka. Og fra 1951 fikk hun med seg Alf Prøysen, Thorbjørn Egner og Anne-Cath Vestly, og sendingen gikk fem ganger i uka. Historiene til disse tre fortellerne kom senere i bokform og ble omskapt til teater og film, men det var i NRK historiene først ble til og grunnlaget for den videre suksess ble skapt. Det vakte forbitrelse og sterke reaksjoner i snevre kretser da Anne-Cath Vestly kunne fortelle ungene at "de små barna ligger i maven til moren sin". For det kom også mange takkebrev til Marienlyst etter de sendingene.

Også lørdagsbarnetimen, en tradisjon helt fra Kringkastingsselskapets dager, måtte fornye seg. Thorbjørn Egner laget hørespillene Karius og Baktus (1946), Anne og Ole-Jacob på bytur (1947), Muntre musikanter (1951) og Julenissens verksted (1953). Nils-Reinhardt Christensen laget både manus og regi til serien om Nansen, Stanley og Livingstone, Lille Lord Fauntleroy, og ikke minst hørespillene om Stompa og hans medelever og lærere på Langåsen privatskole, basert på bøkene til Anthony Buckeridge. I 1952 startet man i lørdagsbarnetimen et prosjekt der lytterne ble invitert til å skrive bok sammen. Resultatet ble den første barnetimeboka "Rømlingene på Neptun" illustrert med innsendte barnetegninger. Det fulgte ytterligere ti slike bøker fram til 1974. Ikke få norske forfattere har debutert med et kapittel til barnetimebøkene, som også ble store salgssuksesser. Inntektene gikk til Radiogavefondet.

### Flere nyhetssendinger

I 1953 ble antall nyhetssendinger utvidet fra tre til fire daglig. Dette var også det året lytterne for første gang fikk høre en ny stemme fra London: Richard Hermann var ansatt i telegrambyrået Reuters, og skulle elleve år senere bli den første utenrikskorrespondenten i NRK.

Det var også i 1953 NRK sendte Hartvig Kiran til Nederland for å dekke flommen der. Hans direktesendte reportasjer blir fortsatt benyttet som skoleeksempler for nye journalister i NRK.

### Ny organisasjonsmodell

I 1948 fikk NRK en ny organisasjonsmodell med en kringkastingssjef som toppsjef. Det ble den nylig avgåtte statsråd i Kirke- og undervisningsdepartementet, Kaare Fostervoll, som ble den første i denne funksjonen. Og en av de første sakene han markerte seg på var aktivt å motarbeide spørsmålet om innføring av fjernsyn i Norge.

Under den kalde krigen var det mange ører som lyttet til NRKs utenriksdekning. Ledelsen i NRK forsøkte å holde en ansvarlig linje. Kommentarstoffet ble forsøkt balansert, men forslag om reportasjer fra dagliglivet i Sovjetunionen ble flere ganger avvist. I 1955 ble Rolf Kirkvaag med på en reise med en kulturdelegasjon til Russland, Armenia og Ukraina og tok båndopptakeren med seg. Hans 15 minutters reportasjer fra dagliglivet der vakte stor interesse, men det ble sterkt kritisert at han meldte om at levestandarden var "omtrent som hjemme".

I 1950 var det imidlertid så mange som presset på i spørsmålet at NRKs styre måtte nedsette en komité til å utrede saken. Telegrafdirektør Olaf Moe, som også var skeptisk til utbygging av fjernsyn i Norge, ble leder, og resten av medlemmene representerte industri- og forskningsinteresser samt NRK. Til tross for manges skepsis konkluderte utvalget med å anbefale prøvesendinger, noe styret i NRK i januar 1952 sluttet seg til. 12. januar 1954 ble de første fjernsynsbilder sendt fra et lite studiorom på Tryvannshøgda.

## Fjernsynet inntar stuene (60-tallet)

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Fjernsynet inntar stuene \(1960-tallet\) \(75683\)](#)



Den offisielle åpningen av fjernsynet i Norge  
/ video

<http://ndla.no/nb/node/75756>

Overføring av levende bilder

Da NRK startet forsøk med fjernsynssendinger i 1954, var en i forhold til andre land ganske sent ute. De første offentlige TV-sendinger med brukbar billedopplosning var i Europa blitt sendt ut fra Fernsehsender Paul Nipkow i Berlin allerede i 1935. Året etter begynte BBC i London sine fjernsynssendinger. Mens tyskerne baserte seg på et mekanisk system for overføring, satset britene på et elektronisk system utviklet av Marconi.



Huskelappen

**De første offentlige  
TV-sendinger ble  
sendt fra Berlin i  
1935.**

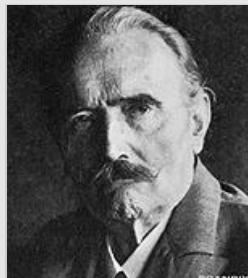
**Fjernsynet i Norge  
ble offisielt åpnet i  
1960.**

**Fjernsynet sendte  
nyheter, spillefilmer,  
underholdning og  
skolekringkasting.**

**Radioen utvidet  
sendetiden og  
sendte nyheter ni  
ganger hver dag.**

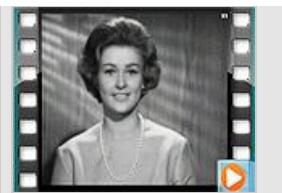
**Politikere kritiserte  
NRK for å sende  
"umoralske"  
programmer.**

Ressurser



Fjernsynets far Paul Nipkow  
(1860–1940).

Opphavsmann: [Science Photo Library](#)



Den første satelittoverførte  
TV-sendingen fra USA. Klikk  
for å se video.

### Glimt fra 60-tallet



Klikk på bildet for å se en  
TV-reportasje fra 60-årene.



Klikk på bildet for å se klipp  
fra Kvitt eller dobbelt.



Klikk på bildet for å se klipp  
fra programmet  
Slagerparaden.



Paradise Road i  
London.  
Radiokåseri ved  
Richard Herrmann  
(1967) / audio  
<http://ndla.no/nb/node/75791>

Allerede som student hadde Paul Nipkow i 1884 fått patentert et elektrisk teleskop for illuminerte bilder. Skotten John Logie Bird anvendte Nipkows patent da han i 1926 klarte å overføre levende bilder på telefonlinje fra Glasgow til London. Den russiskfødte amerikaneren Vladimir Zworykin hadde imidlertid i 1923 fått patent på et "ikonoskop", en forløper for det elektroniske katoderøret som han i 1929 kalte kineskope. Det var likevel amerikaneren Philo Taylor Farnsworth som allerede i 1927 var den første som klarte å overføre levende bilder ved hjelp av et elektronisk system.

Enkelt forklart ligger grunnlaget for overføring av levende bilder i noe vi kaller en elektronisk avsøkning. En elektronstråle i mottakerapparatets billedrør styres over skjermen i en rekke horisontale linjer i samme takt som de tilsvarende linjer i det kameraet der sendingene kommer fra, som avsøker et optisk bilde. Denne synkroniseringen av avsøkningen kom en fram til ved hjelp av et sett av koordineringsimpulser som blir lagt til billedinformasjonene i det signalet som sendes ut.

BBC tok opprinnelig i bruk linjesprangavsøkning av 405 linjer som ble gjentatt 25 ganger per sekund. Dette ble gjort slik at annenhver linje ble avsøkt først, deretter de mellomliggende. I fjernsynets barndom valgte en rekke land ulike standarder, noe som gjorde internasjonal programutveksling unødig komplisert. Det ble etter hvert enighet mellom de fleste europeiske land at standard linjesprangsøkning skulle være 625 linjer, 25 ganger i sekundet. I dag er det bare Nord- og Sør-Amerika samt Japan som har andre standarder.

20. august 1960 åpnet kong Olav de offisielle fjernsynssendingene i Norge, etterfulgt av et timelangt direktesendt underholdningsprogram fra Den norske opera i Folketeaterbygningen på Youngstorget i Oslo. Da var det registrert rundt 20.000 lisensbetalere.

De seks årene som hadde gått siden de første prøvesendingene hadde det vært en hektisk aktivitet. Den første fjernsynssjefen ble i 1957 Otto Nes, som kom fra Radioteatret, og som satt som sjef for NRK fjernsynet helt til 1987. De fleste av de øvrige programmedarbeiderne kom også fra radioen. Også på teknisk side gikk mange fra radioen til fjernsynet. Men fotografer måtte rekrutteres fra filmbransjen. Likeledes klippere, lyssettere, dekoratører og sminkører.

Våren 1958 ble det arrangert VM i ishockey på Jordal Amfi, og NRK sendte ni kamper derfra. Det ble også eksperimentert med en rekke programformater der flere av radioens medarbeidere etter relativt korte fjernsynskurs fikk ulike oppgaver. I 1958 ble også Nordvisjonen etablert som et samarbeidstiltak mellom de nordiske allmennkringkasterne når det gjaldt programutveksling og samproduksjoner.

Høsten 1958 kunne kringkastingssjef Kaare Fostervoll sette spaden i jorda for det nye fjernsynshuset på Marienlyst. Først bare verkstedfløyen, hvor det ble innredet to studioer på henholdsvis 240 m<sup>2</sup> og 110 m<sup>2</sup>. Arkitektene Nils Holter og Jan Baucks fjernsynshus på Marienlyst, med en endelig prislapp på 100 millioner kroner, stod ikke ferdig med sine syv etasjer og 38.000 m<sup>2</sup> før i 1969.

I 1962 gikk Kaare Fostervoll av for aldersgrensen, og indremedisineren Hans Jacob Ustvedt ble et relativt overraskende valg som hans etterfølger. Kjennskapet til NRK hadde han gjennom sine tre år som leder av Kringkastingsrådet. Han skulle komme til å lede NRK gjennom en voldsom ekspansjonsperiode for fjernsynet.

Allerede i 1963 passerte fjernsynet radioen når det gjaldt antall ansatte. Det året ble det etter betydelig tautrekking, som endte i Stortinget, bestemt at radio og fjernsyn i NRK skulle organiseres som separate enheter. I 1970 var antallet ansatte i fjernsynet steget til 831. I 1970 var distribusjonsnettet bygget ut med 40 sendere og 333 omformere. Nesten hele Norge kunne nå ta inn NRK fjernsynet, og 850.000 nordmenn betalte sin lisens.

Mens Otto Nes i 1963 fortsatte ledelsen av fjernsynet med tittelen programdirektør, ble Arbeiderbladets utenriksredaktør Torolf Elster utnevnt til radiodirektør. Han hadde etterfulgt Ustvedt som leder av Kringkastingsrådet, og var også blitt benyttet som utenrikskronikør i NRK, men hadde for øvrig ingen spesiell radioerfaring. Hans inntreden som radiodirektør skulle imidlertid snart merkes.

### Programtilbudet på fjernsyn

I 1970 var sendetida på fjernsyn økt til nærmere 40 timer ukentlig fra en forsiktig start med en time daglig i 1960. Hva fikk de så se? Dagsrevyen ble til å begynne med sendt tre ukedager, fra høsten 1962 fire. Rundt 60 % av innslagene var innenriksstoff levert av frilansfotografer land og strand rundt. Resten kom fra utlandet, og da ofte som filmruller sendt som flyfrakt. Med Mette Janson og Per Øyvind Heradstveit som nyhetsankere fikk Dagsrevyen tidlig en mer direkte og pågående stil enn det som var vanlig. Sommeren 1962 kunne Heradstveit presentere den første nyhetssending på satellitt mellom USA og Europa. En ny tidsalder var innledet.

Allerede høsten 1960 ble mandag filmdagen i fjernsynet. Samtidig ble onsdagskvelden etablert som en slags lillelørdag med programmet "Lystspillopper". Og fredag var det Detektimen. Høsten 1961 med Raymond Burr som Perry Mason, den første kultfigur blant norske seere. Lørdagsunderholdningen stod i starten Erik Diesen for med sitt velprøvde konsept "Slagerparaden" fra radio. Høsten 1961 ble det "Kvitt eller dobbelt" med Gunnar Haarberg som programleder som samlet seerne på lørdagskvelden.

Våren 1962 begynte Skolefjernsynet sine sendinger. På mange måter var det likevel fjernsynets 72 timers direkte overføring av Kings Bay-debatten i Stortinget i august 1963 som virkelig viste norsk offentlighet noe av hva det nye mediet kunne brukes til.

### Men radioen var ikke død

Innføringen av fjernsynet medførte at radioen måtte definere seg på nytt som medium, det nyttet ikke å fortsette i de samme baner som man mer eller mindre hadde fulgt siden 1945. En utvidelse av sendetiden slik at de to lange sendepausene midt på dagen kunne forsvinne, var et uttrykt mål for kringkastingssjef Elster, og han klarte å realisere det ved inngangen til 1970-tallet. Og siden fjernsynet på begynnelsen av 1960-tallet bare sendte fra klokka 20:00 til 22:00 på kvelden, oppfordret Elster sine medarbeidere til å finne nye programformer i radio fra klokka 17:00 til 20:00 og etter klokka 22:00.

### Stortinget kritiserer NRK

Ikke alle likte den mer frivole holdningen i NRK. Da Olav Overland høsten 1963 tok opp skolens seksualundervisning i et samtaleprogram med sosiologiprofessor Erik Grønseth, vakte det storm i kirkelige kretser. Høsten 1964 stilte Kristelig Folkepartis Kjell Bondevik spørsmål ved om ikke tida nå var inne til å "verja publikum" mot uheldig moralsk innflytelse.

Et stort antall av de redaksjonelle medarbeiderne i NRK var filologer. For å nå sin målsetting om flere ganske korte programposter, flere aktuelle innslag i alle programtyper og flere stort opplagte program av ulike slag, ville Elster rekruttere flere medarbeidere med journalistisk bakgrunn. Kringkastingen skulle ikke dosere meninger, men gi lytterne et bilde av en verden i forandring på en slik måte at de ble sin egen situasjon bevisst. Og i sin tiltredelsestale til avdelingslederne sa han også at det godt kunne spre seg en lettere og muntrere tone i annonsering, presentasjon og kommentarer. "Ikke anstrengt lystighet, fleip og sjargong, men her og der en liten munter vri på ordene, av og til kanskje en svak antydning av selvironi, og noe litt mer personlig i ordleggingen, slik at en får kjenslen av at det er mennesker, individer, som taler til andre mennesker." Lasse Dyrdal i Programsekretariatet kom høsten 1963 tilbake fra en studiereise til allmennkringkasterne i Vest-Europa med ei hel smørbrødliste av ideer til endringer.

Disse forandringene kunne særlig merkes i nyhetsdekningen. I 1967 var antallet Dagsnytt-sendinger kommet opp i ni daglig, og ved inngangen til 1970-årene var de ytterligere økt til elleve. Tendensen i Aktuelt-sendingene var flere og kortere innslag. Mens NRKs medarbeidere i Stortinget tidligere bare hadde presentert sitt materiale i programposten "Storting og styringsverk", ble de nå aktivt oppfordret til å levere stoff til de korte nyhetssendingene. Ikke minst bidro Herbjørn Sørebø til dette da han kom til Dagsnytt i 1964. Utenriksstoffet stod Elster spesielt nær, og her skjedde det på 1960-tallet en liten revolusjon gjennom tilsetting av faste korrespondenter som kunne levere stoff til alle typer program. Det startet i 1964 med ansettelsen av frilansmedarbeideren Richard Hermann i London, fortsatte året etter med at Bjørn Jensen ble sendt til New York. I 1966 fulgte Paris, der Ottar Odland etablerte NRK-kontor. Året etter gjorde Anton Blom tilsvarende i Bonn. I 1967 inngikk NRK dessuten frilansavtaler med Harald Munthe-Kaas i Hong Kong om dekning av begivenhetene i Øst-Asia og med Dag Halvorsen i Wien om dekning av begivenhetene i Øst-Europa. Når en så legger til at NRK fikk sitt Moskva-kontor i 1968 med Tor Strand som første korrespondent, og at Ottar Odland samme år ble sendt til Washington for å etablere NRKs andre kontor i USA, kan en bedre forstå at dødsstøtet samme år ble gitt den tradisjonelle utenrikskronikken. Sommeren 1963 lanserte NRK "Reiseradioen" med Johan Vigeland som programleder. Og våren 1965 ble morgenseddingene supplert med "Nitimen" med Kjell Thue som programleder.

I en nordisk sending fra Danmark skulle visstnok magister Jesper Jensen hatt synspunkter på seksualmoral som var enda verre enn Grønseths. I 1969 viste Fjernsynsteatret Ingmar Bergmans "Riten". Det førte til at forfatteren Alfred Hauge anklaget NRK for å drive gudsbespottelse. Kjell Bondevik, som nå var blitt kirke- og undervisningsminister, oppfordret nærmest til at man kunne gå til sak mot NRK. Og bare *planene* om en samlivsserie i fjernsynet våren 1969 fikk Lars Korvald fra Kristelig Folkeparti til i Spørretimen i Stortinget å spørre om det var forsvarlig å ta opp et så komplisert og ømtålig spørsmål som prevensjon i fjernsynet.

Mye av denne kritikken ble rettet mot Hans Jacob Ustvedt personlig. Han stod oppreist og forsvarte som oftest de valg hans medarbeidere hadde tatt. "Fjernsynsteatret er ikke fjernsynets underholdningsavdeling," skrev han i et PM til statsråd Helge Sivertsen. "Det er heller ikke en avdeling med det primære mål å samle familiene til en koselig stund. Dramatisk kunst er, som kunst i det hele, en alvorlig ting." Påkjjenningen med å forsvare NRKs redaksjonelle uavhengighet ble likevel for stor. I november 1971 ble Ustvedt sykemeldt ut året. Før jul meddelte han at han ville fratre før perioden hans som kringkastingssjef utløp.



## Folket tar makta (70-tallet)

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Folket tar makta \(1970-tallet\) \(76660\)](#)



NRKs distrikssendinger / video

<http://ndla.no/nb/node/76691>

Desentralisering og distrikssendinger

1970-årene var et tiår preget av sterke politiske motsetninger. Norge ble delt i to i spørsmålet om norsk medlemskap i EEC (senere EU). Nei-folket seiret, og i kjølvannet av denne seieren blomstret lokalpatriotisme og interessen for bygdekultur. Venstreradikale studenter var kritiske til det etablerte samfunnet og krevde at folket skulle ta makta. Minoritetsgruppene i det norske samfunnet sto også opp for å kreve sin rett.

Dette ga vind i seilene for utbygging av distriktskontorer og etableringen av en egen sameradio. Å si at 1970-årene ble en gjennombruddstid for distriktene i NRK, er for så vidt riktig nok. Men vi må heller ikke glemme at distriktene var med helt fra de første private radioeksperimentene.



Huskelappen

**På 70-tallet ble NRKs distrikssendinger utbygd.**

**Sámi radio startet sine sendinger i 1975.**

**Det var politisk strid om NRKs objektivitet.**

**Høyresiden anklaget NRK for å være venstrevridde.**

Glimt fra 70-tallet



Norsk fjernsynshistorie:  
Avstemming om norsk  
medlemskap i EEC i 1972



Arbeidernes kommunistiske  
parti – marxist-leninistene  
(AKP (m-l)) i  
demonstrasjonstog på Karl  
Johan 17. mai 1977.



Den sterkt høyreorienterte organisasjonen Libertas anklaget NRK for å la seg bruke av venstrekriftene.



Kringkastingssjef Torolf Elster avviste kritikken fra Libertas.



Sámi radio ble opprettet i 1975.



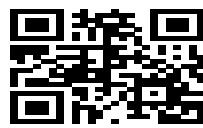
På 70-tallet fikk distriktene sitt eget TV-magasin – Norge rundt.



TV-serien Ante ga norske barn innsyn i hvordan det var å tilhøre en minoritetsbefolkning.



Fjellene selv roper langt hurra / audio  
<http://ndla.no/nb/node/76701>



Ungdommens  
radioavis 1977 /  
audio  
<http://ndla.no/nb/node/76702>

I særlig grad gjelder dette Bergen Lokal, som med unntak for krigsårene sendte parallelt med riksprogrammet fra 1937 til 1966. NRK hadde åtte avdelingskontorer som leverte innhold til radiosendingene. Tre av disse, Bergen, Troms og Ålesund, var etablert på lokalt initiativ allerede i 1920-årene. Ytterligere fire, Trondheim, Stavanger, Kristiansand og Bodø, var etablert av Kringkastingsselskapet i Oslo før 1933. Finnmark kringkaster åpnet i 1934.

I 1966 fikk avdelingskontorene egne faste sendinger på riksnettet klokka 14:30 og 18:00, og to år senere ble de omdøpt til distriktskontorer. Samtidig med at det i 1975 ble innført formiddags-sendinger og nye sendetider klokka 12:00 og 16:45, ble distriktskontorenes høyere status markert ved at lederen av dem skulle tituleres distriktsjef. I 1976 ble "Norge rundt", distriktenes eget magasin, lansert på fjernsyn. Det ble også opprettet et distriktenes Oslo-kontor med tidligere redaktør av Arbeiderbladet, Reidar Hirsti, som leder.

Organisasjonsutviklingen når det gjaldt distriktskontorene kan beskrives som en langsom celledeling, som fortsatte også gjennom 1980- og 1990-årene, mens tendensen etter 2000 gikk i retning av sammenslåing for å skape mer kostnadseffektive enheter.

La oss ta Østlandssendingen som eksempel. Den ble etablert i 1959 under Dagsnytts ledelse. Året etter kom den av praktiske årsaker under ledelse av Programsekretariatet. Arthur Klæbo var leder av begge. I 1972 fikk Østlandssendingen status som distriktskontor for åtte fylker, og flyttet fysisk ut fra Marienlyst. Året etter ble Hedmark og Oppland etablert som eget kontor. I 1977 fulgte Telemark. Året etter skiller Hedmark og Oppland lag og får hvert sitt kontor. I 1982 etableres det et eget distriktskontor for Østfold. Året etter etableres Buskerud/Vestfold som selvstendig distriktskontor. Så ble det en pause i celledelingen inntil Vestfold ble egen senderedaksjon i 1991. To år senere var både Buskerud og Vestfold selvstendige distriktskontorer. Det samme skjedde på Vestlandet da Sogn og Fjordane i 1979 ble etablert med eget kontor. I 1984 skilte Nord-Trøndelag lag med Sør-Trøndelag.

## Sámi Radio

Da styret i NRK høsten 1975 etablerte Sámi Radio i Karasjok, var det som et riksdekkende distriktskontor. De første sendingene gikk på lufta 4. november året etter, men først i 1981 fikk lederen av kontoret tittelen sameradiosjef. De første fem årene stod sameradioen under et visst oppsyn av distriktenes Oslo-kontor.

Veien fram hadde imidlertid vært lang. Det var lederen for Finnmark kringkaster, Lars Normann Sørensen, som var initiativtakeren. Allerede julften 1936 hadde han fått tatt opp en samisk gudstjeneste i Polmak kirke. Det var første gang samisk ble framført i norsk radio. Etter krigen fikk han i gang samiske sendinger på 20 minutter hver fredag.

Med den samisktalende Thor Frette som leder for NRK Finnmark kom det ny fart i arbeidet med samiske sendinger. Fra høsten 1954 ble det sendt en halv time samisk hver lørdag fra Vadsø. Fra 1955 ble det sendt et kvarters barnetime på samisk en gang i måneden.

Kringkastingssjef Kaare Fostervoll uttrykte en tydelig skepsis til de samiske sendingene for barn. Den offisielle norske politikken overfor samene på 1950-tallet var at de skulle assimileres i det norske samfunnet ved å lære seg norsk, og NRK skulle naturligvis ikke bryte med den politikken. Pågangen for å øke de samiske sendingene var imidlertid stor, både fra samene selv og ikke minst fra Kringkastingsrådet. Et av rådets medlemmer, Ørnulf Vorren, laget i 1955 en utredning om spørsmålet. Den inneholdt også en lytterundersøkelse, og konkluderte med at det var behov for flere samiske sendinger i radio, og at de også måtte sendes i Nordland og Trøndelag i tillegg til Troms og Finnmark. Resultatet ble en 20 minutters sending på tirsdager i tillegg til halvtimen på lørdag.

For å bringe spørsmålet om samesendingene ut av verden, nedsatte kringkastingssjefen en komité for å utrede spørsmålet. Utvalget foreslo imidlertid en utvidelse av lørdagssendingene til en hel time, noe flere i NRK mente var helt urealistisk.

Den samiske programmedarbeideren Kathrine Johnsen, "Sameradioens mor", ble i 1964 flyttet til Tromsø sammen med ansvaret for de samiske sendingene. Der fikk hun i 1971 og 1974 selskap med ytterligere to redaksjonelle medarbeidere inntil flyttingen til Karasjok i 1976.

### Er NRK et radikalt rottereir?

Dette med makt til folket skulle imidlertid også få en helt annen betydning i NRK på 1970-tallet. Studentopprøret over hele den vestlige verden i 1968 reiste spørsmål ved de fleste etablerte sannheter. I NRK hadde viljen til å framstille alle spørsmål objektivt vært sett på som både selvfølgelig og helt uprøblematisk. Nå reiste blant andre programmedarbeiderne Andreas Skartveit og Bjørn Nilsen spørsmål ved denne objektiviteten. Det er et tegn på naiv uskyld hvis man tror man kan være objektiv, utalte sistnevnte til tidsskriftet Liberalt Perspektiv høsten 1969.

Den første store konfrontasjonen skjedde 29. januar 1970 i forbindelse med en storstilet markering i form av en temakveld om forurensing i tilknytning til markeringen av FNs naturvernår. Et av innslagene var en reportasje fra Falconbridge i Kristiansand. Dagen før sending forlangte direktøren at innslaget med ham i reportasjen ble kuttet ut. Samtidig møtte lederne i arbeidsgiverorganisasjonene og LO mannsterkt opp på Ustvedts kontor for å kritisere NRKs dekning av forholdene i industrien, ikke minst dekningen av de "ville" streikene. Gjennomgangstemaet var at medarbeiderne i NRK i altfor stor grad presenterte sakene ut fra sine egne radikale politiske ståsteder. Hans Jacob Ustvedt forsvarer sendingene det ble vist til, og tok på seg det fulle ansvaret for at de var blitt sendt. Han gjorde imidlertid senere et unntak for et "Rapport"-program fra Knaben Gruver.

Spørsmålet om kringkastingens objektivitet ble også reist i forbindelse med det dramatiske regjeringsskiftet i 1971. Utgangspunktet var at statsminister Per Borten under en flyreise fra København til Oslo hadde vist lederen i Folkebevegelsen mot norsk medlemskap i EEC, Arne Haugestad, et dokument fra Brussel som konkluderte med at Norge neppe ville bli medlem. I slutten av februar ble presset mot Borten fra de andre regjeringspartiene om å gå av stort. Til Dagsrevyen søndag 28. februar ville imidlertid ingen av politikerne stille i studio. I stedet ble det arrangert en reportasje der NRK-medarbeiterne Lars-Jacob Krogh og Jon Aanerud drøftet hva som foregikk under forhandlingene bak de lukkede dører. 2. mars kunne fjernsynet sende statsministerens orientering om sin egen avgang direkte, og mange spurte seg i hvilken grad NRK og avisene hadde medvirket til resultatet.

Saken fikk et etterspill da Per Øyvind Heradstveit 18. mars gjennomførte et lengre intervju med Per Borten. Dette resulterte i krav fra Høyres, Kristelig Folkepartis og Venstres ledere om å få korrigere de "ukorrekte opplysninger" Borten hadde gitt i intervjuet. Det ble åpnet for en ekstrasending der alle partiledere fikk komme med sine korrigeringer, men hvor de også ble utsatt for en krysseksaminasjon av Per Øyvind Heradstveit, som i praksis opptrådte som en høyst "subjektiv" forsvarer av sitt intervjuobjekt.

Objektiviteten i NRK skulle settes på sin aller største prøve i den opphetede diskusjonen om norsk medlemskap i det europeiske fellesmarkedet fram til folkeavstemningen 25. september 1972. Torolf Elster sendte i februar ut følgende melding til sine medarbeidere: "Fellesmarkedet skal i disse månedene behandles på samme måte som vi behandler partipolitisk stoff i tiden foran et Stortingsvalg: ubetinget nøytralt og balansert, med full oversikt og kontroll med alt vi gjør." Denne parolen ble kjent som "balanse på meget kort sikt", i motsetning til det tradisjonelle ideal, "balanse på lang sikt". En skal merke seg at NRK-ledelsen vurderte balansen i spørsmålet om norsk medlemskap i det europeiske fellesmarkedet slik at det var ja-siden og nei-siden som skulle være jevnbyrdige. Blant de politiske partiene og i pressen var det et overveldende engasjement for ja-siden.

#### Libertas mener å kunne dokumentere det

Det var imidlertid ikke bare de store nasjonale politiske spørsmål som vakte indignasjon. I debattene om NRKs virksomhet i Stortinget kunne enkelprogrammer som Yngvar Ustvedts satiriske radioprogram om norsk kraftpatriotisme "Og fjellene selv roper langt hurra" sendt 17. mai 1965 og Kristian Reims jazzifiserte versjon av nasjonalsangen "Ja, vi elsker" sendt i fjernsynets ungdomsprogram "Flimra" i fullt alvor bli tatt opp i interpellasjoner i Stortinget.

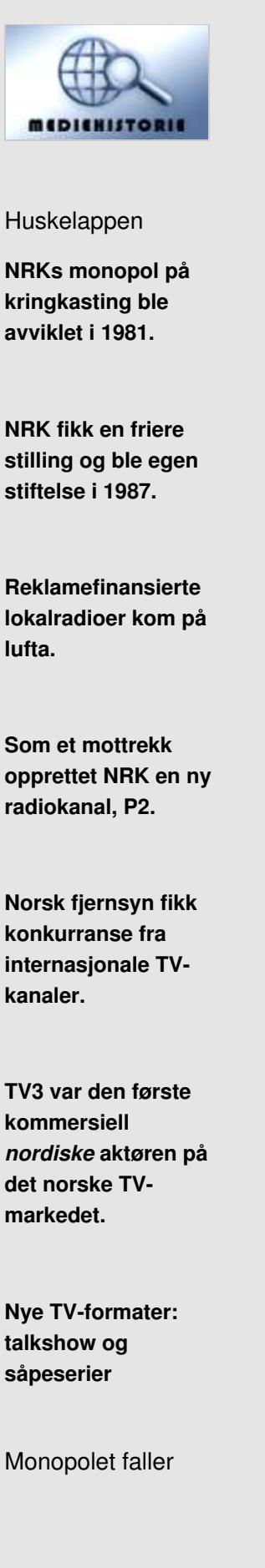
Det gjaldt alle programområder. Ifølge Libertas-rapporten ble sosiale forhold i en rekke NRK-programmer framstilt ut fra en marxistisk klassekampmodell som gjorde partene i arbeidslivet til utbytttere og utbyttede. Særlig radioprogrammet "Ungdommens radioavis" og fjernsynsprogrammet "Flimra" ble nevnt. Men også utenrikskommentarene var av dem "som i sterkest grad er blitt preget av marxistisk svart/hvitt tenkning og historiesyn."

Selv om Libertas-rapportene i liten grad kunne karakteriseres som objektive, slo særlig konservative aviser påstandene i rapporten stort opp. Også Kringkastingsrådet drøftet eventuell venstrevri i sendingene, men der var synspunktene langt mer balanserte. NRK kunne ikke legge seg flat for angrepene, mente man. I 1974 ble debattprogrammet "Kveldsforum" med programlederne Per Øyvind Heradstveit, Bjørn Nilsen og Olav Øverland beskyldt for å være ensidig. Mens kritikken i hovedsak hittil hadde kommet fra høyresiden i politikken, overrasket den nye saksordfører Kjell Magne Fredheim fra Arbeiderpartiet 6. februar 1975 med sitt hovedinnlegg under behandlingen av NRKs årsmelding for 1973: "De enkelte medarbeidere bør få én ting gjort klinkende klart: Dersom de ikke vil eller kan innordne seg den faktiske situasjon at NRK er et medium som ikke kan, som ikke skal, nyttes til fremme av personlige anti- eller sympatier, til egne politiske synspunkter og oppfatninger, bør de snarest sørge for å finne seg et annet forum for sin misjonsvirksomhet." Stortinget samlet seg bak kravet om tydelige, skriftlige retningslinjer for programmedarbeidernes objektivitet. Et utvalg ledet av redaksjonssjef Gunnar Gran i Dagsnytt utarbeidet i løpet av 1975 reglene, som var egnet til å berolige politikerne på Stortinget.

## Monopoloppløsning (80-tallet)

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Monopoloppløsning \(1980-tallet\) \(76666\)](#)



Sattelittene kommer / video

<http://ndla.no/nb/node/76738>

Kringkastingsmonopolet oppløses

I mai 1985 kom stortingsmeldingen "Om ny mediepolitikk", der Kulturdepartementet gjør det klart at man tar sikte på å oppheve NRKs monopolstilling, og at det innen utløpet av forsøksperioden for nærkringkasting vil bli foreslått lovendringer som opphever monopolet. Til gjengjeld ble NRK lovet en friere stilling enn tidligere i administrative og økonomiske saker. NRK ble en egen stiftelse fra 1987.

Huskelappen

**NRKs monopol på  
kringkasting ble  
avviklet i 1981.**

**NRK fikk en friere  
stilling og ble egen  
stiftelse i 1987.**

**Reklamefinansierete  
lokalradioer kom på  
lufta.**

**Som et mottrekk  
opprettet NRK en ny  
radiokanal, P2.**

**Norsk fjernsyn fikk  
konkurranse fra  
internasjonale TV-  
kanaler.**

**TV3 var den første  
kommersiell  
nordiske aktøren på  
det norske TV-  
markedet.**

**Nye TV-formater:  
talkshow og  
såpeserier**

Monopolet faller



Mediehistoriker Henrik  
Bastiansen forteller om  
norsk mediepolitikk på  
1980-tallet.



Statsråd Hallvard Bakke  
om NRKs stilling på  
1980-tallet.



Nærradiosendinger  
/ audio  
<http://ndla.no/nb/node/76753>

### Glimt fra 80-tallet



Den amerikanske  
såpeserien Dynastiet  
var omdiskutert, men  
populær på 1980-tallet.



Såpeserien Dynastiet  
vakte heftig debatt i  
Norge på 80-tallet.



Trond Viggo Torgersen  
vakte også debatt med  
programserien Kroppen  
vår



Talshowet LørDan  
innførte et nytt TV-  
format i norsk fjernsyn.

Også på 80-tallet var  
sportssendinger god  
underholdning. En undersøkelse  
viste at 78 % av befolkningen  
mellan ni og 70 år fulgte  
sendingene fra VM på skøyter i  
1983.



Bjørge Lillelien var en  
legendarisk sportsreporter.



Fotballreporter  
Bjørge Lillelien  
1981 / audio  
<http://ndla.no/nb/node/76752>

Slår en opp på artikkelen om Norsk riksringkasting i førsteutgaven av Store norske leksikon fra 1980, avsluttet denne slik: "Lokal og regional bruk av radio og fjernsyn har fått betydelig omfang i mange land, og kringkastingsmønstrene er under omforming. Forslaget til ny kringkastingslov (1979) tar imidlertid ikke opp slike perspektiver, som sikkert vil prege norsk kringkastingsdebatt i 1980-årene."

Det er sjeldent en leksikonartikkel avsluttes med profetier om framtida. Det spesielle ved denne formuleringen er dessuten at artikkelforfatteren heter Lars Roar Langslet, og han skulle bli kulturminister i den rene Høyre-regjeringen Kåre Willoch dømt i 1981. Og det var han som på en pressekonferanse 16. desember samme år avviklet NRK-monopolet etter 48 år.

### Nye lokalradiostasjoner på lufta

Ved en lovendring i 1971 hadde Stortinget gitt andre en begrenset adgang til å drive kringkastingsvirksomhet. Det var gitt elleve slike konsesjoner mellom 1975 og 1981, i hovedsak med begrenset varighet til student- og elevradioer. I 1981 ble det gitt 50 prøvekonsesjoner fram til 1984 fordelt på 10 frekvenser/sendere.

Allerede 17. desember var lærer og radioamatør Steinar Aabø på lufta med Mjøsradioen, som etter hvert skulle bli drevet av elever ved Hedmarktoppen folkehøgskole. Utover våren 1982 lot en rekke nærradioer høre fra seg. I februar ble Radio RV etablert i Trondheim, og i mars kom Radio Vest i Stavanger på lufta med elleve konsesjonærer, alt fra ulike misjonsselskaper til Rogaland idrettskrets. Rolf Pedersen, som drev Siddis Radio, var allerede godt kjent for sin piratradiovirksomhet, og hadde i 1980 startet Norsk Nærradioforening med det formål å oppheve NRK-monopolet.

Lars Roar Langslet hadde i 1981 vært i sterkt tvil om avisene skulle få adgang til å drive nærradio. Det ble til at kommersielle aktører ikke fikk slippe til. Ved den nye konsesjonsrunden fra 1984 til 1988 slapp imidlertid også avisene til, og antallet konsesjoner ble utvidet til 381 fordelt på 103 steder. Ut fra erfaringene vedtok Stortinget Lov om nærringkasting 27. november 1987.

Loven åpnet for reklamefinansiering – begrenset til seks minutter i timen. Radio Kvinesdal var først ute med lovlig radioreklame, men flere fulgte snart etter. Og det ble etablert en "riksdekkende" konkurrent i Radio Nettverk, som laget korte nyhetssendinger hver time som de sendte gjennom 30 forskjellige nærradiostasjoner mot å få 25 % av reklameinntektene deres. Lov om nærringkasting ble opphevet fra 1994, da en ny lov om kringkasting trådte i kraft.

### Et selvstendig P2 til Tyholt

NRK hadde fra 1. september 1984 styrket sitt radiotilbud med en ny kanal, NRK P2. Mens NRK-ledelsen var opptatt av en samordning av programtilbudene, var statsråden først og fremst opptatt av at det skulle skapes *konkurranse* også innad i NRK. Derfor ble den 59 år gamle pressemannen Arne Bonde høsten 1983 tilsatt som kanalsjef og Trondheim ble valgt til kanalens hovedsete.

Allerede i 1960 var spørsmålet om en andre radiokanal tatt opp med Telegrafstyret. Da Ustvedt i 1962 overtok som kringkastingssjef, kom det mer entusiasme inn i planleggingen. Men likevel var det først da langtidsplanen for NRK 1975-85 ble behandlet av Stortinget at det kom virkelig fart i sakene. Halfdan Hegtun, som hadde overtatt som programdirektør for radio etter Elster, så for seg at den nye kanalen først og fremst skulle bli en distriktskanal. I tid falt jo dette også sammen med utbyggingen av distriktskontorene. Bjartmar Gjerde hadde overtatt som kringkastingssjef i 1981, og han innstilte på at den nye kanalen skulle ha sitt hovedkontor i Oslo og at kanalsjef skulle bli den unge distriktsjefen i NRK Sørlandet, Tor Fuglevik. Lars Roar Langslet ville det imidlertid annerledes.

### Satellitter og kabelselskaper

Også NRK fjernsynet fikk en viss konkurranse på 1980-tallet. Dette var tiåret da store internasjonale aktører fikk øynene opp for de mulighetene som lå i moderne telekommunikasjon. Dels ved at tradisjonelle industrikonsern begynte å investere i mediebransjen, dels ved at store statlige aktører ble delprivatisert og utvidet sitt virksomhetsområde.

TV3 var den første kommersiell *nordisk* aktør på det norske TV-markedet. TV3 er det største av Viasats fjernsynstilbud i Norge, en del av det svenske Modern Times Group (MTG) eid av Kinnevik-konsernet, som har en stor medieaktivitet i Skandinavia og de baltiske statene. Da TVNorge startet sine sendinger 5. desember 1988, var de det første helhorske nasjonale reklamefinansierte fjernsynstilbudet. Bak etableringen stod Hallvard Flatland, Ola Grønvold, Erik Rynning og Ola Steinsrud.

Fra 1981 ble Sky Channel formidlet i norske kabelnett. Den australsk-britiske mediemogulen Rupert Murdoch overtok selskapet Satellite Television i 1983, og det fusjonerte i 1989 med British Satellite Broadcasting (BSkyB) med 16.000 ansatte. I 1987 kom Super Channel eid av ITV, et nettverk av kommersielle TV-kanaler i Storbritannia. Både Sky Channel og Super Channel hadde fått konsesjon til å bli distribuert gjennom norske kabelselskaper.

Da TV3 på tilsvarende måte ville starte norske sendinger sendt på satellitt fra Storbritannia og distribuert gjennom norske kabelselskaper, nektet kulturminister Hallvard Bakke først å gi kanalen konsesjon til å sende via kabel i Norge fordi den var reklamefinansiert. Janko Kabel-TV avviste at departementet hadde lovhemmel til å nekte slik distribusjon, og Norsk Kabel-TV Forbund anket saken til Kongen i statsråd. Kanalen sendte sin åpningssending nyttårsaften 1987, og presset fra opinionen førte til at Bakke snudde og ga kanalen konsesjon i januar 1988.

#### Tekst-TV - den hemmelige vinneren

I februar 1983 startet NRK prøvesendinger med tekst-TV. Tilbuddet var fra starten først og fremst tenkt mest for hørselshemmede, men seertallene vokste raskt, og det er all grunn til å karakterisere tekst-TV som det mest undervurderte av alle kringkastingstilbud.

At oppslutningen i Norge kom kjappere enn i resten av Europa, skyldtes nok delvis at vi hadde vært så trege med å innføre fargefjernsyn. De første sendingene i farger kom på NRK i 1972, og da nordmenn utover på 70-tallet skiftet ut sine svart-hvitt-apparater, var tekst-TV-dekoderne blitt en naturlig del av innmaten til apparatene. Det hadde de ikke vært da resten av Europa skiftet til farge-TV. Ved 25-års-jubileet i 2008 ble tekst-TV digitalisert, og det var 2,4 millioner nordmenn (unike brukere) som hver uke benyttet seg av tilbuddet.

Til tross for at 20 % av befolkningen midt på 1980-tallet kan motta satellittsendinger, og nærmere 40 % har tilgang til videospiller, ser ikke situasjonen sett fra Marienlyst særlig bekymringsfull ut. Hovedbudskapet fra den nye fjernsynsdirektøren Tor Strand under Nordiske TV-dager i Bergen i 1988 er at oppslutningen om NRK fjernsynet er relativt stabil. Statistisk Sentralbyrå har foretatt undersøkelser som viser at NRK foretrekkes av 89 % av befolkningen. Og de bruker i snitt to og en halv time. Av denne tida går 4 % med til å se på satellittsendinger, 3 % til å se de to svenske kanalene og ytterligere 3 % til å se video. 90 % av tida foran TV-apparatet ble altså benyttet til å se på NRK, og antallet lisensbetalere nærmet seg raskt halvannen million.

## Programtilbuddet i NRK Fjernsynet

Hva var det så seerne fant verdt å se på? I en undersøkelse foretatt av Scan-Fact i 1984 svarte to tredeler av dem som hadde gjort seg opp en mening at de ønsket å bli underholdt framfor å få vite eller lære noe.

En av Fjernsynsteatrets største suksesser kom i 1980 med serien "Medmenneske" bygget på Olav Duuns romaner, og med Espen Skjønberg i rollen som Didrik Dale.

Samme år viste Trond-Viggo Torgersen oss hvordan opplysning og underholdning kunne kombineres i 13 programmer om "Kroppen", fulgt opp av samtaleprogrammer for voksne. I 1986 ble spørreprogrammet "Kvitt eller dobbelt" tatt opp igjen med sportsjournalisten Knut Bjørnsen som programleder.

Nytt på 1980-tallet ble de såkalte talkshow, der "FreDan" med Dan Børge Akerø fra Dagsrevyen fra 1986 ble en stor seermagnet, som høsten 1987 endret navn til "LørDan". Med litt færre seere ble "Bokstavelig talt" med Brikt Jensen som programleder lansert samme år. Vi kan ikke forlate fjernsynet på 1980-tallet uten å nevne den danske serien "Matador", som alle lokale møtearrangører passet seg godt for ikke å konkurrere med.

Mange reagerte da NRK i mai 1983 begynte å sende den amerikanske såpeserien "Dynastiet" på onsdagskveldene. I Kringkastingsrådet gikk man så langt at man henstilte til NRKs ledelse å stanse serien fordi den var "glatt og kynisk".

Når serien etter 59 episoder ble tatt av programmet sommeren 1984, var det likevel ikke på grunn av Kringkastingsrådets henstilling. Det hadde seg nemlig slik at et norsk distribusjonsselskap for video hadde tilbudt seg å betale mer for de norske rettighetene til serien enn NRK var villig til å betale. Fra episode 60 måtte du derfor leie "Dynastiet" i videobutikken for å få din ukentlige dose såpe. Selv om NRK visste råd ved i stedet å sende "Falcon Crest" på onsdagskveldene, var nok likevel dette et forvarsel om en hardere konkurranse om rettighetene til innhold.

Størst forbitrelse målt i antall seerreaksjoner var det likevel da den daglige værmeldingen med statsmeteorologer fra Meteorologisk institutt 28. februar 1987 ble lagt om. Fra å bruke tavler som de ulike værsymbolene kunne flyttes rundt ved hjelp av magneter, skulle nå kartet som viste været være digitalt.



## Nye aktører og kanaler (90-tallet)

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Nye aktører og kanalprofiler \(90-tallet\) \(76667\)](#)

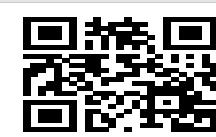




TV 2 startet sine  
sendinger 5. september  
1992 i Grieghallen i  
Bergen med sin første  
programdirektør Dan  
Børge Akerø som  
programleder.



Radiostasjonen P4 er  
på lufta for første gang.

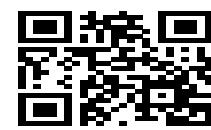


P4s radiofrokost /  
audio  
<http://ndla.no/nb/node/75876>

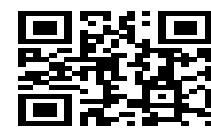


Mediehistoriker Henrik  
Bastiansen forteller om  
utviklingen i NRK på  
1990-tallet.

NRK gjorde stor lykke  
med sin tre-  
kanalradio. P3,  
ungdomskanalen, ble  
etablert for å vinne de  
unge tilbake til NRK.



Herreavdelingen -  
NRK P3 / audio  
<http://ndla.no/nb/node/76891>



IRMA 1000 - NRK  
P3 / audio  
<http://ndla.no/nb/node/76890>

### Nye medier



Internett var så nytt og  
spennende på 90-tallet  
at det ble laget egne  
TV-program om alt man  
kunne bruke det til.

### Glimt fra 90-tallet



90-tallets  
fjernsynsøyeblikk:  
Åpningen av de  
olympiske vinterlekene  
på Lillehammer.

NRK hadde selv utredet spørsmålet om et program 2 på fjernsyn, og hadde ikke overraskende kommet til at dette som for radioens P2 burde skje innenfor rammen av NRK. Samtidig hadde Kjølås-utvalget med Harald Kjølås, redaktør i Sunnmørsposten som leder, avklart vilkårene for et reklamefinansiert fjernsyn i Norge. Resultatet var forutsigbart. Mer overraskende var det kanskje at det var ei eiergruppe bestående av forsikringsselskapet Vital og de nordiske mediekonsernene Schibsted og Egmont som stod bak den seirende konsesjonssøknaden.

TV2 startet sine sendinger 5. september 1992 fra Grieghallen i Bergen med sin første programdirektør Dan Børge Akerø som programleder. Sendingen ble sett av 1,7 millioner nordmenn, men siden det originalt nok var en samsending med NRK, var det to tredeler av disse som så sendinga på statskanalen. TV2s egen seerrekord er finalen i talentkonkurransen "Idol" fra 2005 med 1,3 millioner seere. TV2s første administrerende direktør var Bjørn Atle Holter-Hovind, som var knyttet til Schibsted-konsernet. I 1993 ble han etterfulgt av reklamemannen Arne A. Jensen.

Det samme året hadde TV2 stor suksess med dramaserien "Mot i brøstet". Med alpin-VM i Sestriere i 1997 markerte TV2 seg for alvor som sportskanal. Og i 1998 skriver de norsk TV-historie med oppstart av den første daglige TV-såpeserie "Hotel Cæsar". I 1999 overtar tidligere redaktør av Dagens Næringsliv, Kåre Valebrokk, som administrerende direktør i TV2, og det fører til en sterkere satsning på aktualitetsprogrammer, blant annet med "Rikets tilstand" med Gerhard Helskog som programleder.

#### P4 – riksdekkende radioalternativ

I 1992 ble det utlyst konsesjon til drift av en riksdekkende kommersiell radiokanal i Norge. Det var to søkere, Aller-gruppens Radio 1 Norge og Radio Hele Norge AS med Modern Times Group på eiersiden, og med den tidligere NRK-medarbeideren Kalle Lisberg som en av frontfigurene. Radio Hele Norge stakk av med konsesjonen og startet sine sendinger på P4 med hovedkvarter på Lillehammer 15. september 1993.

#### NRKs trekanal-radio

Omtrent samtidig, 2 oktober 1993, etablerte NRK sin tredje radiokanal, P3. Dette var bare en del av en stort anlagt omlegging av NRKs totale radiotilbud som Tor Fuglevik, som hadde etterfulgt Olav Nilssen som radiodirektør i 1988, hadde forberedt. Det frittstående NRK P2 på Tyholt var blitt en suksess som særlig trakk yngre lyttere til sine sendinger.

I 1992 hadde NRK P1 43 % av radiolyttingen i Norge, mens NRK P2 hadde 32 %. Lokalradioene samlet hadde 25 % andel av radiolyttingen i Norge. Sommeren 1991 hadde kringkastingssjef Einar Førde satt ned ei arbeidsgruppe bestående av Bjarne Grevsgard, Knut Røe og Arne Wam, for å utrede NRK Radio i tre kanaler. Deres viktigste konklusjon var at NRK måtte bli flinkere til det NRK allerede var best til, samtidig som en måtte bli flinkere til det nærradioene var gode på.

Å definere ulike målgrupper ble et hovedpoeng i utformingen av NRKs nye trekanalradio fra høsten 1993. Til hjelp i dette arbeidet brukte en aktivt Norsk Monitor fra Markeds- og Medieinstituttet (MMI) AS. Selv om P2 hadde vært en åpenbar suksess, hadde P1 og P2 hatt for like målgrupper. Det gjaldt nå å tydeliggjøre kanalenes fokusområder.

Resultatet ble en P1-kanal, Norgeskanalen, med hovedsete på Tyholt i Trondheim med distriktssendingene og en bred appell til folk flest. P2 med hovedsete på Marienlyst skulle være Kulturkanalen som rettet seg mot de "moderne idealister" i MMIs verdilandskap. P3, ungdomskanalen, ble etablert for å vinne de unge tilbake til NRK, først og fremst gjennom en ungdommelig musikkprofil.

Etableringen av NRKs trekanalradio i 1993, etter hvert supplert med flere heldigitale nisjekanaler, viste seg å være en vinner i radiomarkedet. NRK er fortsatt den sterkeste allmennkringkasteren i verden målt i lytteroppslutning.

Den største utfordringen for NRK på 90-tallet var å være vertskringkaster for 134 land under OL på Lillehammer i 1994. NRK er det minste selskapet som har hatt en slik oppgave, og løftet er det største noen nordisk kringkaster har tatt. 1360 medarbeidere, inkludert innleid hjelpe fra Sverige, Finland, Danmark, Sveits, Storbritannia, Frankrike, Nederland og Canada, var involvert i de internasjonale sendingene i tillegg til de 400 som jobbet med de nasjonale sendingene. Det ble sendt 212 timer fra vinterlekene på norsk TV.

#### Andre radiokanaler

Som en følge av etableringen av P3 og P4, tapte nærradioene raskt terreng. P4 så på sin side at NRKs nye trekanalradio ikke tok godt nok vare på det som var "gamle" P2s lyttere, og satset derfor bevisst på å dekke dette tomrommet med en gjennomtenkt musikkformatering.

Resultatet ble at vi allerede i 1994 hadde en helt annen fordeling av markedsandelen i det norske radiomarkedet. NRK P1 hadde langt på vei beholdt sin posisjon med 46 % markedsandel, mens NRK P2 bare hadde en oppslutning på 6 %. NRK P3 overoppfylte sine måltall med 12 %, delvis fordi kanalen måtte fungere som radioens sportskanal ved lange direktesendinger.

P4 oppnådde forbausende raskt en markedsandel på 21 % av radiolyttingen, mens lokalradioene samlet fikk en redusert markedsandel på 14 %. Utover på 90-tallet blir antallet nærradioer redusert.

Radio 1-nettverket ble etablert av Aller-gruppen for å styrke nærradioene økonomisk, men i 1996 begrenset Radio 1 seg til å være en ren storbyradio. I 1998 kommer franske NRJ (Energy) inn på det norske markedet, og blir den ledende musikkradioen for ungdom fra 12 til 34 år.

#### Hva kan vi bruke Internett til?

Det store teknologiske gjennombruddet innen media og kommunikasjon på 1990-tallet var etableringen av et nytt internasjonalt datanettverk, World Wide Web (www), eller verdensveven (vv), som er den offisielle norske betegnelsen.

Ut fra måten vi arbeider på i dag er det nesten umulig å forstå at ingenting av denne teknologien var allment tilgjengelig før mindre enn tjue år siden. Tenk bare på hvordan du med den største selvfølge bruker denne læringsressursen med sine eksempler fra radio- og fjernsynshistorien og sine lenker til ulike sider på verdensveven. Eller hvordan du på egen hånd søker etter informasjon på en søkemotor. Eller hvordan du med den største enkelhet sender en møteinvitasjon. For ikke å snakke om hvordan du med et par raske tastetrykk laster ned musikk og filmer fra nettet. Eller at du selv produserer noe som du legger ut slik at andre kan få tilgang til det.

Eventyret startet midt under den kalde krigen på 1960-tallet. Advanced Research Projects Agency (ARPA) var blitt opprettet i 1958 for å utvikle ny teknologi for det amerikanske forsvaret. De satte seg som mål å lage et nettverk for å knytte datamaskiner sammen, som var så robust at ikke et enkelt punkt i nettet som sviktet skulle være kritisk for nettet som helhet. Dette ble realisert i 1964, da såkalt "packet switching" ble introdusert. I 1969 åpnet ARPA for at også andre aktører kunne knyttes til nettet, og i 1972 ble det Yngvar Lundh ved Forsvarets Forskningsinstitutt på Kjeller utenfor Oslo som fikk etablert den første datamaskinen utenfor USA på ARPANET.

Etter hvert ble det over hele verden utviklet tilsvarende nett. I Norge var universiteter og høgskoler tidlig ute med sitt UNINETT, som primært ble benyttet til å utveksle elektronisk post. Først da Tim Berners-Lee ved forskningsinstituttet CERN i 1991 presenterte World Wide Web (www), vokste det fram et globalt nettverk. Protokollen eller språket han presenterte kalte han Hyper Text Transfer Protocol (http). Når vi kopler en datamaskin til internettet, får den umiddelbart en unik Internet Protocol Address (IP-adresse). Når vi skriver en nettadresse på datamaskinen vår og trykker på Enter, vil vi ved hjelp av en Transfer Control Protocol (TCP) finne de dataene som er lagret på denne nettadressen. Dette gjøres ved å dele opp programmet i uavhengige deler eller "pakker". Ei TCP-pakke består av en "kropp", som er selve innholdet, og et "hode", som forteller hvor "pakka" kommer fra og hvor den skal. Maskinen som sender "pakka" regner ut en kontrollsum og legger den i "hodet". Maskinen som mottar "pakka" ser på innholdet og regner ut sin egen kontrollsum. Dersom disse kontrollsummene er like, betyr det at dataene er kommet korrekt fram.

Hva kunne så denne nye kommunikasjonskanalen brukes til, bortsett fra at vitenskapsfolk kunne utveksle dokumenter med hverandre? Ganske tidlig så avis og tidsskrifter en mulighet til å få bredere distribusjon gjennom det nye mediet. Det er symptomatisk at vi på midten av 1990-tallet får en eksplosjon i registreringen av såkalte "nettavis" i Brønnøysundregisteret. Først ute var musikkavisa Panorama 1. mars 1995. Uka etter kom Brønnøysund avis på nettet, og to dager senere var Dagbladet.no en realitet.

Allerede høsten 1994 etablerte radioprogrammet Radionettet på P2 de første nettsidene, Radionettet, i samarbeid med informatikkstudenter ved Høgskolen i Østfold, og NRK var dermed trolig den første mediebedrift i Norge med egne nettsider.

De to medarbeiderne i NRK som stod bak radioprogrammet, og som 1. oktober 1995 leverte kringkastingssjef Einar Førde en utredning om hvordan kringkastingen kunne nyttiggjøre seg Internett, var Rolf Brandrud og Tom W. Ottmar. I rapporten anbefalte de at NRK etablerte en egen liten enhet som skulle få i oppdrag å utvikle nettstedet NRK.no. De tre basistjenestene de foreslo å starte med kan virke beskjedne i dag: En nyhetstjeneste basert på NRKs store redaksjonelle stab, mulighet for tekstsøk i NRKs arkiver og utsending av radioprogram på bestilling.

Det er umulig å si hvilken posisjon NRK hadde erobret i det norske markedet for nettaviser dersom kringkastingssjef Einar Førde hadde gitt klarsignal for forslagene. 10. oktober 1995 ble VG-nett etablert, og det var denne nettavisen som de neste femten årene ble den dominerende aktør i dette markedet. Fortsatt er imidlertid rapporten fra 1995 interessant lesning som forteller mye om hvordan en tenkte om internett i en stor norsk mediebedrift på den tida.

Einar Førde hadde andre planer og måtte prioritere hardhendt. Etter lanseringen av den nye trekanalradioen under slagordet "Einar i tre kanalar", stod NRK foran etableringen av enda en fjernsynskanal, NRKTO. Med Stein Roger Bull som kanalsjef ble det fram mot lansering 1. september 1996 satset på en profil som skulle være "ung og tung", det vil si å satse både på det ungdommelige og det tunge kulturstoffet. NRKTO hadde en tung start når det gjaldt oppslutning. Høsten 1996 kom registrerte seere sjeldent over 100.000, men oppslutningen økte sakte, og i mars 1997 passerte kanalen TV3 og lå omtrent likt med TVNorge med et seertall rundt 200.000 på de mest sette programmene. Trond-Viggo Torgersen, som hadde ledet åpningsshowet i NRKTO, var kanalsjef i 1997 og 1998.

## Reality-generasjonen (2000-tallet)

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Reality-generasjonen \(2000-talet\) \(76979\)](#)



Reality-TV / video

<http://ndla.no/nb/node/76897>

Kva er privat og kva er offentleg?

Det viktigaste kjenneteiknet ved 2000-talet er at skiljet mellom det private og offentlige blir viska ut. Det første verkelegheitsdramaet i Noreg, Robinsonekspedisjonen, blei produsert av Strix Televisjon og sendt på TV3 i 1999.

Mannen bak konseptet er briten Charlie Parsons, og eigar av formatet er Castaway Television Productions. Det litterære forbildet er ei blanding av Robinson Crusoe og Fluenes herre. Nokre menneske blir utan mat sende til ei sørhavssøy med berre eitt valfritt hjelpemiddel. Dei blir først delte inn i to lag som må kjempe mot kvarandre. Etter kvar konkurranse må det tapande laget velje ein deltakar som blir send heim. Når halvparten av deltakarane er sende heim, går ein over til individuelle konkurransar inntil ein av deltakarane står tilbake som vinner.

Ein flom av reality-seriar

Det var også i 1999 at nederlendaren John de Mol og produksjonsselskapet Endemol produserte den første Big Brother-serien, som TVNorge sende her i landet frå 2001. Også Big Brother har ein littær allusjon, nemleg til George Orwells roman 1984, der han framstår eit samfunn der alt privatliv er forbode og "storebror ser deg".



Hugselappen

**På 2000-talet blei skiljet mellom det offentlege og det private viska ut.**

**Alle TV-kanalane sende reality-seriar der "vanlege folk" var hovudpersonar.**

**TV-selskapa konkurrerte om rettane til sportssendingane.**

**Nye betalings-kanalar blei etablert.**

**Ein ny riksdekkjande radiokanal, Kanal 4, kom på lufta.**



Kjetil Wang Hansen og Cathrine Lund deltok i TV 2s reality-serie Farmen i 2001.



Tine Helene Valle og Carl  
Eliassen blei vinnarane av  
TV3s reality-serien  
"Paradise Hotel" i 2010.

## NRK i endring



Mediehistorikar Henrik  
Bastiansen fortel om NRK si  
historie på 2000-talet.



Nyhetsmeldinger fra  
NRK Alltid nyheter. /  
audio  
<http://ndla.no/nb/node/75874>



NRK starta eigen barnekanal  
– NRK Super



NRK Super på radio  
/ audio  
<http://ndla.no/nb/node/76917>

## Betalings-TV



På 2000-talet fekk sjåarane  
moglegheit til å kjøpe  
spesielle TV-tenester på  
betalings-TV.



Dei kommersielle TV-  
kanalane kritiserte NRK for å  
undergrave reklameforbodet  
ved å la sponsorar betale for  
store sportssendingar.

Tolv deltakarar i tjueåra av begge kjønn blei plasserte i brakker på Fornebu. Serien må seiast å vere nyskapande først og fremst gjennom sin store grad av interaktivitet. I tillegg til dei redigerte TV-sendingane kunne publikum følgje deltakarane via Internett heile døgnet. På enkelte arbeidsplassar kunne det meldast om at nettet blei overbelasta, særleg når nokon av deltakarane skulle dusje eller hadde sex. Det var også publikum som stemte fram vinnarane ved hjelp av SMS og faks. I den første finalen i slutten av mai 2001 blei det sendt inn 2,7 millionar stemmer.

Også TV2 og NRK følgde opp med produksjon av seriar med verkelegheitsfjernsyn. TV2 i 2001 med Farmen, eit format utvikla av Strix Televisjon. Konseptet går ut på at 12 – 14 menneske blir sette 100 år tilbake i tid på ein gard utan moderne hjelpemiddel. Der skal dei overleve ved å samarbeide så godt som mogeleg. Kvar veke blir den deltakaren som klarer seg därlegast i dei innlagde konkurransane med dei andre send heim.

NRK1 sende vinteren 2003 Eldrebølgen, der dei tolv deltakarane, som alle var eldre enn 62 år, saman skulle setje opp ein revy i løpet av ti veker. Opptaka skjedde på den nedlagde Solhov folkehøgskole på Lyngseidet i Lyngen. I tillegg til dei redigerte fjernsynsepisodane blei det lagt ut mykje tilleggsmateriale på nettet. Men her blei naturlegvis ikkje deltakarane stemde ut, dei skulle jo alle vere med på framføringa av den avsluttande revyførestillinga.

Verkelegheitsseriane på fjernsyn er ein samansett type program. I løpet av det første tiåret av 2000-talet er det registrert lansert 52 seriar som kan falle inn under denne nemninga på dei største norske fjernsynskanalane. Hovudtyngda av desse er send på dei tre kommersielle kanalane, med 17 på TVNorge, 16 på TV2, og 15 på TV3. Hovudtyngda av nylanseringar skjedde mellom 2004 og 2007.

Nokre av verkelegheitsseriane, som 71° nord på TVNorge, der ei gruppe menneske skal ta seg fram gjennom Noreg frå Lindesnes til Nordkapp, har blitt fast inventar i kanalens programskjema, mens seriar som Harem (2001) og Kråkeslottet (2002), begge produserte av Strix Televisjon AS for TV3, blei floppar med låge sjåartal, og tekne av sendeskjemaet etter berre éin sesong.

## Kamp om retten til sportssendingar

Kringkasting etter 2000 dreier seg naturlegvis ikkje berre om verkeleghetsseriane. Også rettane til å sende dei mest populære sportshendingane har det vore stor kamp om mellom dei ulike fjernsynskanalane.

Heilt frå kringkastinga sin barndom har direktesend dekning av dei store idrettshendingane vore blant dei mest populære programminnslaga. Med fjernsynet blei dette endå meir forsterka. Og då vi frå 1990-åra fekk kommersielle TV-kanalar, førde dette til at dei mest attraktive idrettane kunne dra nytte av dette ved å selje rettane til å sende frå sine arrangement til langt høgare prisar enn tidlegare.

Frå 29. november 1969 sende NRK ein av kampane frå engelske Premier League i fotball samtidig som sjåarane med eit lite pling blei gjort merksame på utviklinga i dei andre kampane på vekekupongen frå Norsk Tipping AS. TV2 prøvde først å bygge opp interesse rundt "nye" norske fjernsynsidrettar som basketball og sykkelrittet Tour de France. Ved at TV2 er medlem av Den Europeiske Kringkastingsunionen (EBU), har dei saman med NRK gjennom denne organisasjonen hatt tilgang til ein del av dei same sportsrettane. Ved VM på ski i 1999 konkurrerte dei to kanalane om å dekkje dei same øvingane. EM i fotball i 2000 var TV2s første store internasjonale meisterskap.

Etter kvart kan det synast som om TV2 fann ein profil som kanalen for ballidrett, med sterkt satsing på fotball og kjøp av alle rettar til internasjonale meisterskap i handball, både for menn og kvinner. NRK har på si side konsentrert seg om dei individuelle vinteridrettane og friidrett.

Sommaren 2005 skjedde det likevel ei dramatisk endring i situasjonen, då TV2 og Telenor kunne offentleggjere at dei saman hadde kjøpt rettane til å sende nesten all norsk fotball dei neste tre-fire åra. Avtalen var unik fordi den hadde som føresetnad at alle kampane i eliteserien i fotball for menn skulle sendast direkte, anten på fjernsyn (TV2 og Canal Digital) eller på Internett. I 2005 lanserte dessutan TV2 og Telenor Broadcast Holding saman sports- og underhaldningskanalen TV2 Zebra, som i 2007 blei delt i to kanalar ved at TV2 Sport blei skilt ut som eigen betalingskanal. I 2006 produserte TV2 222 fotballkamper.

Som ei motvekt til samarbeidet mellom Telenor og TV2 etablerte NRK og MTG Viasat SportN, som blei ein betalingskanal hausten 2005. Kanalen erstatta Viasat Sport 1, og blei drifta av Mediatec Broadcast. Kanalen blei lagd ned hausten 2009, og alle rettane overførde til Viasat Sport. MTG har i 2010 sikra seg rettane til UEFA Champions League, UEFA Europe League og den engelske FA-cupen. TV2 har sikra seg rettane til den norske tippeligaen (saman med SBS) og Premier League. I 2012 blir det garantert ein ny bodrunde når rettane til å sende Champions League, EFA Europe League og Tippeligaen for dei neste tre åra blir lagde ut for sal.

I 2001 overtek Høgre-politikaren John G. Bernander som kringkastingssjef etter sosialdemokraten Einar Førde. Med sin bakgrunn frå privat næringsliv klarer han å følgje opp intensjonane til forgjengaren om å skape balanse i regnskapa.

Sendeskjema og programskaping vert skilt

I 2000 skjer det ei større omorganisering av NRK. Som ein konsekvens av at forskjellane når det gjeld produksjonen av radio- og fjernsynsprogram i konvergensens tidsalder blir stadig mindre, blir også det organisatoriske skiljet mellom media oppløyst. I staden blir det innført eit skilje mellom dei som legg opp sendeskjema og dei som marknadsfører resultatet, dei såkalla "bestillarane" i Kringkastar og dei programskapande avdelingane. Framleis blir dei "nye" media enno i to år organiserte i ein eigen divisjon, NRK Futurum.

Den største endringa i programtilbodet for NRK på 2000-talet er etableringa av NRK3 hausten 2007. På dagtid heiter kanalen NRK Super, med eit tilbod 13 timer dagleg til barn og unge.

På kveldstid skal kanalen vere ein underhaldningskanal for vaksen ungdom. I samband med etableringa av NRK3 blei NRK2 omdanna til en kanal for fakta- og aktualitetsstoff, og dessutan kulturprogram. Nokre vil hevde at kanalen slapp å vere "ung", og kunne konsentrere seg om å vere "tung".

NRK førde vidare den såkalla "gullrekka" på fredagskveldane med musikkleiken "Beat for beat", det aktualitetsorienterte satireprogrammet "Nytt på nytt" og talkshowet med Fredrik Skavlan som programleiar. Med Robert Stoltenberg i alle sentrale roller fikk NRK i 2002 ein utruleg suksess med "Borettslaget". Hausten 2007 følgjer NRKs dramaavdeling opp med "Berlinpoplene", basert på romanane til Anne B. Ragde. Og i 2008 kjem "Himmelblå", serien som samla 1,3 millionar sjårarar framfor TV-skjermen på det meste.

### Betalingskanalane gjer sitt inntog

Med sviktande reklameinntekter satsar TV2 på etablering av fleire betalingskanalar. I 2006 blir TV2 filmkanalen lansert, og året etter følgjer den hittil einaste reine nyheitskanalen i Noreg på fjernsyn, TV2 Nyhetskanalen.

I 2007 erstattar også Alf Hildrum frå A-pressen Kåre Valebrokk som administrerande direktør. I 2008 annonserer den nye direktøren eit kostnadskutt på 150 millionar kroner. Då hadde dei allereie selt tapsprosjektet Kanal 24 til SBS Radio. TV2 hadde i 2003 kjøpt Nettavisen. Dei døypte nettstaden TV2 Nettavisen, som i 2006 blei endra tilbake til Nettavisen. I 2008 ble det gjennomført ein full integrasjon mellom TV-nyheitene og nettredaksjonen. TV2 selde i 2009 selskapet til sine eigne eigarar Egmont og A-pressen. I 2009 lanserte TV2 Science Fiction på nett-TV og via UNINETT til høgskolar og universitet. Hausten 2010 ble TV2 Bliss lansert som ein kanal for drama, dokusåper, reality og filmar.

### Ei konsekvensrunde med forviklingar

Då P4 Radio hele Norge i 2003 etter ti års drift skulle fornye konsesjonen sin, blei han – uventa for mange - *ikkje* fornya. I staden gjekk konsesjonen til å sende på det fjerde FM-sendenettet til Kanal 4. Bak Kanal 4 stod avisene Adresseavisen (16,67 %), Agderposten (11,27 %), Fædrelandsvennen (16,67 %), Gudbrandsdølen Dagningen (11, 18 %), Harstad Tidende (13 %), Mediehuset Vårt Land (11,27 %), Norsk Telegrambyrå (5 %) og 21st Venture (11,27 %).

Det er liten tvil om at denne gruppa overtok konsesjonen fordi søknaden deira lovde å lage ein kommersiell radiokanal som i større grad enn P4 tilfredsstilte det allmennkringkastaransvaret som Kulturdepartementet etterlyste. Som plaster på såret fekk P4 den nye konsesjonen for den femte riksdekkjande frekvensen i FM-nettet.

Trass i dårligare dekningsgrad heldt P4 langt på veg fast på sin marknadsdel. Lyttarane var lojale, vende seg bort frå Kanal 4, som etter ein rettstvist med P4 måtte kalle seg Kanal 24, og skrudde seg fram til den nye frekvensen til P4. Hausten 2004 hadde P4 framleis ein marknadsdel på 23,5 %, mens Kanal 24 ikkje hadde tilrana seg meir enn 5,4 %. Mens pengane i stort tempo rann ut av kassa, trekte den eine etter den andre av eigarane seg ut av radiokanalen og selde sin eigardel til TV2, som også hadde søkt på radiokonsesjonen. Etter først å ha blitt eineeigar, selde så TV2 kanalen med konsesjon og det heile med store bokførde tap til SBS Radio.

# Mediekonvergens (2010 -)

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Mediekonvergens \(2010– \) \(76669\)](#)



Mediekonvergens: Tanja Storsul / video

<http://ndla.no/nb/node/69476>

Hva er konvergens?

Begrepet *konvergens* er i utgangspunktet et begrep hentet fra matematikken, der det betyr at kurver nærmer seg hverandre for til slutt å gå sammen. Hovedforutsetningen for konvergens innen medie- og kommunikasjonsmarkedet er at alle medieuttrykk kan formuleres i to-tallssystemet, i 0 og 1.

I utredningen "Konvergens. Sammensmelting av tele- data og mediesektoren" fra 1999 skisseres det en utvikling der de ulike tjenester etter hvert vil gå mot mer eller mindre sammennevde informasjons- og kommunikasjonstjenester. I utredningen heter det blant annet at vi i en framtidig digital mediehverdag vil kunne "surfe på Internett via det tradisjonelle fjernsynsapparatet i stuen" eller "se på fjernsyn via PC".



Huskelappen

**Mediekonvergens betyr at ulike medier nærmer seg hverandre og smelter sammen.**

**Radio og TV har egne hjemmesider og bruker også sosiale medier som formidlingskanal.**

**Noen aviser har egen nett-TV.**

**Digital Audio Broadcast (DAB) er et digitalt radioformat som det er meningen at skal erstatte sendinger over FM-båndet etter hvert.**

**DAB-radio gjør det mulig å etablere mange nisjekanaler.**

Digital lyd



Lær mer om digital lyd.



I 1996 ble et eget selskap, Norkring AS, etablert, der Telenor kjøpte 40 % av aksjene. Selskapet overtok NRKs bakkebaserte programlinjenett og tilbød på kommersiell basis nettet til alle som hadde konsesjon til å drive kringkasting i Norge.

### Valget er ditt



Interaktiv TV gir seerne mulighet til å komponere sitt eget TV-program.

### Veien videre?

I [NOU 1999:26](#) heter det:

Konvergensiutviklingen medfører at omfanget av innholdstilbud øker dramatisk. Paradoksalt nok styrker dette begrunnelsen for å opprettholde et allmennkringkastertilbud.

Konvergensiutviklingen vil med nødvendighet innebære en globalisering og kommersialisering av tilbuddet av radio- og fjernsynstjenester.

I denne situasjonen vil allmennkringkastern

e kunne fylle en rolle som viktige korrektiver til det markedet selv vil frembringe av tjenester.

Konvergensutvalget identifiserer fire dimensjoner ved konvergens i media:

1. *Tjenestekonvergens* innebærer at de ulike tjenestene henter formelementer fra hverandre, og at det utvikles stadig flere interaktive tjenester.
2. *Nettkonvergens* betyr at infrastrukturene i praksis kan understøtte alle typer digitale informasjons- og kommunikasjonstjenester, samt at distribusjonsnettene bygges ut med returkanaler slik at brukerne kan kommunisere direkte med tilbyderne av tjenestene.
3. *Terminalkonvergens* betyr at selve mottakerapparatene blir digitale, og at de dermed kan motta både radio, fjernsyn og Internett, samt spille CD-er, DVD-er og ulike typer spill.
4. *Markedskonvergens* følger som en naturlig konsekvens, nemlig at økonomiske sektorer som tidligere var relativt klart atskilte fra hverandre, som aviser, kringkasting og spill-leverandører, nå må konkurrere om de samme kundene.

### Sendenettet for radio digitaliseres

Siden 1941 hadde NRK hatt ansvaret for sitt eget sendenett, og de ansatte i Telegrafverket med ansvar for linjenettet ble av nazistene overført til NRK i en egen teknisk avdeling. Dels fordi det fra 1990-årene ble etablert flere kringkassingsselskaper, dels fordi NRK hadde akutt behov for større inntekter, ble det i 1996 etablert et eget selskap, Norkring AS, der Telenor kjøpte 40 % av aksjene. Selskapet overtok NRKs bakkebaserte programlinjenett og tilbød på kommersiell basis nettet til alle som hadde konsesjon til å drive kringkasting i Norge. Fra 1999 overtok Telenor alle aksjene i selskapet.

For overgang til digitale radiosendinger valgte Norkring i samarbeid med kringkassingsselskapene standarden Digital Audio Broadcast (DAB), som var blitt utviklet mellom 1981 og 2000 som en del av EUs forskningsprosjekt Eureka 147. De første prøvesendingene med DAB ble startet allerede i 1994. Selv om arealdekningen for DAB fortsatt (2010) er lav, er det rundt 80 % av befolkningen som kan motta DAB-sendinger. Men så lenge FM-sendingene har 99,95 % arealdekning, og lydkvaliteten oppfattes som tilfredsstillende av radiolytterne, har det vært begrenset interesse for kjøp av DAB-mottakere i det norske markedet, og den politiske viljen til å slukke det analoge FM-nettet er tilsvarende lav.

### Systematisk målgruppetenkning

Bak NRKs lansering av sin nye trekanalradio i 1993 lå det klare tanker om segmentering av ulike markeder for de ulike radiokanalene. Dette var en tankegang som brøt tvert med den tradisjonelle programmeringen av en allmennkringkaster, som skulle presentere "litt for enhver smak". Etter en time med musikk skulle det følge et verbalprogram, etter en halvtimes barneprogram skulle det følge noe for de eldre.

Inspirert blant annet av australiske ABC tok radiodirektør Tor Fuglevik denne tanken helt ut da han i 1995 lanserte Alltid Klassisk som verdens første heldigitale radiokanal, og i 1997 Alltid Nyheter. Dette var kanaler som skulle sende samme type innhold hele døgnet. Kanalmangfoldet skulle føre til at det var lytterne som valgte hva de ville høre på i stedet for at en på samme kanal skulle dekke alle interesser.

### Mediekonvergens i praksis

DAB-nettet muliggjorde lansering av flere kanaler. I 1999 kom NRK Sami Radio, sommeren 2000 NRK mP3 med litt tøffere musikk enn Petre sendte, og høsten 2000 NRK Urørt med Petrelytternes egne musikkopptak. Det samme året ble NRK Stortinget lansert med direkte sending av alle forhandlinger i nasjonalforsamlingen. I 2004 ble Alltid Folkemusikk lansert som NRKs tiende radiokanal, i 2005 fulgte NRK P1 Oslofjord, i 2006 retrokanalen NRK Gull og i 2007 Alltid Jazz. Alle kanaler hovedsakelig distribuert på DAB og Internett.

Omleggingen av linjenettet for fjernsynssendinger fra analogt til digitalt har hatt et langt raskere tempo. I 2002 etablerte NRK og TV2 Norges televisjon AS (NTV) med sikte på å skaffe seg konsesjon for å etablere og drive Norges framtidige bakkenett for digital-TV. Høsten 2005 trådte Telenor inn som likestilt medeier i selskapet. Sommeren 2006 fikk selskapet for 15 år av Samferdselsdepartementet tildelt konsesjon for utbygging og drift av et digitalt bakkenett. Norkring har stått som teknisk utbygger, mens RiksTV, som er eid av TV2, NRK Aktivum og Telenor, har ansvaret for å tilby betal-TV-pakker i NTVs bakkenett. NRK er pliktig til å tilby sitt allmennkringkastingstilbud gratis i bakkenettet. Slukkingen av det analoge bakkenettet startet i Rogaland høsten 2007, og i 2010 er prosessen avsluttet for hele landet. Etter analog slukking monteres det nytt utstyr i de 430 sendepunktene og de 531 småsenderne i satellittskyggen for å kunne utvide tilbuddet ved også å ta i bruk de frigjorte frekvensene brukt til analog distribusjon.

Med Internett som en felles base har de ulike mediene hentet mange former fra hverandre. Kringkastingsselskapene har måttet lære seg å publisere skriftlig informasjon, mens avisenes nettsteder i stadig økende grad bringer lyd- og videoinnhold på sine nettsider.

Distribusjonsnettene er også bygget ut med returkanaler slik at brukerne kan kommunisere direkte med tilbyderne av tjenestene. Gjennom slukkingen av det analoge linjenettet for overføring av fjernsynssignaler er alle brukere av tjenestene i Norge nå knyttet til ett eller flere digitale nettverk. Og store økonomiske aktører som Telenor, Modern Times Group (MTG), ProSiebenSat 1 Media, Schibsted, Egmont og A-pressen er engasjert på flere medieplattformer, og noen av dem forsøker å utvikle en såkalt vertikal integrasjon, det vil si å få kontroll med flest mulig ledd i verdikjeden.

### De sosiale medienes inntog

Det har imidlertid også kommet en helt ny type tilbydere av medier på banen, nemlig de selskapene som har spesialisert seg på å utvikle såkalte sosiale medier. En gjengs definisjon av sosiale medier er at det er ulike tilbud på Internett som kjennetegnes ved at brukerne deler innhold med hverandre. I motsetning til i tradisjonelle medier er det brukerne som setter føringen for hva innholdet skal være. Vi sier at innholdet er *brukergenerert*.

# Oppgavesamling

## Finn fakta

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Finn fakta \(77064\)](#)

Oppgave: Lag en faktaoversikt

Italieneren Guglielmo Marconi og canadieren Reginald Fessenden var to av pionerene som eksperimenterte med å overføre lyd over store avstander ved hjelp av radiobølger.

Bruk ulike søkermotorer på Internett til å lage en oversikt over forsøkene i perioden 1880–1920 på å distribuere innhold over en viss distanse på radiobølger. Oversikten skal inneholde fakta om:

1. Når begivenheten fant sted.
2. Hvem som utførte eksperimentet.
3. Hvilken distanse sendingen gikk over.
4. Hva slags teknisk utstyr som ble benyttet.

Fyll inn resultatet i en tabell som den nedenfor:

Når	Hvem	Distanse	Utstyr
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-



Tidsbruk  
1 time

Ressurser  
Aktuelle navn

- Guglielmo Marconi
- Lee De Forest
- Ambrose Fleming
- Reginald Fessenden
- David Sarnoff

[History of radio](#)

Egenvurdering  
– Sammenlign tabellen din med opplysningene de andre i klassen har funnet fram til. Er dine fakta korrekte?

# Skriv et essay

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Skriv et essay \(77066\)](#)



Oppgave: Offentlig kringkastingsmonopol

Skriv et essay der du belyser følgende temaer:

1. De viktigste årsakene til at Stortinget i 1933 valgte å etablere et offentlig kringkastingsmonopol i Norge.
2. Hvilke intensjoner som lå bak regjeringens oppmykning av NRK-monopolet høsten 1981, og hvordan resultatet ble i forhold til intensjonene.

Tidsbruk

2 timer

Ressurser

[Etableringsperioden](#)

[Monopoloppløsning](#)

[Essay](#)

Egenvurdering

– Tilfredsstiller teksten din kravene til sjangeren "essay"?

– Gir teksten din leserne innsikt i årsakene til at kringkastingsmonopol et ble opprettet og avviklet?

## Hold et foredrag

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Hold et foredrag \(77071\)](#)



### Oppgave: Digitalisering og mediekonvergens

Du er invitert til å holde et foredrag for pensjonistforeningen på hjemstedet ditt om dagens medieutvikling med hovedvekt på digitalisering og mediekonvergens.

1. Lag et manus med momenter du vil ha med i foredraget.
2. Lag en powerpointframvisning med tekst, bilder, lyd og video som støtter opp rundt den muntlige presentasjonen.

Tidsbruk

5 timer

Ressurser

[Mediekonvergens](#)

[NOU 1999: 26](#)

[Mediekonvergens](#)

Egenvurdering

- Har du fått med de viktigste momentene?
- Er du fornøyd med den visuelle framstillingen?
- Er foredraget ditt tilpasset mottakerne?

# Analyser statistiske data

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Analyser statistiske data \(77121\)](#)



## Oppgave: Statistiske data om medieutvikling

De offentlig eide allmennkringkasterne har fått konkurranse av privateide kommersielle mediebedrifter over hele Europa.

Bruk tilgjengelig statistikk på nettsiden til *Medienorge* til å beskrive utviklingen av de ulike TV-aktørenes markedsandeler og seertall i Norge i 2009 og 2010.

Sammenlign forholdene i Norge med forholdene i minst to andre europeiske land.

Hvordan vil du forklare de forskjellene du finner?



Tidsbruk  
2 timer

Ressurser

[Medienorge](#)  
[TNS gallup](#)

Egenvurdering

- Er dataene du har funnet relevante?
- Er dataene du har funnet sammenlignbare?

# Radioen i endring

Forfatter: Øyvind Høie, Ragna Marie Tørdal

[Radioen i endring \(124308\)](#)



Tid

2 timer, inklusiv 15  
min til presentasjon

Vanskegrad

middels



Presenter for klassen

Lag en presentasjon for klassen om norsk radiohistorie.

I presentasjonen skal du legge vekt på følgende:

- den tekniske utviklingen
- hvordan programformatene har endret seg
- hvordan målgruppen har endret seg

Bruk bilder og lydklipp fra NDLA eller andre nettsteder som eksempler.

# Lag en radiodokumentar

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[Lag en radiodokumentar \(77083\)](#)



SCANPIX

En glad ungdomsgjeng på bergenstoget i 1952. Kurer reiseradio og en sigarett hører med til kosen.

## Oppgave: Dokumentar om radioens gullalder

Du skal lage en radiodokumentar på maksimum fem minutter om radioens gullalder. Dokumentaren skal bestå av intervju med en eller flere personer som forteller om hvilke programmer de lyttet til, og hva radioen betydde for dem på 1950-tallet.

Tenk nøye gjennom hvilke personer du vil intervju. Intervjuobjektene bør være flinke til å fortelle. Et tips er å starte intervjuet med å spille av klipp fra populære 50-tallsprogrammer og be intervjuobjektene fortelle om egne opplevelser knyttet til det de hører.

Les inn introduksjon, blokker og avslutning.

Søk på nettet og se om du kan finne 50-tallsmusikk eller andre lydeffekter med Creative Commons-lisensiering som du kan bruke.

Rediger kommentarer, musikkklipp og intervjuer sammen ved hjelp av et lydredigeringsprogram.

Dersom du velger å publisere radiodokumentaren din som en podcast, kan du dele den med oss på NDLA-delingsarena.



Tidsbruk

5 timer

Ressurser

[Radioens gullalder](#)

[Radiosjangre](#)



Gullalderen i norsk radiohistorie / audio

<http://ndla.no/nb/node/72586>

[Lydredigering](#)



Intervjuteknikk / video

<http://ndla.no/nb/node/66860>

**NRK-klipp fra 50-tallet**



Hjallis blir olympisk mester / audio

<http://ndla.no/nb/node/77111>



God aften, mitt  
navn er Cox / audio  
[http://ndla.no/nb/node/77  
113](http://ndla.no/nb/node/77_113)



Rolf Kirkvaag i  
Store studio / audio  
[http://ndla.no/nb/node/77  
114](http://ndla.no/nb/node/77_114)



Flom i Nederland /  
audio  
[http://ndla.no/nb/node/77  
109](http://ndla.no/nb/node/77_109)



Hallesby taler om  
helvete / audio  
[http://ndla.no/nb/node/77  
110](http://ndla.no/nb/node/77_110)



Tidssignal / audio  
[http://ndla.no/nb/node/77  
115](http://ndla.no/nb/node/77_115)

#### Egenvurdering

- Gir intervjuene et godt innblikk i radioens stilling på 1950-tallet?
- Er kvaliteten på lydopptakene god nok?

– Er du fornøyd med  
redigeringsarbeidet?

## Musikk lisensiert public domain eller Creative Commons

På nettstedet *Mediana* har Jon Hoem fra Mediesenteret i Bergen laget en oversikt over hvor du kan finne musikk du lovlige kan bruke i radio- og videoproduksjoner:

[Gratis musikk](#)

# Tidslinje - norsk radio- og fjernsynshistorie

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Tidslinje – norsk radio- og fjernsynshistorie \(96185\)](#)



Tid  
5 timer

Vanskegrad  
middels

Ressurser  
Interaktiv tidsreise  
gjennom [norsk radio- og fjernsynshistorie](#)

[Tidslinjeverktøyet](#)  
[Dipity](#)

Mediarkiv



Mediarkiv –  
mediehistorisk  
tidslinje / veiledning  
<http://ndla.no/nb/node/96220>

[Slik bruker du Dipity](#)

Eksempel på tidslinje:  
[Internasjonal filmhistorie](#)



### Oppdrag: Lag en faktabasert tidslinje

Start med å sette deg grundig inn i norsk radio- og fjernsynshistorie, enten ved å følge de to ungdommene rundt i NRKs historiske arkiv, eller ved å studere beskrivelsen av de ti epokene i kringkastingens historie.

Bruk deretter tidslinjeverktøyet Dipity til å lage en faktabasert oversikt over norsk radio- og fjernsynshistorie. Lag korte tekster og suppler med bilder, illustrasjoner, videoklipp m.m.

Oversikten skal inneholde følgende fakta:

- Informasjon om tekniske oppfinnelser og oppfinnere
- Informasjon om mottakerapparater
- Informasjon om lytter- og seertall i ulike perioder
- Informasjon om sentrale personer i kringkastingens historie
- Informasjon om viktige begivenheter i kringkastingens historie

# Filmens historie

## Filmens første år

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Filmens første år \(80309\)](#)



Filmfremviseren vitaskopet ble for første gang demonstrert i 1895 av Charles Jenkins og Thomas Armat. Det var en modifisert versjon av Jenkins phantoscope som viste bilder på en skjerm ved hjelp av elektrisk lys.

### Fra stillbilde til levende bilder

Levende bilder ble oppdaget av Eadweard Muybridge i 1878. Han tok en serie stillbilder av en hest i fart, og disse bildene kunne settes sammen slik at det hele fremsto som "levende".

Ved å kombinere filmen fra Kinetoskopet med projeksjonen fra Laterna Magica utviklet brødrene Auguste og Louis Lumière i 1895 sitt eget system for visning av film, *kinematografen*. Kinematografen gjorde det mulig å vise film for et større publikum. I kinematografen føres filmen over valser med små tennere. Tennene tar tak i perforeringshullene i filmen og trekker den til åpningen bak prosjektorlinsen, kalt porten.

### Verdens første film

Verdens første film er bare noen få sekunder. Den ble filmet den 14. oktober i 1888 av den franske oppfinneren Louis Le Prince:



## Filmens første år / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/80309>

I ettertid er det imidlertid brødrene Lumière som har blitt stående som skaperne av "verdens første film". Filmen som dokumenterer arbeiderne som forlater Lumière-familiens fabrikk, ble imidlertid filmet i 1895:



### Huskelappen

**De første levende bildene ble fremstilt av Muybridge i 1878.**

**Louis Le Prince laget verdens første film i 1888.**

**Kinematografen ble utviklet av brødrene Lumière i 1895.**

### Ressurser



Eadweard Muybridge viste i 1878 de første bildene av en hest i bevegelse. Klikk på bildet for å få hesten til å løpe!



Brødrene Lumière sin kinematograf i 1895.



Denne dokumentaren  
er laget av Eric  
Rohmer:

## Filmens første år / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/80309>

I de første årene etter 1895 ble det hovedsakelig laget kortfilmer med dokumentarisk innhold.

[De franske  
filmskaperne Jean  
Renoir og Henri  
Langlois kommenterer  
noen av filmene til  
brødrene Lumière](#)

### Malteserkorset

I 1896 utviklet tyskeren Oskar Messter det såkalte *Malteserkorset*. Malteserkorset er forbundet med et rykkhjul som trekker ett og ett bilde fram til porten.



Klikk på bildet for å se  
hvordan mekanismen  
fungerer.

# Animasjonsfilm

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Animasjonsfilm \(80379\)](#)



Den franske vitenskapsmannen Charles-Émile Reynaud regnes som den første som viste noe som kan minne om animasjonsfilm.

## Bilder i bevegelse

*Animasjonsfilm* er en samlebetegnelse for ulike filmteknikker der filmskaperen skaper illusjon av bevegelse gjennom å manipulere motivet ved hjelp av enkeltbildeteknikk. (Kilde: Store norske leksikon). De første animasjonsfilmene var tegne- eller dokkefilmer, men i dag er det mest vanlig å bruke dataskapte figurer og miljøer.

All film skaper et inntrykk av bevegelse ved å vise stillbilder forløpende etter hverandre. Mens vanlig film har en opptakshastighet på 24 bilder i sekundet, bruker de som lager animasjonsfilm, normalt mye lengre tid per bilde.

Den franske vitenskapsmannen Charles-Émile Reynaud regnes som den første som viste noe som kan minne om animasjonsfilm. I 1877 oppfant Reynaud det såkalte [praxinoskopet](#). Dette var en innretning formet som en roterende trommel med en rekke speil rundt trommelens senter. Disse speilene reflekterte bilder på trommelens innside, og bildet kunne forstørres ved hjelp av optikk.

Reynaud utviklet praxinoskopet, blant annet slik at det ble mulig å bytte ut bildene, og han ble i stand til å arrangere verdens første offisielle visning av animasjonsfilm i 1892. Noen år etterpå kom imidlertid brødrene Lumière med kinematografen, og Reynauds oppfinnelse ble raskt utkonkurrert. Prinsippet for å vise film, det vil si å vise stillbilder i rask rekkefølge, har imidlertid vært det samme siden den gang.

## Tegnet animasjon

Tegnet animasjon er på mange måter den klassiske animasjonsfilmen. Bakgrunnen og figurene ble tegnet og overført til gjennomsiktige ark, som så ble plassert lagvis og avfotografert på et animasjonsbord. Dette er en svært arbeidskrevende prosess, og i dag er det svært få som bruker slike teknikker for å lage lengre animasjonsfilmer.

Toril Koves kortfilm *Min bestemor strøk kongens skjorter* er en ny film som benytter denne teknikken. Filmen ble laget i 1999 og nominert til Oscar. I begynnelsen av filmen ser vi et virkemiddel som kjennetegner mange tegnede animasjonsfilmer, nemlig framstillinger som er svært voldelige. I klippet ser vi en konge som blir halshugget, men fordi det hele er tegnet i en naiv stil, er det neppe noen som blir støtt av det.



## Huskelappen

**Animasjoner skaper illusjon av bevegelse gjennom å manipulere motivet ved hjelp av enkeltbildeteknikk.**

### Vi skiller mellom:

- tegnefilmer
- dokkefilmer
- dataanimerte filmer

**Stop-motion** eller **piksiasjon** er en animasjonsteknikk der en flytter på gjenstander og avfotograferer dem bilde for bilde.

**Motion-capturing** er en data teknikk der bevegelsene til en person overføres til en animert figur.

## Ressurser

24 bilder i sekundet er det som må til for å gi illusjonen av en jevn bevegelse, men animasjon kan gjøres med atskillig færre bilder per sekund.

Klikk på bildene nedenfor for å se to versjoner av en animasjon på seks bilder:

I dag er tegneprosessen i stor grad digitalisert, enten ved at håndtegnede originaler skannes inn, eller ved at det tegnes direkte på datamaskinen. Fargelegging skjer i dag nesten bare ved hjelp av dataverktøy.

### Stop-motion

Såkalt *stop-motion* eller *piksiasjon* er en animasjonsteknikk der en flytter på gjenstander og avfotograferer dem bilde for bilde. Denne teknikken brukes særlig i animasjon av figurer. Teknikken kan også brukes i kombinasjon med tegnede figurer. Det var denne teknikken som Lasse Gjertsen brukte da han laget videoen *Hyperactive* som ble en kjempehit på YouTube. Egentlig er dette en blandingsteknikk, siden videoen ikke er satt sammen av stillbilder, men av en lang rekke videoklipp.

### Dataanimasjon

Ved hjelp av datamaskiner lages det to- eller tredimensjonale modeller av karakterer, objekter og omgivelser, som manipuleres på forskjellige måter. Figurene som animeres, kan styres ved teknikker som minner om stop-motion, det vil si at filmskaperen bruker datamaskinen for å bestemme hvordan karakterene og "kameraet" skal bevege seg, og programvaren regner deretter ut hvordan de enkelte bildene blir. En slik teknikk ble brukt på den norske storsatsingen *Slipp Jimmy fri*. Med denne teknikken er det vanskelig å få bevegelsene til å flyte like godt som ved levende bilder.

En annen teknikk er såkalt *motion-capturing* der skuespillere har på seg drakter som registrerer bevegelsene deres. Dette mates inn i datamaskinen, som så bruker dataene for å gjenskape bevegelsene i form av en animasjon. [Se hvordan noen av disse teknikkene ble brukt i filmen "Avatar".](#)

### Animasjon og spesialeffekter

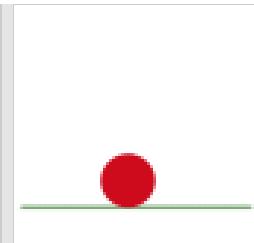
Et av de aller første eksemplene på hvordan animasjon ble brukt for å skape spesialeffekter, er Georges Méliès' kortfilm "Reisen til månen" (*Le Voyage dans la lune*) fra 1902. Et annet klassisk eksempel er *King Kong* fra 1933, der mange av scenene med kjempegorillaen er utført som dokkefilm.



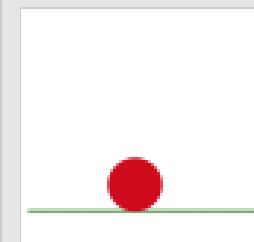
### King Kong 1933 opptrapping 4 / video

<http://ndl.no/nb/node/20669>

I 1915 utviklet animasjonsfilmpioneren Max Fleischer den såkalte rotoskop-teknikken der virkelige skuespillere og gjenstander ble tegnet av bilde for bilde. Dette skapte en mer virkelighetstro bevegelse. Teknikken ble blant annet brukt for å tegne Snehvit i Walt Disneys tegnefilm *Snehvit og de syv dvergene* (1937).

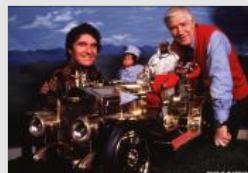


2 bilder pr.  
sekund.



10 bilder pr.  
sekund.

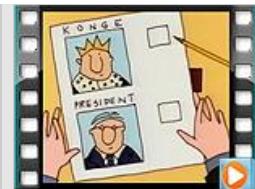
### Norsk animasjon



Flåklypa Grand Prix er den mest kjente av Ivo Capriolis dokkefilmer.



Norsk-kanadiske Torill Kove fikk Oscarprisen for tegnefilmen "Den danske dikteren". Hun har også laget tegnefilmen "Min bestemor strøk kongens skjorter".



Klikk på bildet for å se et kort sitat fra filmen "Min bestemor strøk kongens skjorter".



Den norske animasjonsfilmen "Slipp Jimmy fri" som handler om den narkomane elefanten Jimmy, ble nominert til Nordisk Råds Filmpolis 2006.

[Trailer: "Slipp Jimmy fri"](#)

### Spesialeffekter



Rotoskop-teknikken ble blant annet brukt for å tegne Snehvit i Walt Disney's tegnefilm "Snehvit og de syv dvergene" (1937)

# Fra stumfilm til lydfilm

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg, Ragna Marie Tørdal  
[Fra stumfilm til lydfilm \(96285\)](#)



## Fra stumfilm til lydfilm / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/96285>

### Hollywood-nostalgi

Den franske stumfilmen "The Artist" (2011) stakk av med hele fem Oscar-priser denne uka. Jean Dujardin fikk prisen for "beste mannlige hovedrolle", og Michel Hazanavicius vant prisen for beste regi. Fra før har filmen vunnet tre Golden Globe-priser. Handlingen i filmen er lagt til 1920-tallet i Hollywood og foregår i stumfilmens siste år og lydfilmens første. Mange var skeptiske til lydfilmen. De hevdet at lyd i film bare var en døgnflue.

### Stumfilmen

Begrepet *stumfilm* blir brukt om en film som kun inneholder bilder, ikke lydspor. I filmens første år var det vanlig at visningen av filmen ble akkompagnert av en pianist eller et orkester. I mange stumfilmer ble deler av fortellingen formidlet ved trykte tekstplakater, såkalte *mellomtekster*.

Stumfilmen hadde sin styrke i bruken av lys og skygge, og stumfilmens stjerner var mestere i å uttrykke følelser ved hjelp av gester, blikk og mimikk. Den mest kjente skuespilleren og filmregissøren fra stumfilmens tid er trolig Charlie Chaplin.

### Den første lydfilmen

Den danske kunsthistorikeren Rudolf Broby-Johansen mente at stumfilm var en "selvstendig kunstart som vil fortsette å leve uavhengig av de ytre tekniske fremskritt, på samme måte som billedhuggerkunsten". Men slik gikk det ikke. Den første lydfilmen, "The Jazz Singer", kom i 1927. I løpet av kort tid ble stumfilmen erstattet av lydfilm.

### Huskelappen

**En stumfilm består kun av bilder, ikke lydspor.**

**Stumfilmen bruker andre virkemidler enn lydfilmen.**

**Viktige virkemidler er blikk, mimikk, gester, lys, skygge og musikk.**

**Den første filmen med synkron lyd ble produsert i 1927.**

### Ressurser



Charlie Chaplin

[Chaplin Masterpiece Trailer](#)

Det norske publikum omfavnet lydfilmen, og de var også positive til den lille teksten som de måtte lese når utenlandske filmer ble vist. Lyden styrket kontinuiteten i filmfortellingen. For kinogjengeren ble filmen en totalopplevelse av levende bilder, ekte stemmer, naturlig bakgrunnslyd og synkronisert musikk.

### Lydfilmen inntar norske kinoer

Kinoens økonomi i Norge skrانتet på slutten av 1920-årene, som resten av økonomien i landet. Lydfilmen førte til økonomisk oppsving for film- og kinobransjen. Billettprisene økte, men folk strømmet likevel til kinolokalene. Norske filmer ble igjen populære, for eksempel Tancred Ibsens *Den store Barnedåpen*, *To levende og en død*, *Fant* og *Gjest Baardsen*.

Det som skiller moderne film fra de første lydfilmene, er at lydbildet har blitt mer omfattende. I dag tenker vi sjeldent over lyden i en film, den er bare en naturlig del av filmens handling og fortelling. For oss er film like mye lyd som bilde. Derfor er det fristende å tenke at det å lage stumfilm i 2011 kun handler om nostalgi.



Bilde fra den første  
lydfilmen – The Jazz  
Singer (1927)

### The Jazz Singer 1927

"Den store  
barnedåpen" av  
Tancred Ibsen er den  
første norske  
lydfilmen:

Den store  
barnedåpen

Til fordypning:  
Lydkonvensjoner i  
lydfilmen

# Ti epoker i filmens historie

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, Jon Hoem, Sissel Stokkedal

[Ti epoker i filmens historie \(108316\)](#)



**Filmspråket har utviklet seg kontinuerlig fra 1890-tallet og fram til i dag.**

I denne oversikten har vi likevel valgt å presentere ti viktige stilepoker i filmens historie.

Filmspråket avspeiler politiske og filosofiske strømninger i den perioden filmene har blitt til i.

Vi kan kjenne igjen stiltrekk fra tidligere epoker i filmer som produseres i dag.

I kapittelet "Medieuttrykk og medieanalyse" kan du lese mer om de ulike filmepekene.

I oversikten på denne siden finner du lenker som fører deg direkte til disse fagsidene.

**Bruk tilbakeknappen  
i nettleseren for å  
komme tilbake til  
denne  
oversiktssiden.**

## Resssurser

[Filmhistorie  
\(Wikipedia\)](#)

[Filmens historie  
\(SNL\)](#)

[Tidslinje: Internasjonal  
filmhistorie](#)



Berømt scene fra filmen  
"Panserkrysseren  
Potemkin" av Sergej  
Eisenstein.



Charlie Chaplin var både  
skuespiller og filmskaper.



Monsteret Frankenstein.



Fred Astaire og Ginger  
Rogers i filmen Swing Time  
(1936).



James Bond har forført  
vakre kvinner i over 50 år.



Julie Andrews i  
musikalfilmen The Sound  
of Music (1965).



Filmen Titanic erobret en  
hel verden.



Natural Born Killers av  
Oliver Stone (1994).

## Stumfilmen



Filmscene (1920)

Begrepet *stumfilm* blir brukt om en film som kun inneholder bilder, ikke lydspor. I filmens første år var det vanlig at visningen av filmen ble akkompagnert av en pianist eller et orkester. I mange stumfilmer ble deler av fortellingen formidlet ved trykte tekstplakater, såkalte mellomtekster. Stumfilmen hadde sin styrke i bruken av lys og skygge, og stumfilmens stjerner var mestere i å uttrykke følelser ved hjelp av gester, blikk og mimikk. [Les mer.](#)

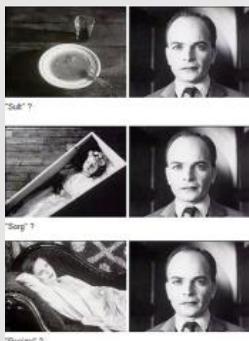
## Klassisk film



The Birth of a Nation  
(1915)

Det som ofte blir kalt den *klassiske fortellende filmen* er i særlig grad knyttet til den amerikanske filmen, slik denne ble utviklet i Hollywood i perioden fra rundt 1910 fram til slutten av 2. verdenskrig. Den klassiske filmen etablerte et sett med normer for hva som blir oppfattet som naturlig når vi ser fiksionsfortellinger på film. [Les mer.](#)

## Montasjefilm



*Montasje* handler om å oppnå en bestemt effekt gjennom å sette sammen flere elementer på en bestemt måte. Sammenkoblingen formidler da et annet budskap enn enkellementene. Innen film knyttes montasje spesielt til teknikker som ble utviklet av sovjetiske filmskapere på 1920-tallet. Noen ganger snakker en derfor om *sovjetisk montasjefilm*. [Les mer.](#)

Eksempel på montasje

## Ekspresjonistisk film



Dr. Caligaris Kabinett

Ekspresjonismen som stilretning innen filmen oppsto i Tyskland i tiden etter første verdenskrig, før nazistene tok makten på begynnelsen av 30-tallet. Det filmatiske uttrykket er i slekt med annen ekspresjonistisk kunst, særlig den modernistiske malerkunsten, med bruk av få detaljer og forvridde form. [Les mer.](#)

## Neorealisme og poetisk realisme



*Neorealismen* oppsto i Italia i tiden like etter 2. verdenskrig, som en reaksjon mot den klassiske filmen. I stedet for fantasifortellinger ville man lage filmer som viste vanlige mennesker og realistiske person- og miljøskildringer. I Frankrike kom realismen i filmen til uttrykk gjennom det som ble kalt *poetisk realisme*. [Les mer.](#)

Roma- åpen by (1945)

## Surrealistisk film



*Surrealisme* er en kunstretning som for alvor slo gjennom på 1920-tallet. Surrealistene tok utgangspunkt i det ubevisste som inspirasjon i kunsten. De var inspirert av psykoanalysen, slik denne ble utviklet av Sigmund Freud og hans elever. [Les mer.](#)

Surrealistisk bildekunst

## Film noir



Den tredje mannen (1949)

*Film noir* er en filmsjanger som hadde sin storhetstid i USA på 1940-tallet, men med viktige referanser til europeisk førkriegsfilmt. Felles for filmene i denne sjangeren er såkalt *low-key lyssetting*, som er kjennetegnet av tydelige skiller mellom lys og mørke. Et annet trekk er at mange av filmene henter handlingen fra detektivhistorier eller historier som på en eller annen måte handler om forbrytelser. [Les mer.](#)

## Fransk nybølgefilm



Hiroshima Mon Amour  
(1959)

På 1950-tallet dukker mer modernistiske tendenser frem hos unge franske filmregissører. De var optatt av film som kunstuttrykk, og så på regissøren som en kunstner som brukte sitt kamera på samme måte som forfatteren brukte pennen og maleren penselen. Filmene fikk et dokumentarisk preg, siden optakene skjedde på location, ikke i studio. [Les mer.](#)

## Postmodernistisk film



Simpsons

Mens de modernistiske filmskaperne stilte seg avvisende til massekulturen, gjør *postmodernistene* det motsatte. De kombinerer nytt og gammelt, høykultur og massekultur. Postmoderne filmskapere spiller på allusjoner (referanser) til kjente medietekster og ironiserer over både egne og andres verk. Resultatet er ofte et lekent og frodig uttrykk. [Les mer.](#)

## Dogmefilm



*Dogmefilm* er et konsept som ble introdusert i 1995 av en gruppe danske filmregissører som kalte seg *Dogme 95*. Gruppen ønsket å skape en motvekt mot kommersialiseringen og effektmakeri i film. For å oppnå dette laget de en rekke regler som skulle sikre enkelhet i filmene, og som regissørene måtte skrive under på. [Les mer.](#)

Idiotene (1998)

## Film i Det tredje riket

Forfatter: Nils Klevjer Aas, Norsk filminstitutt, Norgesfilm AS, Ragna Marie Tørdal

[Film i Det tredje riket \(137875\)](#)



Leni Riefenstahls film Viljens Triumf (Triumph des Willens) ble produsert på oppdrag for nazi-partiet NSDAP i 1934.

**Både Lenin og Goebbels skal ha uttalt at filmen er den viktigste av alle kunstarter. Den som har makt over filmen, har makt over folket.**

Tysk film ledende i Europa

I mellomkrigstida hadde Tyskland en ledende posisjon i europeisk film, både kunstnerisk og kommersielt. Den tyske filmindustrien var først og fremst basert på store produksjonsselskaper som laget kommersiell underholdningsfilm, men hadde også et betydelig innslag av såkalt «kulturfilm», det vi med et moderne uttrykk kan kalle opplysende dokumentarfilm.



Huskelappen

**Tyskland var en ledende filmnasjon i mellomkrigstida.**

**Film ble tidlig tatt i bruk som virkemiddel i undervisning, reklame og propaganda.**

**Nazistene tok kontroll over filmindustrien og påla alle kinoer å vise minst 9 minutter med propagandafilmer før hver forestilling.**

**Kjente filmkunstnere produserte propagandafilmer på oppdrag for nazistene.**

Film i opplæring og reklame

Tyskland var førende på verdensbasis når det gjelder å ta i bruk film som middel til opplæring og allmenn dannelses, og også i å utvikle tekniske innretninger som høyhastighetskameraer og stoppbildefotografering. Reise- og ekspedisjonsfilmer var en annen viktig dokumentarsjanger. Derfra var veien kort til bruk av film i reklame, valg- og sakpropaganda. Særlig på animasjonsfilmens område nådde tysk reklamefilm tidlig en ledende stilling.

Film som politisk verktøy

De politiske partiene oppdaget også filmen, særlig som virkemiddel i kampen om stemmene før viktige valg. Leni Riefenstahls berømte og beryktede reportasjefilmer fra rikspartidagene i Nürnberg, *Sieg des Glaubens* («Troens seier», 1933) og *Triumph des Willens* («Viljens triumf», 1934), er trolig de mest kjente eksemplene på filmer som ble produsert på oppdrag av NSDAP og fortinnsvis vist ved partiarrangementer.

Store industriforetagender, bransjeorganisasjoner og forsvarsgrener bestilte også opplysningsfilmer som ble tilbudt til kinooppsetting. Oppdragsfilmer betyddet jevn virksomhet, sikker sysselsetting og inntekter.

All filmframvisning på tyske kinoer skulle omfatte en «kulturfilm» på minst 250 meter (dvs. ca. 9 minutter). Det het at propagandafilmene skulle presentere «... det nye Tyskland med tyngde og verdighet overfor utlandet og vellykket vinne forståelse og anerkjennelse for Tyskland og dets verdier».



Filmregissør Leni Riefenstahl og kameramann Walter Frentz gjør filmopptak i Berlin i 1938. Riefenstahls filmer var et viktig ledd i nazipartiets propagandavirksomhet helt fra Hitler kom til makten i Tyskland i 1933 til krigen slutt i 1945.

Filmer av Leni Riefenstahl:

[Sieg des Glaubens \(1933\)](#)

[Triumph des Willens \(1934\)](#)

(dubbet på engelsk)

[Olympia – Fest der Völker \(1936\)](#)

En film om de olympiske leker i 1936.

I dette intervjuet gir Leni Riefenstahl uttrykk for at hun er lite fornøyd med filmen *Sieg des Glaubens*, ikke av politiske årsaker, men på grunn av filmens tekniske og estetiske kvalitet.



## Film i Det tredje riket / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/137875>

## Ensretting etter nazistiske mål

Det er liten tvil om at Goebbels, den nazistiske ministeren for «folkeopplysning og propaganda», så på filmen som et svært viktig middel til å påvirke stemninger og meninger i det tyske folket.

Da nazi-partiet NSDAP (Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei) overtok makten i Tyskland i 1933, ble Goebbels leder for det nyopprettede *Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda* («Riksministeriet for folkeopplysning og propaganda», RMVP), med ansvar for filmsensur og propagandafilm.

Goebbels sørget raskt for å sikre seg kontroll over den tyske filmbransjen. Formålet var å samordne og styre alle samfunnsområder mot de samme politiske og ideologiske målene. Denne ensrettingen av tysk film gjorde filmindustrien til et middel for å oppnå nazistenes mål og ble gjennomført med to viktige grep:

- Oppkjøp av aksjer i alle viktige filmforetak slik at staten kunne styre filmindustrien.
- Tvangsinnglemming av alle som arbeidet i filmsektoren i et Riksfilmkammer. Uten godkjenning av og medlemskap i Riksfilmkammeret fikk man ikke arbeid i bransjen.

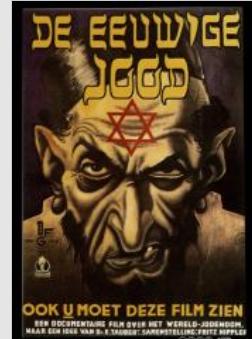


Hitler i samtale med propagandaminister Goebbels.

### Eksempel

#### [Der ewige Jude](#)

– tysk propagandafilm fra 1940



# Propaganda i filmaviser og ukerevyer

Forfatter: Nils Klevjer Aas, Norsk filminstitutt, Norgesfilm AS, Ragna Marie Tørdal

[Propaganda i filmaviser og ukerevyer \(137934\)](#)



Huskelappen

**En filmavis er en film med flere dokumentariske innslag fra samtiden.**

**De første filmavisene ble vist på kino ca. 1910.**

**Filmavisene var et viktig verktøy for propaganda og ble brukt til å mobilisere massene.**



## Propaganda i filmaviser og ukerevyer / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/137934>

I Tyskland ble filmaviser brukt til å spre nazistisk ideologi og mobilisere massene til krigsinnsats. Også i Norge ble filmaviser, som denne fra 1941, brukt som propaganda for den tyske okkupasjonsmakten.

**Aktualitetsfilmer i form av filmaviser oppstod allerede tidlig i filmhistorien. En filmavis er en film med flere dokumentariske innslag fra samtiden.**

De første kinoprogrammene bestod nettopp av reportasjefilm, som kinoeierne selv satte sammen av ulike korte reportasjestubber. Omkring 1910 begynte imidlertid de franske filmselskapene Pathé og Gaumont, og straks etter også engelske filmprodusenter, å sette sammen korte nyhetsfilmer til lengre filmaviser.

Filmaviser under 1. verdenskrig

Pioneravisene

Under første verdenskrig ble filmavisene viktige kanaler for propaganda og spredning av nasjonale synspunkter. På 1920-tallet utviklet det seg en egen filmnyhetsjournalistikk, med omreisende kameramenn som leverte stoff til sine respektive redaksjoner. Et dusin ukerevyer dannet det første internasjonale nettverket for formidling av nyheter gjennom levende bilder, en forløper for våre dagers CNN, Al Jazeera og andre nyhetskanaler på fjernsyn.

Filmavisene fikk et ytterligere oppsving gjennom lydfilmen. I Tyskland var fire lydfilmaviser i virksomhet fram til krigsutbruddet: *Ufa-Tonwoche*, *Deulig Tonwoche*, *Fox Tönende Wochenschau* og *Emelka-Ton-Woche*. Ukerevyene hadde en gjennomsnittlig lengde på 10 minutter og inneholdt normalt åtte til tolv ulike innslag, med «mennesker, dyr og sensasjoner» som gjennomgangstema.

Filmavisene ble ikke vist i egne forestillinger, men foran spillefilmer. En normal tysk kinoforestilling før og under den andre verdenskrig bestod derfor av reklame, den aktuelle filmavisen, en kulturfilm og en spillefilm.

De første filmavisene viste filmopptak fra store hendelser eller morsomme episoder.



### Propaganda i filmaviser og ukerevyer / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/137934>

Denne britiske Pathé-avisen fra 1913 viser hvordan kvinnesaksforkjemperen Emily Davison blir drept da hun går til angrep på kongens hest i det årlige Darby-løpet.

### Filmavisene mobiliserte massene

Selv om de ansvarlige redaktørene hevdet at ukerevyene var «tilbakeholdende i utvalget av politiske temaer og ga avkall på enhver tendens med pinlig nøyaktighet», mener filmhistorikere og statsvitere at de tyske lydfilmavisene i stigende grad innordnet seg de nye nazistiske makthaverne etter 1933. Innholdsanalyser tyder på at filmavisene dels bidro til å mobilisere den tyske befolkningen mentalt for en kommende krigstilstand, dels at de søkte å rettferdiggjøre den tyske gjenopprustningen, særlig etter 1935.

Først tett opp mot utbruddet av andre verdenskrig tok RMVP full kontroll over ukerevyene. I oktober 1938 forordnet propagandaministeriet at ukerevyen skulle være et obligatorisk innslag i alle kinoprogram i Tyskland. I januar 1939 ble en «ukerevy-sentral» opprettet under lederen for Riksfilmkammeret, Fritz Hippler. Sentralen planla, kom med utkast til og fordele temaer som de enkelte filmavisene brukte i sine nye utgaver.

### Lydfilmaviser



### Propaganda i filmaviser og ukerevyer / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/137934>

En av de første filmavisene med lyd var tyske *Deulig-Tonwoche*. Filmavisene bidro til å forberede den tyske befolkningen mentalt på en kommende krigstilstand.

## Filmaviser under 2. verdenskrig

Ved krigsutbruddet i september 1939 oppsto en «enhets-filmavis», med samme innhold, men under de enkelte firmaenes banner. Fra juni 1940 ble imidlertid alle ukerevyer slått sammen i *Die deutsche Wochenschau* (kjent som «DW»), som sto under direkte kontroll av RMVP og fikk sitt filmmaterial fra sivile og militære aktualitetsfotografer. I løpet av tre uker ble ukerevyene satt opp på samtlige av Tysklands ca. 5.500 kinoer.

Filmavisenes nyhetsdekning spilte en viktig rolle i den nazistiske krigføringen. Lederen for DW, Heinrich Roellenbleg, omtalte ukerevyen som «... en nødvendig bro fra fronten til hjemmet».



Den tyske soldaten Rudolf Nadler poserer for *Die deutsche Wochenschau* foran en brennende russisk tanks på østfronten i 1943.

Die deutsche Wochenschau 25. juni 1941: Tyskland proklamerer krig mot Sovjet.



## Propaganda i filmaviser og ukerevyer / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/137934>

Den engelske filmavisen *British Pathé* hedret også sine krigshelter, men de filmatiske virkemidlene er mindre sofistikerte:

Denne filmavisen fra 1944 viser de alliertes forsøk på å ta kontroll over en av de strategisk viktige broene over Rhinen ved Arnhem. Forsøket var mislykket.



## Propaganda i filmaviser og ukerevyer / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/137934>

Publikum var imidlertid ikke begeistret for å bli tvangsført med propaganda når de gikk på kino for å søke atspredelse og underholdning, og de demonstrerte ved å oppholde seg i kinovestibylen til hovedfilmen begynte. Flere tiltak ble derfor etter hvert satt i verk, men uten resultat. Til slutt ble det besluttet at dørene til kinosalen ble lukket når ukerevyen startet. Den som ikke var på plass når filmavisen startet, fikk heller ikke se hovedfilmen. Propagandaministeren hadde tatt publikum til fange.

Kinopublikumet fortsatte likevel å demonstrere ved latter, plystring og bråk mens ukerevyen ble vist. Lignende tilfeller av demonstrasjoner mot tyske propagandafilmer og ukerevyer er dokumentert ved norske kinoer under krigen.

17. mai 1940  
demonstrerte norske ungdommer utenfor et kinolokale som viste en filmavis fra det tyske felttoget.

Terboven kalte da inn rektor og studenter ved universitetet for å klage på udisiplinert og uverdig oppførsel.

# Norsk film i 100 år

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Norsk film i 100 år \(125517\)](#)



Film i 100 år / video

<http://ndla.no/nb/node/124351>

## Pionertiden

De første norske filmene så dagens lys i årene rundt 1900. Det første tiåret besto filmene av korte reportasjer. Omreisende filmframvisere sørget for at folk over hele landet fikk se levende bilder, blant annet fra Holmekollrennet, Bergensbanen og det store øyeblikket da kong Håkon steg i land på norsk jord i 1905.

Den første norske kinoen som ble åpnet i Oslo (daværende Kristiania) i 1904, ble raskt populær, ikke minst i den voksende arbeiderklassen. Den første norske fiksionsfilmen, *Fiskerlivets farer* (Drama paa Havet), ble trolig laget i 1906. Rundt 1910 kunne kinopublikummet underholde seg med fiksionsfilmer som *Den hvite slavehandel* og [Under forvandlingens lov](#).

Filmhistoriker Gunnar Iversen kaller disse filmene for *attraksjonsfilmer*. Miljøet var hentet fra overklassen, og filmene var lett erotiske og pirrende. Filmpioneren Halfdan Nobel Rode sto bak mange av disse filmproduksjonene.

## Filmsensur og kommunal kinodrift

I 1913 vedtok Stortinget 'lov om offentlig forevisning av kinematografbilder'. Statens filmkontroll fikk da ansvaret for å forhåndsgodkjenne alle filmer som skulle vises offentlig. I 1921 ble det fastsatt aldersgrenser for enkelte filmer som man mente ikke var egnet for mindreårige. Filmsensuren skulle verne befolkningen mot moralsk forfall.

Kinoloven inneholdt også en bestemmelse om at alle som ønsket å drive kino, måtte ha konsesjon (tillatelse) fra kommunen. I de fleste tilfeller ga kommunene denne konsesjonen til seg selv. 1919 ble den kommunale kinodriften samordnet i *Kommunernes Filmcentral* som sørget for kjøp og distribusjon av filmer over hele landet.

## Et narrativt paradigmeskifte

Rundt 1920 ser en ny generasjon norske fiksionsfilmer dagens lys. Fortellerteknikken blir mer avansert, og publikum trekkes i større grad inn i filmopplevelsen. Iversen kaller dette "et narrativt paradigmeskifte". Filmer som *Fante-Anne* (1920) og *Glomdalsbruden* (1926) hadde et sterkt nasjonalromantisk og nostalgisk preg. På 1930-tallet ble filmene mer realistiske og hverdagsnære.



## Huskelappen

**Den første norske kinoen ble åpnet i 1904.**

**I 1913 ble Statens filmkontroll og kommunal kinodrift opprettet**

**Den første norske fiksionsfilmen het *Fiskerlivets farer* (1906).**

**Den første lydfilmen het *Den store barnedåpen* (1931).**

**50-tallet var kinoens gullalder.**

**I 2002 ble det innført en ny finansieringsordning for norsk film.**

**Flere nye norske filmer har fått internasjonal anerkjennelse.**

## Ressurser

## Lydfilmen kommer

Den første norske lydfilmen var filmen [Den store binnedåpen](#) (1931) av Tancred Ibsen. Han sto også bak filmsuksessene *Fant* (1937) og *Gjest Baardsen* (1939). Lydfilmen førte til en vitalisering av den norske filmbransjen. Når publikum kunne høre dialogene, måtte jo skuespillerne snakke norsk. Det norske produksjonsselskapet *Norsk film a/s* ble etablert i 1932, og det ble bygget et stort filmatelier på Jar.

## Kinoens gullalder

1950-tallet ble kinoens gullalder. Norge var sent ute med utbygging av fjernsynet. I stedet strømmet folk til kinoene, blant annet for å se den populære



### Filmavisen / video

<http://ndla.no/nb/node/73871>

. Etablering av bygdekinoene gjorde at folk på små steder rundt om i landet også fikk se de mest populære filmene,

I etterkrigstiden var krigen naturlig nok tema i mange spillefilmer, som i filmene *Kampen om tungtvannet* (1948) og [Ni liv](#) (1957). Men 50-tallet bød også på mange ekteskapskomedier, som *Vi gifter oss* (1951), *På solsiden* (1956) og *Støv på hjernen* (1959). Her møter vi et tradisjonelt kjønnsrollemønster der husmoren er hjemme og tar seg av hus, barn og mann.

Viktige filmregissører i denne perioden var Nils R. Müller, Arne Skouen og Edith Carlmar. Carlmar var den første kvinnelige filmregissøren i Norge. Hennes debutfilm [Døden er et kjærtagn](#) (1949) er et eksempel på en norsk film noir-film. Den filmen som fikk mest internasjonal oppmerksomhet, var likevel Thor Heyerdahls film [Kon-Tiki](#). Filmen fikk Oscar som beste dokumentarfilm i 1950.

## Storfilmene inntar lerretet

Da fjernsynet kom på 60-tallet, fikk folk levende bilder rett hjem i stua. Som en konsekvens av konkurransen med fjernsynet endret filmmediet karakter. Kinoen skulle gi seerne noe mer, en sterkere opplevelse. En rekke amerikanske storfilmer ble kassesuksesser. Det ble også de norske storfilmene *An-Margritt* (1969), [Veiviseren \(Ofelas\)](#) (1986) og [Kristin Lavransdatter](#) (1995).

På 70-tallet slo en mer radikal og feministisk bølge inn over landet. Kjente filmer fra denne perioden er Anja Breiens film *Hustruer* (1975) og Vibeke Løkkebergs film *Løperjenten* (1981).

## Den nye norske filmbølgen

**Kong Haakon 7**  
kommer til Kristiania i  
1905.



Filmregissør Tancred Ibsen laget den første norske lydfilmen i 1931.



Innspilling av filmen *Gategutter* på Rodeløkka i 1949.



Jack Fjeldstad som Jan Baalsrud i filmen *Ni liv* (1957).



Norges første kvinnelige filmregissør, Edith Carlmar, på oppdrag i Oslo i 1964.

Norsk film AS ble oppløst i 2002. I dag finansieres norsk filmproduksjon av private investorer med støtte fra norske og nordiske filmfond. De siste 20 årene er det blitt laget flere eksperimentelle filmer, som for eksempel i den postmodernistiske filmen [\*Salmer fra kjøkkenet\*](#) (2003).

Norske spillefilmer har gjort det godt både innenlands og utenlands. Eksempler er filmene



*Elling*: bok og film / video

<http://ndla.no/nb/node/74604>

(2001) og *Kon-Tiki* (2012). Det samme gjelder kortfilmen *Tuba Atlantic* (2010) og animasjonsfilmen



Sitat fra filmen "Min bestemor strøk kongens skjorter" / video

<http://ndla.no/nb/node/80407>

(1999).



Ny norsk film / video

<http://ndla.no/nb/node/124350>



Leif Juster i den populære filmkomedien *Fjolls til fjells* (1957).



Izzat / video

<http://ndla.no/nb/node/18417>



Den norske spillefilmen *Kon-Tiki* (2012) ble Oscar-nominert.

Dokumentarfilmen med samme navn fikk Oscar som beste dokumentarfilm i 1950.

# 1900–1915: Pionertid og melodrama

Forfatter: Jan Erik Holst, Norsk filminstitutt

[1900–1915: Pionertid og melodrama \(133111\)](#)

## Den første kinoen

Brødrene Lumière hadde sin første offentlige kinoforestilling 28. desember 1895, og allerede våren 1896 ble det vist film i Christiania. Lumières tyske konkurrent, brødrene Max og Emil Skladanowsky, presenterte 6. april 1886 sitt sammensatte program med levende bilder av dokumentarisk og komisk karakter som en del av et varietéprogram. Dette var den første offentlige norske kinoforestilling i Norge. Den første faste kinoen ble etablert i 1904 i Stortingsgata 12 i Oslo av AB Svenska Biographteatern, med pioneren Hugo Hermansen som drivende kraft. Deretter skjøt kinovirksomheten fart over hele landet, først i ombygde forretningslokaler, deretter i egne kinobygg som antok mer og mer prestisjefylte former. Eierne var ofte utenlandske forretningsfolk. Norge fikk også flere omreisende kinematografer.

## Sensur og kinolov

Kinodrift ble raskt god butikk, men fikk motbør på det moralske plan. Også i kunstnerkretser ble film mindre godt ansett. Det nye mediet var i alle fall ikke kunst, knapt nok kultur og dets kommersielle side var godt synlig. Dette gjorde at film og kino ble underlagt både statlig sensur som kommunal konsesjon for visning, hjemlet i kinoloven av 1913.

## Kommunal kinodrift

Norske kommuner kunne da selv overta kinodriften og fortjenesten. Dette kom godt med for å løse andre kulturelle oppgaver i by og bygd. Filmproduksjonsmiljøet ble lidende under dette systemet, ettersom en vesentlig del av inntekten ble beholdt av kommunene og ikke lenger ble tilbakeført til filmproduksjon. Det tidlige filmproduksjonsmiljøet, fra 1896 til 1919, ble i mindre grad i stand til å utvikle film- og kinoområdet i Norge enn bransjene i vår naboland. Enkelte hevder også at det var et fravær av entreprenørskap innen bransjen i Norge. Det foregikk også en viss eksport av filmtalenter til Danmark, Sverige og Tyskland i denne tiden.

## Den første norske spillefilmen

### Tidslinje

- 28. desember 1895: verdens første offentlige kinoforestilling
- 6. april 1886: Norges første kinoforestilling
- 1904: Norges første kino etableres
- 1913: kinoloven

### De tidlige norske filmene

- Fiskerlivets farer – eller et drama paa havet (1907 eller 1908). En rekonstruksjon av filmen fra 1954 er tilgjengelig på Filmrommet.no  
her: [Fiskerlivets farer](#)
- Fattigdommens forbandelse (1911)
- Bondefanger i Vaterland (1911)
- Dæmonen (1911)
- [Under forvandlingens lov](#) (1911)



Fiskerlivets farer

Den første norske spillefilmen, en kort melodramatisk fortelling med tittelen *Fiskerlivets farer – eller et drama paa havet*, hadde premiere i 1907 eller 1908. Originalen er dessverre gått tapt, og premiereopplysningene er mangelfulle og usikre. Filmen ble rekonstruert i 1954 etter initiativ av Oslos kinodirektør Kristoffer Aamot. Norsk films egentlige startår var 1911, da det ble presentert hele fire dramatiske filmer med beskrivende og fengende titler: *Fattigdommens forbundelse*, *Bondefanger i Vaterland*, *Dæmonen* og *Under forvandlingens lov* eller *Jo tykkere jo bedre*. Problemet i norsk film på denne tiden var at teaterverdenen, dvs. skuespillere, forfattere og regissører ikke ble trukket tilstrekkelig inn i filmproduksjon, slik tilfellet var i Frankrike, Sverige og til dels i Danmark. Enkle føljetongsujetter lå til grunn for manuskriptene, fjernet fra den norske skjønnlitteraturen eller de store dramatiske verkene. Men dette skulle raskt endre seg.

Se filmen *Under forvandlingens lov* (1911) her:



## 1900–1915: Pionertid og melodrama / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/133111>

## 1920–1930: Nasjonalromantikk

Forfatter: Jan Erik Holst, Norsk filminstitutt

[1920–1930: Nasjonalromantikk \(133124\)](#)

Nasjonalromantikken inntar lerretet



Fante-Anne 1920

### 1920–1930: Nasjonalromantikk / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/133124>

Fante-Anne (1920)

De første filmene i pionertiden etter 1911 var enkle melodramaer. Men på 1920-tallet kom det mer storslårte filmatiseringer av Bjørnstjerne Bjørnson, Knut Hamsun, Kristoffer Janson og Vilhelm Krag.

Nasjonalromantikken hadde bred publikumsappell på kino. Filmer som *Fante-Anne* (1920), *Markens Grøde* (1921), *Pan* (1922), *Glomdalsbruden* (1926) og *Brudeferden i Hardanger* (1926) var preget av nasjonalromantikk og bygdemotiv og er typiske for denne perioden i norsk film. Men moderne filmer, som *Bergenstoget plyndret i natt* (1928) og samiske fortellinger som *Viddenes folk* (1928) og *Laila* (1929,) ble også meget populære og bidro til at norsk film kom ut i verden.

*Fante-Anne* regnes som en milepel i norsk filmhistorie. Filmen satte en ny profesjonell standard for produksjon, både foran og bak kamera. Her på NDLA film kan du se *Fante-Anne* i en nyrestaurert versjon. Musikken er komponert av Halldor Krogh og innspilt med Kringkastingsorkester et.

Se [Fante-Anne \(1920\)](#)



Roald Amundsens  
Sydpolsferd 1910–12

Du kan se flere filmene som nevnes i artikkelen på Filmrommet.no. Dersom skolen ikke abоннерer på Filmrommet, er det likevel mulig å se et kort klipp fra filmen ved å følge linkene under:

- [Roald Amundsens sydpolsferd \(1910 - 1912\)](#)
- [Terje Vigen \(1916\)](#)
- [Synnøve Solbakken \(1919\)](#)
- [Fante-Anne \(1920\)](#)
- [Markens grøde \(1921\)](#)
- [Brudeferden i Hardanger \(1926\)](#)
- [Bergenstoget plyndret i natt \(1928\)](#)



Terje Vigen

Det var et stort ønske om å selge norsk film til utlandet på denne tiden, først og fremst fordi markedet hjemme var for lite. Danske og svenske regissører og produsenter kastet også sine blikk på norsk litteratur og ikke minst natur på 1920-tallet. Victor Sjöström regisserte allerede i 1916 *Terje Vigen* etter Henrik Ibsens dikt, og Carl Th. Dreyer fulgte opp med *Glomdalsbruden* ti år senere, basert på Jacob B. Bulls romaner. Bjørnstjerne Bjørnsons *Synnøve Solbakken* og *Et Farlig frieri* ble begge filmatisert i Norge av svenske produsenter.

### Ekspedisjonsfilm

1910- og 1920-tallet var også ekspedisjonsfilenes tid, med reiseskildringer og vitenskapelige observasjoner på begge poler og i fjerne strøk. Roald Amundsens filmer står i en særstilling i denne sjangeren, flere av dem er nylig restaurert av Nasjonalbiblioteket og utgitt på DVD og som klikefilm av Norsk filminstitutt.

# 1930 -1940: Gullalder og politisk film

Forfatter: Jan Erik Holst, Norsk filminstitutt

[1930–1940: Gullalder og politisk film \(137643\)](#)

## Norsk Film A/S

Norske kinodrivende kommuner innså etter hvert sitt hovedansvar for norsk film. Allerede i stumfilmtiden tok de ansvar for norsk filmproduksjon og produserte flere filmer gjennom sitt distribusjonsselskap Kommunernes Filmsentral A/S. I 1932 grunnla de studioselskapet Norsk Film A/S.

## Tidslinje

1930-tallet:  
partipolitikkens tid i  
filmhistorien

1931: Norges første  
lydfilm, *Den store  
barnedåpen*

1932: Norsk Film A/S  
grunnlegges

## Aktuelle filmer

[Den store barnedåpen](#)  
(1931)

[Fant](#) (1937)

[Gjest Baardsen](#)  
(1939)

[De vergeløse](#) (1939)

[Tørres Snørtevold](#)  
(1940)



Filmregissør Tancred Ibsen



*Den store barnedåpen* (1931)

Tancred Ibsen hadde erfaring fra Hollywood og fra svenske studioselskaper og ble etter hvert norsk films store navn. Han regisserte Norges første lydfilm, *Den store barnedåpen* som kom i 1931. Den ble etterfulgt av de populære filmene *Fant* (1937), *Gjest Baardsen* (1939) og *Tørres Snørtevold* (1940), alle med legendariske og populære Alfred Maurstad i hovedrollene. Disse filmene utgjør fundamentet for det som senere skulle kalles Gullalderen i norsk film. Filmene hadde røtter i norsk fortelletradisjon og historier og traff publikum hjemme.



*Gjest Baardsen* (1939)



*Fant* (1937)

### Politiske filmer

1930-tallet var også partipolitikkens tid i filmhistorien. Både Høyre og Arbeiderpartiet produserte valgfilmer. Olav Dalgard laget flere såkalte arbeiderfilmer: Korte dramatiske filmer med amatørskuespillere ble hyppig brukt i politisk arbeid. Den sosialt indignerte filmen var et særtrekk på 1930-tallet, både i Europa og i USA. Dette var en slags forløper for italiensk neorealisme på 1950-tallet og britisk og skandinavisk sosialrealisme på 1970-tallet. I Norge produserte og regisserte Leif Sinding *De værgeløse* (1939) som var en film i denne sjangeren, basert på Gabriel Scotts roman.



*De vergeløse* (1939)

# Gategutter

Forfatter: Tina Andersson Jensen

[Gategutter \(132918\)](#)



## Gategutter / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/132918>

*Gategutter*

Gategutter (1949)

Arne Skouens regidebut *Gategutter* er å regne som en klassiker i norsk filmhistorie. Filmen gir et innblikk i livet til en gjeng gutter fra østkanten i Oslo på 1920-tallet.

Gategutter bryter med datidens praksis og tradisjon for filmproduksjon på flere måter, blant annet ved at flere av skuespillerne var amatører. Filmen tar også utgangspunkt i vanlige mennesker og hverdagelige hendelser i en tid preget av streik, arbeidskonflikter og fattigdom. Gategutter gir på denne måten et bilde av de sosiale forholdene i Norge på denne tiden og markerer et brudd med de tidlige norske filmene som ofte var filmatiseringer av nasjonalromantisk diktning, for eksempel *Synnøve Solbakken*, *Fante-Anne* og *En glad gutt*.

### Produksjonsopplysninger

**Tittel:** Gategutter

**År:** 1949

**Anbefalt alder:** 11 år

**Regi og manus:** Arne Skouen

**Skuespillere:** Ivar Thorkildsen, Tom Tellefsen, Pål Bang-Hansen, Carsten Winger, Einar Vaage, Stevelin Urdahl, Ebba Toje, Eva Steen, Per Arne Knobelauch, Ella Hval, Turid Haaland, Per Frisli, Signe Foss, Jack Fjeldstad, Helge Essmar, Svein Byhring, Ingrid Bothner, Finn Hugo Bernhoft

# Fjols til fjells

Forfatter: Tina Andersson Jensen

[Fjols til fjells \(132565\)](#)



Edith Carlmar

## Filmografi Edith Carlmar

- Døden er et kjærtegn (1949)
- Skadeskutt (1951)
- Ung frue forsvunnet (1953)
- Aldri annet enn bråk (1954)
- Bedre enn sitt rykte (1955)
- På solsiden (1956)
- Slalåm under himmelen (1957)
- Fjols til fjells (1957)
- Lån meg din kone (1958)
- Ung flukt (1959)

## Produksjons- opplysninger

**Tittel:** Fjols til fjells

**År:** 1957

**Anbefalt alder:** 11 år

**Regi:** Edith Carlmar

**Manus:** Otto Carlmar

**Skuespillere:** Unni Bernhoft, Leif Juster, Willie Hoel, Anne Lise Christiansen, Liv Ullmann, Anne-Lise Wang, Frank Robert, Einar Sissener, Nanna Stenersen

**Rettighetshaver:**  
Filmveteranene

**Leverandør:**  
Norgesfilm AS

*Direktelenke til filmen:*  
[Fjols til fjells](#)



Fjols til fjells

## Fjols til fjells

I regissør Edith Carlmars kjente situasjonskomedie fra 1957 gjør portieren Poppe (Leif Juster) og pikkolen Rudolf (Unni Bernhoft) sitt beste for å gi gjestene ved høyfjellshotellet Hurumhei en fin påskeferie.

Filmen er regissert av Norges første kvinnelige regissør, Edith Carlmar.

## Handling

I filmens åpningsscene er det full aktivitet i hotellets resepsjonsområde. Hotellgjestene er alle tidsriktig kledd med skianorakker, ullkofter og strikkede knestrømper. Det er helt fullt på hotellet, gjestene strømmer på, og Poppe har mye å gjøre. Telefonen ringer og Poppe svarer med et konsist 'Hurumhei høyfjellshotell' og videre: "Nei, fru Nilsen, det er helt ulaseggjørlig, vi kan ikke oppdrive et værelse her før langt over påske".

I neste scene har hotelldirektør Granberg en engasjert samtale med sin datter. Han er opprørt over Poppe som har bestilt en beltebil som skal trekke skigestene opp på fjellet. "Gjestene skal ikke trekkes, de skal gå på ski", uttaler Granberg i en irritert tone. Hotelldirektørens datter blir så sendt på hemmelig besøk til hotellet for å holde et øye med hotelldriften. Hun kler seg ut og går inn i rollen som pikkloen Rudolf. Det er duket for et humoristisk lystspill med forviklinger, kjappe replikker og misforståelser.

Se filmen her:



## Fjols til fjells / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/132565>

# Oppgavesamling

## Oppgaver: Fra stumfilm til lydfilm

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg, Ragna Marie Tørdal

[Oppgaver: Fra stumfilm til lydfilm \(96319\)](#)



### Oppgaver: Fra stumfilm til lydfilm / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/96319>

#### Oppgaver

1. Se utdrag fra den prisbelønte franske stumfilmen "The Artist". Hvordan skiller virkemidlene i denne filmen seg fra dem i en vanlig lydfilm?
2. Sammenlign "The Artist" med stumfilmer fra 1920-tallet. Hva er likt? Hva er forskjellig?
3. I intervjuet "Stumfilm er som musikk" forklarer den franske regissøren Michel Hazanavicius hvorfor han lager stumfilm i 2011. Hva er hans begrunnelse for det?
4. Hva kjennetegner norske filmer i 1920-årene?
5. Hvorfor blir 1930-tallet kalt "norsk films gullalder"?
6. Sammenlign noen sekvenser i filmen *Den store barnedåpen* med en av de senere filmene til Tancred Ibsen, for eksempel *Fant* eller *Gjest Baardsen*. Hvilke ulikheter finner du i filmspråket i de to filmene?

Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Den store  
barnedåpen](#)

[Gjest Baardsen](#)

[Stumfilm er som  
musikk](#)

[Norsk filmhistorie i  
korte trekk](#)

## Finn referanser til filmhistorien

Forfatter: Sissel Stokkedal

[Finn referanser til filmhistorien \(108480\)](#)



Tid  
30 min

Vanskegrad  
lett

Ressurser

[Ti epoker i filmens historie](#)

Epokane er nærmere beskrevet i kapittelet *Medieuttrykk og medieanalyse*.



## Finn referanser til filmhistorien / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/108480>

### Oppgave

Filmen *Plagiater* laget som en oppgave i filmhistorie av elever på Elvebakken videregående skole.

1. Hvor mange referanser til filmhistorien finner du i denne filmen?
2. Hva er karakteristisk for filmspråket i de epokane filmklippene referer til?

# Film i ny innpakning

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen

[Film i ny innpakning \(81432\)](#)



Tidsbruk  
1 time (+ den tiden det tar å se filmene)

Vanskegrad  
middels

Ressurser  
Her kan du finne filmer og filmtrailere:

[The Internet Movie Database](#)

[YouTube.com](#)

[List of film remakes](#)



Batman er en kjent figur fra tegneserier, TV-serier og film. Sammenlign gjerne Batman-filmen fra 1966 med den filmen som ble laget i 1989.

Nyinnsplinger, såkalte *remakes*, er filmer som gjenforteller den samme historien som en tidligere film. Slike filmer blir dermed ekstra interessante å sammenligne, fordi de kan fortelle oss mye om hvordan filmspråket har utviklet seg.

#### Oppgave

Velg to versjoner av en film og lag en oversikt over forskjeller og likheter.

Si noe om forskjellene generelt og velg ut noen enkeltscener fra begge filmene som du sammenligner i detalj.

# Skrekkfilm i historisk lys

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Skrekkfilm i historisk lys \(81468\)](#)



Tidsbruk  
2 timer

Vanskegrad  
middels

Egenvurdering

- Har du oversikt over hva som kjennetegner de historiske periodene filmene ble laget i?
- Har du oversikt over de viktigste stilretningene innen film?



Kjente ansikter fra skrekkfilmer på amerikanske frimerker.

## Oppgave

Historier om vampyrer, spøkelser, gjenferd og overnaturlige vesener har alltid fasinert filmpublikum. Under kan du se klipp fra noen korte filmhistoriske trailere basert på den britiske forfatteren Mary Shelleys fortellinger om *Frankenstein*.

1. Hva forteller de fire klippene om de historiske periodene filmene ble laget?
2. Er filmklippene preget av virkemidler fra bestemte stilretninger? I tilfelle hvilke?

- [Frankenstein \(1910\)](#)
- [Frankenstein Trailer 1931](#)
- [Frankenstein: The True Story\(1973\)](#)
- [Frankenstein Trailer 1994](#)

## Presenter filmen Døden er et kjærtegn

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Presenter filmen Døden er et kjærtegn \(125604\)](#)



Tid

1 time pr. oppgave

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Edith Carlmar](#)

[Døden er et kjærtegn](#)



Edith Carlmar i Oslo i 1964.



## Presenter filmen Døden er et kjærtegn / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/125604>

### Oppgave 1

1. Edith Carlmar var Norges første kvinnelige filmregissør. Lag en kort biografi på ca. 250 ord, der du også omtaler de filmene hun har laget.
2. Filmen *Døden er et kjærtegn* var en kontroversiell film i sin samtid. Hva var det folk reagerte på? Hvordan tror du folk hadde reagert på denne filmen i dag?
3. Se klippet fra filmen *Døden er et kjærtegn*. Hva kjennetegner filmspråket i denne filmen?

## Oppgave 2

Lag en presentasjon for klassen med tittelen ”

\**Døden er et kjærtagn – en norsk film noir*”.

# Kampen om kinoen

Forfatter: Statsarkivet i Kristiansand, Stiftelsen Arkivet, Ragna Marie Tørdal  
[Kampen om kinoen \(138158\)](#)



Salg av kinobilletter på Kinocentralen i Oslo i november 1943.

**Under krigen fikk kinoene stor betydning både for NS-myndighetene, hjemmefronten og publikum.**

Det er ikke vanskelig å forestille seg at kinoens magiske mørke for mange må ha vært en kjærkommen anledning til å koble av fra krigshverdagens bekymringer. Noen steder hadde kinoene høye besøkstall under hele krigen, andre steder var det effektiv kinostreik.

Men hva var det de besøkende fikk se på lerretet?

Før du jobber med oppgavene nedenfor, bør du ha lest fagartiklene *Film i Det tredje riket*, *Propaganda og psykisk krigføring*, *Propaganda under 2. verdenskrig* og *Propaganda i filmaviser og ukesrevyer*. Disse fagartiklene finner du som relatert innhold til denne oppgavesiden.



Oppgavene egner seg som tverrfaglige oppgaver i historie og mediefag.

Del gjerne elevene inn i grupper og fordel oppgavene mellom gruppene.

Oppgavene er stilt til rådighet for NDLA av Arkivverket og Stiftelsen Arkivet.

Se flere oppgaver på nettstedet [krigsarkiver.no](#).



Den tyske propagandaministeren Joseph Goebbels var opptatt av film. Her sammen med den kjente filmkunstneren Leni Riefenstahl og Adolf Hitler i Berlin i 1938.

Ordforklaring

Hjemmefronten var en felles betegnelse på alle dem som tok opp kampen mot nazismen.

#### Kilde oppgave 3

[På kinotoppen](#)  
[Flekkefjord 1939–1944](#)

### Oppgave 1

- a. Definer begrepet «propaganda».
- b. Hvorfor var Josef Goebbels så opptatt av film?
- c. Hvorfor var NS-myndighetene opptatt av hva som ble vist på norske kinoer under krigen?
- d. Nevn eksempler på populære filmer i dag som inneholder elementer av propaganda.

### Oppgave 2

- a. Hjemmefrontens ledelse sendte fra tid til annen ut paroler. Hva er en parole?
- b. Under krigen ble «Wehrmachtsforestillinger» et begrep innen kinospråket. Forklar begrepet.

### Oppgave 3

Se kilden «På kinotoppen i Flikkefjord 1939–1944».

- a. Studer tabell 1. Hvordan påvirket krigsutbruddet hva folk fikk se og kinoens popularitet i Flikkefjord, ifølge denne kilden?
- b. Sammenlign tabell 1 og tabell 2. Pek på og forklar endring og kontinuitet med hensyn til besøkstall og filmtilbud.

#### Kilde oppgave 4

[Billettsalg 1933–1942](#)



Norske revyfilmer var populær underholdning under krigen.

#### Kilde oppgave 5

[Norsk krigsleksikon](#)

[Fridom nr. 6 1941](#)

#### Kilde oppgave 6

[Leserinnlegg i Flekkefjordposten 3.9.1943](#)

### Oppgave 4

Studér kilden «Billettsalg 1933–1942» (IKAVA, Flekkefjord by, Kommunal kino).

- Hvilken film var den mest populære i januar?
- Beskriv utviklingen av kinobesøket i februar.
- Pek på mulige årsaker til det som skjedde.
- Hva tror du er grunnen til at det ikke er skrevet i billettsalgboka mellom 19. mai og 15. november?
- Sammenlign besøkstallene i perioden 19. mai og 15. november med perioden 15. november til 2. februar og perioden 4. februar til 19. mai. Hva går forskjellene ut på?

### Oppgave 5

- Hva tror du var bakgrunnen for at hjemmefrontledelsen ville at folk skulle slutte å gå på kino under okkupasjonen?
- Les artikkelen «Film og kino» på s. 103–104 i Norsk krigsleksikon. Hva er ifølge denne artikkelen grunnen til at motstandsbevegelsen lanserte kinostreik våren 1941?
- Kinostreiken ble omtalt i norske illegale aviser fra 1941. Blant annet i avisas *Fridom* nr. 6/1941. Etter hvilke retningslinjer skulle streiken opprettholdes, ifølge denne kilden?
- Hvilke filmer var «frie», og hva slags filmer påkalte full boikott?

## Oppgave 6

Bruk kilden «Leserinnlegg i Flekkefjordposten 3.9.1943».

- a. Hvilke opplysninger gir leserinnlegget om kinostreiken i Flekkefjord? (Kilden brukt som beretning.)
- b. Hva er budskapet?
- c. Vurder denne kildens troverdighet.
- d. Fiktive leserinnlegg var en del av krigens propaganda. Hva taler for at dette leserinnlegget skulle være fiktivt?

## Kilde oppgave 7

[Kassabok billetsalg  
1942–1944](#)



Tyske soldater var lite populære under okkupasjonen, noe ansiktsutrykket til denne ekspeditrisen tydelig røper.

## Kilde oppgave 8

[På kinotoppen  
Flekkefjord 1939–  
1944](#)

## Kilde oppgave 9

[Forhandlingsprotokoll  
1925–1947](#)



## Oppgave 7

Bruk kilden «Kassabok billettsalg 1942–1944» (IKAVA, Flekkefjord by, Kommunal kino).

- a. Se på filmtitlene fra kinoprogrammet i november og desember 1942. Pek på typiske temaer og sjangre.
- b. Gi eksempler på temaer og sjangre som ikke er representert.
- c. Hva forteller filmprogrammet om virkeligheten utenfor kinosalen?
- d. I hvilken grad mener du det er mulig å si noe om samfunnsforholdene ut fra utvalget av filmer som blir satt opp på kino?
- e. Ta for deg filmprogrammet denne uka på stedet der du bor. Vurder hvorvidt dette filmtildet har noe tidstypisk ved seg.  
Korresponderer dagens filmtildet på din lokale kino med samfunnsforholdene på samme måte som i Flekkefjord under krigen?

## Oppgave 8

- a. Studer tabell 2 i kilden «På kinotoppen i Flekkefjord 1939–1944» en gang til. Vil du si at kinostreiken i Flekkefjord hadde stor betydning 1944?
- b. Hva tror du var de viktigste grunnene til at folk fulgte parolen om å boikotte kinoen i Flekkefjord?
- c. Diskuter mulige årsaker til at mange ungdommer likevel fortsatte å gå på kino utover i 1941.

## Oppgave 9

I kilden «Forhandlingsprotokoll 1925–1947» (IKAVA, Flekkefjord by, Kommunal kino) finner du utdrag fra de første to møtene i kinostyret etter krigen.

- a. I pkt. 5 i referatet ser vi at kinostyret behandlet spørsmålet om å nekte bestemte personer adgang til kinoen. Hvilke personer gjaldt dette?
- b. Hvilke argumenter ble framført (pro et contra)?
- c. Syns du styret fattet en riktig beslutning?
- d. Kinostyret diskuterte samme sak på sitt neste møte åtte dager senere. Nå er styremedlemmene uenige om hva som bør gjøres videre.  
Pek på årsaker til denne uenigheten og forklar hva den gikk ut på.

# Kampf um Norwegen

Forfatter: Nils Klevjer Aas, Norsk filminstitutt, Norgesfilm AS, Ragna Marie Tørdal

[Kampf um Norwegen \(138441\)](#)



## Kampf um Norwegen / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/138441>

### Kamf um Norwegen

Den tyske propagandafilmen *Kampf um Norwegen* er en beretning om invasjonen av Norge våren 1940. Det var vanlig at den tyske krigsmakten dokumenterte invasjoner i andre land på film. Lenge trodde man at denne filmen ble ødelagt da Berlin ble bombet. Filmen dukket imidlertid opp i en nettausjon i 2005.

Filmen består av tre hoveddeler:

- en innledning som forklarer hvorfor det var nødvendig å invadere Danmark og Norge
- en kort oppsummering av invasjonen av Danmark
- en kronologisk framstilling av felttoget i Norge med hovedvekt på kampene i Narvik

### Tverrfaglig prosjektoppgave

Disse oppgavene egner seg som tverrfaglige oppgaver i historie, mediefag og norsk.

Del gjerne elevene i grupper som jobber med hver sin oppgave.

### Til fordypning

[Kampf um Norwegen: Filmatiske virkemidler og propagandahistorisk kontekst](#)

En artikkel av Lars Ove Larsen

### Oppgave 1

- a. «Med Førerens maktovertagelse blir et utarmet, sønderslått og demoralisert Tyskland igjen til stormakt», heter det i den innledende kommentatorteksten i filmen *Kampf um Norwegen*. Neste kommentar lyder «Stortyskland blir smidd sammen». Hvordan tror du det tyske filmpublikumet tolket disse kommentarene og de påfølgende kartanimasjonene?
- b. På hvilke måter kan en kommentator påvirke vår oppfatning av bilder som vi ser på film og fjernsyn?
- c. Tenk deg at du er en norsk filmjournalist som skal berette om tyskernes okkupasjon av Norge. Skriv en alternativ kommentatortekst til filmens åpningsscener.



Førsteamans Jostein Saakvitne ved Høgskolen i Bergen kjøpte den unike historiske kilden «Kampf um Norwegen» på en nettauksjon i 2005 og sørget for at filmen nå er tilgjengelig for alle. Filmen ble restaurert hos arkivar Ragnar Løvberg ved Norsk filminstitutt.

## Oppgave 2

Som opptakt til angrepet på Norge gjennomgår *Kampf um Norwegen* en serie forhold og presenterer dem som årsaker til at angrepet ble satt i verk.

- Lag en oversikt over de årsakene som blir nevnt, og kommenter dem. Stemmer påstandene i filmen med det norske læreverk forteller om årsakene til angrepet?
- Norges manglende vilje og evne til å håndheve sin nøytralitet framheves som et viktig argument for Tyskland til å besette Danmark og Norge. Filmen viser til to konkrete brudd på norsk nøytralitet fra engelsk side, Altmark-affæren og mineleggingen langs Norskekysten. Undersøk og vurder i hvilken grad disse hendelsene utgjør vesentlige brudd på nøytraliteten. Kunne norske myndigheter eller militære ha avverget dem?
- Kommentaren til *Kampf um Norwegen* legger stor vekt på at en britisk-fransk landgang i Norge var nært forestående 9. april. Er det noe grunnlag for denne påstanden?

### Kilde oppgave 3

Henning Hansen  
Naus beretning fra 9. april 1940 er hentet fra det danske undervisningsministeriets portal [www.befrielsen1945.dk](http://www.befrielsen1945.dk).

## Oppgave 3

- Les tidsvitneskildringen til dansken Henning Hansen Nau: [Besættelsen var planlagt og forberedt med militær præcision](#) Stemmer filmens beskrivelse av tyskeres innmarsj med den danske soldaten forteller?
- Hvilket inntrykk skapes av den tyske okkupasjonen av Danmark i filmen?
- I filmen beskrives Danmark som «nøkkeletappen mot Norge». Hvilke strategiske vurderinger ligger i en slik beskrivelse?
- Den tyske okkupasjonen av Danmark var over på noen timer. Både kongen og regjeringen, ledet av sosialdemokraten Thorvald Stauning, ble i hovedstaden etter at landgangen var et faktum. Regjeringen protesterte over «krenkelsen av dansk nøytralitet», men besluttet å «ordne forholdene under hensyn til den besettelse som har funnet sted».  
Sammenlign reaksjonen på den tyske invasjonen i Danmark og Norge. Hva er forskjellig, og hva kan årsakene være til dette?



Det tyske krigsskipet  
Blücher senkes i  
Oslofjorden 9. april 1940.

#### Kilde oppgave 4

Les mer om den  
norske regjeringens  
reaksjon på  
invasjonen 9. april og  
kongens nei i  
kapittelet om andre  
verdenskrig på NDLA.

#### Oppgave 4

- Les fagartikkelen [\*Krigen kommer til Norge\*](#). Hvorfor regnes senkningen av den tyske krysseren Blücher i Drøbak-sundet om morgenen 9. april som særlig viktig for den videre utviklingen av krigen i Norge?
- Omkring tusen tyske marinegaster og soldater døde da Blücher ble skutt i brann og senket ved Oscarsborg festning. Hvordan forteller filmen om denne hendelsen? Hvorfor tror du filmen omtaler senkningen av Blücher på den måten den gjør?
- Hvordan beskriver den tyske kommentatoren kanon- og torpedobatteriene på Oscarsborg?
- Hvorfor tror du kommentatoren dveler slik ved den listige kamuflasjen av disse stillingene?



Narvik i brann etter tysk  
flyangrep 1. juni 1940.

#### Oppgave 5

Den tyske kommentaren gjør en rekke ganger et poeng av den viktige «jernmalmhavnen Narvik». I det storpolitiske spillet hadde Narvik imidlertid en dobbelt betydning, både som utskipningshavn for jernmalm, men også som (mulig) transitthavn for allierte forsyninger og tropper til Finland.

- Gjør rede for betydningen av hver av disse faktorene i forhold til den innledende fasen av andre verdenskrig.
- Hvorfor vektlegger filmen Narviks betydning som jernmalmhavn?
- Kampene ved Narvik var særlig langvarige og harde, med omfattende operasjoner på begge sider. Lag en kronologi over hendelsene og kamphandlingene.
- Mye tyder på at Goebbels hadde til hensikt å gjøre kampene ved Narvik til et heroisert epos og å utnytte dem for propagandaformål. Hvilke trekk ved filmen peker i denne retning?
- I Frankrike er også «Narvik» blitt et seierssymbol: For første gang led Hitler-Tyskland et militært nederlag i kamper der franske troppe utmerket seg. Tenk deg at du er utvekslingselev på en fransk skole og blir bedt om å legge ned krans ved minnesmerket på byens Place de Narvik den 9. april. Hva ville du ha sagt i din tale ved kransnedleggelsen?

### Kilde oppgave 6

Diktet *Hva fikk soldatens kone?* står på side 211 i den digitale utgaven av læreboka *Norsk diktning i utvalg bind 2* (Fabritius forlag 1975).

### Oppgave 6

Les den norske oversettelsen av Berthold Brechts dikt *Und was bekam des Soldaten Weib?* – [Hva fikk soldatens kone?](#)

- a. Hvilke tyske felttog refererer Brecht til i diktet?
- b. Den siste strofen er en kontrast til de foregående strofene. Hva er grunnen til det?
- c. Den tyske forfatteren Berthold Brecht var kritisk til nazistene. Søk på Internett etter mer informasjon om ham, og lag en kort presentasjon av det du finner ut.
- d. Hva tror du Brecht ønsker å formidle med dette diktet?

# Kjønnsroller og samliv på film

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Kjønnsroller og samliv på film \(125641\)](#)



Tid

1–2 timer

Vanskegrad

vanskelig

Ressurser

**Artikler:**

[Samlivets vanskelige  
kunst](#)

**Filmer:**

[Døden er et kjærtlegn:  
Erik møter Sonja](#)

Klipp fra filmen *Støv  
på hjernen*:



**Kjønnsroller og  
samliv på film /  
oppgave**

<http://ndla.no/nb/node/125641>



Anne-Marie Ottersen, Katja Medbøe og Frøydis Armand spilte hovedrollene i Anja Breiens film *Hustruer* (1975).

[Hustruer](#)

[Sykt lykkelig](#)



## Kjønnsroller og samliv på film / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/125641>

Mange norske filmer handler om familieliv og kjønnsrollemønster. Ovenfor kan du se klipp fra husmorfilmene på 50-tallet. Se også klippene fra filmene *Døden er et kjærtregn*(1949), *Støv på hjernen* (1959), *Hustruer* (1975) og *Sykt lykkelig* (2010). Les deretter nettartikkelen *Samlivets vanskelige kunst*.

### Oppgave 1

- Hvilket syn på kvinnerollen møter vi i klippet fra filmen *Døden er et kjærtregn*?
- På hvilken måte er denne filmen både en representant for og et brudd med måten samlivet mellom mann og kvinne ble skildret på i mellomkrigstidens spillefilmer?

### Oppgave 2

Husmorfilmene var timeslange reklamefilmer som ble vist gratis for husmødre på kino på 1950-tallet.

- Hvordan er kvinneidelet i husmorfilmene?
- Hvordan fremstilles mannen i husmorfilmene?

### Oppgave 3

På 50-tallet ble det laget mange filmer der familien sto i sentrum.

- Hvordan fremstilles husmorrollen i filmen *Støv på hjernen*, og hvilken debatt reises i dette utdraget?

### Oppgave 4

Anja Breiens film *Hustruer* er blitt omtalt som en feministisk film.

- Hvordan skildres kvinnerollen på 1970-tallet, og hvilke problemstillinger knyttet til kjønnsroller og samliv reises i denne filmen?

## Oppgave 5

- Hvordan skildres det ideelle samlivet mellom mann og kvinne i filmen *Sykt lykkelig*?
- Hva forteller denne filmen om synet på kjønnsroller og samliv i Norge i dag?

# Fotografiets historie

## Fra camera obscura til Instagram

Forfatter: Tom Knudsen, Christine Holmen, Ragna Marie Tørdal

[Fra camera obscura til Instagram \(109174\)](#)



Fotografiets historie / video

<http://ndl.no/nb/node/109130>

Å tegne med lys

**Ordet *fotografi* stammer fra de greske ordene *phos* og *graphein* som betyr "lys" og "tegning". Et fotografi vil dermed direkte kunne oversettes til en "lystegning".**

Selve prinsippet for fotografering har vært kjent lenge. Alt på 300-tallet f.Kr. beskrev Aristoteles hvordan det å slippe inn dagslys gjennom et lite hull i en vegg gir et opp ned-bilde av omgivelsene på motsatt vegg.

1490 – camera obscura

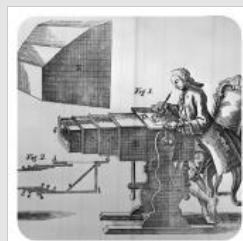
Leonardo da Vinci beskriver hvilke fordeler dette prinsippet kunne gi for malere. Lysstrålene ble nå ledet over på store ark, slik at maleren raskt kunne tegne av omrisset av motivet. Innretningen fikk etter hvert navnet *camera obscura*, som er latin for "mørkt rom". Camera obscura ble mer og mer utbredt, og mange av de store renessansemalerne brukte trolig denne redskapen.



Camera obscura

1676 – tegnekameraet

Camera obscura var lite praktisk på grunn av størrelsen, så i 1676 utviklet Johann Sturm et tegnekamera. *Tegnekameraet* var i praksis en boks med linse og skråstilt speil. På denne måten blei apparatet både mer lyssterkt og transportabelt. Det speilreflekskameraet vi kjenner i dag, bruker speil på samme måten for å gi et rett sørkebilde.



Tegnekameraet

1727 – oppdagelsen av sølvnitrat

Dette året oppdaget tilfeldigvis den tyske legen Johann Schulze at en sølvnitratblanding på flaske var følsom for lys. Ingen klarte å utnytte denne kunnskapen akkurat da. Men nettopp denne oppfinnelsen var nøkkelen til at en på et senere tidspunkt fikk filmen i fotoapparatet til å reagere på lys.



Sølvnitrat

## 1799 – fiksering av bilder

I 1799 klarte Thomas Wedgewood å feste et bilde til lær eller papir som var fuktet i sølvnitrat. Problemet var at så snart det bildet han nettopp hadde laget skulle vises fram, ble det gradvis usynlig. Grunnen var at bildet ikke var fiksert. Sølvnitratet fortsatte med å ta til seg lys helt til bildet ble hvitt og utbrent. Alle som har vært i et mørkerom, vet at en ikke kan tenne lampene før filmen eller bildet har vært innom fiksering. Fiksering er den kjemiske prosessen som gjør at filmen ikke lenger reagerer på lys.



Thomas Wedgewood

## 1827 – det første fotografiet

Niepce oppdaget at asfaltbelegget på litografiene ble vanskeligere å fjerne etter at de hadde vært utsatt for dagslys. Dermed satte han en tinnplate overtrukket med en tynn "asfaltfilm" i tegnekameraet. I åtte timer eksponerte han utsikten fra arbeidsrommet sitt. Deretter framkalte han bildet ved å vaske bort ubelyst asfalt med en terpentinblanding. Bildet finnes fremdeles i Gernsheims fotografiske samlinger.



Det første fotografiet

## 1839 – det moderne gjennombruddet

Louis Daguerre arbeidet med forsølvede kopperplater, og etter mye prøving og feiling kom gjennombruddet 19. august 1839. Dette markerte starten på det moderne fotografiske eventyret. Moten med portrettfotografering spredte seg raskt. 15 minutter foran kameraet, så var det gjort, til portrettmalernes store fortvilelse.



Louis Jacques Daguerre

## 1841 – kalotopi og bruk av sølvplater

Engelsmannen William Henry Fox Talbot tok patent på en prosess han kalte kalotypi. Kalotypi benytter skrivepapir belagt med sølsambindinger som film. Resultatet er en negativ (film). For å få et positivt bilde må en så belyse denne mot et nytt sølvbelagt papir. Papirfilmen gjorde det vanskelig å få gode kopier, og bildene ble grovkornet på grunn av papirstrukturen. Kalotypi ble aldri noen bestselger, det var fremdeles kopperplatene til Daguerre som ble foretrukket.



Den første papirkopien

## 1851 – den våte filmpaten

Ønsket om å kunne lage flere kopier av et bilde ble stadig sterkere. I 1851 klarte engelskmannen Frederick Scott Archer å feste sølvsalt til en glassplate. Bindemiddelet han brukte var kollodium. Eksponeringstida ble nå redusert til under et sekund, men ulempen var at en måtte ta bildet mens glassplata fremdeles var våt. Kollodiumsplaten ga et godt negativ som kunne kopieres etterpå.



Fotograf som arbeider med kjemikalier

## 1861 – det første fargebildet

James Clerk Maxwell laget det første fargefotografiet i 1861. Han fikk fotografen Thomas Sutton til å ta tre bilder av et rutete skjerf med rødt, grønt og blått filter foran linsen. De tre bildene ble framkalt og deretter projisert på en skjerm ved hjelp av tre prosjektører utstyrt med de samme tre filtrene. Resultatet ble et komplett fargebilde. Noen år seinere, i 1869, kom franskmannen Ducos du Hauron med en løsning for subtraktiv fargeblanding. Metoden han brukte, var å ta tre fotografier av eksakt samme motiv, men med grønt, oransje og fiolett filter foran objektivet. Dette ga tre forskjellige negativer på tynne filmer av gelatin med fargene rød, blå og gul. Til slutt ble disse tre negativene lagt over hverandre, slik at de til sammen dannet et komplett fargenegativ.



James Clerk Maxwell

### 1865 – kunstig lys

I 1865 tok fotografene i bruk magnesiumpulver som et hjelpemiddel når de trengte kunstig lys. Brennende magnesium gir et sterkt lys, og blir blant annet brukt i fyrverkeri. Magnesiumpulverblitsen var enkel å frakte med seg, men svært brannfarlig.



Magnesiumpulverblits

### 1871 – tørrplaten

Briten Richard Leach Maddox videreutviklet Archers glassplatemetode. Han brukte gelatin for å binde sølvbromid til glassplatene. Med nytt bindemiddel var en ikke lenger nødt til å bruke en våt plate. Dermed kunne en både masseprodusere og lagre bildet ved hjelp av tørre glassplater.



Tørrplate

### 1887 – rullefilmen og kompaktkameraet

Rullefilmen ble oppfunnet av Hannibal W. Goodwin i 1887. Goodwin forstod ikke omfanget av oppdagelsen sin, så den som utnyttet oppfinnelsen, var George Eastman og hans Kodak Company. Bokskameraet Kodak nr. 1 (1888) var det første amatørkameraet. Dette apparatet ble allemannseie fordi det var like enkelt å bruke som de kompaktkameraene vi har i dag. Men siden det manglet søker, måtte fotografen bare sikte mot motivet og trykke på knappen. Slik dukket uttrykket *snapshot* opp.



Det første Kodak-kameraet

### 1890 – fotografiet inntar massemediene

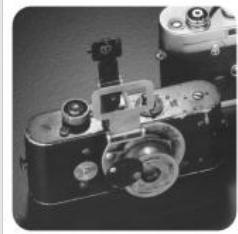
I 1881 utviklet tyskeren Georg Meisenbac en metode for rastrering av fotografier. Slik kunne en overføre fotografier til metallplater som ble brukt i trykkeprosessen. Det første rastrerte fotografiet ble trykt av Carl Angerer i Wien i 1885. Magasinet *Illustrated American* var det første massemediet som ble illustrert ved hjelp av fotografier. De illustrerte ukebladene ble snart svært populære blant vanlige folk.



The Illustrated American

### 1925 – Leica endrer fotojournalistikken

Ernst Leitz lanserte et 35 mm kamera med objektiver som var enkle å skifte ut. Leica-kameraet var fleksibelt på grunn av håndformatet og fordi det brukte rullefilm i småbildeformat. Det lette utstyret gjorde det mulig for fotografen å komme enda tettere inn på hendelsene. Kameraet var derfor med på å utvikle en ny stil innen fotoreportasjer. Hos mange fotojournalister ble Leica kjent som "håndens naturlige forlengelse".



Leica

### 1930 – elektronblitsen

Harold Edgerton fant opp *elektronblitsen* og *stroboskopet*. Lyset fra elektronblitsen oppstår når en kondensatorutladning blir sendt gjennom et rør med kryptongass. Stroboskopet lyser opp objektet glimtvis i tidsintervaller som er nøyaktig innstilt på forhand. For første gang i fotografiets historie kunne også de raskeste bevegelsene gjøres synlige.



Elektronblitsen kunne fange et motiv i fart

### 1935 – fargefilmen

Rundt 1935 lykkes Kodak med å utvikle fargefilmen (*Kodachrome*). En kunne nå ta øyeblikksbilder i farger. Året etter dukket Agfa opp på markedet med sin *Agfacolor*. Begge disse var film som ble brukt i lysbilder (positivfilm). Fargenegativen dukket først opp på 50-tallet.



Reklame for Kodachrome

### 1963 – polaroidkameraet

I 1963 presenterte Edwin H. Land i Polaroid-konsernet et "instant"- kamera med fargefilm. Kameraet framkalte selv et fiks ferdig fotografi kun få minutter etter at fotografen hadde tatt bildet. Det er fremdeles mulig å få kjøpt både Polaroid-kamera og film, og i dag har Polaroid nærmest kultstatus blant svært entusiastiske brukere.



Fotografi fra polaroidkamera

### 1969 – det digitale eventyret

CCD-brikken ble oppfunnet av Willard Boyle og George E. Smith som arbeidet hos AT&T Bell Labs. For dette arbeidet fikk de Nobelprisen i fysikk i 2009. CCD betyr *Charge-Coupled Device*, og er en liten brikke med små kondensatorer som er følsomme for lys, og som kan omdanne lys til en elektrisk ladning. CC-brikkene erstattet snart den analoge filmen, og oppfinnelsen la derfor grunnlaget for en ny digital tidsalder innen fotografering.



CCD-brikke

### 1981 – Sony som digital pioner

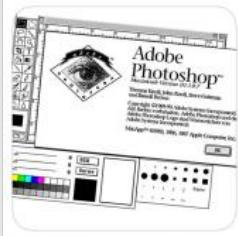
Sony lanserte det første digitale kameraet (*Sony Mavica*). I realiteten var dette et stillvideokamera. En liten "diskett" i kameraet lagret bildene magnetisk på samme måte som video blir lagret på tape. Bildene kunne slettes og tas om igjen, og hver "diskett" inneholdt 50 spor. Metoden ble aldri den store slageren, blant annet fordi bildekvaliteten ikke var god nok.



Reklame for Sony-kamera

## 1990 – bildemanipulering og JPEG-format

Da *Adobe Photoshop 1.0* kom på markedet i 1990, ble det mulig å redigere og manipulere bilder digitalt. Det elektroniske bildeformatet JPEG ble opprinnelig utviklet av *Joint Photographic Experts Group* som en komprimeringsmetode for bilder, men viste seg å fungere godt som et eget bildeformat. Formatet blir i dag støttet av alle operativsystemer. Siden bildefilene blir veldig små, har formatet blitt en standard for fotografiske bilder på Internett.



Photoshop 1.0

## 1999 – det digitale speilreflekskameraet

Nikon D1 var det første digitale speilreflekskameraet som full ut var utviklet av en tradisjonell kameraprodusent. Kameraet hadde en bildebrikke med 2.74 megapiksler. Alle store kameraprodusenter presenterte nå nye modeller der antallet megapiksler, antallet bilder i sekundet, redusert ISO-støy og bedre dynamikk ble brukt for å selge siste modell.



Digitalt speilreflekskamera

## 2004 – filformatet for framtida

Det siste tiåret har stadig nye og bedre digitale filformater kommet til. Problemet er da at en kan risikere at ny programvare ikke lenger klarer å lese eldre bildefiler. Adobe utviklet derfor DNG-formatet i 2004 (*Digitalt Negativ*), og også en DNG-filkonverter. Adobe garanterer nå at det ukomprimerte filformatet DNG skal kunne brukes til langtidslagring av digitale bilder.



Adobe DNG Converter

## 2007 – iPhoneography

I 2007 lanserte Apple fenomenet *iPhone*. Mobiltelefonen hadde et 2MP-kamera og ble kåret til årets oppfinnelse av *Time Magazine*. I løpet av en uke solgte Apple en million kameratelefoner. *iPhoneography* er benevnelse for fotografier som er tatt opp og etterbehandlet i mobile enheter som *iPhone* og *iPad*. Med stadig bedre kamera ble iPhoneography raskt populært under mottoet "det beste kameraet er det du har med deg". En mengde app-er, som gir ulike bildeeffekter, er nå tilgjengelige. Blant de mest populære er *Instagram*, *Hipstamatic* og *Snapseed*.



iPhoneography

# Fotografiets historie i Norge

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, Peter Larsen, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen  
[Fotografiets historie i Norge \(114138\)](#)



**Huskelappen**

**I 1839 oppfant Louis Daguerre en teknikk for produksjon av fotografiske bilder. Men først på 1850-tallet ble det mulig å framstille flere kopier.**

**Fotografier av norsk natur og kultur spilte en viktig rolle for utviklingen av norsk identitet.**

**Vi dokumenterer og iscenesetter livet vårt ved hjelp av portretter og amatørfotografier.**

**På 1920-tallet begynte avisene å trykke reportasjebilder.**

**Mediestemmme**

## Fotografiets historie i Norge / video

<http://ndl.no/nb/node/114080>

### En ny oppfinnelse

I 1839 oppdaget franskmannen Louis Daguerre at det var mulig å framstille fotografier dersom man utsatte kjemisk preparerte metallplater for lys. Slik oppsto det moderne fotografiет.

Den danske fysikeren Hans Christian Ørsted introduserte oppfinnelsen i Norge. Han mente at fotografiet egnet seg best til vitenskaplig dokumentasjon, siden det ikke lot seg gjøre å framstille de følelsene som avspeiles i et menneskeansikt på en mekanisk måte. Men her tok han feil! Moten med portrettfotografering spredte seg raskt i det høyere borgerskapet.

### Portrettet blir allemannseie

I begynnelsen kunne fotografen kun lage ett eksemplar av et fotografi. Men en ny oppfinnelse på 1850-tallet gjorde det mulig å framstille flere papirkopier av ett og samme bilde. Det førte til at fotografiske portretter ble allemannseie, og at det oppsto en standardisert bildesjanger. Folk stilte opp i studio i sin fineste stas, der de ble avbildet i arrangert positur mot en scenisk bakgrunnsdekorasjon.

Portrettene ble sendt til venner og bekjente, og de portrettene man fikk i retur, ble vist fram for besökende i familiens portrettalbum. Denne måten å utvikle og dokumentere sosiale nettverk på har mye felles med den nettverksbyggingen vi i dag ser på Facebook.

### Fotografiет bygger nasjonen

1800-tallet var nasjonsbyggingens århundre. Da Norge ble selvstendig i 1814, ble det brukt mye krefter på å skape en nasjonal identitet. Fotografier av norske landskap og norsk kultur ble et viktig redskap i denne prosessen.

Fotografiene ble også brukt til markedsføring av Norge, rettet mot en gryende turistnæringer, og til vitenskaplig dokumentasjon av kultur og levekår i bygd og by landet rundt.

### Fotografiet inntar massemediene

På 1800-tallet ble illustrasjoner i aviser og blader laget ved hjelp av tresnitt. De første fotografiene som sto på trykk, ble også overført til tresnitt før trykking. I 1881 utviklet tyskeren Georg Meisenbach en metode for rastrering av fotografier. Slik kunne en overføre fotografier til metallplater som ble brukt i trykkeprosessen.

Det tok likevel en stund før avisene fant plass til fotografier på de få sidene som var satt av til redaksjonelt stoff. I perioden 1900–1920 trykte avisene stort sett bare portretter. Reportasjebildet ble vanlig først i 1920-åra. På 1930- og 1940-tallet ble det etablert rene bildeblader. Disse ble raskt populære. Bildebladet *Aktuell*, med sterke bånd til arbeiderbevegelsen, spilte en viktig rolle i gjenreisningsarbeidet etter andre verdenskrig.

På 1950-tallet hadde fire store massemedier fått fotfeste i Norge: aviser, ukeblad, kino og radio. Felles for utviklingen i de fire massemediene var at bildene fikk større plass. Fotografiet ble et viktig blikkfang på avisenes forsider sammen med overskrifter og ingresser. Ny teknologi gjorde det mulig å overføre rykende ferske bilder via telefon, og mer avansert trykketeknikk gjengang bildene med bedre kvalitet enn tidligere. De første avisbildene i farger ble trykt på 1960-tallet. Fra da av har fotografiet spilt en stadig mer dominerende rolle i norske massemedier.

### Fra dokumentasjon til estetisk uttrykk

Norske kunstnere tok tidlig i bruk fotografiet som hjelpemiddel, men mange var skeptiske til å anerkjenne fotografiet som et selvstendig kunstnerisk uttrykk. Argumentasjonen var at fotografiet mangler den subjektive fortolkingen av motivet som kjennetegner ekte kunst.

På 1960- og 70-tallet tok fotografene opp kampen for at fotografiet skulle bli akseptert som estetisk uttrykk på linje med malerier og grafiske trykk. I dag har fotografiet inntatt galleriene og blir omtalt som kunst på linje med andre visuelle uttrykk. Mange pressefotografier og reklamefotografier har også en tydelig estetisk dimensjon.

### Amatørfotografiet



Peter Larsen er professor ved institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen. Han er medforfatter av boka *Norsk fotohistorie* (Samlaget 2006).

### Ressurser



Et tidlig portrett av den norske matematikeren Sophus (Marius) Lie, født 1842, død 1899.

Kjente 1800-tallsfotografer som Markus Selmer og Axel Lindahl dokumenterte norsk natur og folkeliv:

[Galleri Balder](#)

[Bla i Aftenposten fra 1910](#)

På 1900-tallet vokste antallet amatørfotografer raskt. Kamerautstyret ble billigere og stadig enklere å bruke. På 1960- og 70-tallet var fotoapparater blitt allemannseie. Digitaliseringen gjorde det etter hvert enklere å etterbehandle egne bilder. Moderne mobiltelefoner tar i dag kameraet med inn i alle livssituasjoner, også der vi ikke ønsker å bli sett, og bildene deles i stor skala på sosiale medier.

Det knipses og knipses, til hverdags og til fest. Slik dokumenterer og iscenesetter vi våre liv. Men også innen hverdagsfotografier utvikles det egne sjangre: 17. mai-bilder av egne barn i barnetoget, julebildene med hele familien i finstas foran juletreet, du og kjæresten i romantisk feriepositur under palmene. Slik er amatørfotografiet med på å forsterke og fastholder hverdagslivets riter i de tusen hjem.



13. september 1936 utløste et ras i Ramnefjellet i Loen en 70 meter høy flodbølge. 74 mennesker omkom. Store reportasjebilder preget forsida til Aftenposten.

[Bla i ukebladet Det nye](#)



Fotografiet er i dag anerkjent som kunst.  
Fotograf Morten Krogvold stiller ut i nye Bøler Kirke



Selv kongefamilien har tilpasset seg amatørfotografiets julebildesjanger.

# Norges første fotodokumentasjon

Forfatter: Bjørn Hugo Pettersen, NTB

[Norges første fotodokumentar: Lofotfisket \(141240\)](#)



Tre lofotfiskere fotografert av Anders Beer Wilse i Ballstad i 1910.

Anders Beer Wilse (1865–1949) står bak det som regnes som Norges første fotodokumentasjon i 1910. Vi har valgt å vise hans dokumentasjon av lofotfisket.

– Wilse er sannsynligvis Norges viktigste fotograf. Han tok bilder over hele landet, i hver eneste kommune. Lofoten, og da særlig lofotfisket, var noe han fotograferte ved flere anledninger, forteller Trond Bjorli, førstekonservator ved Norsk Folkemuseum i Oslo. Han har skrevet en doktoravhandling om Wilse. I 1910 var Wilse Norges fremste fotograf. Sammen med forfatteren Bernt Lie ble han hyret inn av Narvesen Kioskkompagni til å lage bok om lofotfisket. Den vinteren var han i Lofoten i noen uker for å fotografer.



Dette bildet av åttringer tok Wilse i 1928. Selv om motorbåten var tatt i bruk på denne tida, brukte mange fortsatt åttringen og andre robåter under fisket.

– Han ble en del av fiskersamfunnet. Han dro ut på havet, han var til stede når fisken ble sløyd, og han besøkte fiskerne i deres rorbuer. Resultatet ble unike bilder av et miljø som var ukjent for mange nordmenn, forteller Bjarli. I år er det 150 år siden Wilse ble født, noe som markeres mange steder i landet. Den største utstillingen, «Wilse – bildet av Norge», åpner på Norsk Folkemuseum 16. april.

# Andre underholdningsmedier

## Fra fonografen til Spotify

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Siste CD under juletreet? \(91076\)](#)



Mange velger Spotify som musikkleverandør.

### Fra fonograf til CD

I 1877 klarte Thomas Alva Edison å lage en maskin som både kunne ta opp og spille av lyd. Den første fonografen spilte av lydspor som var avsatt på en valse med tinnfolie rundt. Senere ble tinnfolien erstattet med en voksrull. Ti år senere erstattet Emile Berliner voksrullen med en flat, sirkulær skive, hvor avspillerstiften beveget seg sideveis i takt med lyden, en såkalt grammofonplate. Slike plater var det mulig å masseprodusere.

De eldste platene var laget av skjellakk og roterte med 78 omdreininger i minuttet. Fra ca. 1948 ble det framstilt plater med smalere riller og rilleavstand (mikrorilleplater, longplayingplateler). Platene ble framstilt av plast (vinyl). Omdreiningshastigheten ble senket til  $33\frac{1}{3}$  omdreininger per minutt. For såkalte singleplateler med 17,5 cm diameter benyttet man oftest hastigheten 45 omdreininger per minutt. Spilletiden ble betydelig forlenget i forhold til de gamle normalplatene. (Kilde: Store norske leksikon.)

Båndopptakeren gjorde det mulig å ta opp og spille av lyd på magnetbånd. På 1960-tallet ble kassettspilleren allemannseie. Magnetbåndet var pakket inn i små plastkassetter som var enkle å distribuere. Samme teknologi ble brukt i videokassetter.

I 1980 kom Compact Disc-systemet på markedet som en digitalisert erstatning av platespilleren og LP-platene i vinyl. En CD-plate kunne brukes til lagring av alle typer digital informasjon. Det var også mulig for brukerne å brenne sine egne CD-plater.

### Fra CD til Spotify

#### Fonografen



Klikk på bildet for å se hvordan fonografen fungerer (video i wmv-format fra NRK Skole).

Fonografen ble oppfunnet av Thomas Alva Edison i 1877. Den spilte av lyd fra spor i en roterende sylinder.

#### Grammofonen

Grammofonen ble oppfunnet i 1887 av Emilie Berliner. Lyden ble lagret på flate plater som var lettere å massedistribuere.

De første keramiske platene ble spilt av med en hastighet på 8 omdreininger i minuttet.

#### LP-platen

Etter hvert begynte man å lage plater i vinyl. Longplayingplatene (LP) inneholdt mange spor og ble spilt av med en hastighet på 33 omdreininger i minuttet.

I hundre år har musikk blitt distribuert som en fysisk vare over disk, enten det nå dreier seg om gamle 78-plater eller moderne CD'er. Verdiskapningen i bransjen har vært knyttet til fysisk eksemplarfremstilling, parallelt til den vi finner i forlagsbransjen. Det har gitt plateselskapene store inntekter, og også betydelig makt over artister og låtskrivere.

I dag er det mulig å kjøpe eller leie bøker, filmer og musikkjenester på Internett. Det utfordrer alle som jobber i mediebransjen. Hvordan skal man tjene penger når "varen" ikke lenger er en fysisk enhet som kunden kjøper over disk? Både i avishusene, i forlagsbransjen, musikkbransjen og filmbransjen arbeides det nå med å finne nye inntjeningsmodeller for digital distribusjon av medieinnhold. Mange artister er bekymret for hva de skal leve av når platesalget svikter.

Noen spår at CD-en vil være død i løpet av 2012. Spotify, Wimp og iTunes er i ferd med å overta markedet for musikkdistribusjon. Spotify og Wimp lar deg lytte til musikk om du betaler et fast abonnement. iTunes selger musikk som du kan laste ned til egen PC eller musikkspiller.

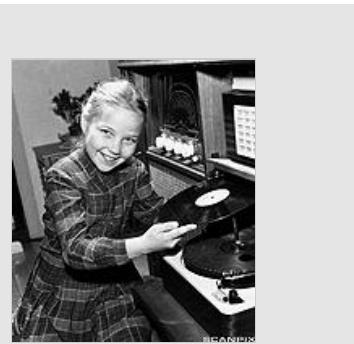
#### Fordel for brukerne

Nedlasting eller streaming av musikk har klare fordeler for brukerne:

- Du kan velge å kjøpe en enkelt låt, ikke et helt album.
- Du har tilgang til å kjøpe musikk hvor som helst og når som helst.
- Musikken er tilgjengelig på multifunksjonelle og transportable plattformer som mobiltelefon eller nettbrett.

#### Noen sverger til vinyl

Samtidig som CD-en er på vei ut, er underlig nok markedet for vinylplater på vei opp. Grunnen er uten tvil en retrobølge der noen ønsker seg bort fra den moderne, digitale tilværelsen.



Barnestjernen Lille Grethe, senere kjent som Grethe Kausland, med platespiller og en av sine egne LP-plater i 1955.

#### Compact Disc



I 1983 ga Wenche Myhre ut platen "Vi lever". Det var den aller første norske platen som ble utgitt i compact disc-systemet.



[Hvordan avspilles DVD og Blue Ray?](#)

# Kort og godt jul

Forfatter: Siri Marte Kværnes, Berit Roald, NTB, Ragna Marie Tørdal, Hege Røyert

[Kort og godt jul \(92325\)](#)



## Huskelappen

**Det første julekortet  
ble til i England i  
1843. I Norge har vi  
sendt julekort i 120  
år.**

**Julekortene er et  
bilde på den tida og  
det samfunnet de ble  
til i.**



Gamle julekort blir studert  
nøye under lupen til Per W.  
Schulze, formann i Norske  
Postkortsamlere.

Fem faktorer er viktige  
for å avgjøre hva et  
gammel julekort er  
verdt:

- alder
- motivkvalitet
- teknisk kvalitet
- sjeldenhets
- popularitet

Det første kortet



Verdens første julekort ble tegnet av briten John Calcott Horsley i 1843, og ble til fordi briten Henry Cole hadde dårlig tid. Ferdigtrykte julehilsener slo fort an. (Klikk på bildet for å se full versjon.)

### Symbol på uavhengighet



Dette norske julekortet fra 1914 viser et juletre med norske flagg og engler. Julen var ikke bare en religiøs høytid, men også en markering av Norge som en selvstendig nasjon.

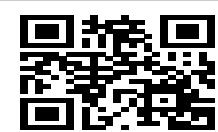
Den røde nisselua ble et viktig symbol for norsk motstandskamp under 2. verdenskrig:

[norsk julekort fra 1945](#)

I perioden 1947–1953 bidro Norge i den allierte okkupasjonen av Tyskland, den såkalte Tysklandsbrigaden. Og sammen fulgte den norske nisselua med.

Se julekort fra  
Arkivverkets samling:  
[julekort 1948](#)

Kort og godt



[Julehilsen kort og  
godt] by [Louis  
Jacoby] / audio  
<http://ndla.no/nb/node/51093>

Fjøsnissen



Den første norske  
julenissen var en  
gråkledd fjøsnisse med  
rød topplue og et lurt  
smil. Denne norske  
julekortnissen fra 1883  
er ifølge Damms  
jubileumsbok fra 1947  
"far til den seiglivede  
slekt av nisser som  
vrimler fram i  
bokhandlervinduene  
hver jul, med samme  
ættemerker: det dumme  
fliret, den frostrøde  
klumpnesen".



Hvit vinter og juletradisjoner er sentrale motiver på de norske julekortene. Dette ble utgitt av N.W. Damm & Søn. og brukt i 1897.



Julekortene avbildet kjente juletradisjoner og lyste av harmoni. Juletrehenting var en vinner blant motivene.



Dette kortet fra rundt 1890 ble importert fra Tysland og fikk trykket på teksten «Glædelig jul».



Nissen har skjegg, men ligner ikke på den norske fjøsnissen. Norge importerte både kort og ideer fra blant annet USA, England og Tyskland.



Da Norge feiret grunnlovens 100-årsdag i 1914, trykket Mittet opp julekort med norske flagg på treet.



De norske julekortene inneholdt forholdsvis få religiøse motiver. Dette tyskproduserte julekortet er fra omkring 1910.



En herre med bart strekker seg mot en kvinne. Det var tydeligvis tid til romantikk også i jula.

En hundre år gammel tradisjon

Norske julekort som brakte julehilsener for over 120 år siden, lever videre hos samlerne.

En gråkledd nisse med rød nese og topplue knar seg enda en snøball. Kanskje er det fuglen på bakken han smiler så lurt til. Kanskje smiler han fordi han har skrevet GLÆDELIG JUL med snøballer på veggen foran seg. Nå mangler bare prikken under utropstegnet.

– Dette var før «Cola-nissen» ble populær, sier formann Per W. Schulze i Norske Postkortsamlere.

I hendene holder postkortsamleren Norges første julekort med nissemotiv. Kortet er tegnet av Wilhelm Larsen og datert til 1883. Siden har skøyeraktige fjøsnisser boltret seg på utallige norske julekort.

#### Moderne

Schulze blar fram kort etter kort, fra esker og album, og snart er hele den hvite bordplaten dekket. De fleste kortene har tydelige julemotiver, slik som engler, juletrehenting og nisser i snølandskap. Noen kort glinser i glitter og forgylte bokstaver som ønsker mottakeren en gledelig jul.

Julekorttradisjonene har endret seg. I løpet av desember 2011 kommer riktignok rundt 15 millioner julekort og -brev til å bli sendt i posten. Men for bare ti år siden var juleposten rundt fem ganger så stor, og i dag sluses mange julehilsninger gjennom teknologiske nyvinninger.

Også postkort har en gang vært den nye vinen.

– En gang var det å sende kort både moderne og spenstig. Det var en bildesensasjon, man fikk se noe annet enn det man vanligvis så. Kortene overlevde også ofte lenge hos familier. De ble tatt vare på i album, lekt med og beundret, sier postkortbokforfatter Ivar Ulvestad.

#### Tidsklemme

Verdens første julekort ble introdusert av briten Henry Cole og tegnet av John Callcott Horsley i 1843. Det skal ha vært tidsklemma som satte Cole på tanken om å lage ferdigtrykte julehilsener.

To norske julekort kom i 1883. I tillegg til nissekortet gikk et kort med en enkel versjon av Adolph Tidemanns maleri «Norsk Juleskik» i trykken. Både nisser og juleskikker skulle bli vanlige motiver på norske julekort.

Før posten åpnet for sending av åpne postkort, også det i 1883, var julekortene såkalte overrekkingeskort. Bildekortene ble brukt som en slags liten gave, en oppmerksomhet hvis en for eksempel var bedt bort. Kortene ble også ofte sendt i konvolutter. Etter 1883 ble det lovlig, men også billigere og lettere, å sende postkort.

– Folk tok til seg skikken med å sende kort, den ble allermannseie. Rundt 1900 tok det veldig av, og fra 1910 helt til 1960 ble det sendt store mengder, sier Ulvestad.

#### En julevare

Tidlig kunne også bunadskledde mennesker, kjendiser, dyr og tog pryde julekortene. Men etter hvert som kortene ble en handelsvare, ble også motivene spisset inn mot julen. Typiske motiver ble juleforberedelser, pynting, nisser, engler, barn, grisen og juletreet.

– Varen fant sin plass og sin oppgave. Den skulle treffe publikum, og illustratører fikk i oppgave å tegne det man visste at solgte. Estetikken ble preget av julekonvensjonene. Et utvalg av motiver gikk igjen og bygget opp under forventningene om hvordan jula skulle se ut, sier Ulvestad.

Per W. Schulze strekker seg mot taklampa og dekker lyset med et gammelt såkalt «hold to light»-kort.

– Det var kjempekonkurranse mellom forlagene. De var veldig kreative i forsøkene på å få solgt sine kort, sier han.

Plutselig vekkes stjernehimmelen på kortet til liv, og vinduene lyser ut mot den mørke vinterkvelden.

– Gullkornet finnes der ikke alle andre har funnet det, sier postkortsamleren.

#### Den norske fjøsnissen

Wilhelm Larsens nisse fra 1883 var en typisk nisse slik den framstår i nordisk folketro. Nissen var overnaturlig og holdt til i nærheten av folk, ofte i uthusene. I Norge ble nissen gjerne beskrevet som en liten, gråkledd mann med rød lue og langt skjegg. Nissen kunne hjelpe til med fjøs og stell, men var også en lunefull type. Ble han ikke behandlet godt, kunne han gjøre pek mot både folk og dyr.

Det er varianter av fjøsnissen som har vært mest brukt på julekort her til lands. Ofte i litt festlige situasjoner. Men karakteren har utviklet seg med åra.

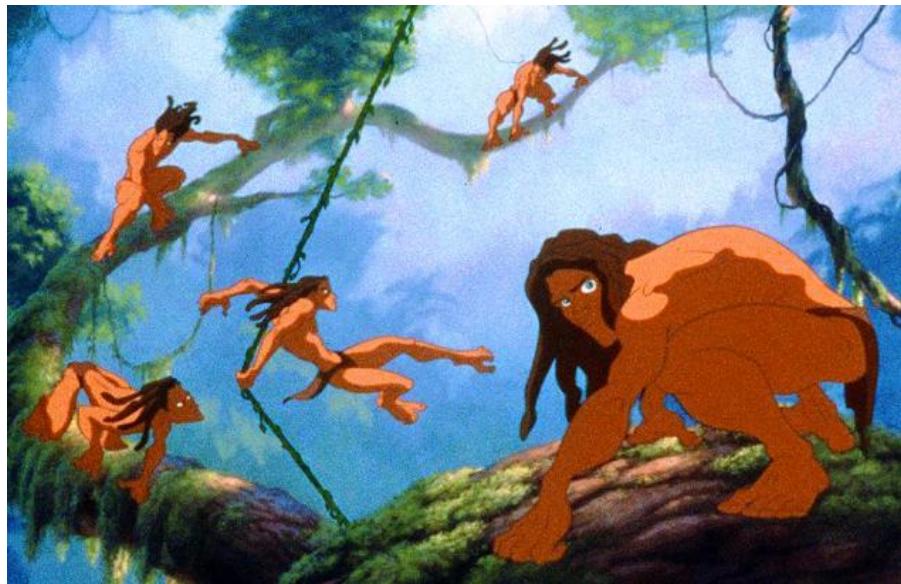
– Den norske julekortnissen har forandret seg etter behov. Den har blitt tilpasset for å kommenere problemstillinger i samtiden, og har også stil- og tegnemessig blitt tilpasset tiden, sier postkortbokforfatter Ivar Ulvestad.

Under andre verdenskrig ble den røde topplua et symbol på motstanden mot nazistene. Da det ble forbudt å gå med rød topplue offentlig, svarte nordmenn med å sende flere kort med rødluede nisser, senere nisser med luer i andre farger, eller rett og slett uten lue. Slik fikk en ironisert i det skjulte og antydet overfor venner og kjente at en sto på riktig side, forklarer Ulvestad.

## Apenes konge er 100

Forfatter: Bjørn Hugo Pettersen, NTB

[Apenes konge er 100 år \(109999\)](#)



**APENES KONGE:** Tarzans storhetstid er forbi, men den supersterke jungelhelten svinger seg fortsatt fra tre til tre.

## Tarzan i 3D

Ifølge den tyske filmprodusenten kommer den nye 3D-filmen, som bare skal hete «Tarzan», på kino sommeren 2013. Kellan Lutz (27), kjent fra «Twilight»-filmene, har hovedrollen. Spencer Locke (21), som blant annet har spilt i TV-serien «Cougar Town», er Jane Porter.

Handlingen i animasjonsfilmen er lagt til nåtiden, med flere endringer fra den originale versjonen. Tegneserieekspert Morten Harper mener en oppdatering av den karakteristiske jungelmannen er nødvendig for å unngå at Tarzan blir en ufrivillig parodi på seg selv.

**NDLAktuelt**

**DET NYE PARET:** Kellan Lutz (27) er Tarzan og

– Jeg skal ikke spå om filmen blir en kalkun eller en suksess. Men det er ingen tvil om at Tarzan var et produkt av en annen tid, da verden ennå var uutforsket og den kolonialistiske tankegangen var utbredt. Hvis han ikke skal gå ut på dato, må Tarzan fornøyes kraftig, mener Harper.

### Ble et begrep

Det er 100 år siden Edgar Rice Burroughs fikk publisert sitt første Tarzan-eventyr; «Tarzan of the Apes». I 1912 sto historien i oktoberutgaven av det amerikanske «pulp fiction»-magasinet The All-Story. To år senere kom den i bokform.

Burroughs skrev til sammen 25 Tarzan-bøker – samt én som han ikke ble ferdig med før han døde i 1950. I den første fortellingen møter vi Tarzans foreldre, som dør ett år etter at Tarzan blir født i jungelen. Han får en ny mor, en ape i en oppdiktet apeslekt. Han blir en dyktig jeger og blueskytter. Etter hvert tar han over plassen som apenes konge. I jungelen møter han Jane, som han blir forelsket i. Og han får vite at hans egentlige navn er John Clayton, som har arvet tittelen Earl Greystoke og et engelsk gods.

I dag er Tarzan en av de mest kjente litterære karakterene i verden. Det kan kanskje forklares med at Burroughs skapte en ekstrem utgave av en heltefigur. Tarzan har et heroisk mot, en overmenneskelig styrke, en atletisk kropp og et vakkert utseende med langt, svart hår. Han er intelligent, rådsnar, viljesterk, praktisk, høflig, lojal, sjenerøs, selvsikker og alltid trofast mot sin elskede Jane.

– Han er prototypen på en helteskikkelse, og forløperen til superheltene. Den rendyrkede karakteren Burroughs skapte, gjorde at Tarzan ble et begrep, sier Harper, som kjenner Tarzan best gjennom tegneseriene.

### En slags naturverner

I USA ble Tarzan tegneserie i 1929, sju år før Fantomet og ni år før Supermann. Fortellingene om apekongen gjorde også suksess i amerikansk radio og i flere TV-serier. Hittil er det laget rundt 90 Tarzan-filmer. Den første kom allerede i 1918.

Fredrik Wandrup synes det er laget flere gode filmer om Tarzan.

– Disneys animerte langfilm fra 1999 var vellaget. Det samme var «Greystoke»-filmen fra 1984. Og om man har sansen for svart/hvitt-filmer, er det morsomt å se klassikerne med enten Johnny Weissmuller eller Buster Crabbe i hovedrollen som Tarzan, sier Dagbladet-journalisten.

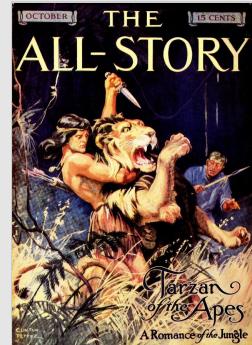
«Tarzan er en mytisk figur av ypperste merke. Han står fram som en av tidenes første naturvernfolkjempere – urskogens vokter mot tankeløse utbytttere. Ingen ussel helt i disse tider», skrev Wandrup for noen år siden. Ordene står fortsatt ved lag.

– Tarzan kan utvilsomt sees som et symbol på en som beskytter naturen og dyrelivet. Han ble jo oppdratt til å innse verdien av naturen, og slo hardt ned på dem som prøvde å ødelegge den. Samtidig kan han jo betraktes som et hvitt overmenneske som behersket jungelen, det villeste av det ville. Han var et produkt av sin tid, da folk hadde et mindre nyansert syn i dag på Afrika og menneskene som bodde der, påpeker Wandrup.

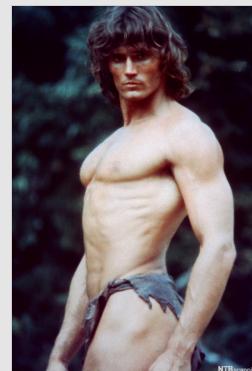
Morten Harper er enig i at Tarzan kan ha en relevans i nåtiden som naturforsvarer:

– Tarzan mente at den menneskelige sivilisasjonen var destruktiv. Han likte seg best når han fikk svinge seg i lianer og snakke med dyrene.

Spencer Locke (21) er Jane i neste års Tarzan-film, som produseres av tyske Constantin Film.



**FOR 100 ÅR SIDEN:** I 1912 ble det første Tarzan-eventyret publisert, i oktoberutgaven av kioskromanen The All-Story. Clinton Pettee tegnet coveret.



**ET PRODUKT AV SIN**

**TID:** - Den rendyrkede karakteren Burroughs skapte, gjorde at Tarzan ble et begrep, sier Harper, som kjenner Tarzan best gjennom tegneseriene.



**STORHETSTIDEN:** I

gamle dager var Tarzan  
alle gutters helt og mange  
jenters drømmemann.  
Amerikanske Johnny  
Weissmuller, som vant fem  
OL-gull i svømming, spilte  
hovedrollen i 12 Tarzan-  
filmer på 1930- og 1940-  
tallet.

# Nytt og gammelt mellom julepermene

Forfatter: Bjørn Hugo Pettersen, Siri Marte Kværnes, NTB

[Nytt og gammelt mellom julepermene \(110186\)](#)



Juleheftet Nemi / video

<http://ndl.no/nb/node/110455>

## Nytt og gammelt mellom julepermene

«Lunch» er blant nykommerne i floraen av norske julehefter. Men det finnes også noen gamle travere. Den som vil pløye seg gjennom alle årets julehefter, må henge i. Heftene er omkring 70 i tallet, og hovedpersonene er alt fra actionhelter til norske klassikere og moderne hverdagshelter – og antihelter.

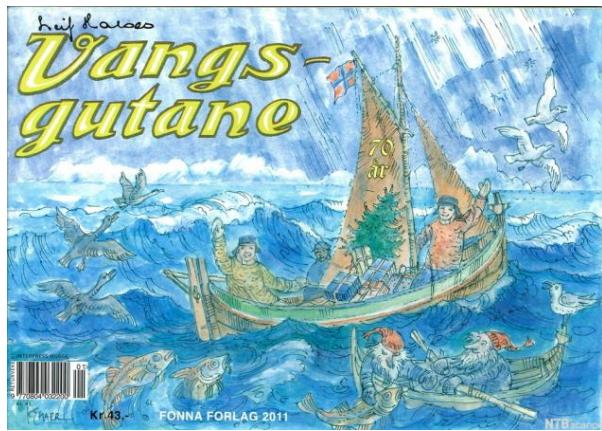
– Det er det som er litt sjærmerende også, at det er nytt og gammelt side om side, sier Børge Lund, som står bak tegneserien «Lunch».

Andre ferskinger blant juleheftene er «Julebords of Norway» og «Reisen til Julestjernen», også aktuell på kino, og «Julekongen», som er årets julekalenderserie på NRK.

## Tradisjon

«Knoll og Tott» kom til Norge som vårt første julehefte i 1911. Siden har en rekke nye hefter kommet til, fra både utland og innland. De siste 15 årene har spesielt mange norske serieskapere kommet på banen også i juleform.

Men noen norske hefter har stått i julehyllene i et par mannsalder allerede. Blant dem er «Vangsgutane» og «Ingeniør Knut Berg», med tradisjoner tilbake til 1940, skriver NRK. «Vangsgutane» ble en suksess blant annet fordi serien fortalte om norske forhold og livet på bygdene, tror forlagsredaktør Roald Waktskjold i Fonna Forlag.



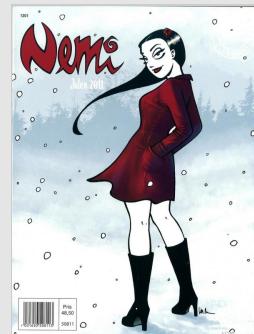
**VANGSGUTANE:** Er en klassisk, norsk tegneserie skrevet av Leif Halse. Serien var først gitt ut som en serie i ukebladet «Nynorsk Vekeblad» fra 1940 til 1954. Den har også kommet ut som julehefte i mange år.

– Det var mange som kjente seg igjen i serien. De yngre leserne leste om ting som også de syslet med, både til hverdags og i helgene. Med en varsom fornyelse holder den seg godt den dag i dag, sier han til NRK. «Ingeniør Knut Berg» var – og er – en spenningsserie, og var en motvekt til amerikanske science-fiction-serier.

**NDLAktuelt**

## Dette er saken:

Jul er synonymt med julehefter. I over 100 år har juleheftene satt preg på høytiden.



**Nemi:** Skrives og tegnes av Lise Myhre. Serien så dagens lys sommeren 1997 i bladet «Larsons Gale Verden», under tittelen «Den mørke siden».

## Visste du at...

julehefter er et særnorsk fenomen som er over 100 år gammelt.



## INTERAKTIV GRAFIKK:

I de siste 15 årene har mange norske serieskapere også gitt ut julehefter. Se de seks mest populære juleheftene.

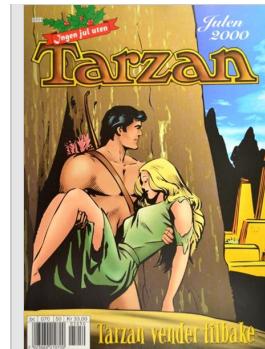
## Julestemning med Tarzan

I Norge hadde Tarzan-tegneseriene sin storhetstid fra 1960-tallet og fram til 1980-tallet. Første Tarzan-julehefte kom i 1947. De var populære i cirka 25 år.

– Tarzan-juleheftene husker jeg godt. For at vi skulle sitte i ro mens foreldrene stelte i stand til jul, fikk søsteren min Knoll og Tott. Jeg fikk Tarzan. Jeg får fortsatt julestemning når Tarzan nevnes. Det forbinder jeg med jul og granbar, forteller Fredrik Wandrup.

Egmont gjorde et forsøk på å gjenopplive tegneserien som julehefte i 1999, men det ble lagt ned igjen etter heftet i år 2000.

– Jeg tviler på at det kommer nye Tarzan-striper. Verden har nok gått fra ham, konkluderer tegneserieekspert Morten Harper.



INGEN JUL UTEN:

«Tarzan vender tilbake»,  
julehefte fra 2000.

## Fakta om Tarzan

QUIZ

Tarzan

# Oppgavesamling

## Norske julehefter

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Oppgaver om norske julehefter \(110245\)](#)



Tid

1–2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

Fagartikler, lyd og video:

[Nytt og gammelt mellom julepermene](#)

[Språk- og litteraturhistorisk tidslinje](#)

[Mer om Knoll og Tott](#)

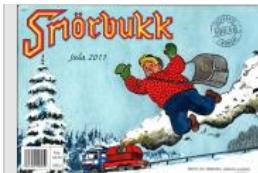
Vangsgutane



Tegneserierute fra juleheftet Vangsgutane

[Vangsgutane – et kultfenomen](#)

Smørbukk



Forsida til juleheftet  
Smørdukke i 2011

[Smørdukke – historiske  
forsider](#)

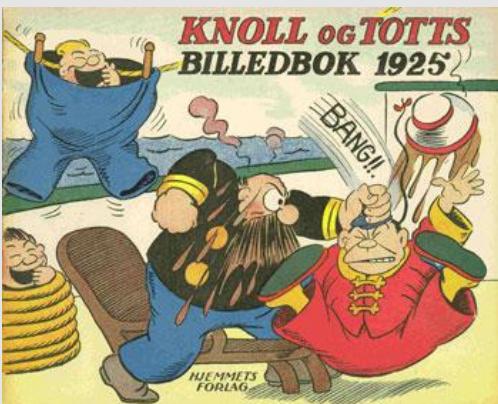
Les om topplua som  
symbol: [Kort og godt  
jul](#)

Nemi



Nemi er et moderne  
julehefte

[Postmodernisme](#)



Oppgave 1

- Når kom juleheftet *Knoll og Tott* ut første gang?
- Hvorfor ble juleheftene så populære i Norge?
- Hvor mange norske julehefter blir utgitt i dag?
- Vi deler vanligvis tegneserier inn i to hovedgrupper: humorserier og spenningsserier. Nevn eksempel på et spenningsjulehefte og et humorjulehefte.

- Hvilken kategori tilhører de fleste juleheftene?

## Oppgave 2

De første tegneseriestripene om *Vangsgutane* stod å lese i *Nynorsk Vekeblad* i 1940.

Fra 1941 til 1983 ble det utgitt et nytt julehefte hvert år. Det ble også utgitt et nytt hefte i 2011. Les mer i "boka" *Vangsgutane* som du finner under 1940-årene i [Språk- og litteraturhistorisk tidslinje](#).

- Tegnserieheftet ble i utgangspunktet laget som et motstykke til det populære juleheftet *Knoll og Tott*. Hvorfor?
- Hvilke egenskaper har hovedpersonene i *Vangsgutane*?
- Skurken i *Vangsgutane* er husmannsgutten Larris. Lytt til lydfil nr. 4 på side 12 i boka *Vangsgutane*. Tenk deg at dette opptrinnet fant sted på din skole i dag.
  - Hvordan ville elevene i din klasse ha reagert på oppførselen til Larris?
  - Hvordan ville elevene i din klasse ha reagert på oppførselen til Steinar?
  - Hvordan ville elevene i din klasse ha reagert på oppførselen til læreren?

## Oppgave 3

I "boka" *Vangsgutane* som du finner under 1940-årene i [Språk- og litteraturhistorisk tidslinje](#), kan du også lese om tegneserieheftet *Smørbukk*.

- Når og hvor ble denne tegneserien først publisert?
- Hvilke personlige egenskaper har *Smørbukk*?
- Hva kjennetegner miljøet serien foregår i?
- Studer forsiden til juleheftet *Smørbukk* i året 1941. Dette året har Smørbukk nisselue på hodet. Hvorfor var det viktig for tegneren å framstille han slik?
- Sammenlign forsidene til juleheftet *Smørbukk* i 1947, 1961 og 1981. Hvilke personlige egenskaper ved tegneseriefiguren er felles i disse tre heftene? Hva forteller disse forsidene om hvordan juleheftet har tilpasset seg samfunnsutviklingen?

## Oppgave 4

- *Nemi* og *Pusur* er populære tegnserier i vår tid. Hvordan skiller disse tegnserieheftene seg fra hefter som *Nr. 91 Stomperud* og *Smørbukk* når det gjelder humor og kulturell forankring?
- Hvilke postmodernistiske trekk finner du i tegneserien *Nemi*?

# Reklame og propaganda

## Norsk reklamehistorie 1850 - 1920

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal

[Norsk reklamehistorie 1850–1920 \(74025\)](#)



Annonse for julegave til fattige i Aftenposten 1888.

### De første avisannonserne

De første egentlige reklamene i Norge kom som små avisannonser fra 1850-tallet og utover. Det var gjerne en tekst som skrøt uhemmet av produktet. De ble etter hvert illustrert av enkle tegninger. Overskriftene vokste i størrelse, og annonsene kom til å bety mye for avisøkonomien.

Annonsøren sa i grunnen bare "kjøp varene mine", et motto som også gjelder dagens annonser. Dårlig trykkvalitet og dårlig avisapir gjorde sitt til at datidens annonser framstår som enkle og primitive, men like fullt hadde de stor virkning på publikum.

### Reklameplakater

Fra 1880-tallet førte bedre framstillingsteknikker til en merkbar forbedring av bildekvaliteten, og de første reklameplakatene dukket opp. Emballasjen ble påkostet frodige og fargestrålende bilder, og alt fra hermetikk til tobakk fikk esker som framsto som små kunstverk. Det vokste fram en egen grafisk industri som hadde reklame som en viktig produktgruppe.

Annonsene på begynnelsen av 1900-tallet hadde ofte avbildninger av produktemballasjen, eller inneholdt symbol som briller for optiker og nål og tråd for skreddertjenester. Fremdeles var utformingen forholdsvis enkel og grei.

### Innflytelse fra USA



### Huskelappen

Rundt 1850 begynte avisene å trykke små produktannonser. Annonsene ble et viktig inntektsgrunnlag for avisene.

Markedsføring som fag oppsto i USA. Visuelle virkemidler ble brukt målrettet for å påvirke kunden.



Kaffeboks fra H.F. Klingenberg AS i Trondhjem

Lautrec ambassadeurs, aristide bruant (poster) 1892.

Men snart begynte innflytelsen fra USA for alvor å gjøre seg gjeldende. USA var det store reklamelandet, som utviklet markedsføring og nye reklameformer for et kjøpesterkt publikum. Ikke minst begynte man å forstå hvor viktig bilder og det visuelle uttrykket var i reklame og annonser.

Vi fikk egne reklameforeninger, reklameblad og reklameskole. Flere dyktige norske tegnere innførte humor i reklamen, og med bakgrunn i ukebladene og humorbladene som kom ut på denne tiden laget de mye underholdende reklame.



Kunstneren Henri de Toulouse-Lautrec regnes som den moderne plakatkunsten far.

# Norsk reklamehistorie 1920-1945

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal

[Norsk reklamehistorie 1920–1945 \(74026\)](#)



Reklame for majones på 1920-tallet.

Etter første verdenskrig og den såkalte jobbetiden som fulgte med den, ble det økonomisk gode tider her i landet. Publikum ble mer kjøpekraftig. Også i Norge fikk vi mange dyktige reklamefolk som formidlet kjøpebudskapet mellom produsenter og publikum.

## Norsk reklame i utvikling

1930-tallet blir regnet som det store tiåret i norsk reklame. Vi fikk en ukepresse med godt teknisk utstyr som kunne gjengi tegninger og foto i høy kvalitet, og i annonsene kom det et tempo og et moderne uttrykk som var på høyde med det beste som ble laget i utlandet.

På tross av økonomiske nedgangstider fikk vi en reklameindustri som utviklet mange gode og fantasifulle reklamer. Flotte postkort, bokomslag og ukebladillustrasjoner laget av de samme reklameillustratørene bidro til at det var reklamen som preget folks bildekonsument i dette tiåret.

I 30-årene fikk NRK fremdeles inntekter fra radioreklame. Ordningen opphørte da Norge ble okkupert av tyskerne i 1940.



Radioeklame for vaskemiddelet Persil i 1930-åra / audio

<http://ndla.no/nb/node/74074>

Krig og nedgangstider



Huskelappen

**Reklamen fant et  
nytt utstillingsvindu  
i ukepressen.**

**I mellomkrigstida  
hadde Norge mange  
dyktige illustratører.**

**Reklamevirksomhete  
n stoppet opp under  
krigen, men  
virkemidlene fra  
reklamen ble brukt i  
krigspropaganda.**

Først i 1975 ble det forbudt å reklamere for alkohol i Norge.



Plakat av Harald Damsleth

[Norske digitale kilder](#)

Okkupasjonen 1940–45 førte til nedgangstider for reklamen. Det ble papirrasjonering og forbud mot annonser og reklamer over en viss størrelse. Vareutvalget minsket betraktelig, og det var ikke det store behovet for annonsering.

En av de store illustratørene og reklameskaperne fra 1930-tallet, Harald Damsleth, gikk i nazistenes tjeneste, og hans plakater og propagandategninger for Nasjonal Samling og partiets budskap preget mye av det visuelle landskapet i Norge i okkupasjonsårene.

# Norsk reklamehistorie 1945- 2011

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal

[Norsk reklamehistorie 1945–2011 \(74027\)](#)



Sen kveld på Piccadilly Circus i London

## Kamp om forbrukernes oppmerksomhet

Etter krigen kom gjenoppbyggingsårene. Rasjonering og det magre vareutvalget fra krigen ble langsomt erstattet med stadig nye produkter i varehandelen, noe som krevde en aktiv markedsføring.

Varer innen samme produktgruppe konkurrerte med hverandre, og produktene ble stadig mer spesialiserte. Der en tidligere hadde en universalsåpe som dekket de fleste behov (Sunlight), fikk en nå egne såper for oppvask, håndvask, kroppsvask, hårvask, barnevask osv.

Dette ser vi igjen i reklamen, som skulle gjøre folk oppmerksom på hvor viktig det var å kjøpe egne såper for de ulike behov. Tannkremen fikk tilført all verdens tilleggsverdier og var ikke lenger "bare" tannkrem, men et vitenskaplig utviklet produkt som skulle ta vare på tennene dine på beste måte og gi deg en egen ring av selvtillit.

## Fotografiet lyver ikke

Den individuelle tegneren ble etter hvert erstattet av profesjonelle markedsførere og salgspsykologer som innførte spesialdesignede annonser for de ulike målgruppene. Foto ble mer og mer tatt i bruk, og reklamen ble i større grad resultatet av teamarbeid. Foto ble regnet for mer troverdig i reklamen, og man fant ut at det tiltrakk større oppmerksomhet enn tegninger.



Huskelappen

**Vareutvalget økte kraftig i etterkrigstida. Det ble kamp om forbrukernes oppmerksomhet.**

**Reklamen utstyrt derfor produktene med en *tilleggsverdi*.**

**Fotografier og kjendiser som rollemodeller ga reklamen troverdigheit.**

**I vår tid dominerer reklamen media og bybilde. Nye medier tas i bruk for å nå ut med direktereklame til forbrukerne.**



Engelsk sigarettrekklame fra 1940-tallet (klikk for å se større versjon).

Det var ikke noe nytt at kjendiser fra idretts- og kulturliv ble utnyttet i reklamen, men dette ble nå satt i system. Kjente figurer som Wesenlund og Heide Steen opptrådte i mange reklamer, og nye reklameord og begreper som "sjekkis" gikk inn i dagligspråket.

### Påvirkning fra utlandet

På 1960-tallet ble norsk reklamebransje internasjonalisert, og de store verdensomspennende reklamebyråene etablerte seg i Norge, gjerne ved at de kjøpte opp de norske byråene. I dag dominerer de internasjonale reklamebyråene i det norske markedet.

Reklamefilm på kino ble en viktig markedskanal for produsentene, og de utenlandske reklamefilmene dominerte den stadig viktigere markedsføringen av livsstilsprodukter for ungdom. På 80-tallet begynte de reklamefinansierte TV-kanalene å vinne innpass i norske hjem via parabolantennar, og reklamen ble et fast innslag i mange av de mest populære kanalene.

### Reklame i alle kanaler

Nye former for reklame ble innført, eller reklamen ble gjort mer synlig enn før, som *produktrekklame* i spillefilmer og TV-serier. Musikkvideoer åpnet et nytt reklamemarked for musikk, og for barn kom tegnefilmene som kun hadde som formål å markedsføre lekeprodukt (He-Man, Pokemon). *Direktereklame* i postkassen (DM) økte i omfang, og stadig tjukkere papiravisser med mange annonsebilag ble vanlig.

Utendørsreklame er ikke noe nytt, men den er stadig blitt mer dominerende og påtrengende i det offentlige rom, i form av lysreklamer, reklamesøyler, reklamer på bil og busser, veggflater osv. Klær som reklamerer for sitt eget produktnavn, er også noe forholdsvis nytt i reklameverdenen. Internett og sosiale nettverk har ført til at reklamen henvender seg direkte til deg, skreddersydd til deg og de interesser du har.

### Et bilde på vår tid

En analyse av reklamer fra ulike tidsperioder vil vise at den på godt og vondt er et speilbilde av sin tid. Reklamen gjengir idealer og verdier i samfunnet, men reklamen er samtidig noe mer. De ulike reklameuttrykkene påvirker våre holdninger og ønsker og er med på å forme hverdagen og vårt forhold til verden omkring.

Etter krigen ble foto av krigshelter brukt for å gi produktene en tilleggsverdi. Hva oppnår forbrukeren som røyker dette sigarettmerket?



Reklame for Nilfisk  
støvsuger 1970 (klikk for å  
se større versjon).

Reklame forteller mye  
om tida og samfunnet  
den ble til i. Kanskje  
kan vi forstå  
kvinnekampen på 70-  
tallet bedre ved å  
studere dette bildet?

Reklame kan også  
spille på nasjonal  
identitet.



Reklameannonse for  
Lerum eplemost (klikk for å  
se video).

Reklamen påvirker oss som enkeltpersoner og som grupper, og ofte spiller den på nasjonal identitet, noe vi kan se av reklamehistorien. Samtidig er reklamen i Norge et stadig mer internasjonalt preg, noe som påvirker både språk og holdninger, bort fra det norske.

# Reklamegalleriet

Forfatter: Jostein Saakvitne, Øyvind Høie

[Reklamegalleriet \(74212\)](#)



Reklamegalleriet / flashnode

<http://ndla.no/nb/node/74151>



Opphavsrettigheter Reklamegalleriet / fil

<http://ndla.no/nb/node/74197>

# Psykologisk krigføring

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal  
[Propaganda og psykologisk krigføring \(74155\)](#)



## Huskelappen

**Propaganda er  
bevisst manipulering  
av folks følelser og  
tanker for å få dem  
til å mene eller gjøre  
bestemte ting.**

**Propaganda blir  
brukt i krig for å  
mobilisere  
innbyggerne til  
kamp og for å  
svekke fienden.**

**Propagandaen  
skaper fiendebilder  
som er lette å hate.**



Tysk postkort fra 1917.  
(Klikk for å se større  
versjon.)

Reklame og  
propaganda bruker  
virkemidler som  
appellerer til  
følelsene.

I alle kriger er det viktig å skape et bilde av fienden som umoralske, slemme og umenneskelige.



Tokio Kid Say. Amerikansk propagandaplakat fra 2. verdenskrig. (Klikk for større versjon.)



Sovjetisk propagandaplakat for verdensrevolusjonen 1922

### Hva er propaganda?

I vår tid blir begrepet *propaganda* brukt om bevisst manipulering av folks følelser og tanker ved hjelp av sterke virkemidler for å fremme bestemte oppfatninger og handlingsmønstre. (Kilde: Store norske leksikon).

### Propaganda og psykologisk krigføring

Propaganda er en viktig del av all krigføring. Til alle tider har det vært viktig å svekke fiendens moral, på samme måte som en hele tiden må styrke moralen i egne rekker. Bakgrunnen for psykologisk krigføring er ideen om å vinne krigen ved å ødelegge motstanderens vilje til å slåss.

Propaganda brukes ikke bare i krig. Men i en krigssituasjon vil propagandaen bli mye tydeligere, og virkemidlene blir sterkere enn når krigen bare foregår med psykologiske våpen.

### Konstruerte fienebildet

Når vi ser på hvordan fienden er framstilt i ulike kriger opp gjennom historien, blir vi overrasket over hvor primitiv denne propagandaen virker i dag. Da er det viktig å være bevisst de historiske rammene, eller den *konteksten* propagandaen er en del av. I krig dyrkes og framheves stereotypene. Tyskerne blir onde mennesker med brutale ansiktstrekk, japanere er skjevøyde gulinger som dreper alle på sin vei.

Slik sett blir propagandaen svært tidsavhengig. Plakater og propagandafilmer mister med en gang sin verdi når krigen er over, og nye holdninger skal innlæres.

På samme måte som bildet av tyskere og japanere måtte forandres da andre verdenskrig var slutt, måtte folk i Vesten på 1990-tallet lære at den tidligere hovedfienden i den kalde krigen, russerne, ikke var fiende lenger. Til gjengjeld oppsto snart nye fiendebilder, ikke minst etter 11. september 2001.

#### Profesjonelle produsenter

Psykogene står sentralt både i utviklingen av moderne reklame og når propagandakampanjer skal utformes. I begge tilfeller gjelder det å påvirke og overbevise, skremme og overtale.

Utviklingen av de moderne massemediene har ført til at de metodene propagandaen bruker, har forandret seg, men prinsippene er de samme gjennom hele historien. Propaganda kan brukes i alle tilgjengelige medier, alt fra hviskekampanjer (effektivt brukt av motstandsbevegelsen i Norge og Goebbels i Tyskland) til spredning av desinformasjon gjennom elektroniske medier.

# Propaganda i 1.verdenskrig

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal

[Propagandavirksomhet i 1. verdenskrig \(74129\)](#)



Huskelappen

**Propaganda og  
psykologisk  
krigføring var viktige  
våpen under 1.  
verdenskrig.**

**Engelskmennene  
brukte  
propaganda til å  
mobilisere  
befolkningen.**

**I USA ble alle  
tilgjengelige medier  
tatt i bruk i  
krigspropagandaen.**



Britisk vervingsplakat i 1.  
verdenskrig

Både i England og  
USA var det viktig å få  
folk til å verve seg  
som soldater.

Sammenlign den  
britiske plakaten med  
den amerikanske  
plakaten nedenfor.  
Hvilken av dem tror du  
har sterkest appell til  
mottakerne?



Uncle Sam wants you.  
Amerikansk  
propagandaplakat 1916.  
(Klikk for større versjon.)

I USA jobbet 150 000  
medarbeidere med  
propagandavirksomhe  
t under 1. verdenskrig.  
Det ble skapt en  
krigspsykose som  
overtraff alt en  
tidligere hadde  
opplevd, og det ble  
farlig å være av tysk  
avstamming i USA.



Tysk postkort fra 1. verdenskrig

### Krig med ord og bilder som våpen

Under første verdenskrig ble den moderne psykologiske krigføringen utviklet. Propagandaen ble rendyrket som en egen del av krigføringen. Den fikk stor betydning i de politiske konfrontasjonene og krigene som fant sted mellom de europeiske land i første del av 1900-tallet.

Militærstrategene oppdaget at propagandaavdelingene betydde vel så mye som de militære troppenes innsats på slagmarken. Bevisst manipulering med ord og bilder formet bestemte holdninger og oppfatninger av fienden, i pakt med det makthaverne ønsket.

### Engelskmennene dyktigst

Engelskmennene var de dyktigste i propagandakrigen. I utgangspunktet var det ikke enighet i det britiske samfunnet om krigen. For å skape en enhetlig holdning og massiv forsvarsvilje gjaldt det å overtale og presse de motvillige. En laget derfor historier om de ville "hunerne" som opptrådte barbarisk og umenneskelig da de invaderte Belgia og Frankrike.

*War Propaganda Bureau* formidlet mye propaganda til de nøytrale landene for å vinne dem for sin sak, og opinionen i disse landene ble sterkt påvirket, blant annet i Norge, der avisene ble foret med skrekkhistorier om den tyske krigføringen. Hovedtemaet i den engelske propagandaen var at de allierte kjempet en krig for å "gjøre slutt på alle kriger". De kjempet for demokratiet, tyskerne kjempet for militærstaten.

### Amerikanerne tar alle medier i bruk

Amerikanerne kom først inn i krigen i 1917, men de brukte da alle tilgjengelige ressurser i sin krigføring. Lederen for den amerikanske propagandaen, George Creel, uttrykte det på denne måten i sin bok *How we advertised America*: "Vi så på konflikten som en kamp om folks bevissthet, for å vinne folks overbevisning." Fronten befant seg i alle amerikanske hjem, og Creel så oppgaven som en gigantisk reklamekampanje, "verdens største reklameeventyr".

Creel og hans menn lyktes. Aldri før hadde USA opplevd en tilsvarende kampanje i omfang og intensitet. Alle tilgjengelige medier ble trukket inn, og krigsbudskapet ble gjennomført i presse og film, plakater og brosjyrer.

### Tyskerne var amatører

Den tyske propagandaen syntes amatørmessig i forhold til den amerikanske og engelske. Etter krigen så mange tyskere på sin egen manglende psykologiske krigføring som en av hovedgrunnene til krigstapet.

Tyskerne klarte aldri å skape noen forståelse for sine politiske motiv med krigen, og deres egen propaganda druknet fullstendig i den mye mer effektive engelske påvirkningen. Analyser etter krigen viste at propagandavirksomheten hadde vært avgjørende når det gjaldt å innpode holdninger hos folk. De fascistiske og nazistiske organisasjonene som vokste fram i mellomkrigstiden, tok lærdom av dette.

# Propaganda i 2.verdenskrig

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal

[Propagandavirksomhet i 2. verdenskrig \(74132\)](#)



## Tysk propaganda

Hitler beundret den allierte propagandaen under første verdenskrig. Han utformet derfor en effektiv propaganda som gikk ut på å hamre inn få og enkle budskap gang på gang. Det overordnede begrepet var rase, og det handlet om det store folkefellesskapet og om konkrete hovedfiender som ble tillagt all skyld.

Det fremste propagandamediet for Hitler var radioen og folkemøtene. Det lyktes aldri tyskerne å skape god propaganda gjennom spillefilm. Derimot hadde de tyske filmavisene svært stor propagandavirkning.

Alt i alt gjorde det nazistiske propagandaapparatet en imponerende jobb, med propagandaminister Göbbels i spissen. På en måte kan vi si at Hitler vant propagandakrigen, men tapte den militære krigen.

## Engelsk og amerikansk propaganda

Den engelske propagandaen la etter hvert stor vekt på å konfrontere Göbbels dyktige propaganda med virkelige fakta fra frontene, for å skape tillit til resten av egen informasjon. Denne vektleggingen av fakta og sannhet gjaldt også fronten hjemme.

Den amerikanske propagandaledelsen hadde helt andre problemer. Det var ikke vanskelig å forklare amerikanerne hvorfor de måtte kjempe mot japanerne, siden de hadde angrepet først. Verre var det å vinne forståelse for hvorfor amerikanerne også måtte kjempe krigen i Europa.



## Huskelappen

**Tysk propaganda under 2. verdenskrig var konsentrert om:**

- få og enkle budskap
- én hovedfiende
- myten om det store folkefellesskapet
- myten om den ariske rasens overlegenhet

**I Norge ble kommunismen utpekt som hovedfiende.**

**Den engelske propagandaen hadde fokus på å formidle fakta om krigens gang.**



Ukebladet Alle Kvinner

1941

Oppskriften for amerikansk propaganda ble tesen om at USA hadde en moralsk forpliktelse til å kjempe en overlevelseskamp for demokratiet og den amerikanske levemåten, en kamp som ville gjøre USA moralsk og politisk sterkt. Ikke minst ble filmindustrien i Hollywood trukket aktivt inn i den psykologiske krigføringen.

### Norsk propaganda

Propagandaen i Hitler-Tyskland spilte i stor grad på antisemittisme. I Norge var det ikke mulig å gjøre det samme, men all propaganda har bruk for en ytre fiende. For Nasjonal Samling ble det kommunismen som fikk denne rollen. De allierte ble også framstilt som kyniske utnytttere av små land.

De norske plakatene brukte sterke symboler, og overalt så man det gule solkorset som var NS-symbolet.

Et viktig motiv var frontkjemperne. Plakater, frimerker og brosjyrer propaganderte for å få norsk ungdom til å melde seg til fronttjeneste på Østfronten. Det meste av propagandaen ble styrt fra Kultur- og folkeopplysningsdepartementet.

### Norsk propaganda fra London-regjeringen

Propagandaen for Norge og Norges sak ble formidlet gjennom Statens informasjonskontor i London. I alliert språkbruk ble propaganda rettet mot egne, kalt "information", mens propaganda mot fienden fikk benevnelsen "enemy propaganda".

Viktigst for publikum hjemme i Norge ble sendingene fra BBC. Det var svært populært å høre på disse sendingene, på tross av at de fleste radioapparatene var konfiskert tidlig under okkupasjonen og det var strengt forbudt å lytte til sendingene fra London. Tyskerne gjorde ofte razziaer for å stoppe dette, men folk fant alltid løsninger som gjorde det mulig å fortsette å lytte på Stemmen fra London og spre nyheter og budskap som ble formidlet derfra.

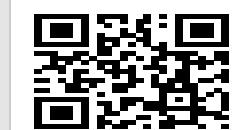
Flere norske aviser og ukeblad formidlet nazistisk propaganda under 2. verdenskrig. Her går ukebladet *A/le Kvinner* til kamp mot bolsjevisme og jødedom. (Klikk for å se større versjon av bildet.)



Toralv Øksnevad

Fotograf: [NTB scanpix](#)

Toralv Øksnevad var en av personene bak [Stemmen fra London](#) som formidlet norsk propaganda i form av "informasjon" til det norske folk fra den norske eksilregjeringen i London. Det var viktig for å holde moralen oppe i den norske motstandsbevegelsen.



Stemmen fra  
London 1945 /  
audio  
<http://ndla.no/nb/node/74280>

# Propaganda og moderne krigføring

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal

[Propaganda i moderne krigføring \(74173\)](#)

## Profesjonell PR-virksomhet

De siste tiårene har psykologer og reklameindustri i stor grad overtatt ansvaret for utforming av propagandaen. Myndighetene og ulike organisasjoner har egne informasjons- og PR-medarbeidere som forer media med interessante nyhetssaker og sørger for et godt omdømme og positiv omtale. Politikere er klar over at det gjelder å bygge opp et troverdig bilde av seg selv gjennom media, og de bruker store ressurser på dette.

I det moderne mediesamfunnet spiller underholdningsindustrien en stor rolle når det gjelder å skape holdninger og verdier i samfunnet. Filmene om *James Bond* er gode eksempler på hvordan fiendebilder formes og endres i takt med politiske klimaendringer i verdenspolitikken.

## Den kalde krigen

Propagandaen under den kalde krigen ble preget av kampen mellom de to store supermaktene USA og Sovjet og deres allierte. Ikke minst var propagandakrigen viktig for å vinne fotfeste og makt i nøytrale deler av verden.

Krigen i Vietnam var i stor grad påvirket av nyhetsmedia, ikke bare av selve krigshandlingene. Fjernsynets og avisenes nærgående reportasjer førte til en massiv endring i amerikansk opinion, noe som igjen førte til krav om slutt på krigen.

## Golfkrigen

Golfkrigen i 1991 viste at de amerikanske militære lederne hadde lært leksen sin fra Vietnam, og denne gangen bestemte man at mediedekningen skulle skje på det militærer egne premisser.

Denne krigen er et godt eksempel på en bevisst og gjennomført bruk av internasjonale nyhetsmedier til propagandaformål. Satt på spissen kan en si at en hel verdensopinion ble dirigert og styrt av de militære med nyhetene fra denne krigen. Den som behersker nyhetsmediene, kan forme opinionen.

## Krigen mot terror og nye former for krigføring

Med den allierte invasjonen i Irak i 2003 ble uttrykket *embedded journalism* for alvor aktuelt. Det betyr at journalisten får plass i militærleiren ved krigsområdene og får følge soldater på oppdrag. Som oftest skjer dette fordi det er eneste måten en kan følge kampene og det som skjer på slagmarken på.



## Huskelappen

I dag har både myndigheter og organisasjoner egne PR-avdelinger.

Globale underholdningsmedier påvirker holdninger og verdier.

Medienes kritiske holdning til Vietnamkrigen førte til at USA trakk seg ut.

*Embedded journalism* betyr at journalisten følger soldater på oppdrag.



*The Marlboro Marine* er et eksempel på *embedded journalism*.



Vestens nye fiendebilder

I vår tid bygger amerikanske og vesteuropæiske medier nye fiendebilder.

Metoden er blitt kritisert fordi den ofte fører til at journalisten blir "kamerat" med soldatene og følelsesmessig engasjert i deres kamp slik at han mister den objektive distansen til hendingene.

Terrororganisasjoner benytter også medier til å fremme sine synspunkter og propagandere for sin sak. Verken PLO eller Al Qaida ville nådd fram med sine saker hvis ikke massemedia fulgte opp utspill og aksjoner.

# Propagandagalleriet

Forfatter: Jostein Saakvitne, Øyvind Høie

[Propagandagalleriet \(74218\)](#)



Propagandagalleriet / flashnode

<http://ndla.no/nb/node/74152>



Opphavsrettigheter Propagandagalleriet / fil

<http://ndla.no/nb/node/74195>

# Oppgavesamling

## Analyser norske NS-plakater

Forfatter: Jostein Saakvitne, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Norske NS-plakater \(78685\)](#)



NS-plakat 1



NS-plakat 2



NS-plakat 3



Tidsramme

2 timer

Ressurser

[Virkelighet eller speilbilde?](#)

[Tolkning av tegn](#)

[Kommunikasjonsmodeller](#)

Egenvurdering

- Har du klart for deg hva begrepene denotasjon, konnotasjon og symbol betyr?
- Har du brukt begreper fra medieteorien i din beskrivelse av plakatene?

# Tidsskrift fra det okkuperte Norge

Forfatter: Jostein Saakvitne, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen

[Tidsskrift fra det okkuperte Norge \(78578\)](#)



## Analyser tre tidsskrift

I denne oppgaven skal du analysere innholdet i de tre bladene Huginn, Munin og Nasjonalungdommen.

1. Hvilken type stoff inneholder de tre bladene?
2. Hvordan henvender de seg til leseren?
3. Hva karakteriserer bildene, og hva formidler de?
4. Formuler hovedbudskapet i hvert av de tre bladene i tre til fem setninger.

### Tidsbruk

2–3 timer

### Ressurser

Klikk på bildene for å bla i tidsskriftene.

[Open publication](#) -  
[Free publishing](#) -  
[More ndla](#)

[Open publication](#) -  
[Free publishing](#) -  
[More ndla](#)

[Open publication](#) -  
[Free publishing](#) -  
[More ndla](#)

*Munin* var et månedlig bildeblad for allmenheten og skulle formidle "ideologisk riktig" kulturstoff til det norske folk, styrt av NS-myndighetene (NS = Nasjonal Samling). Det var etter tidens standard svært påkostet og forseggjort.

*Huginn* var et tidsskrift for norske studenter og skulle formidle den nye tids ideologi til denne viktige målgruppen for NS.

*Nasjonalungdommen* var organet for ungdomsorganisasjonen NSUF (Nasjonal Ungdomsfylking).

## Hugin og Munin

*Hugin og Munin* er Odins to ravner som hver morgen flyr ut i verden for å sanke kunnskap om hva som skjer, og som kommer tilbake hver kveld for å sitte på Odins skuldre og hviske ny kunnskap til ham.

## Bruk av levende bilder i propaganda

Forfatter: Nils Klevjer Aas, Norsk filminstitutt, Norgesfilm AS, Ragna Marie Tørdal

[Bruk av levende bilder i propaganda \(138273\)](#)



Tysk propagandafilm fra 1. verdenskrig

### Propagandafilm

Levende bilder ble tidlig tatt i bruk i krigspropaganda. I juli 1916 opprettet den tyske hærledelsen et *Bild- und Filmamt* («Bilde- og filmtjeneste», forkortet «Bufa») med ansvar for propaganda rettet mot utlandet.

For å oppnå det han omtaler som «det største ettertrykket», lanserte general Erich von Ludendorff, sjefen for den tyske generalstabben, i 1917 ideen om å starte et tilsynelatende nøytralt filmselskap som skulle formidle propagandabudskap fra den tyske stat og regjering. Dette selskapet fikk navnet *Universum Film Aktiengesellschaft* (UFA).



Tid

2 timer

Vanskegrad

vanskelig

Disse oppgavene er stilt til rådighet for NDLA av Norsk filminstitutt som en del av et større undervisningsopplegg knyttet til filmen *Kamp um Norwegen*.

### Begreper

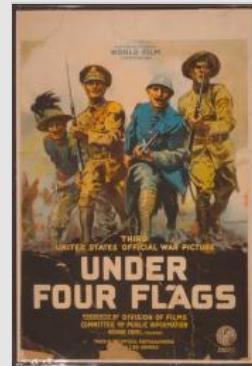
Propaganda er bevisst manipulering av folks følelser og tanker for å få dem til å mene eller gjøre bestemte ting.

Propaganda blir brukt i krig for å mobilisere innbyggerne til kamp, og skaper fiendebilder det er lett å hate.

### Ressurser

[Filmsensur i Norge](#)

Tyskerne var ikke alene om å bruke levende bilder i krigspropaganda under 1. verdenskrig.



Under Four Flags,  
amerikansk propagandafilm  
fra 1918.

## Oppgave 1

- a. I juli 1917 skrev Ludendorff følgende i et brev til det tyske krigsministeriet:

*Krigen har vist bildenes og filmens overlegne makt som opplysnings- og påvirkningsmiddel. Dessverre har våre fiender utnyttet sitt forsprang på dette feltet så grundig at stor skade har oppstått for oss ... Filmen kommer heller ikke i den fortsatte krigssituasjonen til å tape sin veldige betydning som militærpolitisk påvirkningsmiddel. Nettopp av denne grunn er det ubetinget nødvendig, av hensyn til en lykkelig utgang på krigen, at filmen må få virke med det største ettertrykk overalt der tysk påvirkning fortsatt er mulig.*

General Ludendorffs brev om opprettelsen av UFA gjenspeiler troen på at levende bilder har særlig sterkt påvirkningskraft. Finn flere eksempler fra ulike tidsepoker på at filmmediet har blitt tillagt slike egenskaper.

- b. Hvorfor tror du filmmediet har blitt ansett som særlig viktig av makthavere i autoritære stater og diktaturer?  
c. Hva er hovedforskjellene på en dokumentarfilm og en propagandafilm?  
d. Diskuter i hvilken grad film, fjernsyn og dataspill har en direkte påvirkning på brukerne.



## Bruk av levende bilder i propaganda / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/138273>

Filmavisa UTW nr. 505 fra 1940 er redigert etter det vanlige mønsteret for tyske ukrevyer. Fem ulike innslag kommer før filmavisen tar for seg krigen i Norge. Innslaget starter med følgende kommentatortekst:

### Deulig-Tonwoche

En av de første filmavisene med lyd var tyske *Deulig-Tonwoche*.

Filmavisene bidro gjennom hele 1930-tallet til å forberede den tyske befolkningen mentalt på en kommende krigstilstand.

*Fra krigsskueplassen i Norge. Det allierte krigsråd hadde planlagt en plutselig landgang av franske og engelske tropper i Norge den 10. april, for herfra å true og angripe Tyskland via Østersjøen over Danmark og Sverige. Føreren kom dette i forkjøpet ved den 9. april lynhurtig å besette de militært viktige punktene i Danmark og Norge. (Start: 06.15)*

## Oppgave 2

- a. Kommenter bruken av kartgrafikk og tilhørende voiceover i åpningssekvensen av innslaget fra Norge (startpunkt 06.15).
- b. Hvilken virkning tror du dette er ment å skulle ha på et tysk kinopublikum tidlig i mai 1940?
- c. Lage en oversikt over dramaturgien i innslaget fra «den norske krigsskueplassen». Hvilken effekt har denne dramaturgien?
- d. Også vår tids nyhetssendinger i fjernsynet er blitt kritisert for å strukturere og presentere stoffet som en spennende fortelling. Hva er kommentar til slik dramaturgisk tilrettelegging av nyheter?

# Olympiske idealer og propaganda

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Olympiske idealer og propaganda \(138198\)](#)



## Olympiske idealer og propaganda / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/138198>

Filmen *Olympia* (1938) av Leni Riefenstahl blir omtalt som et teknisk og estetisk mesterverk.

*Olympia* er en dokumentarfilm som skildrer de olympiske lekene i Berlin i 1936. Filmen består av to deler: «Folkenes fest» og «Skjønnhetens fest». I denne filmen tar Riefenstahl i bruk nye filmteknikker for å dokumenterer sportslige hendelser, men filmen blir også omtalt som et estetisk mesterverk.

Tid:

2–5 timer

Disse oppgavene egner seg som tverrfaglige oppgaver i norsk, historie og mediefag.

Oppgavene kan gjerne brukes som gruppeoppgaver.

### Kilde oppgave 1

[Wonderful Horrible Life of Leni Riefenstahl](#)  
[Riefenstahl, klipp fra del 2](#)

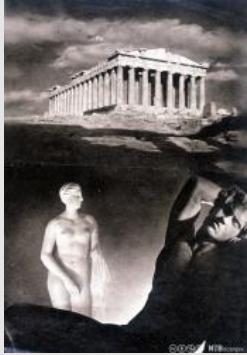
*Leni Riefenstahl om filmen Olympia.*

### Oppgave 1

Se klippet fra filmen *Wonderful Horrible Life of Leni Riefenstahl* der den tyske filmkunstneren forteller om sitt arbeid med filmen *Olympia – Fest der Völker* (1938). Denne filmen blir sett på som et av høydepunktene i karrieren hennes.

- Hvilken hendelse er det filmen skildrer?
- Hvem var oppdragsgiver for denne filmen?
- I intervjuet sier Riefenstahl at hun hentet inspirasjon fra antikken. Hva kjennetegnet denne historiske perioden?
- Se det første kvarteret av filmen *Olympia – Fest der Völker*. Hvilke virkemidler bruker hun for å trekke linjer mellom antikken og OL-arrangementet i Berlin i 1936?

### Oppgave 2



Studer de to stillbildene fra Riefenstahls olympiafilm. Klikk på bildene for å se dem i større versjon.

- Hvilke felles kjennetegn har de personene som er framstilt på disse bildene?
- Beskriv kameravinkelen. Hvilken effekt oppnår Riefenstahl når hun benytter en slik kameravinkel?
- Hva var Riefenstahls hensikt med å framstille idrettsutøvere på denne måten?

#### Definisjon

Menneskesyn = en oppfatning av hvilke unike egenskaper det er som gir mennesket verdi som menneske.

#### Oppgave 3

Sammenlign [plakatene fra de olympiske lekene i London 1908, Stockholm 1912, Paris 1924, Los Angeles 1932, Berlin 1936, St. Moritz 1948 og Lillehammer 1994](#).

- Hvordan vil du beskrive menneskesynet som kommer til uttrykk i disse syv plakatene?
- På hvilken måte gjenspeiler de den tidsepoken og det samfunnet de er blitt til i?

#### Kilde oppgave 4

Nodahl Griegs dikt «Sprinteren» fra 1936 er trykt i boken *Samlede dikt* (Gyldendahl 1950).

Diktet finner du på s. 134 i den digitale utgaven i Nasjonalbiblioteket:

[Nordahl Grieg: Samlede dikt](#)



Jesse Owens i Berlin 1936

#### Oppgave 4

Forfatteren Nordahl Grieg skrev dette diktet etter OL i Berlin i 1936:

##### ***Sprinteren***

*Niggeren Owens sprinter,  
germanerne stuper sprengt.  
  
Det blonde Stadion undres,  
og Føreren mørkner strengt.  
  
Men tenk da med trøst på alle  
jødiske kvinner og menn  
som sprang for livet i gaten  
dem nådde dere igjen.*

##### **Spørsmål til diktet**

- a. Hvilken konkret historisk hendelse er dette diktet en kommentar til?
- b. Ordet «nigger» er bannlyst fra det norske språket i dag. Hvorfor tror du Grieg bruker nettopp denne betegnelsen i diktet sitt?
- c. Hva mener han med «den blonde stadion»?
- d. Hva er det viktigste virkemiddelet i dette diktet?
- e. Hva er budskapet i diktet til Nordahl Grieg?
- f. Hvor døde Nordahl Greig?

#### Oppgave 5



Den amerikanske gullmedaljevinneren Jesse Owens mottar sin medalje i Berlin-OL i 1936. Han gjør honnør. Medlemmer av den olympiske komité hilser med strak arm. Klikk for å se en større versjon av bildet.



De amerikanske idrettsutøverne Tommie Smith og John Carlos hilser med svart hanske på seierspallen i OL i Mexico i 1968.

Sammenlign bildene fra seiersseremonien i OL i Berlin i 1936 med et tilsvarende bilde fra OL i Mexico i 1968.

- Hva har disse to bildene felles?
- Bildene viser personer som hilser på en spesiell måte. Forklar den politiske betydningen av disse gestene. Søk på Internett etter svar på dette spørsmålet.
- Drøft påstanden: **Olympiske leker blir misbrukt som en arena for propaganda.** Belegg argumentasjonen din med eksempler.

## Solidaritet eller kynisme

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Solidaritet eller kynisme? \(131180\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Begreper

**Stoppeffekt:**

Virkemiddel som har til hensikt å fange mottakerens oppmerksomhet.

**Allusjon:**

Hentydning til en annen kjent tekst eller hendelse.



## Solidaritet eller kynisme? / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/131180>

### Oppgave 1

Se reklamefilmen for sportskjeden XXL. Denne filmen blir sendt på TV 2 i forbindelse med sendingene fra OL i Sotsji.

- a. Hva vil du si er den viktigste stoppeffekten i denne reklamefilmen?
- b. Hvilke allusjoner til andre reklametekster inneholder filmen?
- c. Hvilket syn på kjønnsroller er filmen et uttrykk for?

## Oppgave 2

Se undervisningsfilmen



Reklamefilmen: retorikk i praksis / video

<http://ndla.no/nb/node/74606>

- a. Hva er det viktigst å tenke på når man skal lage en reklamefilm?
- b. I hvor stor grad mener du reklamefilmen *XXL Airport Love* oppfyller kravene til god fortelleteknikk i reklamefilm?

## Oppgave 3

I reklamefilmen *XXL Airport Love* ser vi to kvinner som kysser hverandre.

- a. Hvorfor tror du XXL har valgt denne overraskelseseffekten nettopp i en reklamefilm som sendes i forbindelse med OL i Sotsji?
- b. Hvilken effekt tror du XXL ønsker å oppnå med denne reklamefilmen?
- c. Tenk deg at reklamefilmen hadde blitt sendt på norsk fjernsyn i forbindelse med OL på Lillehammer i 1994. Tror du effekten hadde vært den samme da?
- d. Les oppslaget i Nettavisen: [Lesbekyss spres i rekordfart](#). Hvorfor mener Break at "Olympisk reklame fra Norge er den beste noensinne"?
- e. Diskuter i klassen: Er XXLs OL-reklame uttrykk for solidaritet med homofile, eller er det kun et forsøk på å tjene penger på nordmenns skepsis til russere og russisk kultur?

# Internett i historisk perspektiv

## World Wide Web

Forfatter: Jon Hoem

[World Wide Web \(77173\)](#)

Slik ble verdensveven til

World Wide Web (WWW), på norsk også kalt verdensveven, er betegnelsen på en tjeneste som ble utviklet av Tim Berners-Lee mens han jobbet ved CERN, verdens største institutt for partikkelfysikk.

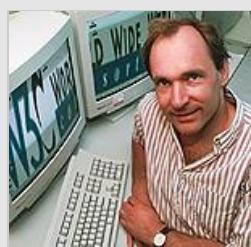
Berners-Lee hadde behov for et system som enkelt kunne utveksle informasjon mellom forskjellige datamaskiner. Han tok aldri patent på oppfinnelsen sin, men delte den tvert imot gratis med alle som var interessert. Dette førte til at World Wide Web fikk en rask utbredelse, og at det ble utviklet mange nye programmer og tjenester.

På verdensveven kan informasjon presenteres som websider der innholdet er merket med et eget markeringsspråk, HTML (HyperText Markup Language). En slik website kan kombinere tekst med andre former for informasjon. Ved hjelp av en nettsleser kan sidene vises på datamaskiner hvor som helst i verden. Det eneste brukeren trenger å gjøre, er å skrive inn en nettadresse, også kalt URL (Uniform Resource Locator), eller å klikke på en lenke på en nettside. Tekster som settes sammen på denne måten, kalles for hypertexter.

### Huskelappen

**Verdensveven ble utviklet av Tim Berners-Lee.**

**Nettsider er laget ved hjelp av markerings-språket HTML. Alle nettsider har en nettadresse – en URL- adresse.**



Tim Berners-Lee  
utviklet World Wide  
Web.

# Web 1.0 - Web 2.0 - Web 3.0

Forfatter: Amendor, Sigurd Alnæs, Ragna Marie Tørdal

[Fra Web 1.0 til Web 2.0 til Web 3.0 \(77276\)](#)

## Web 1.0

Man kan se på Web 1.0 og Web 2.0 som to forskjellige stadier i utviklingen av World Wide Web. Web 1.0 bar preg av at det bare var webadministratorer som kunne legge ut innhold på nettsider. Publikum var bare passive lesere av dette innholdet. Nettsider som bare blir brukt til å vise informasjon, og som bare kommuniserer én vei, kalles gjerne Web 1.0.



## Web 2.0

Uttrykket Web 2.0 begynte å slå rot etter en konferanse i 2004 med Tim O'Reilly. Siden har det vært mye uklarhet om hva Web 2.0 egentlig betyr. Tim O'Reilly mener at Web 2.0 har et sett med prinsipper som er felles for en type nettjenester. En nettjeneste kan omfatne mange eller få av disse prinsippene.

### Hva kjennetegner Web 2.0?

Web 2.0 kjennetegnes ved at publikum ikke lenger er passive lesere, men selv bidrar med innhold uten å ha noe spesiell teknisk kompetanse. Publikum kan kommentere avisartikler, lage blogger, bidra på wikier, legge ut egne filmer på YouTube og bruke sosiale medier som Facebook og Twitter.

### Huskelappen

**Et kjennetegn ved Web 1.0 er enveis-kommunikasjon.**

### Kjennetegn ved web 2.0

- alle kan publisere
- fri flyt av informasjon
- innhold deles og tagges
- digitalt demokrati
- personalisert innhold
- sosiale nettverk
- interaktive tjenester
- bedre funksjonalitet

**Web 3.0 handler om nettjenester tilpasset individuelle behov.**

### Ressurser



Linda Eide

Noen politiske partier etablerte tidlig egne valg-TV-sendinger på Internett. Se Linda Eides

[parodi på web-TV](#)

Nettjenester styrkes ved å høste kunnskap fra dem som bruker Internett. Et eksempel er Wikipedia. Wikipedia er et nettleksikon der alle kan legge inn og endre informasjon. Nettstedet baserer seg på og styrkes ved at allmennheten kan bidra med informasjon. Wikipedia vokser hver eneste dag og blir nå regnet som en seriøs kilde for informasjon, siden det er så mange som bidrar i denne gigantiske kunnskapsdugnaden.

Dette er også en mulighet for allmennheten til å sortere og "merke" eller kategorisere innhold slik at man lettere kan finne fram til relevant informasjon. Vi kan også kalle det for annotering.

Et annet kjennetegn ved Web 2.0 er at dataprogrammer bruker Internett som plattform. Det innebærer at et dataprogram kan brukes gjennom en nettleser og ikke lenger er avhengig av å bli installert på datamaskinen.

### På vei mot Web 3.0?

Det neste skrittet i utviklingen blir kanskje Web 3.0. Noen mener at Web 3.0 er her allerede. Her er noen egenskaper ved det vi kan kalle Web 3.0:

- Innholdet som er av interesse for deg, blir filtrert.
- Det er en semantisk web (datamaskinene tolker mening i data ved at data beskrives).
- Bare informasjon av interesse for brukeren gjøres tilgjengelig.
- Man oppnår riktige data til rett person til rett tid på rett apparat (laptop, mobiltelefon, etc.).

# De sosiale medienes inntog

Forfatter: Svein Sandnes, Ragna Marie Tørdal

[De sosiale medienes inntog \(77211\)](#)



Historien til YouTube / video

<http://ndla.no/nb/node/77207>

Hva er sosiale medier?

En gjengs definisjon av *sosiale medier* er at det er ulike tilbud på Internett som kjennetegnes ved at brukerne deler innhold med hverandre. I motsetning til i tradisjonelle medier er det brukerne som setter føringen for hva innholdet skal være. Vi sier at innholdet er *brukergenerert*. Brukerne går fra å være passive mottakere av informasjon, til å bli aktive informasjonsprodusenter.

Linkedin

Et av de første sosiale nettverkene var Linkedin, som våren 2003 lanserte et forretningsorientert sosialt nettverk. Linkedin følger EU-regler når det gjelder sikkerhet og personvern, og brukes hovedsakelig til å samle profesjonelle kontakter og forretningsforbindelser. I 2010 var det registrert over 50 millioner brukere fra mer enn 200 land.

MySpace og Facebook

Høsten 2003 etablerte Digital Media, eid av News Corporation, og med hovedkontor i Beverly Hills, nettstedet MySpace, som raskt ble det mest populære sosiale nettstedet i USA. De ble imidlertid våren 2008 forbigått av hovedkonkurrenten Facebook, som våren 2004 ble startet av Harvard-studenten Mark Zuckerberg som et nettsted for universitetsstudenter i USA. Nettstedet har i 2010 mer enn 500 millioner brukere på verdensbasis, og er det mest populære sosiale nettverket i Norge med ca. 2,4 millioner norske brukere.

Flickr og YouTube



Huskelappen

**Sosiale medier er brukergenerert.**

**Et viktig kjennetegn er at brukerne deler innhold med hverandre.**

**Eksempler:**

- [Linkedin](#)
- [MySpace](#)
- [Facebook](#)
- [Flickr](#)
- [YouTube](#)
- [Twitter](#)

Ressurser

[Hvordan sosiale nettverk forandrer historien](#)



Hva er LinkedIn?

[Hva er LinkedIn?](#)

[Hva er Flickr?](#)

[Hva er Facebook?](#)

Samtidig med at Mark Zuckerberg startet Facebook, lanserte Ludicorp, et selskap i Vancouver i Canada, Flickr, et nettsted der hvem som helst kan laste opp sine fotografier og dele dem med andre. Det amerikanske søkemotorselskapet Yahoo kjøpte Ludicorp våren 2005. En regner med at tjenesten i 2010 har over 10 millioner brukere og har mer enn tre milliarder opplastede bilder. Våren 2005 etablerte Chad Hurley, Steve Chen og Jawed Karim, som tidligere hadde jobbet i PayPal, et selskap som har spesialisert seg på økonomiske transaksjoner ved handel på Internett, YouTube, et nettsted der alle kan dele sine videoer med andre. Høsten 2006 ble selskapet kjøpt opp av søkemotorselskapet Google Inc. for 1,65 milliarder dollar.



**Blogg**

Svært mange har etablert egne blogger, der de publiserer sine tanker og meninger. Dette må regnes som et av de mest brukte sosiale mediene i dag.

[Hva er egentlig en blogg?](#)

**Twitter**

Twitter, som betyr kvitring, startet med at de ansatte i firmaet Obvious i San Francisco begynte å bruke et mikrobloggsystem for meldinger inntil 140 tegn.

[Hva bruker folk Twitter til?](#)

Som stjerneeksempel på de sosiale medienes suksess brukes ofte den unge gutten som 20. desember 2005 satte seg ned på rommet sitt og gjorde opptak av at han spiller Johann Pachelbels Kanon på gitar. Dette enkle opptaket er nå sett av mer enn 80 millioner mennesker over hele verden. Som et tankeeksperiment kan vi tenke oss at han i stedet hadde deltatt i en talentkonkurranse arrangert av et fjernsynsselskap. Selv om han hadde gått helt til topps i konkurransen, hadde han likevel aldri kunnet få så mange lyttere og seere, selv om selve opptaket kanskje kunne blitt litt mer profesjonelt.

Norske nettsamfunn

Det største norske nettsamfunnet var Nettby hos VG, etablert høsten 2006, hvor brukerne kan skrive sine egne nyheter og meninger og utveksle felles interesser. Nettby er utviklet av Fredrik Kristiansen, som også etablerte nettsamfunnet Dagbladet Blink før han sluttet for å satse på Nettby. Dagbladet saksøkte i 2008 Kristiansen med krav om en erstatning på 609 millioner kroner for å ha tatt med seg kildekoden fra Blink til å utvikle Nettby. Høsten 2010 inngikk partene et forlik som innebærer at Nettby Community AS betaler 24 millioner kroner til DB Medialab. I oktober 2010 varslet VG at Nettby blir nedlagt 1. januar 2011 på grunn av fallende popularitet og økende konkurranse fra Facebook.

### Gowalla

Mange vil mene at Gowalla, utviklet av AlamoFire i Texas, er et sosialt medium. Tjenesten går ut på at brukerne ved hjelp av GPS på mobiltelefonen kan markere hvor de har vært, og finne ut hvilke andre som har besøkt samme sted. En annen liknende tjeneste er Foursquare.

# På vei mot en virtuell virkelighet?

Forfatter: Svein Sandnes, Eva Bratvold, Sigurd Alnæs, Ragna Marie Tørdal

[På vei mot en virtuell virkelighet? \(77281\)](#)

## Nettbaserte rollespill

I en virtuell virkelighet nавигerer brukerne i en verden av visualiserte data. En form for virtuell virkelighet er interaktive rollespill på nettet. World of Warcraft ble lansert i sin første versjon allerede i 1994. I dag har spillet 11 millioner brukere.

## Second Life

I 2003 lanserte Linden Lab i San Francisco en internettbasert virtuell tredimensjonal verden som de kalte Second Life.

Virtuelle verdener har friere regler enn den virkelige verden. Det er stor personlig frihet, og man er unntatt fysiske lover. Du kan for eksempel fly hvis du vil det; det er bare fantasien som setter grenser.

Deltagerne kommer til syne som en avatar, en digital figur som de kan styre rundt og utføre handlinger med. I motsetning til tidligere er det brukerne og ikke selskapene som nå utvikler mest innhold. Brukerne tilbys et sett av grunnleggende verktøy ("prims") og lager selv verdener med gater, hus, biler, båter, trær og natur.

Virtuelle penger kalles Linden dollars og må kjøpes med ekte penger. Men mange er flinke og lager virtuelle "varer" og "tjenester" som de selger til andre avatarker. På denne måten er det faktisk noen som klarer å skape seg et levebrød i Second Life.



## Huskelappen

**I en virtuell virkelighet nавигerer brukerne i en verden av visualiserte data.**

**Second Life og World of Warcraft er eksempel på virtuelle universer der deltagerne kommer til syne som avatarker.**

**En avatar er en digital figur med et spesielt utseende og spesielle egenskaper.**



Konferanse i Second Life



Second Life garden

# YouTube utfordrer TV-bransjen

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[YouTube utfordrer TV-bransjen \(108206\)](#)



Historien til YouTube / video

<http://ndla.no/nb/node/77207>

Ti år som forandret verden

**Det finnes ting vi tror har vart evig. Men slik er dei ikke i mediebransjen. Videotjenesten YouTube ble offisielt lansert i 2015. Nå utfordrer nettselskapet TV-bransjen.**

YouTube ble grunnlagt av Steve Chen, Chad Hurley og Jawed Karim i 2005. Bare ti måneder etter kjøpte Google selskapet for nesten 11 milliarder kroner.

Jawed lastet opp den aller første videoen på YouTube 23. april 2005. Den heter *Me at the Zoo*, varer 18 sekunder og er sett over 9 millioner ganger. I løpet av få år har YouTube gått fra å være et leketøy for videoamatører til en distribusjonsplattform for verdens største produksjonsselskaper. Sammen med annen digital teknologi har YouTube endret måten vi konsumerer TV, film og video på.

Ny struktur

De siste årene har YouTube gjennomført en stor opprydning på sine nettsider. Både struktur og oppbygning blir endret. Innholdet blir kanalisert og skreddersydd brukernes behov. Du kan etablere din egen kanal og abonnere på andre. Nettsidene blir mer profesjonelle, og kvaliteten på innholdet skal bli bedre.

Som en del av kanalsatsingen offentliggjorde YouTube mandag 8. oktober 2012 at de har inngått samarbeid med de fleste av de største produksjonsselskapene i Europa, og at de nå lanserer over 60 nye kanaler. YouTube utvidet med dette sin satsing på såkalt *original programming*, der de viser innhold som er laget av store produksjonsselskaper, eksklusivt for YouTube. *Original programming* ble for første gang lansert i USA i 2011, da rundt 100 produksjonsselskaper fikk egne kanaler på YouTube.

**NDLAktuelt**

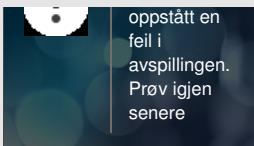
Dette er saken

I 2012 lanserte YouTube 60 nye kanaler med innhold fra store amerikanske og europeiske produksjonsselskaper.

**Slik utfordrer YouTube tradisjonelle TV-distributører og strømmetjenesten Netflix.**

Ressurser

Anders Fagerjord om profesjonaliseringen av YouTube.



I likhet med mange profesjonelle aktører har også NDLA egen kanal på YouTube:

[NDLA på YouTube](#)



Chad Hurley og Steven Chen etablerte YouTube i 2005.

## TV uten TV

Også innen TV-distribusjon ser vi nå tydelige tegn til teknologisk konvergens. Mye tyder på at slaget om fremtidens fjernsyn kommer til å stå på Internett. YouTube har en målsetting om å bli plattformen for neste generasjons TV, der nye smart-TV-er integreres med Internett og Web 2.0. Målet er at det skal bli enklere for deg å finne fram til de videoene du selv ønsker å se. YouTube kan da bli en sterk konkurrent til tradisjonelle norske distribusjonsselskaper som Viasat og Canal Digital, og nye strømmetjenester som for eksempel Netflix.

I 2012 så 15 % av befolkningen i USA TV via Internett. Halvparten av collegestudentene i USA hadde ikke vanlig TV. Trolig er trenden også i Norge at unge vil komme til å se TV på nettet via Google og YouTube, eller via de nye strømmetjenestene som er på full fart inn også her til lands.

– *Slik vil YouTube slå TV. Klarer de det, vil de revolusjonere TV, slik de revolusjonerte Internett,* sier Frank Lynam til Aftenposten. Medieforsker Paul Bjerke sier til A-magasinet at hvis denne teknologien blir så enkel at en kan se hva en vil når en vil, så vil en få det TV-kanalsammenbruddet en har spådd i over ti år.

## Fakta om YouTube

- 1000 milliarder sidehenvisninger pr. år (2011).
- For hver dag økes videomengden med 12 år.
- Det lastes opp mer video i løpet av en måned enn alle TV-programmer som er produsert av de tre store nasjonale fjernsynsselskapene i USA (NBC, ABC og CBS) de siste 60 årene, utgjør til sammen.
- YouTube har 2,2 millioner norske brukere.
- En gjennomsnittlig YouTube-bruker ser 15 minutter hver dag, til sammenligning ser nordmenn gjennomsnittlig 3 timer på TV hver dag.

(Kilde: A-magasinet nr. 42 2012)

# Oppgavesamling

## Lag en presentasjon om Internett

Forfatter: Øyvind Høie, Ragna Marie Tørdal

[Lag en presentasjon om Internett \(124285\)](#)



Tid:  
2 timer pr. oppgave,  
inkludert 10 min til  
presentasjon for  
klassen.

Vanskegrad  
middels

Verktøy  
[Prezi](#)

[Piktochart](#)

[Google-tips](#)

### Oppgave 1: Internetts historie



Lag en multimedierik presentasjon for klassen din om Internetts historie. Lag presentasjonen i Prezi eller PowerPoint. Bruk gjerne bilder eller videoer som du finner her på NDLA, i presentasjonen din.

### Oppgave 2: Hvor stort er Internett?

Let fram noen ferske tall som illustrerer størrelsen på Internett.

Lag en infografikk der du presenterer disse tallene. Bruk gjerne gratisverktøyet Piktochart. Du kan også bruke Prezi eller PowerPoint.

### Oppgave 3: Søketeknikker

De fleste av oss bruker bare en brøkdel av de mulighetene Google gir til å finne den informasjonen vi er på jakt etter.

Velg ut tre–fire avanserte søketeknikker, og presenter dem i form av et undervisningsopplegg for klassen din.

# Privat 2.0

Forfatter: Cecilie Isaksen Eftedal

[Privat 2.0 \(130184\)](#)

## Oppgave

Les internettartikkelen



Petter Bae Brandtzæg: Privat 2.0 / fil

<http://ndla.no/nb/node/130301>

av Petter Bae Brandtzæg og svar på spørsmåla nedenfor.



Petter Bae Brandtzæg

### Om forfatteren

Petter Bae Brandtzæg (1969– ) er forsker ved Sintef og en av våre fremste fagfolk på feltet barn og Internett. Han har doktorgrad i medievitenskap og mastergrad i psykologi.

Teksten er tidligere publisert på nettstedet *deltemeninger.no* med lisens Creative Commons – Navngivelse-Del på samme vilkår.



1. Hvordan har internettbruken i Norge forandret seg de siste åra? Gi noen konkrete eksempler.
2. Hvordan har skiltet mellom hva som er privat og hva som er offentlig, endret seg i takt med internettbruken?
3. Hva begrunner forfatteren av teksten følgende utsagn med: "... økt deltagelse på Internett vil innebære å oppgi store deler av sitt

- privatliv og personvern"?
4. Hva betyr "privat 2.0"?
  5. Hvilke skrekkscenarioer knyttet til personåpenheten på Internett viser teksten til?
  6. Hvorfor blei Internettet hyllet tidlig på nittitallet?
  7. Hvilke utfordringer er knyttet til anonym kommunikasjon?
  8. Hva handler "deindividualisering" om?
  9. Gi eksempler på hvordan kommunikasjon i nettsamfunn har forandret seg til å bli rikere og mer interaktiv.
  10. Hvilke fire sentrale kjennetegn på den nye forma for nett-kommunikasjon viser nettsamfunnsforskeren Danah Boyd til?
  11. Hvilken ny trend i selvpresentasjon på Internett presenteres i denne artikkelen?
  12. Hvilke pådriverer for økt åpenhet skriver Brandtzæg om i "Privat 2.0"?
  13. List opp spillereglene for den nye nettoffentligheten som beskrives i artikkelen.
  14. Hva vil det si å være "nettsmart"?
  15. Hvorfor kan det være problematisk at ny teknologi blander elementer fra personkommunikasjon og massekommunikasjon?
  16. Beskriv noen fordeler ved nettsynlighet og nettsamfunnenes sosiale nettverk.
  17. Hvilke to eksempler fra egen forskning som belyser anonym versus åpen atferd på Internett fra to forskjellige perspektiver, beskriver Brandtzæg i denne artikkelen?
  18. Hvordan skiller ofte anonyme brukere seg fra identifiserbare brukere på nett?
  19. Hvorfor er personåpenhet på nettet vanskelig om temaet handler om psykiske problemer, seksualitet og mishandling?
  20. Hvordan skiller anonymbaserte nettsamfunn seg fra personåpne nettsamfunn som en arena for trakassering?
  21. Hva ligger i begrepet "grooming"?
  22. Hvorfor er det sjeldent et problem å kople kallenavn og riktig navn sammen når det gjelder hvordan barn og unge framstår på nettet?
  23. Hva begrunner Brandtzæg følgende utsagn med: "..., som en hovedregel må barn og unge læres opp til å være seg selv i sin omgang på nettet"?
  24. Hva er forfatterens konklusjon med hensyn til dagens nettregler?

## Hva kan du nå?

### Spill MediAlias

Forfatter: Thomas Nupen, Øyvind Høie

[Spill MediAlias: Mediehistorie \(86212\)](#)

**MediAlias er et spill som tester om du kan begrepene i dette kapittelet.**

**(NB! Oppdater nettsida dersom oppgaveteksten ikke vises.)**

**Viktig! Les dette før du starter spillet:**



Slik spiller du MediAlias / veiledning

<http://ndla.no/nb/node/70334>



Medalias mediehistorie uten preloader / flashnode

<http://ndla.no/nb/node/96968>

# Kahoot i mediehistorie

Forfatter: Johannes Leiknes Nag, Ragna Marie Tørdal

[Kahoot i mediehistorie \(142376\)](#)



## Tid

En kahoot kan gjennomføres på ca. 10 minutter.

## Ressurser

Den som kjører quizen, må kunne vise spørsmålene og resultatene på en storskjerm eller en interaktiv tavle.

Deltagerne kan svare ved hjelp av PC, nettbrett eller mobiltelefon.



## Repetisjonsøvelser

En kahoot er et nettbasert verktøy som gjør det enkelt å lage og gjennomføre klassequier. Her er tre kahooter om mediehistorie. Svar på spørsmålene finner du i menyen Mediehistorie i MIK-faget på NDLA.

## Slik gjør du

- Den som styrer kahooten, åpner lenken til en av medie-kahootene nedenfor på storskjerm.

- Etter få sekunder dukker det opp en PIN-kode.
- Deltakerne åpner nettsiden [Kahoot.it](https://kahoot.it).
- Deltakerne skriver inn PIN-koden og velger selv et nickname.
- Så er det bare å gå i gang. Kjør kahoot!

Kahoot om trykte medier

Kahoot om tele- og radiohistorie

Kahoot om foto, film og fjernsyn

# Medieetikk

## Presseetikk

Forfatter: Stein Vegard Olaussen, Ragna Marie Tørdal

[Presseetikk \(68236\)](#)



Presseetikk og PFU / video

<http://ndla.no/nb/node/137030>



### Pressens selvjustis

Helt siden 1800-tallet har norske medier hatt en fri stilling i forhold til statlige myndigheter. Den eneste form for "mediesensur" i vårt land utøves av Medietilsynet, som avgjør hvilke filmer som kan vises på norske kinoer, og hvilke aldersgrenser de skal ha.

I nyhetsmediene er det et viktig prinsipp at heller ikke de som eier mediebedriftene, skal blande seg inn i den redaksjonelle virksomheten. Norske medier styres etter det som kalles *den sosialt ansvarlige pressemøllen*, der pressen har en fri stilling, men underkaster seg en presseetisk selvjustis.

### Vær Varsom-plakaten

Huskelappen

**Norske medier  
styres etter den  
sosialt ansvarlige  
pressemøllen.**

**Det betyr at pressen  
selv har ansvar for  
det som blir  
publisert.**

**Pressens egne  
etiske regler er  
nedfelt i Vær  
Varsom-plakaten.**

**De som bryter med  
disse reglene, kan få  
påtale av Pressens  
faglige utvalg.**

Vær Varsom-plakaten som er vedtatt av Norsk presseforbund, inneholder et etiske regelverk som pressen selv har laget. Her slås det blant annet fast at det er pressen selv som må sette grenser for hva som kan publiseres. Vær varsom-plakaten er delt inn i fire hovedområder:

#### 1. Pressens samfunnsrolle

Her finnes de reglene som sier noe om hvilken rolle en fri presse skal ha i vårt samfunn. Det slås fast at pressen har viktige oppgaver når det gjelder å forsvare demokratiet gjennom fritt å slippe fram ulike meninger. Viktig er også pressens rett til å belyse kritikkverdige forhold i vårt samfunn. Granskingen av politiske prosesser gjør at vi ofte kaller pressen "den fjerde statsmakt".

#### 2. Pressens integritet og ansvar

Ressurser

[Vær Varsom-plakaten](#)

Til ettertanke

I dette avsnittet finner du de reglene som presiserer at pressen er uavhengig av andre makthavere i samfunnet, enten det er politikere, politi eller private interesser. Det sies også at journalister selv har et ansvar for å bevare sin integritet slik at pressens uavhengighet ikke kan trekkes i tvil. Forholdet mellom reklame og redaksjonelt stoff finner du i paragrafene 2.6, 2.7 og 2.8.

### 3. Journalistisk adferd og forhold til kildene

Her finner du regler om hvordan en journalist skal forholde seg til sine kilder. Det er viktig å merke seg at en kilde har krav på vern mot andre som kan tenke seg å skade kilden på noen måte. Det betyr at en kildes opplysninger til deg som journalist i hovedsak ikke skal utleveres til andre. Du må også kunne vurdere dine kilders troverdighet, og du har et spesielt ansvar overfor kilder som kanskje ikke er klar over virkningen av det de sier.

### 4. Publiseringssregler

Denne siste delen av Vær Varsom-plakaten handler om hvilke regler som skal følges når stoff blir publisert. Reglene for hvordan kriminalitet omtales i pressen, er viktige for personvernet. Hvordan selvmord omtales, finner du i 4.9. Her sies også mye om bruk av bilder, og spesielt bilder som er manipulerte. Det finnes i dag mange muligheter til å få et bilde til å lyve! Den siste paragrafen skal sette regler for innlegg i nettsteder diskusjonsforum og hvilket ansvar en redaktør har her.

### Redaktørplakaten



Venner sørger over Benjamin Hermansen

15 år gamle Benjamin Hermansen fra Holmlia ble drept fordi han ikke hadde hvit hudfarge. NRK fikk kritikk da de i etterkant sendte et intervju med lederen for den nynazistiske organisasjonen Vigrid.

Er det riktig å slippe nynazister til orde på norsk TV?

[Ytringsfrihet for nynazister?](#)

Flere aviser oppfordrer leserne til å sende dem bilder tatt med mobiltelefon. Hvilke etiske utfordringer oppstår når vi alle kan opptre som paparazzi-fotografer?

[MMS-paparazzi](#)

Redaktørplakaten som er laget av Norsk redaktørforening, inneholder en beskrivelse av redaktørens plikter og rettigheter. Redaktørplakaten slår fast at den ansvarshavende redaktøren har det personlige og fulle ansvar for mediets innhold.

### Tekstreklaimeplakaten

Medienes troverdighet er avhengig av et klart skille mellom redaksjonelt stoff og reklame/sponsing. Regler som regulerer dette forholdet, har Norsk presseforbund formulert i Tekstreklaimeplakaten. Publikum skal være trygge på at det redaksjonelle stoffet springer ut av en selvstendig og uavhengig journalistisk vurdering, og at innhold og presentasjon er uten bindinger til utenforstående interesser.

### Ressurser

[Redaktørplakaten](#)

### Ressurser

[Tekstreklaimeplakaten](#)

## Vær Varsom-plakaten

Forfatter: Grethe Melby, Kampanjen for journalistikken

[Medienes yrkesetikk: Vær Varsom-plakaten og Pressens Faglige Utvalg \(PFU\) \(137023\)](#)

**Alle som jobber med journalistikk, skal følge de etiske reglene i Vær Varsom-plakaten.**



Presseetikk og PFU / video

<http://ndla.no/nb/node/137030>



**Sjekk om du fikk med deg det som ble fortalt i videoen, før du går videre.**



Yrkesetikk for journalister: Hva kan du? / h5p\_content

<http://ndla.no/nb/node/136923>

Undervisningsopplegg  
et er laget i samarbeid  
med Kampanjen for  
journalistikken –  
«Hvor har du det  
fra?».

Denne kampanjen har  
som mål å bidra til at  
unge blir gode og  
kritiske mediebrukere  
– gjennom kunnskap  
om kildekritikk,  
journalistisk metode  
og medieetikk.

Bak prosjektet står  
Norsk Journalistlag,  
Norsk  
Redaktørforening,  
Norsk Presseforbund,  
Landslaget for  
lokalaviser,  
Mediebedriftenes  
Landsforening og  
Fagpressen, samt  
NRK og TV 2.

Hvem har laget Vær Varsom-plakaten?

Huskelappen

**Vær Varsom-plakaten beskriver journalistikkens samfunnssoppdrag.**

Norsk Presseforbund vedtar retningslinjene i Vær Varsom-plakaten. Retningslinjene ble for første gang vedtatt i 1936, og det gikk 20 år før det ble en ny endring i 1956. Etter det har plakaten blitt revidert flere ganger, og siste revisjon fant sted i juni 2013. Vær Varsom-plakaten endres fordi samfunnet endrer seg. Hva en journalist skal være, og hvilken rolle mediene bør ha i samfunnet, er stadig oppe til diskusjon, og slett ikke alle er enige. Samtidig har alle journalister og redaktører forpliktet seg til å følge de felles etiske retningslinjene som presseforbundet har vedtatt.

### Innholdet i Vær Varsom-plakaten

Journalistenes yrkesetikk gjelder hele den journalistiske prosessen, fra innsamling av informasjon til presentasjon av det journalistiske materialet. Plakatens første kapittel handler om at ytringsfrihet og informasjonsfrihet er helt avgjørende for at et demokrati skal fungere. Får vi ikke uttrykke oss fritt, og har vi ikke fri tilgang til informasjon, hjelper det ikke at vi kan stemme ved valg. Da vil vi ikke kunne vite hvilke valgmuligheter vi har. Det journalistiske oppdraget blir dermed både å slippe ulike samfunnsaktører til orde, og å sette dagsorden og bestemme hvordan saker skal vinkles. Det gjør at journalistene har stor makt, og med makt følger ansvar. Derfor må journalistikken være til å stole på.

I plakatens andre kapittel stilles krav til integritet og ansvar. Idealet er at en journalist skal følge sitt samfunnsoppdrag og ikke la seg presse eller påvirke til å ta andre hensyn. Journalisten må ha et kritisk forhold til sine kilder og alltid huske på at kilden kan ha en egen agenda.

Samtidig skal journalisten også oppdre hensynsfullt overfor sine kilder. Om det kan vi lese i plakatens tredje kapittel. Her heter det at journalister som hovedregel skal være åpne om sine kilder, men at det av og til kan være nødvendig å verne om kildene av hensyn til andre eller fordi kilden trenger beskyttelse. Slik kildevern er viktig for en journalist. Noen ganger ønsker politi og rettsvesen at journalister skal fortelle hvor de har sine opplysninger fra, men det pleier ikke journalister og redaktører å gi fra seg. Det er også i dette kapittelet du finner regler for bruk av skjult mikrofon.

Det fjerde og siste kapittelet tar for seg reglene for publisering. Valg av vinkling, bilder og overskrift er med på å styre hvordan publikum oppfatter en sak. Måten man framstiller en sak på er derfor ikke uvesentlig. Det er også i dette kapittelet du finner punktet om tilsvarsrett, som handler om at dersom en person beskylder en annen for noe, så skal man sørge for at den andre får lov til å svare på anklagene. I tillegg skal man være varsom i omtale av barn og mennesker som er i sårbar situasjoner, samt unngå å forhåndsdømme mennesker som kan ha gjort noe galt.

### Hvor mange medlemmer har Pressens Faglige Utvalg?

Pressens Faglige Utvalg (PFU) består av sju medlemmer. Det er de som bestemmer hvilke saker som er brudd på Vær Varsom-plakaten, og hvilke som er innenfor regelverket. Fire av medlemmene er journalister og redaktører. Det er derfor man sier at pressen dømmer seg selv og har selvjustis. Men samtidig har pressen invitert inn tre personer som skal representere allmennheten, det vil si «alle andre». Samtidig er ikke dette hvem som helst, men mennesker man mener har ekstra gode forutsetninger for å forstå publikums side av saken. En er filosof, en annen er kommunikasjonsrådgiver, en tredje er forfatter.

### Hva er oppgaven til Pressens Faglige Utvalg (PFU)?

**Plakaten ble vedtatt i 1936.**

**Innholdet i Vær Varsom-plakaten blir jevnlig justert i samsvar med utviklingen i samfunnet.**

**Vær Varsom-plakaten**

**Vær Varsom-plakaten skal bygge tillit til journalistikken.**

**Vær Varsom-plakaten er et eksempel på selvjustis.**

**Selvjustis er viktig for å kunne være kritisk og uavhengig.**

**Pressens Faglige Utvalg (PFU) vurderer om konkrete saker er brudd på god presseskikk.**

**PFU har sju medlemmer: fire fra journalist- og redaktøryrket, tre fra allmennheten.**

Sammen diskuterer medlemmene i PFU innsendte klager og avgjør hvorvidt de er brudd på pressens etiske regelverk eller ikke. Hva skjer hvis man blir felt i PFU? Det er viktig å vite at konsekvensen av å bli felt av PFU verken er straff eller bøter, men rett og slett å fortelle til publikum at PFU mener at de har brutt reglene i Vær Varsom-plakaten. Selve uttalesen fra PFU må publiseres, enten ved å trykkes eller leses opp. Å bli dømt av PFU kan bidra til å skape et inntrykk av at man ikke er profesjonell nok eller til å stole på. Når vi vet hvor viktig troverdighet og tillit er for mediene, forstår vi at dette er noe man tar alvorlig i redaksjonene.

Hvem har det øverste ansvaret for det som publiseres i de ulike mediene?

Det er redaktøren som har det øverste ansvaret for det som publiseres. Derfor er det ikke den enkelte journalisten som blir felt i PFU, men avishuset, mediehuset, TV- eller radiokanalen. Så blir det redaktørens ansvar å gå gjennom hva som har gått galt, og hva man kan gjøre for å unngå feil i framtiden.

Hvilke oppgaver har sekretariatet?

I tillegg til de sju medlemmene i PFU, møter det personer som er ansatt av Norsk Presseforbund til å forberede sakene. Mange av klagene handler om kompliserte forhold, og man trenger ekstra tid til å undersøke den, se den fra ulike sider og vurdere den opp imot reglene i Vær Varsom-plakaten. Dette er oppgavene til sekretariatet, som forbereder sakene i forkant av møtene. Dette gjør det lettere for medlemmene i PFU til å ta en god beslutning.

**PFU får hjelp at et sekretariat.**

**Sekretariatet består  
av fagfolk som  
forbereder sakene  
før møtene i PFU**

# Pressens faglige utvalg (PFU)

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Amendor AS, Ragna Marie Tørdal

[Pressens faglige utvalg \(PFU\) \(68601\)](#)



Presseetikk: Hilde Haugsgjerd / video

<http://ndla.no/nb/node/67683>

Hilde Haugsgjerd, leder av PFU

Sjefredaktør i Aftenposten, Hilde Haugsgjerd, er leder av Pressens faglige utvalg (PFU). Vi ba henne kommentere hvorvidt pressen følger sitt eget selvpålagte regelverk, Vær Varsom-plakaten, og hvordan framveksten av nye medier gir pressen nye etiske problemstillinger å forholde seg til.

Ord og bilder er maktige våpen

Det hender at noen mister jobben sin på grunn av pressedeckningen av en sak. Et innslag i et fjernsynsprogram kan medføre at noen endelig får utbetalts forsikringspengene de har kjempet for i årevis.

Disse to eksemplene trekker Haugsgjerd fram for å illustrere den store makten mediene har i samfunnet, en makt som ofte har konsekvenser for dem som omtales.

Pressens selvjustis

Pressen har selv pålagt seg et ansvar for å være etiske i sitt arbeid, ettersom de har så stor påvirkningskraft og innflytelse. Retningslinjene for etikken er nedfelt i *Vær Varsom-plakaten*.



PFU er et klageorgan oppnevnt av Norsk Presseforbund. Organet som har medlemmer fra presseorganisasjonene og fra almenheten, behandler klager mot pressen i pressetiske spørsmål (trykt presse, radio og fjernsyn).

Adresse: Prinsensgt. 1  
Pb. 46 Sentr. 0101 Oslo  
Telefon: 22 41 56 80  
Fax: 22 41 19 80

Huskelappen

**Pressen har opprettet et eget faglig utvalg (PFU) som behandler klager fra publikum.**

**PFU kan pålegge sine medlemmer å beklage det som er gjort, og rette det opp på best mulig måte.**

Dersom noen mener at pressen har gjort etiske overtramp, kan den aktuelle saken klages inn til *Pressens faglige utvalg*. Med denne ordningen er det pressen selv som vurderer om presseetiske overtramp har skjedd. Pressen driver altså selvjustis.

Man kan spørre seg om det er optimalt at pressen selv vurderer etikken i arbeidet sitt, men ordningen har vist seg å fungere. *Vær Varsom-plakaten* er et viktig prinsipp for alle redaktører og journalister, og det svir når man blir felt av PFU.

PFU

[Alt du trenger å vite for å klage til Pressens Faglige Utvalg.](#)

**Ord og bilder er sterke våpen.  
Misbruk dem ikke!**

I alle redaksjoner, enten det er riksdekkende fjernsynskanaler eller lokalaviser, forholder man seg til de etiske kjørereglene. I redaksjonene oppfattes det som dårlig håndverk om man får en kjennelse mot seg. På grunn av dette er redaktørene og journalistene bevisste på å opptre med god etikk, og de forsøker å ta lærdom av de sakene der de selv eller andre er blitt følt. Ved at ordningen er slik som den er, kan man ikke argumentere med at PFU "ikke tar journalistfaglige hensyn", ettersom regelverket er skapt og utøvd av folk i samme bransje.

### Rett til oppreisning

De fleste redaksjonene arbeider kontinuerlig med etikken sin. Framveksten av nye medier skaper nye etiske utfordringer. Høsten 2010 fikk PFU inn en klage som er et eksempel på dette.

Klageren var advokaten til en mann som hadde vært tiltalt for medvirkning til drap. Saken fikk stor omtale i Dagbladet og VG under rettssaken. Da mannen senere ble frifunnet, ble det ikke omtalt i noen av avisene. Da hadde avisene trappet ned dekningen av saken. Derimot ble frifinnelsen omtalt på både dagbladet.no og vg.no.

VG og Dagbladet ble felt av PFU med henvisning til punkt 4.5, der det blant annet står: "Det er god presseskikk å omtale en rettskraftig avgjørelse i saker som har vært omtalt tidligere." PFU mente at ettersom avisene hadde omtalt og identifisert personen i forbindelse med rettssaken, måtte også frifinnelsen publiseres på den samme plattformen. Det var altså ikke nok at det ble skrevet om dette i nettavisene, ettersom man ikke kan forvente at de som leser papiraviser, også leser nettaviser, og omvendt.

### Sosiale medier gir nye etiske utfordringer

Pressens bruk av sosiale medier som en kilde til informasjon, reiser også nye etiske problemstillinger. Er det for eksempel god presseetikk hvis en avis bruker et bilde fra en facebookprofil? Er det greit dersom profilen er åpen, men galt dersom den er lukket?

Vær Varsom-plakaten gjelder også i saker der mediene benytter seg av sosiale medier som kilde. Noen av sakene PFU har behandlet, er om nettsamfunnet Facebook. Et eksempel på dette er en person som klaget inn en avis som trykte en politisk melding han hadde publisert på sin lukkende facebookprofil. Klageren var selv redaktør for en avis, meldingen var et politisk utspill, og han hadde 2500 "venner". Disse faktorene gjorde at PFU avviste klagen.

På den andre siden er det ikke nødvendigvis presseetisk greit å bruke et bilde fra en åpen facebookprofil. De etiske grensene kan fort bli uoversiktlig i saker knyttet til nye medier. PFU må som ellers foreta skjønnsmessige vurderinger i de enkelte tilfellene. Det er derfor all grunn til å tenke seg om når man legger ut ting på nettet.

### Unge stemmer

På bloggen *Bjørnens hi* har en ung journalistspire lagt ut sine tanker om presseetikk:

[Hva er vitsen-plakaten](#)

[Skriv en kommentar til bloggen der du gir uttrykk for dine meninger om pressens selvjustis.](#)

### Saker i PFU



Fotograf: [Sara Johannessen](#)

Prinsesse Märtha Louise klagede Se og Hør inn for Pressens faglige utvalg da de trykte bilder av Maud Angelica på ridetur.

PFU konkluderte med at Se og Hørs bilde av Maud Angelica var et brudd på Vær Varsom-plakatens ledd om privatlivets fred, siden bildet ikke kan sies å ha samfunnsmessig betydning.

Les mer om saken:

[Journalisten: Se og  
Hør brøt god  
presseskikk](#)

PFU har også uttalt seg om bruk av bilder fra Facebook:

[Journalisten: Kan  
bruke Facebookbilder](#)

# Presseskikk i Europa

Forfatter: Sven Egil Omdal, Ragna Marie Tørdal  
[Presseskikk i Europa \(121569\)](#)



## Huskelappen

**God presseskikk betyr at journalister og redaktører tar hensyn både til pressens samfunnsmessige plikter og til presseetiske normer.**

**Systemer der pressen vokter seg selv, kalles selvregulering.**

**Systemer der klageorgan er hjemlet i lovverket, kalles samregulering.**

**De fleste europeiske land har systemer som likner på PFU.**

**Straffen for overtredelser består som oftest i at de som trammer over, må beklage brudd på god presseskikk.**

## Ressurser



Norsk presseforbund.

[Hva er presseetikk?](#)

Medieetikk handler om etiske aspekter ved alle mediebaserte ytringer. Presseetikk handler om redaksjonelle ytringer.

Britisk presse har vært rammet av mange skandaler de siste årene. Politikerne foreslår nå innstramninger.



Hør lord Justice Levesons forslag til hvordan man skal unngå fremtidige skandaler i britisk presse.

En undersøkelse som ble offentliggjort på Mediedagene i Bergen i 2013, viser at skandinaviske journalister er uenige om medieetikk.



Artikkelforfatteren  
Sven Egil Omdal har  
tidligere vært leder av  
Norsk Journalistlag og  
Pressens Faglige  
Utvalg.



## Forskjell fra land til land

Mens USA, verdens største mediemarked, ikke har noe nasjonalt system for klager mot pressen, har de aller fleste europeiske land systemer som likner på Pressens Faglige Utvalg i Norge (PFU). Landene har studert hverandres ordninger og forsøkt å finne ut hva som fungerer best, men det er fremdeles klare forskjeller fra land til land.

### Straffreaksjoner

Sverige er det eneste landet hvor selvdømmeorganet (Pressens Opinonsnämnd) har myndighet til å ilette medier økonomisk straff. I halvparten av de europeiske landene ligger "straffen" i at den redaksjonen som får en kjennelse mot seg, er forpliktet til å offentliggjøre kjennelsen. Men i flere land, som Østerrike, Tyskland og Estland, blir ikke avgjørelsene til selvdømmeorganet offentliggjort i det hele tatt.

### Klageorganer

Sverige er også ett av få land som har en egen presseombudsmann i tillegg til det etiske utvalget. Hensikten med å ha to ulike instanser er at den ene – ombudsmannen i Sverige – kan forberede saker for det utvalget som tar den endelige avgjørelsen, og også ta initiativ i saker hvor ingen har klaget.

I Irland, Østerrike og den flamske delen av Belgia har også ombudsmannsordninger. I de fleste andre landene kan utvalgene selv ta initiativ. Det gjelder blant annet Norge, hvor Norsk Presseforbunds generalsekretær (som også er PFUs sekretær), har en slik rett. Retten brukes imidlertid sjeldent i noen av landene.

Noen land har en ordning hvor klageorganet fungerer som en mekler mellom redaksjonen og den som føler seg krenket. I Norge ber PFU redaktøren forsøke å få til en minnelig ordning, ofte en beklagelse, i noen tilfeller en erstatning, men både i Tyskland, Nederland, Malta, Irland og flere andre land forsøker klageorganet å få partene til å bli enige før saken eventuelt avgjøres som en klagesak.

### Selvregulering eller samregulering

I Danmark, Irland, Litauen og den franskspråklige delen av Belgia finnes det ikke en uavhengig selvdømmeordning. Der er klageorganene enten oppnevnt av staten, eller oppnevnt med hjemmel i en lov. Danmark har en pressenemnd som er oppnevnt etter et pålegg i den danske *Medieansvarsloven*. Denne nemnden erstattet en tidligere ordning som pressen selv styrte. Dette systemet kalles *samregulering (co-regulation)*, i motsetning til *selvregulering (self-regulation)*.

I noen land betaler staten noen av kostnadene til klageorganene, uten å blande seg inn på andre måter. Dette er situasjonen i Østerrike, Tyskland, Finland og den flamske delen av Belgia. I alle landene finnes det lover som kommer i tillegg til medienes egne etiske regelverk, og som behandles av domstolene uavhengig av behandlingen i pressens selvdømmeorganer.

Mens PFU tidligere ikke behandlet saker som var brakt inn for domstolen, eller hvor det var varslet at den ville bli det, spiller det ikke lenger noen rolle for PFU om klageren også går til rettssak. Dette er det vanligste systemet også i andre europeiske land.

### Bukken og havresekken?

Den vanligste kritikken mot systemet med faglige utvalg (vanligvis kalt *press councils*) er at de er bukken som passer havresekken. Slik må jo en selvdømmeordning nødvendigvis fungere. Det er bransjen som vurderer sin egen standard. Men for å øke utvalgenes legitimitet, har mange land valgt å ta med representanter for allmennheten, som i Norge.

Det vanligste systemet er at utvalget består av tre parter; journalister/redaktører, medieeiere og allmennheten, eller bare av redaktører/journalister og allmennhetens representanter (som i Norge). I Slovakia består utvalget utelukkende av representanter for allmennheten, mens Slovenia er det eneste landet som bare har journalister og redaktører i utvalget. Tyskland og Luxembourg er de eneste landene hvor bare journalister/redaktører og medieeiere sitter i utvalget.

Storbritannia er ikke nevnt her fordi systemet der er under kraftig revisjon, men det ser ut til at britene får et av de strengeste, og mest statsstyrte, systemene for regulering av presseetikk i Europa.

# Kilder og kildekritikk

Forfatter: Stein Vegard Olaussen, Ragna Marie Tørdal

[Kilder og kildekritikk \(71833\)](#)



## Kildekritikk / video

<http://ndla.no/nb/node/133437>

## Relevant og troverdig informasjon

Journalister er avhengig av å kunne bruke mange forskjellige kilder når de jobber med en sak.

- skriftlige kilder
- muntlige kilder
- observasjon
- paratvitnen

Kildene må være *relevante*. Det vil si at de personene journalisten henter informasjon fra, må ha kunnskap og erfaring som kan kaste lys over saken. I tillegg bør kildene være *troverdige*. Journalisten må kunne stole på at det kilden forteller, er sant.

*Vær varsom-plakaten* pålegger journalister å utøve *kildekritikk*. Journalisten må kunne vurdere hvilken kvalitet en kilde har, og identifisere dem som gir falsk eller villedende informasjon.

## Skriftlige kilder

Eksempler på skriftlige kilder er bøker, artikler, offentlige dokumenter og register. Slike kilder er som oftest kvalitetssikret i utgangspunktet og tydelig merket med forfatter eller avsender. Men selv store mediebedrifter har blitt lurt av falske dokumenter. Det tyske magasinet "Stern" trykket i 1983 det de trodde var Hitlers dagbøker. De ble senere avslørt som falske.

I dag er trolig Internett det arbeidsredskapet journalister bruker mest. Å "google" er en vanlig måte å søke informasjon på. Men de store søkermotorene, som for eksempel Google, kvalitetssikrer ikke hvilke sider du først treffer på. Den viktigste og mest relevante informasjonen kan være vanskelig å finne.

Det går raskt å finne informasjon i nettbaserte oppslagsverk, som for eksempel Wikipedia. Men informasjonen du finner på Internett, er ikke alltid kvalitetssikret. Noen avsendere har lite kunnskap om det de skriver om, og noen legger ut villedende informasjon for å fremme egne interesser. Det finnes eksempler på at falske nyheter har blitt plukket opp av flere nettavisar og spredt verden rundt før saken har blitt avkreftet. Slike falske historier blir kalt for "aviser".

Når du bruker internettkilder, må du selv sjekke hvem avsenderen er, og om opplysningene er korrekte. Det kan du gjøre ved å sammenligne opplysninger fra flere kilder. En god regel er å unngå **énkilde-journalistikk**.



## Huskelappen

**Kilder kan være skriftlige, muntlige, observasjoner eller paratvitnen.**

**En journalist bør som oftest bruke flere kilder.**

**Vær varsom-plakaten pålegger journalisten å utøve kildekritikk.**

**Kildekritikk betyr å vurdere om kilden er relevant og troverdig.**

**Offentlige kilder er i utgangspunktet mer troverdige enn private kilder.**

## Dum og deilig



Knutsen og Ludvigsen

En del organisasjoner sender ut egne *pressemeldinger*. Slikt stoff kan være fristende å bruke i en travel hverdag. Men det er viktig å huske på at pressemeldinger er skrevet av dyktige informasjonsmedarbeidere som selv ønsker å styre informasjonen om en bestemt sak. Hvis du skal lage en sak om oljeutvinning i et sårbart område, kan det være stort sprik mellom de opplysningene du får fra oljeselskapene, og de du får fra Bellona eller Naturvernforbundet.

### Muntlige kilder

Journalister benytter seg i tillegg i stor grad av muntlige kilder. Det er vanlig å skille mellom *offentlige* og *private kilder*. Eksempel på offentlige kilder er forskere, byråkrater og polititjenestemenn. Slike kilder har større troverdighet enn privatpersoner. Skal du lage en sak om en trafikkulykke, er et intervju med skadestedsleder av større saklig verdi enn et intervju med en tilfeldig tilskuer.

*Vær varsom-plakaten* har regler for hvordan man forholder seg når man bruker barn som kilder, eller folk som er i følelsesmessig ubalanse. Husk at muntlige kilder kan lyve for å oppnå en fordel.

### Observasjon

Det du eller andre ser og hører, er også viktige kilder. De som selv har vært vitne til en hendelse, kalles *førstehåndskilder*. Slike kilder ansees som spesielt viktige.

Men husk at mennesker oppfatter det de opplever, forskjellig. To personer som har vært vitne til en ulykke, kan komme med helt forskjellig informasjon om det som hendte. Det skyldes at vi tolker det vi ser og hører ut fra den kunnskapen og de erfaringene vi har fra før. Også journalistens egne observasjoner er subjektiv informasjon.

### Kan du være din egen kilde?

I mange tilfeller har du allerede informasjon om et emne som du har skaffet deg gjennom utdannelse eller erfaring. Slik informasjon kalles *paratviten*. Bevisst eller ubevisst vil du bruke denne informasjonen som grunnlag for ditt videre arbeid med en sak.

Det er selvfølgelig en fordel at du har erfaring fra et område fra før, men gammel kunnskap kan i noen tilfeller være til hinder for å finne ny informasjon. Verden forandrer seg, det du lærte på barneskolen kan være annerledes i dag. *Skrivebordsjournalistikk* er et begrep som brukes noe nedsettende om journalister som ikke tar seg bryet med å skaffe seg ny kunnskap om en sak.

I 2001 klarte journalist Amund Hestsveen å lure hele Presse-Norge til å tro at Knutsen og Ludvigsen hitlåt *Dum og deilig* var blitt en populær DJ-låt i Thailands hovedstad Bangkok.

Åtte år etter stod han frem med historien på en journalistkonferanse.

Saken viser hvor lett det er å la seg lure.  
– Grundig kildekritikk er viktig for medienes troverdighet, sier Amund Hestsveen.

[Vårt Land-reporter bak journalistspøk](#)

### Ressurser

#### Kolla källan

Det svenska *Skolverket* har laget et nettsted med tips til kildekritikk og flere øvingsoppgaver:

[Kolla källan](#)

#### Ung.no

På nettstedet Ung.no får du konkrete tips til hvordan du kan sjekke en kilde på Internett:

[Sjekkliste for kildekritikk](#)

**VIKO**

På nettstedet VIKO (NTNU) kan du øve deg i praktisk kildekritikk:

[Sjekk en kildes troverdighet](#)

# Juss og sosiale medier

Forfatter: Stein Vegard Olaussen, Ragna Marie Tørdal

[Juss og sosiale medier \(68237\)](#)



## Brukerstyrt, men ikke lovløst

Et viktig kjennetegn på sosiale medier er at innholdet er styrt av brukerne og ikke av en ansvarlig redaksjon. Det fører til at noen brukere oppfatter sosiale medier som et lovløst område hvor man kan publisere det som måtte falle en inn. Men slik er det ikke! Norsk lovverk gjelder også for sosiale medier.

Ett eksempel er injurieloven (straffelovens § 267) som sier:

Den, som krænker en andens ære ved fornærmelige ord eller handlinger eller ved at fremsætte eller udbrede sigtelser for et forhold, der er egnet til at nedsætte den fornærmede i medborgeres agtelse, straffes med bøde eller fængsel indtil 4 måneder.

Det er heller ikke lov til å publisere noe som bryter med åndsverkloven. Disse lovbestemmelsene er det viktig å ha i bakhodet når tekst, lyd og bilder legges ut på nett.

## Behov for nytt lovverk

Lover som gjelder offentlige ytringer, er skrevet i en tid da tilgang til mediekanaler bare var forbeholdt ansvarlige organisasjoner med et klart definert redaktøransvar. Dette lovverket fungerer dårlig når den teknologiske utviklingen har gjort det mulig for hvem som helst å publisere ytringer gjennom sosiale medier. Arbeidet med et lovverk som er ment spesielt for nettpublisering, er nå i gang.

YouTube, som er et nettsted hvor man kan laste opp og dele videoklipp, har egne regler mot materiale som bryter med åndsverkloven. Tilsvarende regler har det imidlertid vært vanskelig å håndheve i spillkonsoller som Playstation og Xbox, som også må regnes som sosiale medier.



## Huskelappen

**Injurieloven og  
åndsverkloven  
gjelder også for  
ytringer på Internett.  
Nye lover skal  
regulere ytringer på  
sosiale medier.**

## Sosiale medier

Begrepet *sosiale medier* omfatter mediekanaler eller plattformer som ved bruk av Internett eller annen webbasert teknologi gjør det mulig med interaksjon mellom to eller flere brukere.

Facebook, msn,  
Twitter, LinkedIn,  
YouTube, MySpace,  
Gowalla og Flickr er  
eksempler på sosiale  
medier.

## Til refleksjon

Gjelder norsk lov også for deg når du legger ut tekst og bilder på sosiale medier?

# Delingskultur og opphavsrett

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Amendor AS, Ragna Marie Tørdal  
[Delingskultur og opphavsrett \(70945\)](#)



Øyvind Solstad om delingskultur på YouTube / video

<http://ndla.no/nb/node/71964>

I denne videoen forteller Øyvind Solstad om delingskultur og remixing på YouTube. Solstad er kommunikasjonsrådgiver i Carat.

Delingskultur i vekst

**Helt siden de første datanettverkene oppsto på 1960-tallet, har det eksistert en delingskultur på Internett. Ideen med Internett var nettopp å dele informasjon mellom forskere, forteller førsteamanuensis Anders Fagerjord til NDLA.**

Etter hvert som Internett også er blitt tilgjengelig for Hvermansen, har denne gavekulturen holdt seg. Folk deler informasjon og gode ideer uten å ta betalt for det. Derfor har vi nettsteder som Wikipedia og «open source»-programvare, det vil si programmer som hvem som helst kan benytte seg av og redigere innholdet i..

Fagerjord sier at denne dugnadstankegangen kan forveksles med å kopiere og dele rettighetsbelagt programvare, film og musikk. Det er imidlertid forskjell på å dele noe som er ment skal deles, og å kopiere noe som er underlagt copyright.

Kopiering av åndsverk

Kopiering av åndsverk er i seg selv ikke noe nytt. De fleste som hadde kassettspiller i 1980-årene, tok opp radioprogrammer og kopierte kassetter for så å dele med venner. Omfanget ble likevel ikke stort.

Med dagens teknologi er det derimot blitt svært enkelt å kopiere og mangfoldiggjøre digitalt innhold. Det er en stor utfordring for kommersielle aktører på Internett at det ikke bare er praktisk mulig, men faktisk ganske lett å kopiere tekster, programvare, filmer og musikk.



Huskelappen

**Delingskultur er vanlig på Internett.  
Det betyr at folk deler innhold uten å ta betalt for det.**

Mediestemmer



Anders Fagerjord

Anders Fagerjord er førsteamanuensis ved Institutt for medier og kommunikasjon ved Universitetet i Oslo.

Les mer



Innhold merket med dette symbolet er underlagt vanlig copyright.

[Det handler om å  
dele: Creative  
Commons](#)

## Vær varsom-plakat for bloggere?

Forfatter: Stein Vegard Olaussen, Ragna Marie Tørdal

[Vær varsom-plakat for bloggere? \(71167\)](#)



Voe slutter å blogge / video

<http://ndla.no/nb/node/71174>

Egen Vær varsom-plakat for bloggere?

I begynnelsen av januar kom meldingen om at rosabloggeren Voe hadde bestemt seg for å slutte å blogge. Thomas Moen sier til nrk.no at han ønsker en egen bloggplakat som vil fungere omtrent som Norsk Presseforbunds Vær varsom-plakat:

– Mange bloggere blir kynisk utnyttet av annonsører. Spesielt unge som ikke har erfaring med sponsorer og annonsører risikerer å bli ofre store annonsører som vil tjene penger på bloggere som er populære blant leserne. Jeg har sett et stort behov for noen retningslinjer om hvordan folk skal forholde seg til kommersielle budskap og blogging generelt.

I forslaget til Bloggplakaten heter det at en blogger kan skrive om hva han eller hun vil, så lenge man følger norsk lov. Det legges også vekt på ærlighet og troverdighet. Integritet er viktig, også for bloggere. Innlegg som er sponset, bør derfor merkes slik at leseren er klar over at det ligger kommersielle interesser bak.

Ytringsfrihet eller mobbing?

Bruk av kommentarfeltene på blogger og i nettavisar reiser også etiske spørsmål. Noen nettavisar har fjernet muligheten til å kommentere aktuelle nyhetsmeldinger. Slike kommentarer kan virke støtende for pårørende, spesielt i tilfeller der det handler om ulykker eller kriminalsaker. Det finnes også eksempler på at sportsutøvere og trenere er blitt offentlig mobbet gjennom kommentarer på nettavisenes sportssider.

Hele 350 000 nordmenn var aktive bloggere i 2010. Noen av disse bloggene er svært personlige og uteleverende, men bloggerne konkurrerer likevel om å ha flest leser. Historien om rosabloggeren Voe viser belastningen ved å leve livet på utstilling.



Huskelappen

**Integritet er viktig,  
også i sosiale  
medier.**

**Ytringsfrihet  
innebærer ikke  
retten til å mobbe  
andre mennesker.**

Bloggplakaten

Trenger vi en  
bloggplakat, eller vil  
en slik regulering slå  
bena under bloggen  
som et medium for frie  
ytringer?

Les hele intervjuet  
med Thomas Moen på  
nrk.no.

[Vær varsom-plakat for  
bloggere er klar](#)

Unge stemmer



Rosabloggeren Voe  
valgte å legge ned  
bloggen sin fordi  
belastningen med  
daglige sjikanørse  
kommentarer ble for  
stor.

[Voes "Natti"](#)

# Kan nett-troll temmes?

Forfatter: Jan-Arve Overland

[Kan nett-troll temmes? \(109187\)](#)



Internetsamfunnet Anonymous symboliseres ved og skjules bak masker av Guy Fawkes, inspirert av filmen V for vendetta. Anonymous består av et ukjent antall aktivister og hackere fra hele verden. Anonymous' formål er å kjempe for ytringsfrihet og mot det de anser som sensur og mis bruk.

**Forskning viser en klar nedgang i sjikanøse debattinnlegg på norske nettsteder. Men trollene lever i beste velgående i andre nettsamfunn.**

Sigrids pårørende utsatt for sjikane

Da Sigrid Giskegjerde Schjetne ble drept ble nærmeste familie og pårørende hetset på Sveriges største nettforum. I en diskusjonstråd på det svenske nettstedet spekulerte personer med pseudonym om hva som kunne ha skjedd. Den nærmeste familien opplevde graf sing i personlige opplysninger. Hvem kan stilles til ansvar for denne hetsen?

Medieforsker Karoline Andrea Ihlebæk ved Universitetet i Oslo påpeker at den svenske nettsiden opererer utenfor redaktøransvar og medienes etiske retningslinjer, og at det er vanskelig å rettsfølge brukerne, siden den svenske nettsiden har lagret domenet sitt på en amerikansk server. I tillegg er de som kommer med sine meningsytringer, anonyme.

Anonymitet eller fullt navn?

I etterdønningene av tragedien 22. juli 2011 har stadig flere nettmedier innført en sterk moderering av diskusjoner og kommentarfelt. Blant annet har VG.no innført pålogging via Facebook. Forsker Ihlebæk sier at dette kan føre til at flere nå oppsøker nettsteder med andre terskler, slik som det svenske debattforumet.

Debatten rundt anonymitet eller ikke i nettdebatter har gått friskt de siste årene. For eksempel sier redaktør Espen Egil Hansen i VG.no til *Vårt Land*:



Dette er saken

**Etter 22. juli har mange norske nettsteder krevd at de som deltar i nettdebattene, skal kunne identifiseres.**

**Et forskningsprosjekt viser en klar nedgang i sjikanøse debattinnlegg.**

**Men mye tyder på at nett-trollene bare flytter virksomheten sin til andre nettsamfunn.**



*Ytringsfrihet er en rett til å informere, til å si sin mening, motta informasjon osv. Ytringsfriheten har også sine grenser, bl.a. i forhold til ærekrenkelser og rasistiske ytringer.*

– En stor andel av brukerne på Facebook framstår med fullt navn og bilde, og vi tror at kommentarene under våre artikler blir bedre når folk bruker eget navn.

Redaktør John Arne Markussen i *Dagbladet* sier derimot i et innlegg i egen avis at et krav om full identitet vil kunne føre til at viktige stemmer blir borte:

– Vi må huske på at en del mennesker ikke vil komme til orde hvis de må stå fram med fullt navn. Jeg tenker på voldsofre, varsletere og dissidenter.

### Anonymitet og mobbing

Forsker ved SINTEF, Petter Bae Brandtzæg, sier i en kronikk i *Aftenposten* at forskningen viser en sammenheng mellom anonymitet og mobbing. Anonyme deltagere trenger ikke å stå til rette for sine ytringer, ingen vet hvem som ytret dem. De fleste studier viser klare tendenser til at anonym nett-kommunikasjon har en tøffere og hardere form, med lavere terskel for fornærmelser og sjikane. Det enkelte individ mister ansvarsfølelsen og gjør ting en ikke vil gjøre ansikt til ansikt. – *Anonyme nettfora i nettavisene kan derfor bidra til å undergrave den ytringsfriheten den var ment å beskytte*, sier han.

### Rasisme og trusler

En undersøkelse gjort på oppdrag for Teknologirådet viser at hele 91 % av de unge mellom 13 og 17 år sier de deltar i diskusjoner på sosiale medier. I diskusjonene har 69 % sett ekstreme ytringer som rasisme, trusler eller oppfordringer til vold. Likevel gjør svært få noe med det. Bare 14 % av respondentene i undersøkelsen sier at de har varslet om slike innlegg. Selv om et fåtall av ungdommene varsler, er hele 90 % enige i at det er viktig med moderering av nettdebatter og at noen fjerner innlegg med ekstremt innhold. De gjør det bare ikke selv.

### Redusere støy i anonyme nettdebatter

Flere nettsteder, som *Washington Post* og *The Economist*, har prøvd ut ulike løsninger for å redusere støyen i anonyme nettdebatter. Blant annet har redaksjonen tatt seg tid til å lese debatten og fremhev et gode innlegg. Dessuten har de tatt del i debatten og fått den på rett spor. Videre lar de brukere anbefale innlegg, og lar de med flest anbefalinger komme øverst. Dessuten lar de brukere rapportere usaklige innlegg og lar dem synke i hierarkiet. På den måten drar en nytte av synspunktene til brukerne på hva som er bra og ikke bra. Slike løsninger vil kanskje hjelpe unge til å ta eget ansvar på nett.

*Ytringsfriheten er ikke en frihet fra ansvar for det man sier. Anonymitet og retten til å ytre seg anonymt er ikke nødvendigvis beskyttet av ytringsfriheten.*

Olav Torvund,  
jusprofessor

### Ressurser



Marie Simonsen er politisk redaktør i *Dagbladet*.

Foredrag av Marie Simonsen på konferanse arrangert av Likestillings- og diskrimineringsombudet – hva skjer i avisenes nettdebatter og andre kommentarfelt?

[nettdebatter](#)

Foredraget varer 30 min.



### Til debatt

Diskuter i klassen:

- Hvorfor mobbes etterlatte i en drapssak på nettet?
- Hvem er det som skriver slike innlegg?

- Hvorfor gjør de det?
- Er det ok at det skjer?
- Hvis ikke, hvordan kan vi hindre at det skjer?

# Digital mobbing

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Amendor AS, Ragna Marie Tørdal  
[Digital mobbing \(70942\)](#)



Etikk i nye medier: Anders Fagerjord / video  
<http://ndla.no/nb/node/69467>



Huskelappen  
Digital mobbing kjennetegnes av at den som mobber er anonym. Negativ omtale spres raskt på Internett og er vanskelig å slette.

– **Internett er et fryktelig skummelt mobbeverktøy, sier Anders Fagerjord. Flere bloggere legger ned bloggen sin fordi de ikke orker personhetsen de blir utsatt for.**

Bloggere er altså offer for *digital mobbing*, men mobbing er et problem også på flere digitale arenaer. Du kan finne slemme og usaklige kommentarer i nettsteder og diskusjonsfora. Folk mobber på e-post, MMS og SMS.

## Lettere å mobbe anonymt

Mange mener at en av grunnene til at digital mobbing er så utbredt, er at det er liten fare for å bli stilt til ansvar for det så lenge du er anonym. Det kan også være at man ikke helt forstår virkningen av ordene sine. I den digitale verden er kommentarene vanligvis ikke fulgt av ansiktsuttrykk, kroppsspråk og tonefall. Når det er så mye kontekst som mangler, dikter vi opp mye rundt det som står skrevet. Da kan en negativ kommentar virke sterkere enn den er ment.

Fagerjord har selv erfart dette i e-postdiskusjoner, der han synes at de som sender e-post, virker mer aggressive enn de som er til stede i rommet. Psykologer sier at ting kan oppleves mer ondskapsfulle enn de er ment, men at digital kommunikasjon også kan oppleves unyansert den motsatte veien. Det er lett å bli forført og forelset, fordi man gjerne dikter opp følelser som ikke kommer fram i den skrevne teksten.

## Internett som mobbeverktøy

Forskeren Danah Boyd mener at det er tre forhold som gjør Internett til et fryktelig skummelt mobbeverktøy. For det første er publikum usynlig. Bloggere vet ikke hvem som leser bloggen deres. Har du 300 venner på Facebook, greier du ikke å huske alle. Hvis du publiserer noe som er ment for de 10–12 personene du kommuniserer mest med, kan likevel alle de 300 vennene dine lese det.

For det andre kan alt kopieres med et tastetrykk og sendes videre. På denne måten kan informasjon bli spredd lynraskt og være umulig å fjerne. Du må nesten regne med at det du publiserer på Internett, aldri blir borte.

For det tredje sier Boyd at ettersom alt kan søkes opp på Internett, kan alle finne hemmeligheten din dersom den først ligger der. Til sammen blir disse tre faktorene skumle. Det du hadde ment at noen få skulle få se, kan plutselig hele verden ta del i. Mange har smertelige erfaringer med dette hver dag.

## Mediestemmer



Utgangspunktet for denne artikkelen er et intervju med førsteamannen Anders Fagerjord ved Institutt for medier og kommunikasjon ved Universitetet i Oslo.

Fagerjord forsker på nye uttrykksformer på nett og mobil.

## Ressurser

Datatilsynets rådgivning for deg som føler deg krenket på nett.

[Slett meg](#)

Slå tilbake mot de som mobber andre på Internett. Husk:

Tviler på at en bloggplakat er løsningen



[Du bestemmer](#)

Alle som publiserer eller sprer noe på Internett, har et ansvar. Det som føles riktig for en selv, trenger ikke nødvendigvis være greit for andre. Det er blitt foreslått å opprette et eget etisk regelverk for bloggere, slik journalister og redaktører har gjennom Vær varsom-plakaten. På den måten kan man få et regelverk også for privatpersoner.

For Fagerjord er tanken om en slik bloggplakat veldig fremmed. Han mener at de som ønsker slike regler, ser på blogg som et veldefinert medium med klare rammer. Men slik er det ikke. Blogg er en teknologi som kan brukes til hva man vil. Noen bruker bloggen til å lage noe som ligner på aviser, mens andre bruker den som en dagbok.

Å lage et regelverk som er relevant for alle de ulike måtene å bruke bloggteknologien på, er derfor umulig. Skulle en bloggplakat fungere, måtte et antall personer bli enige om at de er ansvarlige bloggere som forholder seg til normer de har utarbeidet sammen. Men å lage noe som gjelder for alt det som kalles blogg, lar seg ikke gjøre.

# Safer Internet Day

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Safer Internet Day \(114171\)](#)



## Safer Internet Day / aktualitet

<http://ndla.no/nb/node/114171>

### Safer Internet Day

I løpet av de siste årene har bruken av sosiale medier eksplodert blant barn og unge. Disse mediene kan gi oss et rikere sosialt liv, men har også sine skyggesider. Ny teknologi gjør mobbing lett som et klikk. Mediene rapporterer daglig om hvor alvorlige følgene kan bli når den digitale dømmekraften svikter.

I februar markeres *Safer Internet Day* i over 100 land verden over. Formålet med dagen er å skape bevissthet rundt barn og unges nettbruk, slik at de får en tryggere digital hverdag. Den dagen rettes økseklyset mot betydningen av digital dømmekraft.

### Bruk Hue

Bruk Hue-kampanjen tar også opp kampen mot digital mobbing. I en fersk undersøkelse sier over halvparten av barn og unge mellom 10 og 15 år at de selv eller venner har fått mobbemeldinger på Internett eller mobilen. Mobbingen går verst utover jenter, og hele ett av ti barn sier at de ønsker å bytte klasse som følge av digital mobbing.

Digital dømmekraft handler om å behandle andre med like stor respekt online som offline, å kunne skille sannhet fra løgn på nett, og å kunne ivareta personvernet. Nylig kunne vi lese om en ungdom som fikk meldingen "Alle guttene i klassen synes du er feit og jævlig. Ingen som liker deg" på mobiltelefonen. Ei jente sendte et nakenbilde til kjæresten. Kjæresten spredde det videre til sine kamerater, som igjen sendte bildet videre.

Rykter førte til ungdomsopptøyen

**NDLAktuelt**

Dette er saken

**I februar markeres  
Safer Internet Day  
2013 i over 100 land  
verden over.**

**Formålet med dagen  
er å gi barn og unge  
en tryggere digital  
hverdag.**

**Samtidig tar  
kampanjen Bruk Hue  
kampen opp mot  
digital mobbing.**

### Fakta

- 80 % av den norske befolkningen er medlem av et sosialt nettverk.
- Facebook er mest populær.
- Twitter, LinkedIn og Instagram er også populære tjenester.
- 93 % av unge i alderen 15–29 har en Facebook-konto.

### Sitat

*"Å logge seg av Facebook er blitt det samme som å melde seg ut av samfunnet."*  
– Fortvilet, 17 år, Si:D i Aftenposten 10.  
januar 2013.

### Ressurser

I Göteborg utløste sexrykter som ble spredt på Instagram, opptøyer ved en av byens videregående skoler. Flere hundre ungdommer var mobilisert via sosiale medier. En 17 år gammel jente fikk først skylden for å ha lagt ut bildene. Resultatet ble at hele familien måtte flytte til hemmelig adresse. Politiet pågrep seinere en 15-åring som mistenkt i saken.

Instagram er et bildedelingsprogram som en kan legge inn på smarttelefonen. Instagram har over 100 millioner brukere globalt. I Norge bruker 15 % av befolkningen tjenesten. 17. desember 2012 kunne mediene melde om at over 70 svenske jenter ned i 13–14-årsalderen hadde blitt hengt ut med navn, bilder og sexrykter på Instagram.

### Nakenbilder florerer på Snapchat

I avisene kan vi lese at nakenbilder florerer på Snapchat. Snapchat er den raskest voksende sosiale bildedelingstjenesten på mobiltelefon. Hver dag blir det utvekslet over 50 millioner snapchatbilder eller videoer. Den største brukergruppen er ungdom i alderen 13–24 år. En av grunnene til Snapchats voksende popularitet er at bildene eller videoene blir borte etter maks 10 sekunder, tilsynelatende. Derfor hender det at unge sender nakenbilder av seg selv via denne tjenesten. Det viser seg imidlertid at det er enkelt for mottakeren å ta kopi av bildene før de forsvinner.

### Hvor blir det vi deler av?

Den internasjonale personverndagen i 2013 ble markert med offentliggjøringen av en rapport om tilstand og trender for personvernet i 2013. Blant annet spør rapporten om hvor det blir av de store mengder informasjon som vi gir fra oss hver dag, og hvem som har tilgang til denne informasjonen.

I disse dager ruller Facebook ut en ny søketjeneste som spører alt du har "likt" eller alle de kommentarer du har skrevet flere år tilbake i tid.

– Ting som ikke er flaut i én sammenheng, kan fort bli det når det dukker opp i en helt annen kontekst flere år etter, sier Anders Hofseth i NRKbeta. Kanskje kan det være lurt å gå gjennom personverninnstillingene på Facebook på nytt?



Netsiden til kampanjen

[Bruk hue](#)

Datatilsynet om den internasjonale personverndagen:

[Tar tempen på personvernet](#)

Rådgivningstjenesten Slettmeg.no kan, så langt mulig, hjelpe til med å få fjernet uønsket personinformasjon på nettet.

[Slett meg](#)

Test deg selv

[Digital dømmekraft](#)



# Mobilisering på Facebook

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Mobilisering på Facebook \(71176\)](#)



## Huskelappen

**Både sannhet og løgn kan spres effektivt via sosiale medier.**

## Eksempler

Drapsetterforskning på Facebook:

[Ta del i oppklaringen av drapet på Martine Vik Magnussen](#)



Fotograf: [Majed Jaber](#)

Hvordan styrtet en diktator?

[Inside Egypt's Facebook Revolt](#)





## Facebook som nyhetsmedium

På nettsamfunnet Facebook kan brukerne dele informasjon på en rask og effektiv måte. Men Facebook er ikke et vanlig nyhetsmedium. Ingen kontrollerer om det som sies, er sant. Derfor kan falske rykter spre seg fort. Det har blant annet skjedd i forbindelse med dødsulykker.

## Facebook som aksjonskanal

Facebook blir også brukt til å mobilisere folk til både lovlige og ulovlige aksjoner. Da studenten Martine Vik Magnussen ble drept i London, dannet vennene en støttegruppe på Facebook. Gruppen ønsker å hjelpe til med å oppklare drapet.

Et annet aktuelt eksempel er folkeopprøret i Tunis og Egypt. Noen medievitere mener at sosiale medier vil bidra til store samfunnsmotvæltninger over hele verden. En av våre egne mediestemmer, redaktør Sven Egil Omdal, advarer derimot mot en blåøyd tro på denne formen for folkelig mediemakt. Han ber oss huske at også diktatorer og terrorister er i stand til å mobilisere massene gjennom propaganda på Internett!

Omdal siterer Malcolm Gladwell som sier: "– Facebook er for "slakktivister" som tror at de skaper forandring i verden ved å trykke "Like" på en støtte til befolkningen i Darfur." Ifølge Omdal trenger veien til demokrati et mer solid fundament enn et trådløst bredbånd. (*Fædrelandsvennen 05.02.2011.*)

# Oppgavesamling

## Nyhetsmelding om trafikkulykke

Forfatter: Stein Vegard Olaussen, Kristin Eriksen Vold

[Nyhetsmelding om trafikkulykke \(68896\)](#)



Nyhet 1 / video

<http://ndla.no/nb/node/67997>

Oppgave: Hvordan omtale en trafikkulykke?

1. Hvilke deler av denne nyhetsmeldingen strider mot pressens etiske regler?
2. Skriv en ny versjon av meldingen som du mener er i tråd med reglene i Vær Varsom-plakaten.
3. Sammenlign dekningen av en trafikkulykke i en regionavis og en tabloidavis.  
Dekker avisene ulykken på samme måte?  
Synes du avisene bryter noen presseetiske regler?



Ressurser

[Vær Varsom-plakaten](#)

Tidsbruk

30 min

Egenvurdering

– Har du funnet konkrete formuleringer som du mener er i strid med pressens etiske regler?

– Har du begrunnet dette med henvisning til bestemte punkter i Vær Varsom-plakaten?

# Sportsnyheter under lupen

Forfatter: Stein Vegard Olaussen, Ragna Marie Tørdal, Kristin Eriksen Vold

[Sportsnyheter under lupen \(68897\)](#)



Nyhet 2 / video

<http://ndla.no/nb/node/67998>

Oppgave: Sportsreporter på tynn is?

1. Se videoklippet. Er det noe i denne framstillingen du ville ha reagert på dersom du satt som medlem i PFU og fikk denne saken til vurdering? Begrunn svaret med basis i Vær Varsom-plakaten.
2. Tenk deg at sportsreporteren hadde formulert seg på følgende måte:

"... Dommer Arne Hansen var uten tvil kjøpt og betalt av eierne av fotballklubben Trygg. Han overså selv de mest opplagte straffesparksituasjoner og sørget på den måten for at hjemmelaget kunne feire enda en seier sammen med sine rike onkler."

- Hvilke lover og regler ville et slikt utsagn kunne rammes av?
- Hvilke reaksjoner ville journalisten kunne bli møtt med i etterkant?
- Hvilke reaksjoner ville redaktøren kunne bli møtt med i etterkant?



Ressurser

[Vær Varsom-plakaten](#)

[Grunnloven § 100](#)

[Straffeloven kap. 23](#)

[Redaktør må betale](#)

[50.000 for](#)

[ærekrenkelser](#)

Tidsbruk

30 min



Egenvurdering

– Har du sjekket hva Vær Varsom-plakaten sier om imøtegåelse av påstander?

– Har du sjekket hva norsk lov sier om ytringsfrihet og ytringsfrihetens grenser?

# Facebook som kilde?

Forfatter: Stein Vegard Olaussen, Ragna Marie Tørdal, Kristin Eriksen Vold  
[Facebook som kilde? \(68900\)](#)



## Nyhet 3 / video

<http://ndla.no/nb/node/67999>

## Oppgave: Facebook som kilde

I denne nyhetsmeldingen brukes Facebook som kilde.

### Diskuter i klassen:

1. Er det etisk riktig av journalisten å bruke en personlig profil på Facebook som kilde i denne saken?
2. Da studenten Martine Vik Magnussen ble drept i London, brukte flere aviser private bilder av den drepte som de fant på Facebook. Er det OK?

### Ressurser

[Journalisten: Kan  
bruke Facebookbilder](#)

### Tidsbruk

20 min

### Egenvurdering

- Har du satt deg godt inn i Vær Varsom-plakaten og uttalelser fra Pressens faglige utvalg om bruk av bilder på Facebook?
- Deltok du aktivt i diskusjonen i klassen?
- Begrunnet du synspunktene dine på en saklig måte?

# Ran på bensinstasjonen

Forfatter: Stein Vegard Olaussen, Kristin Eriksen Vold

[Ran på bensinstasjonen \(68905\)](#)



Nyhet 4 / video

<http://ndla.no/nb/node/68000>

## Oppgave: Kriminalreportasje

1. Vær varsom-plakatens publiseringssregler har flere paragrafer som handler om kriminalreportasjer.
  - Blir noen av dem brutt i dette innslaget, og i tilfelle hvilke?
2. Knut Keiko Kaasastul ble i desember 2008 tiltalt for medvirkning til ett av de to drapene på Vollheim gård i Søndre Land. Fem personer sto tiltalt for ett eller begge drapene, og saken var i lang tid brent omtalt i de fleste norske medier under vignetter som "Søndre Land-saken" eller "Drapene på dødens gård".

Kaasastul ble i tingretten i mars 2009 dømt til 17 års fengsel. I januar 2010 ble han imidlertid frikjent etter andre gangs behandling i lagmannsretten. Dekningen av denne saken ble behandlet i Pressens faglige utvalg (PFU sak 85/10).

- På hvilket grunnlag ble saken klaget inn for PFU?
- Hva kom PFU fram til i denne saken?
- Hvordan argumenterer PFU for dette vedtaket?



### Ressurser

[PFU-sak 085/10](#)

[Vær Varsom-plakaten](#)

### Tidsbruk

10 min (oppgave 1)

30 min (oppgave 2)

### Egenvurdering

Oppgave 1:  
Sammenlign svaret  
ditt med  
sidemannens. Har  
dere vurdert saken  
likt?

Oppgave 2:  
– Har du gått grundig  
gjennom uttalelsen fra  
PFU i sak 85/10 og  
streket under alt som  
er relevant i forhold til  
oppgaveteksten?

– Har du formulert  
PFUs argumentasjon  
med egne ord?

# Mediert mobbing

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Mediert mobbing \(66698\)](#)



SCANPIX

Fotograf: [Sara Johannessen](#)

Fordi jeg fortjener det?

## En oppgave om mobbing i sosiale medier

Skriv en tekst på ca. 2 A4-sider med utgangspunkt i de tre medietekstene i høyrespalten, der du drøfter:

- hvorfor mange barn og unge velger å bruke sosiale medier til å mobbe andre
- hva som kan gjøres for å motvirke mobbing i sosiale medier



Tidsbruk  
ca. 2 timer

Ressurser

- [Lett å mobbe digitalt](#)
- [Digital mobbing](#)
- [Du bestemmer](#)

Egenvurdering

– Har du belyst problemstillingene i drøftingen din fra flere sider?

– Har du brukt det du vet om kommunikasjon til å underbygge argumentene dine?

## Skal - skal ikke?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Skal – skal ikke? \(96755\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

lett

Ressurser

[Vær Varsom-plakaten](#)

Egenvurdering

– Har du brukt Vær  
varsom-plakaten til å  
begrinne  
standpunktene dine?

– Legg fram svarene  
dine for de andre i  
klassen eller gruppen.  
Er de enige med deg?

– Hvis ikke, hvordan  
har de begrunnet sine  
standpunkter?

– Vil du endre noen av  
standpunktene dine  
etter å ha lyttet til de  
andre i klassen?



Om research i Brennpunkt 2 / video

<http://ndla.no/nb/node/96335>

Tarjei Leer-Salvesen arbeider som researcher i Brennpunkt i NRK. I dette intervjuet forteller han om en situasjon der redaksjonen ble varslet av en ansatt i helsevesenet, og de valgene han som journalist måtte ta.

### Oppgave 1

Tenk deg at du jobber i Brennpunkt-redaksjonen.

- Hvilke konsekvenser ville det kunne få dersom du gikk ut med denne informasjonen?
- Hvilke konsekvenser ville det kunne få dersom du lot være å formidle denne informasjonen?

### Oppgave 2

Du har bestemt deg for å dekke saken.

- Hvordan vil du gå fram for å skaffe videobilder fra pasientbehandlingen?
- Hvilke presseetiske spørsmål reiser bruk av slike bilder?

### Oppgave 3

Tenk deg at Helsedirektøren tar kontakt med deg for å få navnet på den personen som varslet deg om forholdet. Du får beskjed om at det er nødvendig, dersom myndighetene skal kunne gjøre noe med saken.

- Hva vil du gjøre da? Begrunn valget ditt.

## Bli med på et møte i PFU

Forfatter: Grethe Melby, Kampanjen for journalistikken

[Bli med på et møte i PFU \(137129\)](#)



### Bli med på et møte i PFU / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/137129>

Møte i PFU 16. juni 2014

På dette møtet er det først og fremst to saker som diskuteres. Den ene handler om at IT-drift i Narvik kommune mener at avisen Fremover har feilinformert leserne, ved rett og slett å omtale feil flyplass. Avisen har hentet sine opplysninger fra avisen Dagbladet, men det holder ikke som et forsvar i PFU. Alle redaksjoner har selvstendig ansvar for å sjekke sine kilder. Avisen Fremover blir derfor felt i PFU.

Etter at et par saker har blitt «overført», får vi en rask behandling av en annen sak. Her har privatpersonen Marte Rognerud klaget inn Bergens Tidene, som har skrevet om konflikten rundt et kulturhus som heter Bergen Kjøtt. Huset har fått nye eiere, og Rognerud mener at kilden, som er musiker Vågård Unstad, er inhabil, altså ikke nøytral part i saken. Han er nemlig venn med de nye eierne av kulturhuset.

Her mener PFU-medlemmene at avisen har opplyst tydelig for leserne hvilken rolle Unstad har, i tillegg til å sette saken i en sammenheng ved bruk av faktaboks. Dessuten dekkes saken «løpende», det vil si at dette ikke er den eneste artikkelen om konflikten rundt Bergen Kjøtt. Bergens Tidene blir derfor ikke felt i PFU.



#KORHARDDETFRÅ

Undervisningsopplegg  
et er laget i samarbeid  
med Kampanjen for  
journalistikken –  
«Hvor har du det  
fra?».

Denne kampanjen har  
som mål å bidra til at  
unge blir gode og  
kritiske mediebrukere  
– gjennom kunnskap  
om kildekritikk,  
journalistisk metode  
og medieetikk.

Bak prosjektet står  
Norsk Journalistlag,  
Norsk  
Redaktørforening,  
Norsk Presseforbund,  
Landslaget for  
lokalaviser,  
Mediebedriftenes  
Landsforening og  
Fagpressen, samt  
NRK og TV 2.

Tid

1–2 timer

Vanskelighetsgrad

middels

**Oppgave:**

1. Se spørsmålsrunden i begynnelsen av videoen, og noter navnene på dem som er til stede på møtet. Hvem av dem er vararepresentanter? Diskuter i klassen hvilken rolle de ulike møtedeltakerne har.
2. PFU har sju medlemmer, fire fra pressen og tre fra allmennheten. Men på dette møtet kan det virke som det bare møter seks medlemmer. Hvem mangler?
3. Generalsekretær i Norges Presseforbund, Kjersti Løken Stavrum, er også til stede på møtet. Hva er hennes rolle? Diskuter i klassen.

## Grav i PFU-basen

Forfatter: Grethe Melby, Kampanjen for journalistikken  
[Grav i PFU-basen \(137181\)](#)



### Bruk PFU-databasen!

Alle saker som behandles av Pressens Faglige Utvalg, legges i en database, slik at det er mulig for alle å gå tilbake i arkivet og studere de sakene som har blitt behandlet.

Her blir sakene presentert, både hva den som klager mener er galt, og hvordan redaksjonen svarer på klagen.

Til slutt kan du lese uttalelsen fra PFU, som er utvalgets avgjørelse.

### Søk i PFU-basen

*Disse oppgavene egner seg til fordypning, enten i grupper eller ved at elevene samarbeider to og to og forbereder en muntlig presentasjon for resten av klassen.*

Undervisningsopplegg  
et er laget i samarbeid  
med Kampanjen for  
journalistikken –  
«Hvor har du det  
fra?».

Denne kampanjen har  
som mål å bidra til at  
unge blir gode og  
kritiske mediebrukere  
– gjennom kunnskap  
om kildekritikk,  
journalistisk metode  
og medieetikk.

Bak prosjektet står  
Norsk Journalistlag,  
Norsk  
Redaktørforening,  
Norsk Presseforbund,  
Landslaget for  
lokalaviser,  
Mediebedriftenes  
Landsforening,  
Fagpressen, NRK og  
TV2.

Tid

2 timer

Vanskegrad

## Oppgave1

### Finn saker etter punkter i Vær Varsom-plakaten.

- Gå til PFUs database over saker som har blitt behandlet, på [www.pfu.no](http://www.pfu.no).
- Klikk på «Avansert søk». Da får du opp alle punktene i Vær Varsom-plakaten. Hak av ett av punktene som du mener er interessant, og klikk på «Start søk».
- Gå helt ned på lista til de nyeste sakene, og velg den nyeste saken som har et rødt symbol ved siden av seg. Det betyr at PFU har felt redaksjonen.
- Les saken, og presenter hva saken dreier seg om, for klassen eller en medelev.
- Seinere kan du gjøre det samme med en sak med grønt symbol, som betyr at PFU ikke har felt redaksjonen.

## Oppgave 2

### Finn saker etter årstall.

- Gå til PFU sin database over saker som har blitt behandlet, på [www.pfu.no](http://www.pfu.no). Klikk på «Bla gjennom». Da får du opp en liste over årstallene for når det har vært behandlet saker i PFU.
- Velg 2014, og velg en av sakene som har et rødt symbol. Det betyr at PFU har felt redaksjonen.
- Les saken, og presenter hva saken dreier seg om, for klassen eller en medelev.
- Seinere kan du gjøre det samme med en sak med grønt symbol, som betyr at PFU ikke har felt redaksjonen.

## Oppgave 3

### Finn saker etter redaksjon.

- Gå til PFUs database over saker som har blitt behandlet, på [www.pfu.no](http://www.pfu.no). Klikk på «Avansert søk». Da får du opp alle punktene i Vær Varsom-plakaten, men over dette finner du flere søkefelt. Klikk på redaksjon og velg enten NRK eller TV 2. Klikk på «Start søk».
- Gå helt ned på lista over de nyeste sakene, og velg den nyeste saken som har et rødt symbol ved siden av. Det betyr at PFU har felt redaksjonen.
- Les saken, og presenter hva saken dreier seg om, for klassen eller en medelev.
- Seinere kan du gjøre det samme med en sak med grønt symbol, som betyr at PFU ikke har felt redaksjonen.

## Bli med på Ungdommens PFU

Forfatter: Grethe Melby, Kampanjen for journalistikken

[Bli med på Ungdommens PFU \(139308\)](#)



Elever over hele landet har deltatt i Ungdommens PFU. Dette bildet er fra Bergen.

Kampanjen for journalistikken inviterer ungdom til å prøve seg på presseetikken. Vil din klasse felle pressen?

Rollespillet Ungdommens PFU ble lansert for 670 elever fra videregående skoler i Hordaland på Nordiske Mediedagers ungdomskonferanse NMD-Ung våren 2014.

Da hadde opplegget allerede blitt prøvd ut på Nesbru videregående skole i Asker i samarbeid med Budstikka, ved Røyken videregående skole i Buskerud i samarbeid med Røyken og Hurums Avis, og ved Elvebakken videregående skole i Oslo i samarbeid med NRK.no og TV2.no. Senere har det blitt gjennomført andre steder i landet, som på Hjalmar Johansens videregående skole i Skien.



Denne oppgaven er laget for NDLA av Kampanjen for journalistikken.

Tid

1–2 timer

Vanskegrad

Lett

Les om elevene i Skien som prøvde seg som PFU-medlemmer: [Fikk prøvd seg som vakthunder](#)



Mediene skal være demokratiets «vaktbikkje».

Men hvem passer på pressen?

Det gjør pressen selv i Pressens faglige utvalg (PFU).

PFU vurderer om de etiske reglene i [Vær Varsom-plakaten](#) er brutt.

## Oppgave

### Gjennomfør Ungdommens PFU i klassen

Nå er det din klasse som står for tur. Det er selvsagt mulig å avgjøre sakene ved håndopprekning. Men kanskje blir det bedre stemning av å bruke røde og grønne ark for å vis om dere avgjør at noe er brudd på god presseskikk?

Du kan be læreren om å lede presentasjonen, eller ta ansvar for presentasjonen selv.

Se gjennom presentasjonen på forhånd dersom det er du som tar rollen som leder av PFU.

Hele presentasjonen, som kan vises på tavlen, finner du her:

[Ungdommens PFU Presentasjon](#)

Trenger læreren din veiledning? Den finner dere på journalistikkampanjens hjemmesider: [Journalistikkampanjens side for Ungdommens PFU](#)

## En helt vanlig dag på jobben?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[En helt vanlig dag på jobben? \(137297\)](#)



Denne oppgaven er  
laget av NDLA for  
Kampanjen for  
journalistikken.

Tid

3 timer inklusiv den  
tiden det tar å se  
filmen.

Vanskegrad

middels



F.h. tidligere Se og Hør-journalist Håvard Melnæs (36) og filmprodusent Ørjan Karlsen (41).



## En helt vanlig dag på jobben? / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/137297>

Filmen *En helt vanlig dag på jobben* er regissert av Terje Rangnes etter et manus av Erlend Loe. Manuset er basert på en bok av tidligere Se og Hør-journalist Håvard Melnæs med samme tittel. Melnæs begynte som journalist i Se og Hør i 1996 og var over flere år involvert i ukebladets dekning av forholdet mellom kronprinsesse Mette Marit og hennes alkoholiserte far.

Filmen er spesiell fordi den bygger på en historie fra virkeligheten som handler om nålevende høyt profилerte personer i det norske samfunnet. Mange mener også at filmen gir et unikt innblikk i det som foregår bak kulissene i det som vi gjerne omtaler som «sladrepresen».

Filmen er en fiksjon, men inneholder klipp fra virkelige hendelser, noe som gir filmen et dokumentarisk preg. Det dokumentariske forsterkes av at filmen starter med en samtale mellom den virkelige journalisten (Melnæs) og skuespillerne som skal framstille den fiktive historien.

## Oppgaver

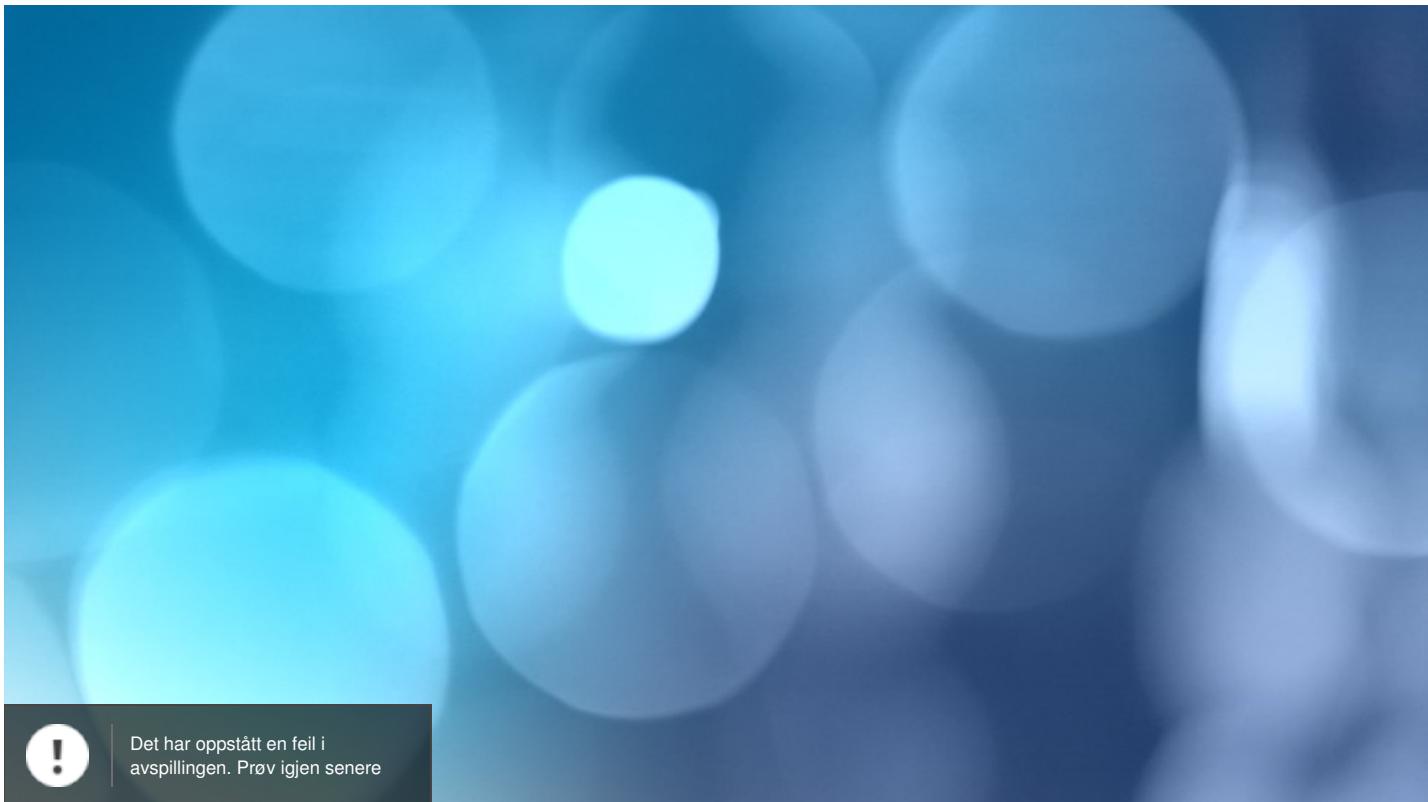
Se filmen *En helt vanlig dag på jobben*. Filmen varer i 1 time og 22 minutter.

1. Hva reagerer den unge journalisten på når han som nylig satt journalist møter de andre tilsatte i Folk Flest?
2. Hva er det som gjør at han etter hvert tilpasser seg den yrkesetikken som gjelder i redaksjonen?
3. Vurder om yrkesetikken som håndheves i denne redaksjonen bryter med Vær Varsom-plakaten. Hvilke punkter i plakaten blir overholdt, og hvilke blir ikke fulgt?
4. Hva kan grunnen være til at enkelte redaktører velger å bryte med deler av Vær Varsom-plakaten?
5. Studer forholdet mellom journalister og kilder i filmen. Hvem utnytter hvem? Grunngi svaret med eksempler fra filmen.
6. Hvordan utvikler forholdet mellom den unge journalisten og Sven O. Høiby seg i løpet av filmen?
7. Hva er det som gjør at journalisten til slutt velger å si opp jobben sin?
8. Forklar begrepene *fakta*, *fiksjon* og *faksjon*. Hvilken kategori tilhører denne filmen? Begrunn svaret.
9. Forklar begrepet *metaperspektiv*.
10. Hva oppnår manusfatteren og regissøren ved å bruke et slikt perspektiv i denne filmen?

## TV-debatt: Ytringsfrihetens grenser

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Ytringsfrihetens grenser \(68420\)](#)



### Oppgave: Rollespilldebatt om ytringsfrihetens grenser

Terrorangrepet på satiremagasinet Charlie Hebdo og demonstrasjoner verden over mot publisering av karikaturtegninger av profeten Muhammed har aktualisert debatten om hvor grensene for ytringsfrihet går. Er ytringsfrihet det samme som rett til å trække på det andre holder hellig?

- Lytt til videointervjuet med generalsekretær i Norsk Presseforbund Per Edgar Kokkvold og avistegneren Finn Graf (NRK Dagsrevyen 2006). Her kommenterer de protestene i kjølvannet av at Jyllands-Posten det året publiserte karikaturtegninger av profeten Muhammed.
- Les kronikken om ytringsfrihetens grenser i Aftenposten: [Ytringsfrihet uten ansvar?](#)
- Lag deretter et rollespill som er organisert på samme måte som et debattprogram på TV.

#### Roller:

- tre "fagpersoner" (redaktør, imam, religionsviter) (paneldeltagere)
- tre "politikere" (for eksempel fra Ap, KrF og FrP) (paneldeltagere)
- eventuelt tre personer som representerer "folkets stemme" (en ungdom med muslimsk bakgrunn, en ungdom med ikke-muslimsk bakgrunn, en pensjonist) (intervjuer blant publikum)
- 1 "programleder"
- eventuelt to fotografer og en lys- og lydansvarlig dersom dere velger å filme debatten

Resten av klassen kan stille spørsmål til paneldeltagerne.

#### Framgangsmåte:

##### 1. time: Forberedelse

Se innslaget fra Dagsrevyen og les kronikken i Aftenposten. Bruk gjerne også flere kilder til å forberede argumentasjonen til rollefiguren din. Skriv ned stikkord som du kan bruke i innlegget ditt, eller de spørsmålene du vil stille til panelet.

Programleder bør snakke med paneldeltagerne på forhånd og avklare hvor lang tid hver paneldeltager kan bruke på innlegg, og planlegge tida slik at alle parter kommer til orde.

## **2. time: Rollespill**

Gjennomfør debatten i klassen.

Dersom dere velger å filme debatten, bør et kamera til enhver tid være rettet mot den som har ordet. Det andre kameraet bør fange opp reaksjoner hos andre paneldeltagere eller hos publikum.

Husk at debatten skal være seriøs og saklig, og at du skal lytte til og vise respekt for de andres synspunkter. Innleggene bør være korte og argumentasjonen gjennomtenkt.

### **Hjemmelekse: Etterarbeid (1 time)**

- Skriv et refleksjonsnotat der du referer ulike synspunkter i debatten. Vurder holdbarheten av argumentene i lys av det du vet om menneskerettigheter, ytringsfrihet og trykkefrihet i Norge.
- Til slutt lager du en kort TV-anmeldelse av debatten ut fra de forventninger du har til dette programformatet.
- Dersom dere har valgt å filme debatten, bør en gruppe få oppgave å redigere opptaket og dele videofila på klassens LMS.

### Tips til egenvurdering

- Brukte du forberedelsestida effektivt?
- Var du aktiv i rollespillet?
- Lyttet du til de andres argumenter?
- Hadde du nok faglig innsikt til å få fram synspunktene til rollefiguren din på en overbevisende måte?
- Har du fått med alle viktige argumenter i refleksjonsrapporten?
- Har du sjekket om innholdet i din TV-anmeldelse er i tråd med det som er vanlig for denne sjangeren?

## Er kildene troverdige?

Forfatter: Stein Vegard Olaussen, Kristin Eriksen Vold, Ragna Marie Tørdal  
[Er kildene troverdige? \(78134\)](#)

**Det er en stille dag i redaksjonen. Plutselig dukker det opp en melding på Facebook fra en bekjent. Sparebanken Rett Vest er ranet! Du kaster deg i bilen og trør gassen i bånn. Samtidig sjekker du meldinger på Twitter og i den lokale nettavisen.**

### Kildeliste

**Kilde 1:**  
Bankansatt



### Oppgave

Du er journalist i NRK Sørlandet og skal lage en nyhetssak om et bankran til nyhetssendingen på radio kl. 17.30 og til TV-sendingen kl. 18.40 samme dag.

1. Hvilke av disse kildene vil du sitere i nyhetsmeldingen på radio?

Begrunn svaret ut fra det du vet om kilders troverdigheit.

2. Skriv teksten til den nyhetsmeldingen du vil ha på radio.

3. Hvilke kilder vil du intervju i TV- sendingen senere på kvelden?

Begrunn svarene ut fra det du vet om kildekritikk og presseetikk.

### Tidsbruk

Denne oppgaven kan løses i løpet av 1–2 timer.



### Egenvurdering

– Har du foretatt en grundig vurdering av hvor troverdige de ulike kildene er?

– Har du tatt hensyn til hvor lang tid du har til rådighet til å lage de to

nyhetsinnslagene?

– Har du tatt presseetiske hensyn?

– Er nyhetsmeldingen din saklig og etterrettelig?



Kildeeksempl 1: Banksjef / video

<http://ndla.no/nb/node/78120>

**Kilde 2: Vitne**



Kildeeksempl 2: Vitne / video

<http://ndla.no/nb/node/78121>

**Kilde 3: Facebook**

Søk

Nyhetssoppdateringer

Topptyheter • Siste nytt

Del: Status Bilde Lenke Video

I dag var jeg vitne til et bankrån !! Tre fyrer kom løpende ut av banken med en plastpose med penger ! Det så ut som de sprang nedover mot sentrum, men jeg tror de hoppet inn i en rød bil som jeg så kjørte i en forferdelig fart mot Hellevika. Det virket som de var rusa på amfetamin eller noe sånt. Den ene mista ei sprøyte mens de løp, han ligna på speedkalle fra vestbyen.]

Helga Prime  
dere er taffe

#### Kilde 4: Twitter

Welcome to #NewTwitter! Read up on what's new. You can still access old Twitter fo

twitter Search Home Profile

What's happening?

Ser ut som noen prøver å rane banken !! to stykker med maske. en har kniv de roper penger money !

Add your location 43 Tweet

#### Kilde 5: Twitter

twitter Search Home Profile

What's happening?

Ranerne er ute. ingen er skadet en dame hyller bak skranken. fullt kaos før ikke å reise meg.

Add your location 48 Tweet

#### Kilde 6: Twitter

twitter Search Home Profile

What's happening?

Ranerne er ute. ingen er skadet en dame hyller bak skranken. fullt kaos før ikke å reise meg.

Add your location 48 Tweet

#### Kilde 7: Politiloggen



## Fant stjålet bil på jorde

Les dagens politilogg her. »

VENNESLA:

15.00: fikk politiet melding om ran av sparebanken Rett Vest i Vennesla. Vitner hevder at to maskerte ranelte forlot stedet i en rød bil av ukjent merke.  
SØGNE: Klokken 16.46 ble en rød Ford Focus funnet forlatt på et jorde nær Hellevik. Vitner hadde sett to jenter i bilen. Politiet jobber nå med å sikre spor i saken.

# Wallraffing

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Wallraffing \(82349\)](#)



Journalisten Günter Wallraff har blant annet skrevet om hvordan det er å være tyrkisk fremmedarbeider i Tyskland.

Hør P2-Akademiet om "wallraffing":



Å bli den andre / audio  
<http://ndla.no/nb/node/82347>

## Drøftingsoppgave

1. Lytt til innslaget fra P2-akademiet. Hva oppnår journalisten ved "å bli den andre"?
2. Lag en skriftlig utredning der du nevner eksempler på saker der journalister har opptrådt med falsk identitet.
3. Hvorfor valgte journalisten denne framgangsmåten?
4. Hvilken konsekvens fikk disse avsløringene.
5. Drøft i hvilken grad det er presseetisk forsvarlig at en journalist utgir seg for å være en annen enn den han eller hun virkelig er.



Tidsbruk

3–5 timer

Vanskegrad

vanskelig

Eksempel

[SKUP-prisen 2001](#)

## Egenvurdering

- Har du funnet eksempler som kan belyse problemstillingen fra flere sider?
- Har du satt deg inn i sakene, slik at du kjenner hvilket utfall saken fikk?
- Har du tatt med ulike synspunkter på problemstillingen i drøftingen din?
- Er argumentasjonen din saklig og relevant?

# Kilder som bryter taushetsplikten

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Kilder som bryter taushetsplikten \(96679\)](#)



Medielekkasje / video

<http://ndla.no/nb/node/96656>



## Oppgave

Advokat Sigurd Klomsæt ble fjernet som bistandsadvokat i 22. juli-saken etter at politiet avslørte at advokatkontoret hans føret pressen med taushetsbelagt informasjon.

1. Hva legges i begrepet *kildevern*?
2. Hvorfor pålegger Vær Varsom-plakaten mediene å verne sine kilder?
3. Hvordan gikk politiet fram for å skaffe bevis for hvor den taushetsbelagte informasjonen kom fra?
4. Hvordan reagerte de berørte fra Utøya på at taushetsbelagt informasjon kom ut i media?
5. Hvordan reagerte mediene på at Klomsæt ble avslørt som kilde?
6. Hvorfor omtaler Aftenposten Klomsæt som "syndebukk"?
7. Drøft i hvilken grad mediene bør benytte seg av informasjon fra kilder som bryter norsk lov.

Tid

1–2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

Leder Aftenposten:

[Syndebukken](#)

[Klomsæt](#)

Ukeavisen Ledelse:

[Med rett til å lekke](#)

Document.no:

[Klomsæt ingen varsler og Aftenposten ingen statsmakt](#)

Debatt Dagsnytt 18,  
NRK:

[Pressens plikt å fortelle om Klomsæt](#)

# PFU om Breivik-saken i mediene

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[PFU om Breivik-saken i mediene \(97988\)](#)



Møte i Pressens Faglige Utvalg



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Vær Varsom-plakaten](#)

[Alt du trenger å vite  
for å klage til  
Pressens Faglige  
Utvalg](#)

[PFU-søk: Søkeord  
Utøya](#)

Prøv også andre  
søkeord som  
omhandler 22. juli.

## Bør mediene bøtelegges?

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Bør mediene bøtelegges? \(112446\)](#)



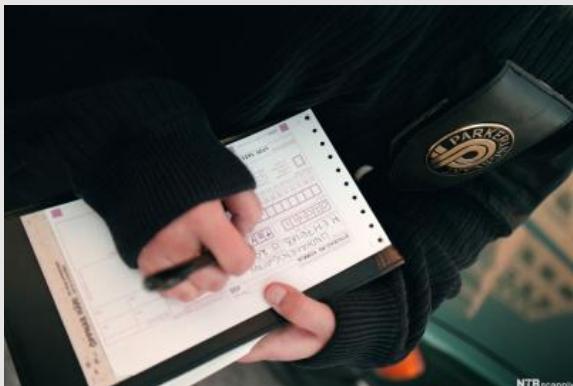
Tid  
1 time

Vanskegrad  
middels

Ressurser  
[Ja til PFU-bøter](#)

[Foreslår PFU-bøter](#)

[Ingen prislapp på ære](#)



Oppgave 1

Sett deg inn i debatten om mediene bør bøtelegges når de bryter *Vær Varsom-plakaten*, på Journalisten.no, og les Sven Egil Omdals kronikk *Ingen prislapp på ære*.

Lag en argumentliste.

- Hvilke argumenter taler for bøtelegging?
- Hvilke argumenter taler mot bøtelegging?

#### Oppgave 2

Diskuter saken i klassen med utgangspunkt i de argumentlistene dere har laget.

## Bør moteblader være varsomme?

Forfatter: Grethe Melby, Kampanjen for journalistikken  
[Bør moteblader være varsomme? \(137291\)](#)



Vanessa Rudjord og Pia Tjelta. Foto: Kyrre Lien / Scanpix

**Er artiklene i såkalte «dameblader» journalistikk? Presseforbundets generalsekretær Kjersti Løken Stavrum mener det og klaget inn bladet Costume Living til PFU.**

### Reportasje om egen leilighet

Den 23. mars 2014 ble Costume Living lagt ut for salg, og bladet inneholdt en 8-siders boligreportasje om redaktøren Vanessa Rudjords bolig. Bildet av boligen preget også bladets forside, med tittelen «Bli med hjem til Vanessa Rudjord».

### Ikledd venninnens kjole

I selve artikkelen hadde Rudjord på seg en kjole fra Pia Tjeltas nye kolleksjon, der bildeteksten var «Vanessa har på seg en kjole fra Pia Tjelta By Ti Mo». Pia Tjelta og Vanessa Rudjord er venninner.

### Ville selge leiligheten

Den 11. april ble dette bladet solgt sammen med motebladet Costume, som presenterte nettopp Pia Tjeltas nye kolleksjon. Samme dag la Vanessa Rudjord ut en lenke til en boligannonse på Finn.no, hvor hun ønsker å selge leiligheten sin.

### Stavrum benyttet initiativretten

Generalsekretær i Norsk Presseforbund, Kjersti Løken Stavrum, valgte å benytte seg av initiativretten, nemlig at generalsekretæren på eget initiativ kan be utvalget behandle saker av stor prinsipiell interesse.



Undervisningsopplegg  
et er laget i samarbeid  
med Kampanjen for  
journalistikken –  
«Hvor har du det  
fra?».

Denne kampanjen har  
som mål å bidra til at  
unge blir gode og  
kritiske mediebrukere  
– gjennom kunnskap  
om kildekritikk,  
journalistisk metode  
og medieetikk.

Bak prosjektet står  
Norsk Journalistlag,  
Norsk  
Redaktørforening,  
Norsk Presseforbund,  
Landslaget for  
lokalaviser,  
Mediebedriftenes  
Landsforening og  
Fagpressen, samt  
NRK og TV 2.

Huskelappen  
Initiativretten

Stavrum mente at Costume Living hadde brutt Vær Varsom-plakatens punkt 2.3, der det heter at redaksjonelle medarbeidere ikke skal ha økonomiske interesser som kan skape interessekonflikter i sammenheng med deres redaksjonelle oppgaver.

I PFUs vedtekter § 4 står det at generalsekretæren på eget initiativ kan be utvalget behandle saker av stor prinsipiell interesse.

#### Tilsvarsrunde

Alle redaksjoner som klages inn til PFU, får anledning til å svare på klager de har fått mot seg, altså komme med tilsvar.

I tillegg mente generalsekretæren av det var et problem at redaktøren hadde på seg klær fra kolleksjonen til en venninne, som medførte et brudd på plakatens punkt 2.2. som handler om pressens integritet og ansvar.

I punkt 2.2. heter det at redaksjonelle medarbeidere må «verne om sin integritet og troverdighet for å kunne oppre fritt og uavhengig overfor personer eller grupper som av ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innhold».

#### Tilsvarsrunden

Costume Living la vekt på at det ikke var redaktøren Vanessa Rudjord, men forlagsdirektør Gry Bjørhovde sin idé å presentere en fotoreportasje fra Rudjords bolig. Selve opptakene skjedde på nyåret i 2014, og da skulle ikke leiligheten til Rudjord selges, det skjedde fire–fem dager før magasinet ble sendt til trykk i slutten av februar.

Da diskuterte Rudjord saken med sin forlagsredaktør, som bestemte at det ville bli for omfattende å skulle snu opp ned på hele produksjonen av magasinet i løpet av så kort tid, slik at man lot magasinet gå i trykken. Bladet hadde vært i salg i tre uker før Rudjord delte finn.no-lenken på sin facebook-side.

Motenorge er et lite land, der «alle kjenner alle». Costume mente videre at det ville være vanskelig for enhver sentral aktør i bransjen å ha på seg noe som helst, uten å kunne mistenkliggjøres for å ha uredelige hensikter.

#### Punkt 2.2. (Integritet og ansvar)

Den enkelte redaksjon og den enkelte medarbeider må verne om sin integritet og troverdighet for å kunne oppre fritt og uavhengig overfor personer eller grupper som av ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innhold.

#### Punkt 2.3. (Dobbeltroller)

Redaksjonelle medarbeidere må ikke ha oppdrag eller verv, økonomiske eller andre bindinger som kan skape interessekonflikter i sammenheng med deres redaksjonelle oppgaver. De må unngå dobbeltroller som kan svekke deres troverdighet. Vis åpenhet om forhold som kan påvirke redaksjonelle medarbeideres habilitet.

**Se Costume-diskusjonen:  
PFU-sak 129/14**

[PFU-møte 26. august 2014](#)

### Oppgave 1:

Hva mener du?

- Har Costume Living brukt god presseskikk?

Avhold en avstemming i klassen, enten ved hjelp av lapper, eller få læreren til å logge inn på Kahoot:

[Har Costume bruktt god presseskikk?](#)

### Oppgave 2:

Gå inn i PFU-basen til [PFU-sak 129/14](#). Les uttalelsen fra PFU.

- Har Costume Living brukt god presseskikk?
- Hvilke punkter i Vær Varsom-plakaten er aktuelle?

### Oppgave 3:

Det finnes en rekke mote- og interiørbilder på nettet, og mange bloggere tjener godt på bloggene sine.

- Hvilke utfordringer møter vi som leser av slike blogger?
- Burde vi stille samme krav til motebloggere som til motejournalistene?
- Hvorfor? Hvorfor ikke? Diskuter i klassen.

Avhold en avstemming, ved hjelp av lapper eller få læreren til å logge inn på Kahoot:

[Burde vi stille samme krav til motebloggere som til motejournalistene?](#)

# Folkeopplysning og kritisk underholdning

Forfatter: Grethe Melby, Kampanjen for journalistikken  
[Folkeopplysning og kritisk underholdning \(137375\)](#)



## Folkeopplysning og kritisk underholdning / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/137375>

**Folkeopplysningen er kritisk journalistikk som tar mål av seg til å underholde. Det er derfor vi gjerne omtaler slike programmer som *infotainment* – satt sammen av ordene *informasjon* og *entertainment*. Men er programmet kritisk nok?**

Bloggerne du møter i dette videoklippet, er med i første episode av sesongens vitenskapsprogram *Folkeopplysningen* på NRK.

Programmet produserte sitt eget «supermatpulver» og ga det navnet Brassica, som er det italienske ordet for kål. Brassica er rett og slett frysetørret kål, pakket inn i en dekorativ boks.



Denne oppgaven er laget for NDLA av Kampanjen for journalistikken.

Tid

3 timer inklusiv å se programmet

Vanskegrad

middels

### Positive bloggere

Skuespiller og programleder Henriette Brusgaard stilte opp i en reklamefilm for produktet. Hun presenterte Brassica for helseinteresserte bloggere som ble bedt om å teste produktet i en uke, for så å komme tilbake med sine erfaringer. Flere av disse ga positiv tilbakemelding på produktet og ble overrasket over at Brassica egentlig ikke eksisterer på markedet.

### Supermat versus vanlig mat

Hensikten med programmet var å gjøre en kritisk undersøkelse av fenomenet supermat. Derfor gikk programleder Andreas Wahl til ernæringsprofessor Birger Svhuis for å sammenligne næringsinnholdet i Spirulina, en alge i pulverform som selges som supermat, og helt vanlig kål.

### Laboratorieforsøk?

Omtrent tolv minutter inn i episoden ser vi professor Svhuis ta med seg Spirulina for å undersøke pulveret. Samtidig kommer en hvit tekst til syne i programmet som forteller at alle undersøkelser ikke kan gjøres på dette laboratoriet, og at de mest komplette analysetallene hentes fra det amerikanske landbruksdepartementet. Spørsmålet blir da om dette er god nok journalistikk.

### Huskelappen

**Redaktørplakaten er en erklæring om redaktørens uavhengighet, plikter og ansvar.**

**Kjerneprinsippet i Redaktørplakaten ble lovfestet fra 1. januar 2009 gjennom «lov om redaksjonell fridom».**

**Tekstrekklameplakaten er et regelverk om reklame og sponsing i journalistikken.**

**Infotainment** brukes om innhold der man forsøker å pakke inn informativt innhold på en underholdende måte.

## Meldt inn til PFU

Det mener supermatprodusenten John Opsahl at det ikke er. Han mener også at programmet la opp til en dramaturgi som gjorde at seerne trodde at det var Svhuis som foretok analysen. Det Svhuis gjorde, var å stole på resultatene fra forskerne fra USA. Svhuis står på sin side inne for sin rolle i programmet.

## Redaktørplakaten

Opsahl mener at Folkeopplysningen ikke har lagt vekt på saklighet og omtanke i innhold og presentasjon. Opsahl mener at i tillegg til å ha brutt Vær Varsom-plakaten, har programmet brutt Redaktørplakaten: Det blir uklart hva som er fakta og informasjon, og hva som er mediets egne meninger.

Les gjerne blogginnlegget til [John Opsahl om Folkeopplysningen](#).

I kommentarfeltet er debatten livlig, og det handler om troverdigheit.

Hvordan skal vi etterprøve de ulike påstandene som settes fram?

## PFU-klagen:

*Supermatekspert John Opsahl har klaget «Folkeopplysningen» inn til PFU på disse punktene:*

*1. Brudd på Redaktørplakatens punkt om «(...) å etterstrebe journalistikk som gjør det klart for mottakeren hva som er reportasje og formidling av fakta og informasjon, og hva som er mediets egne vurderinger og meninger».*

*2. Brudd på punkt 4.1 i Vær Varsom-plakaten som omhandler det «å legge vekt på saklighet og omtanke i innhold og presentasjon».*

*3. Brudd på Vær Varsom-plakatens punkt 3.2, om å være kritisk til valg av kilder.*

*4. Brudd på Vær varsom-plakatens punkt 4.2: «Gjør klart hva som er faktiske opplysninger [...].»*

## Oppgave

**For å gjøre disse oppgavene, må du se første episode av Folkeopplysningen.**

**Klikk her for å se**

**Folkekopplysningen episode 1, sesong 2**

- 1) Vises det nok omtanke og saklighet i omtalen av supermat?
- 2) Mener du at programskaperne er for lite kritiske til forskerne som er med i programmet?
- 3) I programmet møter vi en rekke bloggere som tester produktet. Hvilken rolle spiller bloggere i markedsføringen av ulike produkter? Kan vi stole mer på bloggere enn på ren reklame?
- 4) Forbrukerombudet har utarbeidet en veiledering til bloggere, fordi de gjerne er for dårlige til å informere leserne sine om at de driver med reklame. *Tekstrekklameplakaten* er en egen plakat for journalister som spesielt tar for seg hvordan journalister skal omtale produkter i redaksjonelle saker. Flere ganger har det blitt diskutert om bloggere burde følge Vær Varsom-plakaten, eller lage seg et tilsvarende etisk regelverk. Hva mener du om dette?
- 5) Folkeopplysningen bruker en rekke dramaturgiske og kinematografiske virkemidler – blant annet har flere scener referanser til fjernsynsserier som *Breaking Bad* og *The Wire*. Hvordan fungerer slike virkemidler? Blir vi som seere mer eller mindre påvirket?

## Troverdighet til salgs?

Forfatter: Grethe Melby, Kampanjen for journalistikken  
[Troverdighet til salgs? \(137741\)](#)



Kjersti Løken Stavrum

### I jakten på finansieringskilder vurderes innholdsmarkedsføring i spaltene. Men hva skiller dette fra tekstreklame?

Et mål for pressen er at leseren skal stole mer på hva som står på redaksjonell plass enn i reklameannonserne. I andre kapittel av Vær varsom-plakaten legges det stor vekt på at pressen skal ha integritet og ikke la andre hensyn enn redaksjonens egne styre. Pressen skal oppdre fritt og uavhengig overfor aktører som ønsker å øve innflytelse på det redaksjonelle innholdet. Tanken er at ingen skal kunne kjøpe seg plass i spaltene.



Denne oppgaven er laget for NDLA av Kampanjen for journalistikken.

Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

**Å ha integritet:** å ikke la seg påvirke urettmessig i etiske spørsmål

### Nye regler for tekstreklame

Men nå ser vi stadig oftere reklame som til forveksling ligner redaksjonelt innhold. Derfor har Norsk Presseforbund satt ned et utvalg som skal vurdere endringer i Vær varsom-plakaten. Kjersti Løken Stavrum, generalsekretær i Norsk Presseforbund, sier til Aftenposten at tekstreklamen er blitt helt annerledes enn hva man i sin tid laget regelverket for. Digitale muligheter bidrar til å øke gråsonene, og Stavrum mener dette er noe annet enn den klassiske, skjulte reklamen. Nå er det også snakk om annonsefinansierte TV-produksjoner, produktpllassering og mange andre typer markedsføring.

**Innholdsmarkedsføring:** medieinnhold som ligner på redaksjonelt stoff, men som er betalt av annonsører

**Tekstreklame:** bruk av redaksjonell spalteplass eller sendetid til informasjon av kommersiell karakter

### Uavhengige redaktører

**Les de tre plakatene:**

Ideallet om en uavhengig presse finner vi også igjen i Redaktørplakaten. Den slår fast at en redaktør alltid skal ha frie mediers ideelle mål for øye. I dette ligger det at redaktøren skal «ivareta ytringsfriheten og etter beste evne arbeide for det som etter hans/hennes mening tjener samfunnet».

[Vær Varsom-plakaten](#)

[Redaktørplakaten](#)

[Tekstrekklameplakaten](#)

## Samfunnsoppdraget

Å tjene samfunnet er også viktig i Vær varsom-plakatens første kapittel. Den tar nettopp for seg pressens samfunnsrolle. Og i kapittel 1.1. heter det:



Thomas Spence, leder i  
Norsk Journalistlag

**Les artikkelen:** [Gir Nettavisen stryk](#)

*1.1. Ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkesfrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.*

## Tekstrekklameplakaten

Både Vær varsom-plakaten og Redaktørplakaten er altså laget for å verne om pressens troverdighet og opprettholde en slags kontrakt med leseren om at pressen ikke er «kjøpt og betalt». Prinsippet er så viktig at man i tillegg til disse to plakatene har Tekstrekklameplakaten. Her finner vi egne regler om sponsing og tekstreklame, og reglene i denne plakaten legges også til grunn når saker behandles i PFU. Når innholdsmarkedsføring blir mer og mer vanlig, blir disse reglene utfordret.

*Aftenposten* har sett på bruk av tekstreklame på nettsidene til *Dagbladet*. Greier du å se forskjell på innholdsmarkedsføring og redaksjonelt stoff?

**Les artikkelen**

[To av disse fem sakene er reklame](#)

## Da politikken styrt pressen

I et mediehistorisk lys er dette relativt unge idealer, som gradvis ble holdt fram fra 1970-tallet av og fram mot 1990-tallet. Før var journalistikken tettere koblet til de ulike politiske partiene fordi framveksten av avisene henger sammen med etableringen av parlamentarismen i 1880-årene. Da var avisene arena for politisk debatt, og de ulike partiene eide etter hvert hver sine aviser. Redaktøren og partilederen diskuterte gjerne hva som skulle komme på trykk.



Pressens makt / video

<http://ndl.no/nb/node/81027>

## Propagandapresse

Den gang oppfattet publikum gjerne pressen som en del av partiene propagandaapparat. Mange mente at partipressesystemet var med på å undergrave pressens troverdighet. Gradvis kom ønsket om en presse som var fri og uavhengig.

**Propaganda:** ensidig framstilling av informasjon for at mennesker skal ta stilling til en sak på en bestemt måte

## Selvstendige mediebedrifter

Partiavisene preget det norske mediebildet helt fram til 1980-tallet. Etter dette ble båndene mellom pressen og partiene svakere. Da ble det viktigere for journalistene å heller gi leserne balansert informasjon enn å være lojale mot sine partiers standpunkter. I 1990-årene fikk de fleste avisene som målsetting å være partipolitisk uavhengige. Etter hvert fikk vi store mediekonsern som for eksempel Schibsted, Danske Egmont, Amedia og Bonnier.



I 2012 ble TV 2 solgt til mediekonsernet Egmont for 2,1 milliarder kroner.

## Når nøden er størst

Pressen ble også mer avhengig av flere finansieringskilder, som salg av annonser og salg av aviser, pluss statlige ordninger som pressestøtte og momsfriftak. I dag er økonomi en stor utfordring i medievirksomheten. Det er mindre penger å tjene på nett- og mobilannonser enn på annonser i papiravisene. Med ny teknologi har forretningsmodellene også blitt endret. Det er i denne situasjonen debatten om innholdsmarkedsføring har oppstått.



Raju Narisetti, Penelope Muse Abernathy, Jon Housman fra The Wall Street Journal

**Les artikkelen:** [Sponset innhold er fremtiden](#)

## Tydelig merking

I debatten om innholdsmarkedsføring har generalsekretær Løken Stavrum understreket overfor fagbladet Journalisten at det her handler om å gjøre leserne oppmerksomme slik at de vet hvilke bindinger som ligger bak en artikkel som er sponset. Betalt innhold er altså ikke noe problem i seg selv, det oppstår først når innholdet snikes inn slik at leseren ikke kan se forskjell. Som generalsekretær i presseforbundet har Løken Stavrum initiativrett og kan blant annet klage inn det hun mener er brudd på tekstreklameplakaten. Den muligheten benyttet hun seg av da hun klaget inn bladet Costume for PFU.



Vanessa Rudjord og Pia Tjelta

**Les om Costume-saken:** [Bør moteblader være varsomme?](#)





Sven Egil Omdal

[En stemme i slavekoret](#)

## Oppgave 1

I 2012 pekte mediekommunikatør Sven Egil Omdal på at selv om den Schibsted-eide annonsetjenesten Finn.no er en økonomisk suksess, betyr ikke dette automatisk at inntektene brukes på å produsere journalistikk. Les artikkelen [En stemme i slavekoret](#) og diskuter i klassen:

- Har Omdal rett i at overskuddet i Finn.no burde brukes til å finansiere journalistikk?

## Oppgave 2

Les artikkelen [To av disse fem sakene er reklame](#). Hva mener du? Er det viktig for deg å vite om artikkelen du leser er innholdsmarkedsføring eller redaksjonelt stoff?

- Dersom du bruker **Twitter** kan du si din mening til @ndla\_mik og merke meningen din med #hvorhardduetfra

## Finner du tekstreklamen?

Forfatter: Grethe Melby, Kampanjen for journalistikken  
[Finner du tekstreklamen? \(138343\)](#)

**Journalistene Harald Klungtveit og Dennis Ravndal ber leserne om hjelp til finne eksempler på tekstreklame og dele dem på [facebookssiden Jævla bra reklame](#).**

«Hjelp oss å være vaktbikkjer. Klag inn alle forsøk på å vaske ut skillet mellom journalistikk og reklame, til Pressens faglige utvalg, og skrik ut om det i sosiale medier.»

Dette er oppfordringen fra de to journalistene, som også er klubbledere i Dagbladet og VG.

Ikke så lett å oppdage

Selv ikke journalister greier alltid å se forskjell på hva som er redaksjonelt innhold, og hva som faktisk er reklame. Romerikes Blad publiserte en artikkel om at kirkeruinene på Nes er mystiske. Les artikkelen: [Romerikes Blad: Så ikke forskjell på redaksjonelt og kommersielt](#).

Saken var hentet fra en artikkel fra Nettavisen og kunne ha vært helt vanlig klippjournalistikk. Problemet var at historien ikke var hentet fra Nettavisens redaksjonelle avdeling, men fra Nettavisen Reisetips, som beskriver seg selv som «en kommersiell content marketing-side med lenker til reiseaktører». Innholdet var altså kjøpt og betalt av reiselivsbransjen.



Denne oppgaven er laget for NDLA av Kampanjen for journalistikken.

Tid

2 timer

Vanskegrad

lett

**Klippjournalistikk:** Å gjengi andres nyheter.

**Sitatregler:** Når man «klipper» i andres saker, er det viktig å oppgi kilde.

Oppgave:

Gå inn på nettsidene til Dagbladet, VG og Nettavisen. Se om du kan finne eksempler på kommersielt innhold som kan forveksles med redaksjonelt innhold.

# Parodi eller plagiat?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Parodi eller plagiat? \(90680\)](#)



Humor i TV-reklame / audio

<http://ndla.no/nb/node/90661>

Lytt til innslaget om humor i reklame fra programmet Norgesglasset i NRK P1 (ca. 13 min).

Se deretter banken DnB NORs reklame "S for sparing" og Sparebank 1s parodi på denne reklamefilmen med Mona Grudt og Marvin Wiseth i hovedrollene.

## Oppgave 1

1. Hvem tror du er målgruppen for DnB NORs TV-reklame for sparing?
2. Hvilke virkemidler er brukt i denne reklamefilmen?
3. Hvilken effekt tror du denne TV-reklamen har på målgruppen?

## Oppgave 2

1. Hvem er målgruppen for Sparebank 1 Trøndelags reklameparodi?
2. Hvilke likheter er det mellom de to filmene?
3. Hva er forskjellig?
4. Hva tror du Sparebank 1 prøver å si med denne reklameparodien?
5. Hvilken av de to bankene tror du har lykkes best? Begrunn svaret.

## Oppgave 3

1. Sparebank 1 har fjernet reklameparodien fra sine nettsider. Hvilke lovparagrafer kan filmen med Mona Grudt og Marvin Wiseth eventuelt være i strid med?

## Oppgave 4

1. Hvilke eksempler nevner Trond Blindheim på humoristiske TV-reklamer som har vakt oppmerksomhet og blitt "snakkiser"?
2. Hvorfor er "snakkis"-reklame effektiv reklame?



Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Verktøy

PC, ev. penn og papir

Ressurser

[Lov om opphavsrett](#)

[Markedsføringsloven](#)

[DnB NOR - S for spareavtale](#)

[Mona Grudt og Marvin Wiseth drar en Clooney-parodi](#)

## Hva kan du nå?

### Spill MediAlias

Forfatter: Thomas Nupen, Ragna Marie Tørdal, Øyvind Høie

[Spill MediAlias: Medieetikk \(72302\)](#)

**MediAlias er et spill som tester om du kan begrepene i dette kapittelet.**

**(NB! Oppdater nettsida dersom oppgaveteksten ikke vises.)**

**Viktig! Les dette før du starter spillet:**



Slik spiller du MediAlias / veiledning <http://ndla.no/nb/node/70334>



MediAlias medieetikk / flashnode

<http://ndla.no/nb/node/72297>

# Medieuttrykk og medieanalyse

## Tegn, tekst og analysemodeller

### Virkelighet eller speilbilde

Forfatter: Thomas Nupen, Ragna Marie Tørdal  
[Virkelighet eller speilbilde? \(65802\)](#)



Representasjon /Knut Snare /Aftenposten /Scanspix

#### Hva er bilde, og hva er virkelighet?

Studer bildet ovenfor. Hva er virkelig, og hva er kun et bilde av virkeligheten? Maleriet er selvfølgelig et bilde av et vinterlandskap. Men hva med fuglen? Den er vel virkelig, eller hva ...?

Svaret er at alt du ser i denne medieteksten, er et bilde av virkeligheten. Hvis en kunstner maler en fugl, forstår vi at det representerer en fugl, selv om det i virkeligheten bare er et maleri. En skriftlig tekst representerer virkeligheten ved hjelp av ord og setninger. Hvert ord har en bestemt betydning som vi lærer oss i samspill med andre mennesker i den kulturen vi vokser opp i.

#### Tegn

Et tegn er en *meningsbærende enhet*. Med det mener vi at tegnet betyr noe ut over seg selv.

Noen tegn er direkte knyttet til det fenomenet de representerer. På dodøra finner du bilde av en dame eller en mann. Slike tegn forstår alle, siden kjønnsforskjeller er noe folk i alle kulturer har et forhold til. Noen forskere mener også at det finnes ord som gjengir det de beskriver, for eksempel ord som *ristle* eller *raute*. Tegn som har en direkte tilknytning til det de representerer, kalles for *motiverte tegn*.

De fleste tegnene vi omgir oss med, er *arbitrære*, eller *tilfeldige*. Det vi si at det ikke finnes noen direkte sammenheng mellom tegnet og det tegnet står for. Derfor trenger heller ikke alle tegn bety det samme i alle kulturer.



Huskelappen  
Begrepet  
*representasjon* brukes  
om ulike måter å gjengi  
virkeligheten på.  
Begrepet *tegn* brukes  
om meningsbærende  
enheter.

#### Unge stemmer

##### [Mediestudenten](#)

forklarer mer om tegn  
og ulike tegntyper på  
bloggen sin. Merk deg  
hva bloggeren selv  
sier: *Denne websiden  
er drevet av  
undertegnede  
"mediastudenten". Det  
er viktig at du som  
leser, forstår at denne  
websiden på ingen  
måte er noe annet  
enn en blogg. Du må  
selv ta stilling til hvor  
vidt det som står her  
er riktig, til dels riktig  
eller feil.*

På YouTube finnes en presentasjon av temaet som er morsommere, men ikke like grundig:

[Signs](#)

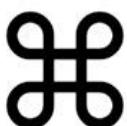
Tegn kan deles inn i tre grupper:



Et *ikon* ligner på det tegnet representerer. Hva representerer ikonet til venstre?



*Indekser* er tegn som indirekte representerer noe annet. Studer tegnet til venstre. Hva har skjedd før fotavtrykket oppsto? Hva representerer dette tegnet?



Et *symbol* trenger ikke å ha noen likhet med det tegnet representerer. Men det er et tegn som alle i samme kultur har lært seg betydningen av. Hva betyr symbolet til venstre? Vil det ha samme betydning overalt i verden?



NB!

Arbitrære tegn har ikke nødvendigvis samme betydning i alle kulturer.  
I Norge betyr dette tegnet OK.  
I USA er betydningen perfekt.  
I Kina betyr tegnet tallet tre.  
I Japan er det et tegn for penger.  
I Frankrike er betydningen null eller noe som er verdiløst.  
I Argentina er det et tegn for kvinnens kjønnsorgan!

### Kombinerte tegn



Dette trafikkskiltet inneholder både et ikon (sykkelen) og et symbol (rød sirkel med strek = forbud).

### Religiøse symboler

Symboler spiller en viktig rolle i de fleste religioner.

Klikk på bildet.  
Kjenner du igjen noen av disse symbolene?



# Tolking av tegn

Forfatter: Thomas Nupen, Ragna Marie Tørdal

[Tolking av tegn \(66021\)](#)

## Innhold og uttrykk

Tegn er tosidige, de har både en uttrykks- og en innholdsside. Ulike tegn kan ha samme innhold, og samme tegn kan ha ulikt innhold. Et eksempel er ordet *grine*. Vil en nordmann og en danske se for seg samme innhold når de hører dette ordet?



Huskelappen

Tegn har en uttrykks- og en innholdsside.

Vi tolker tegn på bakgrunn av de konvensjoner og koder som gjelder i et bestemt sosialt miljø.

Denotasjoner er den grunnbetydningen et tegn har.

Konnotasjoner er assosiasjoner som medlemmer i en sosial gruppe i fellesskap knytter til tegnet.



Disse tre bildene referer alle til et og samme fenomen. Men trolig vil Kittelsens bilde av den hvite hesten skape andre følelsesmessige assosiasjoner i hodet ditt enn hesten på trafikkskiltet.

Klikk på Kittelsens bilde for å se en større versjon. Skriv ned noen stikkord om hvilke assosiasjoner som oppstår når du ser hesten på Kittelsens bilde. Sammenlign med de andre elevene i klassen din. Hvilke assosiasjoner har dere felles?

Konvensjoner og koder

Vi lærer å tolke tegnene som omgir oss, i samspill med andre i den sosiale gruppen eller kulturen vi tilhører. Denne prosessen kalles *sosialisering*. Kjennskap til sosiale *konvensjoner*, eller overenskomster, er nødvendig dersom vi skal kunne kommunisere med andre.

*Koder* er regler som gjelder i samspillet mellom medlemmer i en gruppe. De fleste skoleelever tar på seg annet tøy når de går på skolen, enn det de bruker når de skal ut på lørdagskvelden. Og merkelig nok er det tøyet de velger, nokså likt det de andre i klassen går med! Gjennom valg av klær signaliserer vi hvem vi er, og hvilken gruppe vi gjerne vil tilhøre. For en utenforstående er det lett å få øye på hvilken kleskode som gjelder i en bestemt sosial gruppe.

På samme måte finnes det etablerte koder for hvilken betydning alle de andre tegnene vi omgir oss med, har. I vår kultur forbinder vi hvite duer med fred, V-tegnet med seier (victory), og de fleste av oss tar det ikke som en kompliment når noen viser oss fingeren!

### Konnotasjoner og denotasjoner

*Konnotasjoner* er de felles assosiasjonene eller forestillingene et tegn fremkaller hos de fleste som tilhører en bestemt sosial gruppe eller kultur. I tillegg kan vi ha helt private assosiasjoner, men disse gir mening bare for oss selv som enkeltindivider.

Ordet "vinter" gir nordmenn assosiasjoner om snø, kulde, ski, skøyter med mer. En innbygger fra det nordlige Australia vil neppe ha samme assosiasjoner, ettersom vinteren der er mye mildere og uten snø.

Vi kan tenke oss at det er mulig å fjerne alle følelsesmessige assosiasjoner knyttet til et tegn. Den grunnformen vi da sitter igjen med, kalles *denotasjon*. Når vi skal tolke et tegn, kan det være nyttig å starte med å beskrive det alle kan være enige om. En hest er et dyr med hode, hals, kropp, hale og fire bein. Men dersom vi sier at hesten symboliserer styrke og seksualdrift, har vi beveget oss inn i kulturelt betingede konnotasjoner.

De begrepene vi har gjennomgått her, får du bruk for når du seinere skal analysere ulike medietekster.

### Unge stemmer

I flere land pågår det nå en debatt om bruk av religiøse symboler i det offentlige rom.

Denne videoen har danske skoleelever laget som et innlegg i debatten:

[Vil du miste din identitet](#)



Østtysk frimerke

Hvilke typer tegn er brukt på dette frimerket?

Hvilke konnotasjoner er knyttet til hvert av disse tegnene i vår kultur?

Hva er budskapet?

# Medietekster og medieanalyse

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Medietekster og medieanalyse \(103867\)](#)



## Huskelappen

**En medietekst er en meddelelse som distribueres gjennom et massemedium**

**Alle medietekster har en betydning, et budskap som overføres fra en sender til en gruppe mottakere.**

**Når vi analyserer en medietekst, stiller vi spørsmål til teksten.**

**Når vi nærleser medietekster, avdekker vi flere lag i teksten.**

**Alle medietekster gjenspeiler den tida og det samfunnet de er blitt til i.**

## Ressurser

## Hva er en medietekst?

I dagligtalen bruker vi ordet *tekst* om skriftlige framstillinger i bøker, aviser og på nettet. Men når vi beskriver og analyserer medieuttrykk, bruker vi begrepet tekst på en utvidet måte. En *medietekst* er en betegnelse på alle typer meddelelser som distribueres gjennom et massemedium – enten det er en video på YouTube, en nyhetsmelding på radio eller en reklameplakat med bilder og skrift. Noen medievitene bruker begrepet *diskurs* om medietekster som består av ulike uttrykksformer som bilder, lyd eller verbaltekst.

Felles for alle medietekster er at de har en *betydning*, et budskap som overføres fra en sender til en gruppe mottakere. TV-bildene i Dagsrevyen er ikke tilfeldig valgt. Sammen med ankermannens introduksjon og kommentatorens stemme framstår de som en representasjon for noe som faktisk har hendt. Som seere setter vi alle disse uttrykkene sammen til et sammenhengende budskap.

## Medieanalyse

Mange medieuttrykk er så enkle og ukompliserte at vi forstår dem umiddelbart. Men det er ikke alltid slik. Når logoen for OL i London ruller over TV-skjermen, er det ikke et tilfeldig valgt bilde som vises. På samme måte som de fem OL-ringene, har logoen en betydning som setter arrangementet og TV-festivalen inn i en bestemt sammenheng. For å forstå dette budskapet, må vi ha *analytisk kompetanse*.

Når vi analyserer en medietekst, stiller vi spørsmål til teksten som vi forsøker å finne svar på. Spørsmålene vi stiller til teksten, kan variere ut fra hva hensikten med analysen er. Av og til ønsker vi bare å kartlegge fellestrekke ved tekster som tilhører en bestemt sjanger. I eksempelet med OL-logoen forsøker vi å finne ut hva bildet symboliserer. Når vi analyserer en reklametekst, er vi ofte opptatt av å finne ut i hvilken grad teksten påvirker mottakeren i en bestemt retning. I en filmanalyse kan hensikten være å beskrive dramaturgi og filmatiske virkemidler som får oss til å leve oss inn i historien.

### Nærlesing av tekster

Når vi leser en avisartikkel, forstår de fleste av oss hva den handler om. Men dersom vi *nærleser* teksten, avdekker vi flere lag. Vi kan studere hvordan avsenderen har bygd teksten opp, og dermed hvordan han eller hun leder oss fram til en bestemt konklusjon. Vi kan se på hvilke ord som er brukt, og dermed avsløre hvilke konnotasjoner (tilleggsbetydning) avsenderen forsøker å skape i hodet vårt. Bruker journalisten for eksempel ordet terrorister eller frihetskjempere om motstanden mot NATO-styrkene i Afghanistan?

På samme måte kan vi analysere ulike lag i et stillbilde ved ikke bare å beskrive motiv og komposisjon, men også hvilke felles assosiasjoner de ulike elementene i bildet skaper når vi ser det.

### Samfunnsmessig kontekst

En medietekst oppstår ikke i et vakuum. Den er blitt til på et bestemt historisk tidspunkt og i en bestemt historisk sammenheng. Alle kulturuttrykk forteller en historie om sin egen samtid. Når vi analyserer en medietekst, er det derfor spennende å lete etter spor av den kulturelle konteksten som teksten er en del av. I de første James Bond-filmene snakket alle skurkene russisk. Dagens skurker har en helt annen nasjonalitet. Tilfeldig? Neppe!



Logo London-OL

Studer logoen som ble brukt under OL i London.

- Hvilket budskap tror du arrangøren ønsket å formidle med denne logoen?

Mange har forsøkt å tolke logoen gjennom remixing på YouTube. Skriv inn søkeordene "london ol logo" i søkerfeltet i YouTube og ta en titt selv!

Logoer er enkle medietekster. En video er langt mer komplisert. Studer [IOCs offisielle video om OL i London](#).

- Hva er budskapet i denne videoen?

### Unge stemmer

Mange klasser bruker blogg eller wiki når de jobber med teoretisk stoff.

- [Bloggen Brevheim](#)
- [3MKWikii](#)

### Til fordypning

Kanskje mest for læreren?

[Elevers grep om detektivfortellinger](#)

# Analysemodeller

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analysemodeller \(99541\)](#)



Hvilke typer tegn finner du i dette bildet? Hva er betydningen av det du ser?

Still spørsmål til teksten

En *analyse* er en systematisk undersøkelse av et fenomen. Når du analyserer en medietekst, stiller du spørsmål til teksten. Hvilke spørsmål du stiller, er avhengig av hva hensikten med analysen er, og hvilken tekstsjanger det dreier seg om. Det er ikke naturlig å stille samme spørsmål til en reklametekst som til en nyhetsartikkelen.

Ulike analysemodeller

En *modell* er et forenklet bilde av virkeligheten. Vi kan studere medietekster i lys av ulike analysemodeller. For noen medietekster er det en spesiell modell som gir mest mening. Andre medietekster kan vi studere i lys av flere modeller.

- **Prosessorienterte analysemodeller** er oppatt av de ulike elementene i kommunikasjonsprosessen. Hva ønsker senderen å oppnå? Hvordan blir medieteksten påvirket av det mediet som er valgt? Hvilken effekt har medieteksten på mottakeren?
- **Semiotiske modeller** beskriver hvordan vi skaper mening i møte med ulike tegn. Hva tenker vi når vi ser en bygning med et kors over døren? Hvordan er ordet *terrorist* i en avisartikkelen, eller samspillet mellom lys og skygge i en spillefilm, med på å styre vår oppfatning av budskapet i medieteksten?
- **Konstruksjonistiske modeller** beskriver hvordan meninger konstrueres i et sosialt fellesskap. En medietekst får mening i den sammenhengen (konteksten) den blir brukt i. I middelalderen kunne magiske formler i Svartebøkene gjøre folk og dyr friske. Skjer det samme når vi leser slike tekster i dag?
- **Hermeneutiske modeller** handler om å fortolke enkellementer i en tekst ut fra en forutforståelse av den helheten teksten er en del av. Teologer fortolker bibeltekster ut fra en forutforståelse om at Jesus er Guds sønn og har stått opp fra de døde. I en science fiction-film gir det mening når skikkelsen fra andre galakser besøker jorden, siden slike hendelser er en del av sjangerens fiktive univers.
- **Diskursanalyse** setter søkelyset på medietekster i offentlige samtaler og debatter. Hvordan er kjønnsrollemönsteret i gamle norske reklametekster sammenlignet med dagens reklametekster? I hvilken grad er kongens nyttårstale uttrykk for nasjonale verdier og holdninger i dagens Norge?

Noen analytiske tilnærningsmåter

Medietekster er forskjellige, både når det gjelder form og innhold. Det finnes mange ulike analytiske tilnærningsmåter



Huskelappen

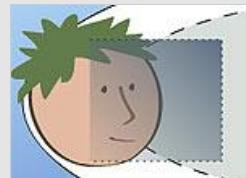
**En analyse er en systematisk undersøkelse av et fenomen.**

**Når du analyserer en medietekst, stiller du spørsmål til teksten.**

**En modell er et forenklet bilde av virkeligheten.**

**Medietekster kan forstås ut fra ulike analysemodeller.**

Ressurser



*KulturfILTERmodellen* viser hvordan mening oppstår når et budskap formidles fra en sender til en mottaker i en bestemt kontekst. Klikk på bildet og se e-forelesningen.

[Konstruksjonistiske analysemodeller](#)

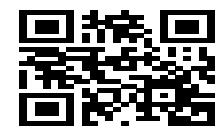
tilnærming	Mål med analysen	Type medietekst
Retorisk analyse	Hvordan teksten kommuniserer, og hvilken effekt den har på mottakeren.	Debatter, kronikker, leserinnlegg, reklametekster
Diskursanalyse	Avdekke ideologiske føringer og måter å tenke på.	Alle typer medietekster
KulturfILTERanalyse	Vise hvordan de kulturelle forutsetningene for kommunikasjon er.	Alle typer medietekster
Analyse av sammensatte tekster	Gjøre greie for hvordan ulike teksttyper spiller sammen og skaper mening.	Alle sammensatte medietekster
Narrativ analyse	Analyse av fortellinger og fortellerstruktur.	Film, TV-serier, radioinnslag, reklame, nyhetstekster
Nyhistorisme	Vise hvordan teksten er bygd opp av lån fra andre tekster, og hvordan teksten kan si oss noe om samtiden den er oppstått i.	Film, reklame, foto, nettekster
Leserresponsteori	Vise hvordan leseren legger inn mening i teksten.	Alle typer medietekster.

Du finner mer stoff om dette temaet i faget Kultur og kommunikasjon 1 og 3 her på NDLA.

[Hva er hermeneutikk?](#)

[Bloggeren Pia om begrepet diskurs](#)

Dansk e-forelesning

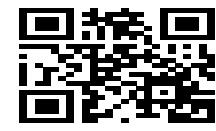


## Analysemodell er / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/99541>

Til fordypning

Hvordan vi oppfatter en tekst, er avhengig av hvilke "lesebriller" vi har tatt på.



Lesekunst 10:  
Lesebriller / video  
<http://ndla.no/nb/node/59850>

# Analyse - hvorfor og hvordan?

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen

[Analyse – hvorfor og hvordan \(106142\)](#)



## Huskelappen

Når vi analyserer en  
medietekst, studerer  
vi hvordan teksten  
er skrudd sammen.

Denne kunnskapen  
er viktig når vi selv  
skal produsere  
medietekster.

Medieforskere  
analyserer  
medietekster for å  
avsløre teksts  
holdninger, verdier  
og påvirkningskraft.

I skolesammenheng  
er det viktig å kunne  
nærme seg en  
medietekst både  
som "forsker" og  
"produsent".

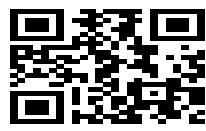
## Ressurser

Mange synes det er  
vanskelig å vite  
hvordan man går fram  
når man analyserer en  
medietekst.



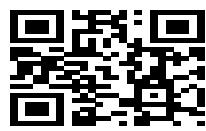
### Slik gjør du

Her er noen spørsmål  
som ofte går igjen i  
analyseoppgaver:



Vanlige  
analysespørsmål /  
veiledning  
<http://ndla.no/nb/node/106174>

Se hvordan en  
profesjonell  
medieforsker går fram  
når han analyserer en  
TV-serie :

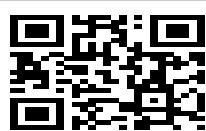


Analyse av TV-  
serien The Wire /  
video  
<http://ndla.no/nb/node/106124>

### Lærertips



(også tillatt for  
elever!):



Huskeliste ved  
utforming av  
analyseoppgaver /  
veiledning  
514/1556

Her er en annen profesjonell analyse av kriminaltekster:

[Elevers grep om detektivfortellinger](#)



**Når vi analyserer en medietekst, plukker vi den fra hverandre for å se hva den er laget av, og hvordan den er "skrudd sammen". I tillegg ønsker vi å avsløre teksts hemmeligheter – hva den bærer med seg av kunnskap, verdier og påvirkningskraft.**

Det kan være flere grunner til at vi ønsker å analysere en medietekst. Her skal vi se på tre av dem.

#### Analysere for å produsere

De som lager medietekster, utvikler seg videre gjennom å lære av hverandre. De ser på andres produksjoner med "analyseblikket" og plukker opp tips og ideer som kan komme til nytte i egne arbeider. Du som er under utdanning, kan også lære mye om tekstskaiping ved å studere teknikker som brukes av profesjonelle.

Analyse og produksjon er naturligvis to sider av samme sak. Der vi i analysen plukker tekster fra hverandre, arbeider vi i produksjon med å sette tekster sammen: Rødfargen på filmheltinnens kjole velges ut for at den skal være et blikkfang i mengden på dansegulvet. Den tvetydige tittelen på nettavisens hovedoppslag er konstruert for at leseren skal bli nysgjerrig og klikke seg videre. Ingenting er tilfeldig, gode tekstskaipere vet hvilke virkemidler som finnes, og hvordan de kan brukes.

Likevel hender det jo at publikum oppfatter medieteksten på en annen måte enn det som var tenkt. Dette kan være katastrofalt hvis det dreier seg om en nyhetssak på TV, men det kan være en berikelse og gi en ekstra dimensjon til en kunstnerisk film.

#### Analysere for å forske

En annen grunn til å analysere medietekster er behovet for å avdekke hva som ligger innebygget i dem av kunnskaper og verdier, hvordan de brukes, og hvordan de påvirker enkeltmennesker og samfunn. Her er vi inne på medieforskernes domene. En medieforsker har en problemstilling, et knippe med spørsmål som hun ønsker å finne svar på. Tekstanalysen er hennes forskningsmetode.

La oss si at hun ønsker å finne ut hvordan amerikanske såpeserier framstiller kvinners forhold til yrkeslivet. Dette kan for eksempel gjøres ved at hun tar for seg en rekke filmer og kartlegger hvilket yrke de kvinnelige rollefigurene har. På denne måten avdekker hun verdier som ligger innebygget i filmene, og kan reflektere omkring hvilken påvirkning dette kan ha på norske tenåringer som er trofast publikum.

### Analyse til skolebruk

Når du selv får i oppgave å analysere en medietekst, kan du kombinere de to tilnærmingene.

Det finnes ingen analyseoppskrift for mediefaget. Tekstene er svært ulike, derfor vil de kreve ulik tilnærming. I noen tilfeller vil det være mest interessant å studere innhold og form, slik du gjør i norskfaget: Hva er budskapet i teksten, og hvilke virkemidler brukes for å formidle dette budskapet?

I andre tilfeller vil det være interessant å se på hvilken påvirkningskraft teksten – eller denne typen tekster – har på enkeltmennesker og samfunn. Et eksempel her kan være reklamefilmer, som selvfølgelig har til hensikt å fremme salg, men som også er med på å skape ”forbrukersamfunnet”. Vi kan også snu dette på hodet: Hva sier denne medieteksten om det samfunnet som den er en del av? Hvilke verdier bærer den med seg – mer eller mindre åpenlyst?

Andre ganger ønsker du å se på brukere av medietekster som mer enn bare passive mottakere. Da kan du stille spørsmål om hvordan medieteksten kan brukes. Kan for eksempel dramaserier på TV fungere som folkeopplysning?

# Fortellingen

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Fortellingen \(104357\)](#)



Huskelappen

**En fortelling kan være oppdiktet eller handle om noe som faktisk har hendt.**

**Begrepene story og fabel brukes om innholdet i en fortelling.**

**Begrepene susjett eller narrativ diskurs beskriver måten historien fortelles på.**

**Fortelleren kan være synlig eller usynlig i fortellingen.**

Ressurser

Undervisningsopplegg :  
[Å tolke film som sammensatt tekst](#)

[Den gode historie - på film](#)

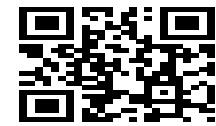
Videoforelesesninger (på dansk):

[Aktanmodellen](#)

## Berettermodellen



Orson Welles' radiofortelling The War of the Worlds skapte panikk i USA i 1939 fordi tilhørerne trodde det var en reportasje om noe som faktisk skjedde.



Kurer om den gode historien / audio  
<http://ndla.no/nb/node/79588>



Brian Seth Hurst om historiefortelling / video  
<http://ndla.no/nb/node/79371>



I utendørsdramaet "Spelet om Kråka" får vi høre historien om fattigjenta Aslaug fra Spangereid som ble dronning av Danmark.

Hva er en fortelling?

Medietekster kan være beskrivende, argumenterende eller fortellende. *Narratologi* er læren om fortellinger. Mange fortellinger er oppdiktet, men en fortelling kan også handle om noe som faktisk skjer eller har skjedd. Jostein Gripsrud definerer begrepet *fortelling* slik:

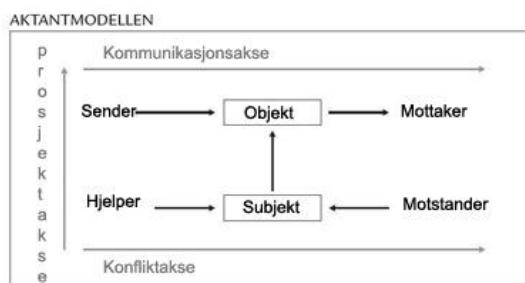
*En fortelling er en framstilling av et menneskelig (eller menneskelignende) subjekt som har et prosjekt (vilje, ønske, begjær) og som gjennomlever en kjede av kausalt sammenhengende begivenheter.* (Gripsrud: Mediekultur, Mediesamfunn 2002)

Ordet *kausal* betyr at det finnes en årsak-virkning-sammenheng i det som skjer. Når den unge mannen i TV-serien hever pistolen, er det ikke tilfeldig. Som seere vet vi allerede at han er desperat fordi kjæresten blir holdt fanget i en mørk og fuktig kjeller.

### Innhold og uttrykk

Litteraturteoretikeren Genette bruker begrepet *historie* eller *story* om innholdet i fortellingen. Begrepet *narrativ diskurs* brukes om måten en fortelling fortelles på. En annen teoretiker, Bordwell, bruker betegnelsen *fabel* om det innholdsmessige, og *susjett* om måten fabelen ordnes på i tid og rom. De fleste fortellinger har en begynnelse, en hoveddel og en slutt. Noen fortellinger er kronologiske. Da fortelles alt i den rekkefølgen det skjer. Men fortellingen kan også bevege seg fram og tilbake i tid.

Greimas' *aktantmodell* tar for seg den grunnleggende strukturen i fortellingen. En *aktant* er en person eller figur i en fortelling. Subjektet (for eksempel hovedpersonen) ønsker å oppnå noe (objektet). Men underveis møter subjektet motstand. Dermed oppstår det en konflikt. Motstanderne forsøker å hindre subjektet i å nå målet, men subjektet møter også gode hjelgere.



### Eventyret om



Dei tre mostrene / video  
<http://ndla.no/nb/node/28074>

er et godt eksempel på en fortelling der det er lett å beskrive både subjekter, objektet, motstanderne og hjelperne. I videoforelesningen i høyrespalten kan du lære mer om aktantmodellen.

Handlingsgangen i historien, eller måten hendelsene utvikler seg på, kalles *plot*. Alle gode historier inneholder en konflikt. Konfliktene driver fortellingen framover mot en endelig løsning. Måten konfliktene i fortellingene utvikler seg på, kan beskrives i *dramaturgiske modeller*.

### Fortelleren

Det vi gjør når vi forteller en historie, kalles *narrasjon*. Fortelleren er viktig for måten vi oppfatter en historie på. Han eller hun organiserer stoffet og lar oss se det som hender fra bestemte synsvinkler.

Fortelleren kan være usynlig, eller til stede som en tydelig stemme i fortellingen. I fiktive tekster skiller vi gjerne mellom forfatter og forteller, siden fortelleren også kan være en fiktiv person. I nyhetstekster kan fortelleren være en kilde, eller journalisten selv.

# Føljetonger og serier

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Føljetonger og serier \(104077\)](#)



Himmelblå / video

<http://ndla.no/nb/node/104094>

## Føljetonger

Mediefortellinger kan deles i to hovedgrupper – *føljetonger* og *serier*. Føljetongen er betegnelsen på den lange historien der konflikten utvikler seg gjennom flere episoder mot en endelig slutt. For å sikre seg at mottakerne ikke mister interessen, slutter hver episode med en såkalt *cliffhanger*.

De første føljetongene ble trykt i franske aviser tidlig på 1800-tallet. Sjangeren ble raskt populær. Senere overtok ukebladene tradisjonen med fortsettelsesfortellinger. I radioens glansdager satt folk klistret til radioapparatet for å få med seg alle episodene i føljetonger som *God aften, mitt navn er Cox* og *Dicki Dick Dickens*. I dag er føljetonger mest vanlig på TV.

## Serier

I serien har hver episode en slutt. Et lite antall hovedpersoner går igjen fra episode til episode, men ellers er persongalleriet og konfliktene nye. Hovedpersonen i serien har lite eller ingen erindring om hva som har skjedd tidligere. Serien følger ofte et fast mønster. Den er derfor både raskere og rimeligere å produsere enn føljetongen.

*Såpeserier* eller *såpeoperaen* er en mellomting mellom serie og føljetong. Det er en viss sammenheng fra episode til episode, men såpeserien skiller seg fra føljetongen ved at den aldri tar slutt. Den fortsetter helt til publikum går lei, eller skuespillerne slutter.

Selv om disse sjangerbetegnelsene i dag stort sett brukes om TV-underholdning, er denne måten å inndele medietekster på også brukbar når vi analyserer andre medietekster. I underkapittelet *Avistekster og avisanalyse* finner du en analyse av Valla-saken som føljetong i nyhetsmedia.



Huskelappen

**Føljetonger er lange historier som strekker seg over flere episoder.**

**Serier inneholder mange korte historier. Hver episode har en slutt.**

## Ressurser



Frid Ingulstad /

video

<http://ndla.no/nb/node/74286>



Radiokrim / audio

<http://ndla.no/nb/node/104136>

## Til fordypning

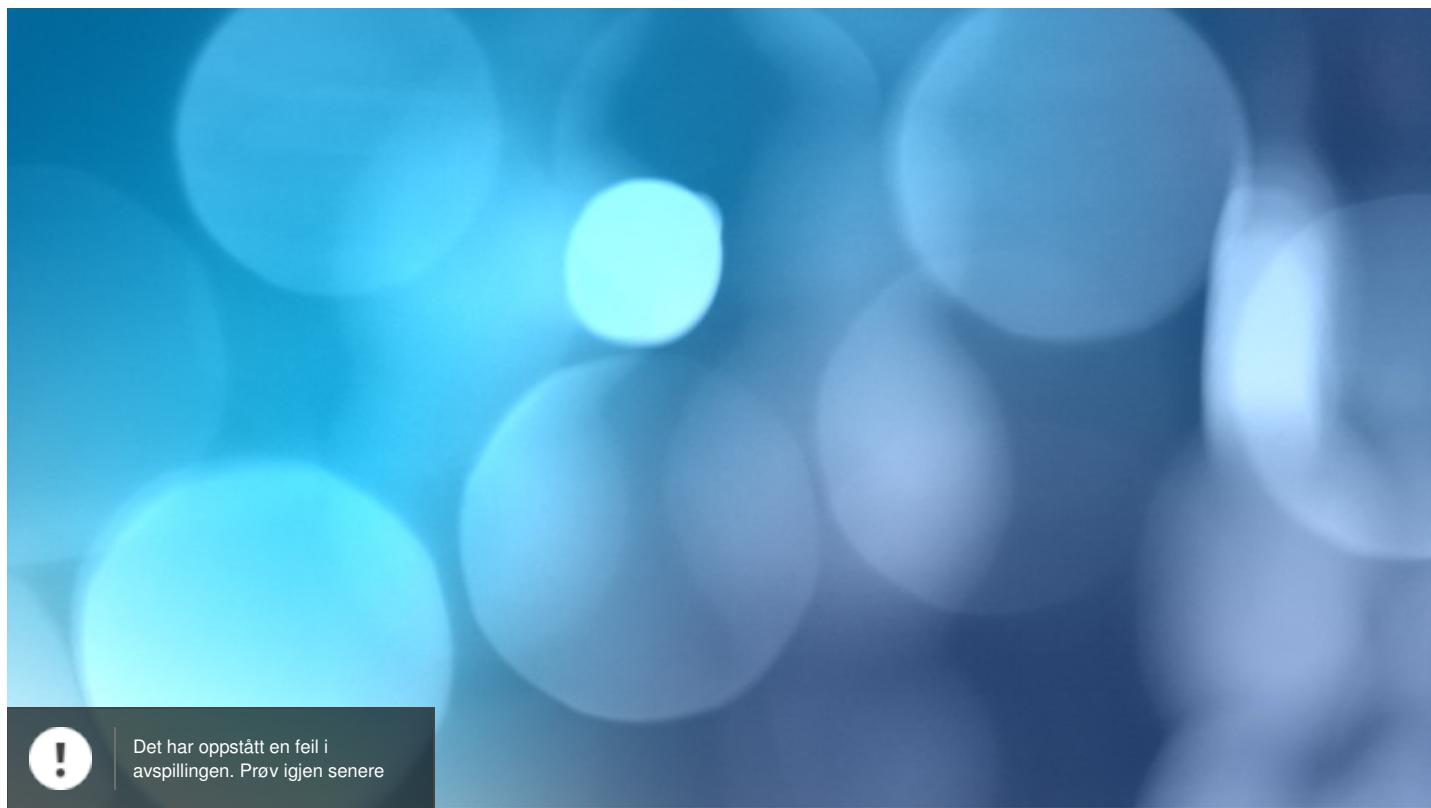
Les mer om medietekster, sjangerer og medieanalyse i boka *Medievitenskap 2* (Peter Larsen og Liv Hausken, Fagbokforlaget).



# Mediedramaturgi

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

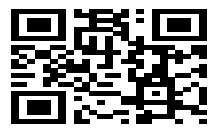
[Mediedramaturgi \(104700\)](#)



**Hollywood-modellen  
er en vanlig måte å  
bygge opp  
spenningen i en  
mediefortelling på.**

Ressurser

Videoforelesning  
(dansk):



**Mediedramatur  
gi / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/104700>

Utdypende tekster fra  
norskfaget:

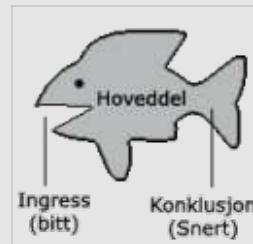
- [Handling og konflikt](#)
- [Tid og fortellehastighet](#)

## Avisdramaturgi



Det er liten tvil om hvilke egenskaper dette avisoppslaget i The Sun tillegger hovedpersonen i nyhetsfortellingen.

En vanlig nyhetsartikkel er bygd opp etter prinsippet om fallende viktighet. En slik komposisjon fører til at mange bare leser overskrifter og ingeresser.



Skrivemodellen Fisken

Featurejournalistikk har en tydeligere spenningskurve ("fisken"). Bittet (ingressen) griper fatt i oss, hovedteksten leder oss fram til økt forståelse, og avslutningen oppleves som om fisken slår en snert med halen.

## Nye medier



Folk under 40 er vokst opp med dataspill. Det ser vi på måten andre medietekster bygges opp på i dag:

[Spilldramaturgi i filmer og TV-serier](#)

## Tydelige karakterer

Aktørene i en fortelling kalles *karakterer*. *Dynamiske karakterer* utvikler og forandrer seg i løpet av handlingen. *Statiske karakterer* forandrer seg ikke. En god fortelling er avhengig av klare konfliktlinjer. Hovedpersonene i mediefortellinger framstår derfor med markante karaktertrekk. De er gode, kloke, slemme eller dumme. Journalistiske fortellinger fokuserer oftere på enkeltpersoner (*case*) enn på mer diffuse aktører som organisasjoner eller institusjoner.

## Konflikter skaper spenning

En god fortellerstruktur skaper engasjement og innlevelse. Er du en av dem som lar deg rive med av bloddryppende vampyrfilmer? Da tipper jeg at du ikke slår av TV-en før filmen er ferdig. Fortellingen er så spennende at du bare *må* se slutten.

Læren om hvordan man bygger opp en fortelling, kalles *dramaturgi*. I boka *Poetikken* beskrev Aristoteles allerede i år 335 f.Kr. hvordan konfliktene mellom hovedpersonene i et drama driver handlingsforløpet framover. I dag ser vi de samme prinsippene anvendt i mange ulike mediefortellinger. I spillefilmen *Kon-Tiki* ble manusforfatteren nødt til å innføre en oppdiktet konflikt mellom Heyerdahl og et av besetningsmedlemmene for å skape framdrift og spenning i fortellingen. Virkeligheten var faktisk for kjedelig!

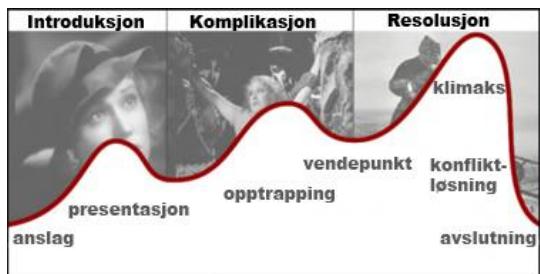
Det samme konfliktbildet og den samme spenningsutviklingen brukes også innen journalistikken. I forbrukerserien *TV 2 hjelper deg* møter vi ett eller flere ofre (forbrukere) som er blitt lurt av "onde krefter" i markedet. TV 2 opptrer som den gode hjelperen i fortellingen som trinn for trinn avslører skurken. Som andre TV-fortellinger ender også denne med at offeret får oppreising.

### Planting og høsting

En god historie må kunne overraske mottakeren. Men det bor en detektiv i oss alle. Derfor elsker vi fortellinger som gir små hint om det vi har i vente. I norskfaget blir dette ofte kalt *frampek*. I mediefaget snakker vi om *planting* og *høsting*. På engelsk brukes begrepene *set-up* og *pay-off*. Som mottaker opplever vi en dyp tilfredsstillelse når det vi bare har ant etter hvert, viser seg å stemme. Det var butleren som stjal sòlvlysestaken. Og det var statssekretæren som jukset med søkerlisten.

### Dramaturgiske modeller

I spillefilmer og romaner kan fortelleren bruke lang tid på å introdusere hovedpersonene og konfliktene. Denne delen kalles derfor *introduksjonen*. Konfliktene trappes deretter langsomt opp mot et høydepunkt (klimaks). Denne delen kalles *komplikasjonen*. I den avsluttende delen av fortellingen, *resolusjonen*, utløses spenningen, og alle brikker faller på plass.



Mange spillefilmer er bygd opp på denne måten. Derfor er det vanlig å kalle denne dramaturgiske modellen for *Hollywood-modellen*.

En episode i en føljetong har et annet fortellingsmønster. Her er det om å gjøre å avslutte hver episode på en måte som gjør tilskueren eller leseren ekstra spent på hva som skjer neste gang. Episoden slutter derfor når spenningen er på topp.



Den episodiske fortellermåten er mest vanlig på TV, men vi finner den også i avisjournalistikk. Når VG avslører en sak, kan vi være sikre på at det kommer en ny "episode" neste dag som er enda mer dramatisk. Ofte utvikler nyhetsdramaet seg over tid, helt til en eller annen politiker eller bedriftsleder må ta sin hatt og gå.

# Mediesjangere

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Mediesjangere \(103870\)](#)



Huskelappen

**En mediesjanger  
består av  
medietekster som  
har mange  
fellestrekk.**

**En sjangertekst er  
styrt av sosiale  
konvensjoner.**

**Kjennskap til slike  
konvensjoner er  
viktig når vi skal  
lage en medietekst.**

**Men det er like viktig  
når vi skal forholde  
oss til en tekst andre  
har laget.**

Ressurser

Les mer om

[Sjangerkriterier](#)



Nytt på nytt / video  
<http://ndla.no/nb/node/104050>

Se klippet fra  
programmet *Nytt på  
nytt*.

- Hvilken sjanger tilhører dette TV-programmet?
- Hvilke signaler gir vignetten om sjangeren?
- Hvilke signaler gir programlederens introduksjon om sjangeren?
- Etter hvilket mønster er dette programmet bygd opp?
- Hva forventer du som seer av dette programmet?

### Til fordypning

Helge Ridderstrøm,  
førsteamanuensis ved Høgskolen  
i Oslo og Akershus, har skrevet  
en artikkel om

[Begrepet sjanger](#)



Hva kan du nå? Ta testen!



### Hva er en sjanger?

I naturfagtimen lærer vi å dele planter og dyr inn i klasser ut fra bestemte kjennetegn. Blåveisens tilhører soleiefamilien, ulven hundefamilien. På samme måte deler vi medietekster med mange fellestrekker inn i *mediesjangere*.

Medietekster deles vanligvis inn i grupper ut fra form og funksjon. Men særlig innen underholdningsmediene florerer sjangerbetegnelser basert på innhold, slik disse medietekstene ofte omtales i vanlig dagligtale. En *spionfilm* er en betegnelse på filmer som handler om spioner, mens det mer teoretiske begrepet *film noir* brukes som en betegnelse på filmer som har et bestemt estetisk og filmatisk uttrykk.

### Sosiale konvensjoner

Det er ikke tilfeldig at en medietekst blir som den blir. Både avsenderen og mottakeren vet hvilke forventninger, eller *sosiale konvensjoner*, som gjelder for en bestemt tekstsjanger. Vi forventer at en kriminalroman handler om forbrytelser, ofre, skurker og etterforskere. De fleste av oss ville bli nokså lange i maska dersom saken ikke blir løst før boka er slutt. På samme måte forventer vi at nyhetsoppleseren på radio framfører meldingene på en saklig og seriøs måte.

Et bevisst forhold til sjangerkonvensjoner er viktig både for dem som produserer en medietekst, og for den som er mottar og tolker teksten. Mange medietekster signaliserer tydelig hvilken sjanger de tilhører. Kronikker, kommentarer og leserinnlegg i avisene er som oftest merket, slik at vi som leser kan ha i mente at dette er subjektive meningsytringer, ikke objektive beskrivelser av fakta. Det styrer måten vi leser teksten på.

I spillefilmer gir anslaget en pekepinn på hva slags film det er vi ser på. Vi får et frampekk på hva konflikten dreier seg om, og vi blir presentert for hovedkarakterene i filmen. Etter fem minutter vet de fleste av oss om vi ser på en science fiction-film, eller om det er snakk om en god, gammeldags cowboyfilm.

### Sjanger og medium

På dette nettstedet har vi valgt å samle medietekster i grupper ut fra hvilket medium de blir distribuert gjennom. Men en sjanger er ikke knyttet til et spesielt medium, selv om medietekster til en viss grad er prisgitt det mediet de blir distribuert gjennom. Det er ikke mulig å vise et fotografi på radio. Men det er mulig å lage lydbilder som gir lytterne tilhørmet samme opplevelse.

Sjangeren reportasje finner vi både i avis, radio og fjernsyn. Men fjernsynsreportasjen vil bruke andre virkemidler enn avisreportasjen. Det de har felles, er at begge er en fortelling om noe som faktisk har skjedd, sett gjennom øynene til en reporter.

# Fakta og fiksjon

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, Eli Glomnes, Marion Federl

[Fakta og fiksjon \(104029\)](#)



Huskelappen

**Fakta handler om  
noe som faktisk  
finnes eller har  
skjedd.**

**Fiksjon er noen som er diktet  
opp.**

**En faksjon  
framstiller faktiske  
hendelser ved hjelp  
av fiktive  
virkemidler.**

Ressurser



Intervju med Karl  
Ove Knausgård /  
video  
<http://ndla.no/nb/node/51977>

[Kon-Tiki gir et grovt  
uriktig bilde av min far](#)



Raske Menn harselerer over filmatiseringer av historiske hendelser.

#### [Videoklipp VG TV](#)

NB! De første sekundene består av reklame.

#### Til fordypning

Tryggve Tollefsen:

#### [Fiksjon eller fakta](#)

*Formidling av virkeligheten og underliggende strukturer i fortellingen.*  
(Anbefales!)



Filmen Max Manus forteller en fiktiv historie om noe som faktisk har skjedd.

#### Fakta og fiksjon

Det viktigste sjangerskillet går mellom *fakta* og *fiksjon*. En fiktiv tekst er en oppdiktet tekst, mens en faktatekst handler om noe som faktisk finnes eller har skjedd. Dette skillet finner vi igjen i alle medier, i aviser, radio, fjernsyn, film og nettmedier.

#### Sjangeren forplikter

Den som velger å framstille en sak som fakta, er forpliktet på fakta, og om han eller hun dikter opp noe, så er det løgn. Den som skriver fiksjon, kan skildre virkelige personer, episoder fra eget liv, historiske hendelser og reelle steder om han vil, men sender og mottaker er likevel enige om at teksten skal oppfattes som oppdiktet.

Sjangeren skaper bestemte forventninger hos leseren. Når vi leser om urettferdighet eller lovbrudd i avisa, venter vi at politiet eller politikerne skal gripe inn, og at de skyldige må stå til rette. Det som kommer fram i en roman, en TV-serie eller en fiksionsfilm, får ikke slike konsekvenser. Vi kan leve oss inn i historien og reflektere over den, men det er ikke meningen at vi skal oppsøke hovedpersonen eller kreve rettferdighet og oppreisning for henne.

## Faksjon

*Faksjon* er en mellomform mellom fakta og fiksjon. Et eksempel på faksjon er *dokudramaet*. Faksjonen tar utgangspunkt i noe som faktisk har hendt, men fortellingen bruker virkemidler vi kjenner fra fiksjonssjangere.

Forfatteren Karl Ove Knausgård skapte heftig debatt da romanserien *Min kamp* kom ut. I romanene forteller han i detalj om venner og familiemedlemmer. En lignende debatt oppsto i kjølvannet av de norske fiksionsfilmene *Max Manus* og *Kon-Tiki*, der historiske personer framstilles med fiktive egenskaper.

Kritiske røster hevder at utvasking av skillet mellom fiksions- og faktasjangere gjør det vanskelig å skille historiske fakta fra oppdiktede historier. Spesielt gjelder dette mennesker som ikke selv har opplevd det som hendte.

# Avistekster og tekstanalyse

## Subjektiv og objektiv journalistikk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Journalistiske sjangre \(76530\)](#)

### Journalistiske sjangre

Når journalisten har hentet inn informasjon fra ulike kilder, er tiden kommet for å utforme avisteksten eller skrive nyhetsmeldinger og blokker. En journalistisk sjanger skiller seg ut fra andre medietekster i det at de bygger på etterprøvbare fakta og forteller om hendelser som virkelig har funnet sted. Det betyr ikke at alle journalistiske sjangre er rent objektive. Noen sjangre er preget av journalistens eller redaktørens meninger. Slike sjangre kalles iblant *f o r meningsjournalistikk* eller *subjektiv journalistikk*.

### "Objektive" sjangre

*Nyhetsartikler* er den mest vanlige avsjangeren. Nyhetsartikkelen forteller fakta om noe som har hendt, og belyser ofte hendelsen fra ulike sider. Teksten utformes som oftest slik at det viktigste kommer først, og gir svar på spørsmålene hvem, hva, hvor, når, hvorfor og hvordan. Dersom saken er liten nok, blir nyheten presentert som en *notis*. Notisen er en kort nyhetsmelding, vanligvis mellom 10 og 20 linjer.

I radio og fjernsyn bruker vi betegnelsen *nyhetsmelding*. Den er gjerne kort og utfylles av intervjuer og blokker. En *blokk* er et sammendrag av informasjon som journalisten har fått fra forskjellige kilder, og som brukes til å binde nyhetsinnslaget sammen.

*Bakgrunnsartikkelen* forteller om bakrunnen for det som har hendt. Det kan være historiske hendelser, vitenskapelige teorier eller politiske beslutninger som er viktige for å forstå de dagsaktuelle hendelsene. Sjangeren finner vi også igjen i aktualitetsprogrammer i radio og TV, for eksempel i et program som *URIX* på NRK1. I dag ser vi en arbeidsdeling der nettavisene i stor grad overtar den raske nyhetsformidlingen, mens de tradisjonelle nyhetsmediene legger mer vekt på å formidle bakgrunnsstoff og kommentarer.



### Huskelappen

**All journalistikk har et snev av subjektivitet. Det er likevel vanlig å skille mellom objektiv og subjektiv journalistikk.**

### Objektiv journalistikk

- lar flere parter komme til orde
- dokumenterer påstander
- gir ikke uttrykk for egne meninger

**Subjektiv journalistikk kalles også meningsjournalistikk eller kommentarer.**

**Reportasjer og features** er preget av journalistens egne opplevelser og appellerer til mottakerens følelser.

*Intervju* er både et arbeidsredskap og en journalistisk sjanger. Intervjuet kan utformes som en ren nyhetssjanger eller ha form av et *portrettintervju* der journalisten prøver å tegne et bilde av hvem en person er. En *enquête* er et intervju der journalisten stiller samme spørsmål til flere personer.

### Sjangre med personlig vri

*Reportasjen* er en vanlig mediesjanger i aviser, blader, radio og på TV. Utgangspunktet for reportasjen er gjerne en nyhetssak eller et aktuelt tema. Felles for alle slags reportasjer er at journalisten eller fotografen selv drar ut for å undersøke hva som skjer, og for å snakke med aktuelle personer. Reportasjen blir derfor preget av journalistens egne opplevelser og følelsesmessige reaksjoner.

*Feature* er en mellomting mellom en journalistisk og en litterær tekst. Journalisten bruker litterære virkemidler for å gi leseren eller lytteren både en intellektuell og en følelsesmessig opplevelse. Sjangeren er mest vanlig i avisenes helgebilag og krever at journalisten har god tid og en spesiell evne til å formulere seg. Featurejournalistikk omtales derfor som journalistikkens Rolls Royce.

### "Subjektive" sjangre

En *kommentar* gir uttrykk for journalistens eller en utenforstående eksperts oppfatninger av en sak, gjerne basert på utfyllende bakgrunnskunnskap. Tidligere var det nærmest tabu at samme person skrev både nyhetsartikler, bakgrunnsartikler og kommentarer. I dag er skillet mellom objektiv og subjektiv journalistikk ikke lenger så tydelig i nyhetsredaksjonene. Derimot er det viktig at den som kommenterer en begivenhet, har tilstrekkelig kunnskap og innsikt.

*Lederen* har ofte en fast plass i avisene og er en kommentar som gir uttrykk for avisens offisielle syn i bestemte saker. Lederen kan være skrevet av redaktøren eller andre med ledersonsider i en avis. En *avispetit* eller et *radiokåseri* er medietekster med skråblikk på virkeligheten, utformet i en personlig, uformell og humoristisk stil, men gjerne med en alvorlig undertone.



Alle journalister påvirker publikummet sitt. Hør hva sjefredaktør i Stavanger Aftenblad, Sven Egil Omdal, mener om

### Objektivitet i journalistikken

### Pressefoto

*Pressefoto* er også en journalistisk sjanger. Et reportasjebilde kan fortelle mer enn mange ord. Du kan også bruke arrangerte eller manipulerte bilder, men da bør det komme fram i bildeteksten.

Et manipulert bilde kan lyve. Men det kan også et bilde som er tatt ut av sammenhengen.

Etter terrorangrepene mot USA 11. september 2001, var vi vitne til TV-bilder av palestinere som angivelig stod og jublet over angrepene. Noen hevder at disse bildene ble tatt ti år tidligere.



Se video:

[Kontekstløse bilder](#)

Objektiv journalistikk har dårlige kår i Norge for tiden. En ny generasjon journalister tar kommentatorens rolle. Savner nyansering.

8:17 AM Jan 31st via Twitter for iPhone

 **joebrenden**  
Jo E. Brenden

# Intervjuet

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Intervjuet \(125787\)](#)



Guttene på hopplandslaget intervjuer hverandre.

## Intervjuet som arbeidsredskap

Intervjuet er et viktig arbeidsredskap i all form for journalistikk. Gjennom intervju med ulike kilder skaffer journalisten seg informasjon om et bestemt saksområde. Det kan være årsakssammenhenger, forskjellige synspunkter, eller bestemte opplevelser.

Journalisten kan så sammenholde den informasjonen hun eller han får, med andre kilder, og gjøre seg opp en mening om hva som er kjernen i saken. Deretter velger journalisten ut de kildene som det er mest aktuelt å sitere når saken skal publiseres.

## Velg riktig informant

Informantene kan bidra med ulik informasjon. De kan deles i tre grupper:

- Eksperter (for eksempel en politimester eller en professor)
- Meningsbærere (personer som har sterke og tydelige meninger om saken, basert på kunnskap eller erfaringer)
- Førstehåndskilder (personer som har opplevd det som hendte, på nært hold)

Ekspertene kan bidra med fakta og informasjon om årsaker og virkninger. Politikere kan bidra med synspunkter på det som har hendt, og forslag til løsninger. Førstehåndskilder tilfører saken en følelsesmessig nærhet.

## Intervjuet som sjanger

Et intervju er også en måte å presentere informasjon på. I utgangspunktet består intervjuet av spørsmål og svar. I et avisintervju er det vanlig å variere mellom direkte og indirekte tale.

- "Bilen kom over i min kjørebane, og det var umulig å unngå kollisjon", forteller NN.
- NN forteller videre at bilen kom over i hans kjørebane, og at det var umulig å unngå kollisjon.

## Saksintervju

I saksintervjuet er hensikten å få fram bestemte sider ved en sak. Saksintervjuet består ofte av intervju med flere personer. Dersom saken er kontroversiell, bør man sørge for at ulike parter kommer til orde. Det er god presseskikk å gi en part som får beskyldninger rettet mot seg, mulighet til å komme med motsvar i samme intervju.



## Huskelappen

**Intervjuet er både et arbeidsredskap og en journalistisk sjanger.**

**Saksintervjuet belyser en sak fra ulike sider.**

**Portrettintervjuet gir et sammensatt bilde av en bestemt person.**

**I enquêten blir samme spørsmål stilt til flere personer.**

## Portrettintervju

Portrettintervjuet handler om å gi leserne et sammensatt bilde av en bestemt person. Journalisten prøver ofte å avdekke bestemte personlighetstrekk og ukjente sider ved personen gjennom små anekdoter, eller ved å beskrive kroppsspråket og det miljøet personen omgir seg med.

## Enquête

En enquête er et styrt intervju der samme spørsmål stilles til flere personer, som for eksempel i "Fem på gata". Denne formen for intervju brukes både i aviser, radio og TV. Ofte er hensikten å formidle hva vanlige folk mener om en bestemt problemstilling. Siden svarene er korte og intervjuobjektene ofte tilfeldig valgt, har slike intervjuer mer verdi som underholdning enn som informasjon.

# Artikkelen

Forfatter: Oddvar Engan, Ragna Marie Tørdal

[Artikkelen \(99518\)](#)



## Hva er en artikkel?

Sjangerbenevnelsen *artikkel* er en samlebetegnelse for ulike typer saktekster. Artikkelen er først og fremst informativ og objektiv i formen. Hovedvekten ligger på å redegjøre for en sak eller et emne.

Til artikkelsjangeren hører flere undersjanger: nyhetsartikler, lederartikler, kronikker og petitartikler. Kronikker og petitartikler har en mer subjektiv form, og er preget av personlige skrivemåter og kreativ bruk av språklige virkemidler.

### Nyhetsartikler og bakgrunnsartikler

*Nyhetsartikler* er den mest vanlige avsjangeren. Nyhetsartikkelen forteller fakta om noe som har hendt, og belyser ofte hendelsen fra ulike sider. Teksten utformes som oftest slik at det viktigste kommer først, og gir svar på spørsmålene hvem, hva, hvor, når, hvorfor og hvordan. Større aviser har i tillegg lengre *bakgrunnsartikler* om historiske hendelser, vitenskapelige teorier eller politiske beslutninger som er viktige for å forstå de dagsaktuelle hendelsene.

Vi forventer at innholdet i en nyhetsartikkel skal være seriøst, og den objektive skrivestilen innbyr heller ikke til bruk av virkemidler som ironi, under- og overdriving, slangord og muntlig språk. Artikkelforfatteren bruker med andre ord et korrekt normalspråk utformet i fullstendige setninger.

### Viktige kjennetegn på en nyhetsartikkel:

- en ingress som svarer på spørsmålene hvem, hva, når, hvorfor og hvordan
- saklig og objektivt språk
- grundig belysning av saksforholdet eller emnet
- vurdering av argumenter for og mot



### Huskelappen

**En nyhetsartikkel er en saklig og objektiv tekst som forteller om noe som har hendt.**

**Nyhetsartikkelen gir svar på spørsmålene hvem, hva, hvor, når, hvorfor og hvordan.**

**Lederartikkelen er redaktørens kommentar til en aktuell hendelse og formidler avisens offisielle synspunkter på saken.**

### Ressurser



*Avis i skolen* har laget et interaktivt hefte som du kan bla i på nettet

- god sammenheng i resonnementet

## Lederartikkelen

*Lederartikkelen* er redaktørens kommentar til en aktuell sak eller hendelse. Lederartikkelen har en fast plass i avisen, og er oftest rammet inn og skilt ut på en tydelig måte. Lederen legger fram avisens offisielle syn på aktuelle saker, og slik sett er den subjektiv i formen.

Men lederartikkelen er likevel skrevet i en saklig stiltone. Språket kan være preget av en tung setningsstruktur, og det kan forekomme bruk av fremmedord i en argumenterende tone. Et typisk trekk for lederartikkelen er bruken av *vi* i stedet for *jeg*. Denne skrivestilen kalles *redaksjonelt flertall*, og vi-formen uttrykker at det er avisens mening som kommer til uttrykk.

### Avis – et massemedium

I heftet finner du informasjon om ulike avissjangre, nyhetskriterier og skrivemodeller.

Her ser du et eksempel på hvordan du bygger opp en

### nyhetsartikkel

## Nyhetsartikkler

**Nordlys:** [Krangler gjennom hele russetida](#)

**Møre-Nytt:** [Satsar nær 200.000 på eksamensfilm](#)

### **Leder Adressavisa:**

[Jernbane i løse lufta](#)

# Kronikken

Forfatter: Oddvar Engan  
[Kronikken \(99436\)](#)



I 2009 ble Sven Egil Omdal tildelt journalistikkprisen Gullpennen med følgende begrunnelse: "Han er en uredd kommentator som har klare og til dels nådeløse meninger."

## Hva kjennetegner en kronikk?

Avissjangeren *kronikk* er en resonnerende og opplysende medietekst. Den er ofte skrevet som en del av eller som et innlegg i en debatt.

Kronikken er en form for artikkel, men den har et dypere og mer faglig innhold. Kronikken gjør rede for en sak på en mer nyansert måte, og den inviterer leserne uten forhåndskunnskap til å forstå budskapet, tenke over en sak og se den fra flere sider.

I den tradisjonelle artikkelen er forfatteren "usynlig". Teksten er skrevet i en resonnerende, saklig normalstil. I kronikken, derimot, kan forfatteren bruke virkemidler som ironi, over- og underdrivelse, bilder og overraskende ordvalg.

Kronikken har ofte en fast plass i de store riks- og regionsavisene. En kronikkforfatter kalles en *kronikør*. Noen aviser har faste eksterne kronikører som skriver på oppdrag eller bestilling. Det kan være en skribent med spesiell fagkunnskap, men det kan også være en journalist som har spesialisert seg på sjangeren.

Et eksempel er Sven Egil Omdal som er journalist i Stavanger Aftenblad. Han er kjent for sine velskrevne kronikker under vignettene *Medieblikk* og *Fripenn*, og de er også å finne på trykk i flere andre aviser. Omdal er fast skribent for MIK-faget på NDLA. Kronikkene hans finner du under menyen *Mediestemmer*.



## Huskelappen

**Kronikken er en resonnerende og opplysende medietekst.**

**Forfatterens egne tanker og meninger er mer synlig enn i en vanlig avisartikel.**

**I kronikken brukes virkemidler som ironi, overdrivelser og språklige bilder.**

**Mange aviser har faste eksterne kronikører.**

## Ressurser

Les mer om kronikk som sjanger og hvordan du skriver en kronikk:

[Hvordan skrive en kronikk?](#)

Eksempel på kronikk:

Sen Egil Omdal  
[Fripenn: Viskerne i Aftenposten](#)



Sjekk hva du kan om  
kronikker!

# Kåseri og petit

Forfatter: Jorunn Øveland Nyhus, Heidi Mobekk Solbakken, Marion Federl, Ragna Marie Tørdal  
[Kåseri og petit \(99510\)](#)

## Med samtalen som forbilde

Ordet kåseri kommer av fransk *causerie*, som betyr lett, ledig samtale. Kåseriet er da også opprinnelig en muntlig sjanger og betegner en dannede, lett samtale om litteratur, filosofi eller kunst.

Den første som brukte ordet kåseri om skriftlige tekster, var den franske kritikeren Charles-Augustin Sainte-Beuve (1804-1869). Kåseriene hans var forfatterportretter med litteraturkommentarer. Etter hvert ble kåseri en sjangerbetegnelse for lette avis- kommentarer om vitenskap og kunst, med et muntlig og samtalende preg.

## Kåseri og petit

De trykte kåseriene ble også kalt *petiter* (fransk for *liten*), på grunn av skriftstørrelsen som disse tekstene ble satt med. I dag bruker vi fremdeles betegnelsen petit på korte, kåserende tekster i aviser, mens ordet kåseri først og fremst betegner den muntlige varianten, for eksempel i radioen, i revyer og standup-show.

I skolesammenheng kaller vi også skriftlige tekster i denne sjangeren for kåseri. Mer presist burde vi kanskje kalt dem for *manus* til et kåseri.

## Saklig innhold - lekende språk

I et kåseri forholder forfatteren seg til den virkelige verden – emnet er som oftest hverdagslig eller dagsaktuelt. Språket derimot preges av et lekent og utforskende forhold til dette emnet. En kåsør kan leke med ord og uttrykk og alle slags språklige virkemidler.

## Humor og ironi

Emnet skal behandles på en lett og humoristisk måte. Derfor blir ironi et viktig virkemiddel, og kåsøren bruker generaliseringer, overdrivelser, underdrivelser og andre virkemidler som har en humoristisk effekt.

## Muntlig tone

I tillegg holder kåsøren en lett og muntlig språktone, for eksempel gjennom enkel setningsoppbygning, hverdagelige ord og uttrykk, eller slang.



## Huskelappen

Store norske leksikons definisjon

- **kåseri:** lett, underholdende foredrag
- **petit:** kåserende avisartikkel. Betegnelsen skyldes at stoff av mindre høytidelig innhold tidligere oftest ble satt med skriftgraden petit.

## Ressurser

Sjangereksempler:

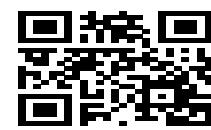
Maria Parr:

[Salomo, midtnormalen og eg](#)



Linda Eide

Linda Eide og Are Kalvø er kjente kåsører i NRK:



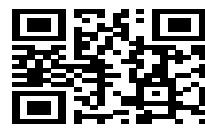
Familien som spelar vekk jola / audio  
<http://ndla.no/nb/node/13521>

## Personlig og subjektivt

Et annet typisk trekk ved kåseriet er den personlige tonen i teksten. Forfatteren er synlig, han bruker gjerne jeg- eller vi-form, og han henvender seg ofte direkte til mottakeren. Det er også vanlig at kåsøren tydelig viser at han har personlige synspunkter om emnet han tar opp.

## Litt mer enn underholdning

En god kåsør har flere formål med teksten sin: Han vil underholde, men også vekke ettertanke, og derfor er både form og innhold viktig. Målet er gjerne å få leseren til å se på virkeligheten med et nytt og skjevt blikk.



Grunnlova 11 av  
Are Kalvø / audio  
<http://ndla.no/nb/node/46358>

## Sitatet

*Kåseriet er ein dagsaktuell bagatell, mindre innhaldsrikt enn essayet, og sjeldan kontroversielt.*  
(Ottar Grepstad)

# Reportasjen

Forfatter: Jostein Saakvitne, Marion Federl, Ragna Marie Tørdal

[Hva er en reportasje? \(68983\)](#)

## Reportasje

Ordet reportasje kommer fra latin, *reportare*, som betyr "å bringe tilbake".

## Huskelappen

**En reporter forteller om det han eller hun har hørt og sett.**

**Reportasjen består ofte av ett eller flere intervjuer, i tillegg til reporterens egne beskrivelser.**

**Vi skiller mellom nyhetsreportasjer og feature-reportasjer.**

## Eksempler

[En suksesshistorie?](#)

[Apokalypse etterpå](#)



## Hva er en reportasje?

Reportasjen er en vanlig mediesjanger i aviser, blader, radio og på tv. Utgangspunktet for reportasjen er gjerne en nyhetssak eller et aktuelt tema. Felles for alle slags reportasjer er at journalisten eller fotografen selv drar ut for å undersøke hva som skjer, og for å snakke med aktuelle personer.

## Nyhetsreportasje og feature-reportasje

Det er vanlig å skille mellom to typer reportasjer, *nyhetsreportasjen* og *feature-reportasjen* (innen radio ofte kalt for *magasinsak*).

Nyhetsreportasjen tar utgangspunkt i en sak i nyhetsbildet, og journalisten fokuserer på å få fram det vesentlige ved denne saken.

Feature-reportasjen derimot har et annet formål. Den legger større vekt på å skildre mennesker, miljøer og stemninger, og journalisten har større frihet til å velge hva hun vil fokusere på. Hun kan også utnytte språklige virkemidler og fortellertekniske grep på en måte som nærmer seg skjønnlitteraturen.

# Ulike skrivemodeller

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal, Marion Federl  
[Reportasje i aviser og blader \(68998\)](#)

## Nyhetsartikkel og nyhetsreportasje

En nyhetsreportasje i en avis er mer omfattende enn en vanlig nyhetsartikkel. Reportasjen består vanligvis av flere deler, for eksempel et hovedoppslag, en undersak, bakgrunnsinformasjon, notiser og enkét ("Fem på gata"). Reportasjen blir gjerne slått stort opp over flere sider og med flere bilder.

En annen forskjell mellom nyhetsartikler og reportasjer er tidsaspektet. En nyhetsartikkel kommer gjerne ut så raskt som mulig etter en hendelse. En reportasje derimot kan publiseres også i dagene etter. Veldig ofte produserer en journalist som befinner seg på stedet, først en nyhetsartikkel om selve saken til neste dag. Deretter kan hun produsere reportasjer til de neste dagene.

Kanskje får vi vite hvordan lokalmiljøet har blitt preget av hendelsen. Kanskje får vi lese om hvordan en av hovedpersonene har opplevd tiden etter hendelsen. Kanskje får vi lese om hvordan familien til noen involverte har opplevd hendelsen. Det er stort sett bare journalistens fantasi som setter grenser for hva en kan lage en reportasje om.

## Ulik oppbygging

Nyhetsartikler skrives stort sett etter skrivemodellen *Den omvendte pyramide*, der innholdet presenteres etter fallende viktighet, altså med det viktigste først.

Reportasjen har gjerne en annen oppbygging. Veldig ofte blir skrivemodellen *Fisken* brukt. Fisken har et hode og en kjeft med et kraftig bitt. Hodet tilsvarer ingressen i reportasjen, som gir leseren et innblikk i hva teksten dreier seg om, og som skal vekke interesse og gi lyst til å lese resten. Den viktige informasjonen kommer først og fremst i fiskens kropp, og hovedpoenget spares gjerne til sist og kan sammenliknes med en snert med sporden eller halestykket.



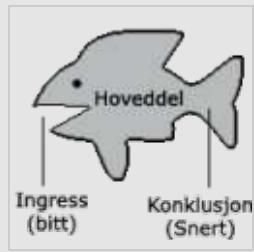
## Huskelappen

**En avisreportasje består av flere tekstdeler og som oftest ett eller flere bilder.**

**Nyhetsartikler bygges gjerne opp etter skrivemodellen *Den omvendte pyramide*.**



**I en reportasje er det vanlig å bruke skrivemodellen *Fisken*.**



Skrivemodellen Fisken

En av årsakene til at reportasjer kan skrives på denne måten, er at de som leser en reportasje, ofte allerede er interessert i det reportasjonen handler om. Kanskje har de lest nyhetsartiklene om hendelsen, og nå ønsker de å få mer innsikt i miljøet rundt og i de involverte følelser og reaksjoner. Mens en nyhetsartikkel kan kuttes ukritisk bakfra av folkene på avisens nyhetsdesk (det vil si av dem som plasserer stoffet og utformer avissidene), må desken være mer forsiktig når reportasjer skal endres på. Her må de gjerne snakke med journalisten så ikke viktig informasjon forsvinner om de kutter vekk "fiskesporden".

### Feature-reportasjen

Feature-reportasjen kan ta utgangspunkt i en aktuell hendelse, men svært ofte er det journalisten selv som setter et emne eller en person på dagsordenen. Utfordringen blir da å vinkle stoffet og skrive så kreativt og godt at en klarer å vekke leserens interesse og holde på den gjennom hele teksten. Også feature-reportasjen er oftest bygd opp etter mønster av Fisken.

[Les mer](#)

[Skrivemodeller](#)

Til fordypning

[Den omvendte  
pyramide i et  
hundreårsperspektiv](#)

# Oppgavesamling

## Sammenlign en reportasje og en nyhetsartikkel

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Sammenlign en reportasje og en nyhetsartikkel \(108845\)](#)



Tid

1–2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser



Reportasjer finner du  
ofte i avisenes  
helgemagasiner.

Eksempler:

- *A-magasinet*  
(*Aftenposten*)
- *Magasinet (Dagbladet)*
- VGs helgemagasin

Har du ikke  
papiraviser for  
hånden, kan du bla i  
eldre utgaver av  
Aftenposten her:  
<http://issuu.com/ndlal/>



## Hva kjennetegner en reportasje?

Mens en nyhetsartikkel går rett på sak og formidler nyhetens kjerne, gir reportasjen en opplevelse av å være til stede. Journalisten beskriver miljø, personer og hendelser.

I reportasjonen er detaljene viktige, og du som leser skal kunne kjenne lukter, være en del av det miljøet som beskrives og se personene for deg. Det stiller krav om innlevelse, åpenhet og fantasi hos den som skriver. Innledningen, eller *ingressen*, blir ofte brukt til å skape en bestemt stemning,

Reportasjonen kan ha sitt utgangspunkt i en aktuell nyhet, men den kan også ta opp andre aktuelle emner.

## Oppgave 1

Finn en reportasje fra en avis. Les reportasjen, og markér i teksten det som er typisk for en reportasje. Se spesielt på følgende:

- Ingressen. Hvordan introduseres temaet? Setter ingressen deg i en bestemt stemning?
- Miljø- og personbeskrivelser ved hjelp av de fem sansene (se, høre, lukte osv)
- Følelse av å være til stede
- Variasjon i lengden på avsnitt, meninger og ordvalg
- Historien som scener i en film. Hvor begynner en scene, og når begynner den neste?

## Oppgave 2

Finn deretter en nyhetsartikkel og sammenlign den med reportasjen. Bruk skjemaet nedenfor:

	Reportasje	Nyhetsartikkel
Ingress		
Språk		
Beskrivelse		
Tempo		
Fokusering		
Tekstlengde		

## Oppgave: Sprekker trollene virkelig?

Forfatter: Oddvar Engan

[Oppgave: Sprekker trollene virkelig? \(99489\)](#)

Analyser oppbygning og bildebruk

1. Hvilken problemstilling blir tatt opp i kronikken *Sprekker trollene virkelig?*
2. Hvordan er teksten bygd opp?
3. Omdal bruker et språklig bilde i overskriften og i ingressen. Hvilke tekster er det han refererer til her? Hva er sammenhengen mellom originalteksten og det temaet Omdal skriver om?
4. Det blir presentert to ulike prinsipielle standpunkter i denne kronikken. Hvilket språklig bilde bruker Omdal når han presenterer standpunktet til norske redaktører?
5. Når det gjelder det andre prinsipielle standpunktet, refererer Omdal til en amerikansk psykolog og en studie. Hvordan presenterer Omdal dette synet, og hvordan følger han opp det litterære bildet i overskriften?
6. Kommenter måten Omdal argumenterer på. Har han en klar konklusjon?
7. Hvilke trekk ved denne teksten tyder på at den tilhører sjangeren kronikk?



Tid

30 min

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Sprekker trollene virkelig?](#)

# Kronikk - sjangertrekk og virkemidler

Forfatter: Oddvar Engan

[Sjangertrekk og virkemidler \(99496\)](#)

## Oppgaver



Tid

30 min

Vanegrad

middels

Ressurser

[Fred i Midtøsten?](#)

[Bare trykk "Like"](#)

1. Hva er det kronikøren tar opp, og hva er det han kritiserer, i teksten *Fred i Midtøsten? Bare trykk "Like"*?
2. I denne kronikken bruker Omdal ironi og humor. På hvilken måte gjør han det?
3. Hvordan vil du karakterisere måten teksten er komponert på?
4. Hvilke typiske sjangertrekk finner du i teksten?

# TV-sjanger og TV-analyse

## Nyhetssendinger på fjernsyn

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Nyhetssendinger på fjernsyn \(107269\)](#)



Nyhetsankeret / video

<http://ndla.no/nb/node/107261>



### Nyheter som TV-sjanger

TV 2 og NRK sender nyhetssendinger flere ganger daglig. En nyhetssending baserer seg på fakta om noe som nettopp har skjedd, eller som er blitt aktuelt akkurat nå.

Nyhetsfortellingen består av ulike teksttyper: introduksjoner fra studio, nyhetsmeldinger, intervjuer og reportasjer. En *nyhetsmelding* er en kort tekst som leses opp i studio. Som oftest illustreres meldingen med levende bilder eller stillbilder som er kjøpt fra et nyhetsbyrå.

*Fjernsynsreportasjen* består gjerne av videoinnslag som er laget på forhånd. I spesielle, dramatiske situasjoner opptrer reporteren "på direkten". Da får vi en øyenvitneskildring av det som skjer akkurat nå. De fleste reportasjer inneholder små intervjuer.

*Studiointervjuer* er en egen tekstsjanger. Intervjuobjektene er som oftest politikere, eksperter, eller andre offentlige personer. Det er også vanlig å invitere en *kommentator* inn i studio under sendingen. Det kan være en journalist som har spesialisert seg på temaet, eller en utenforstående ekspert.

### Fortellerstruktur

Du har kanskje lagt merke til at *TV 2-nyhetene* eller *Dagsrevyen* er bygd opp på samme måte kveld etter kveld? En nyhetssending har som oftest et hovedoppslag. Etter det kommer et par kortere oppslag. Nyhetsmeldingene deles gjerne inn i innenriksnyheter og utenriksnyheter. Nyheter som handler om sport og vær, presenteres ofte i egne seksjoner.

Huskelappen

**TV-nyheter er faktabaserte medietekster.**

**En nyhetssending består av introduksjoner, nyhetsmeldinger, reportasjer, studiointervjuer og kommentarer.**

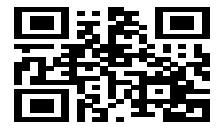
**Nyhetssendingen har en fast fortellerstruktur. Vignetten markerer når utsendelsen begynner og slutter.**

**Nyhetsankeret må framstå som troverdig.**

**Nyhetsankeret har blikkontakt med seerne.**

### Ressurser

Her reflekterer nyhetsjournalist Nina Owing rundt hvilke nyheter som får plass i en nyhetssending på fjernsyn:



Innenriks- og  
utenriksnyheter /  
video  
<http://ndla.no/nb/node/107331>

Avisene har de siste  
årene orientert seg  
mer mot  
innenriksnyheter.  
Fjernsynet er derfor  
blitt en viktig formidler  
av utenriksnyheter.

Korrespondenten er  
en mellomting mellom  
nyhetsanker og  
reporter:



Nyheter på TV ved  
Hans-Wilhelm  
Steinfeld / video  
<http://ndla.no/nb/node/16437>

Eksempel på  
nyhetsintervju



Adil i TV-serien Taxi  
/ video  
<http://ndla.no/nb/node/105176>

Hva kan du nå?

Knut Helland beskriver oppbygningen av en nyhetssending på fjernsynet slik (*Larsen, Hausken: Medievitenskap 2 (1999)*):

- Vignett
- Nyhetsoverskrifter
- Etablering av hovedforteller(e) (nyhsanker)
- Nyhetsinnslag (hovedoppslag)
- "Teaser" (... mer om dette seinere)
- Nyhetsinnslag (ett eller flere)
- Overlevering (for eksempel fra et nyhsanker til et annet eller fra nyhsanker til sportsanker)
- Sportsnyheter (og i tillegg ofte værvarsel)
- Avskjed (oppsummering av de viktigste nyhetene, på gjensyn, god kveld)
- Avrunding (vignett)
- Avslutning (produksjonsopplysninger)

*Vignetten* markerer begynnelsen og slutten på sendingen. Vignetten er utformet slik at den gir et signal om hvilken type sending det er vi ser på, og hvilke forventninger vi kan ha til det som vises på skjermen.

### Nyhetsankeret

Nyhetsverten, eller *nyhsankeret*, binder fortellingen om dagens nyheter sammen. TV 2 og NRK bruker ofte to nyhsankre som bytter på fortellerrollen, og som av og til også kommenterer det vi ser. Den viktigste funksjonen til nyhsankeret er å gjøre nyhetsfortellingen *troverdig*. Nyhetene presenteres derfor på en seriøs og objektiv måte.

Troverdigheten etableres også ved at nyhsankeret har blikkontakt med oss som ser på, siden han eller hun ser rett inn i kamera. Nyhsankeret kan overlate ordet og autoriteten til en reporter eller kommentator. Et intervjuobjekt representerer en subjektiv tolking av hendelsene. Det markeres ved at disse personene ikke har øyekontakt med oss, men henvender seg til en synlig eller ikke-synlig representant for nyhetskanalen.

## Fjernsynsdramaet

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal

[Fjernsynsdramaet \(104999\)](#)



Ibsen i fjernsynsteateret / video

<http://ndla.no/nb/node/105161>

Fra teaterscenen til TV-skjermen

Begrepet *drama* brukes vanligvis om en fiktiv fortelling som framføres av skuespillere på en scene. I fjernsynets barndom ble et fjernsynsdrama produsert på samme måte som en teaterforestilling. Blant annet satte NRK opp mange Ibsen-forestillinger for fjernsyn. Moderne fjernsynsdrama er en egen TV-sjanger som i større grad bruker virkemidler fra fiksionsfilm.

Dramaserier

De fleste fjernsynsdramaene vises som serier, føljetonger eller såpeoperaer. I dagligtalen bruker vi ofte betegnelsen "TV-serie" om alle tre sjangrene, men i mediefaget definerer vi det som en periodisk framstilling der fortellingen deles opp i episoder. Les mer om hva som kjennetegner [føljetonger og serier](#).



## Fjernsynsdramaet / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/104999>

Dramaseriene dukket for første gang opp på amerikansk fjernsyn på 1950-tallet. Fjernsynsdramaet har utviklet seg mye siden den gang, særlig de siste ti årene. Kvaliteten på mange amerikanske TV-serier er i dag på full høyde med kinofilmen. Det samme gjelder europeiske produksjoner, som for eksempel BBC-dramaet *Downtown Abbey* og de danske seriene *Borgen*, *Matador* og *Riget*. Norske TV-serier som *Erobreren* og *Halvbroren* er filmatiseringer av kjente norske romaner.

Kriminalserier



Huskelappen

**Et fjernsynsdrama er en fiktiv fortelling framført av skuespillere.**

**Et drama er ofte delt inn i flere episoder.**

**Fjernsynsdramaet bruker virkemidler som vi kjenner fra film.**

**Moderne TV-drama har høy kvalitet.**

Ressurser



Den danske dramaserien *Borgen* mottok The British Academy Television Awards i London i mai 2012.

[Om TV-serien Borgen](#)

Kriminalfortellingen har lang tradisjon som fjernsyns drama. De fleste seriene som sendes på norsk fjernsyn, er amerikanske eller britiske. Heltene er ofte politietterforskere, men det kan også være journalister eller advokater. Noen hevder at populære advokatserier har ført til økt interesse for jusstudiet blant ungdom.

I dag blir det også produsert mange skandinaviske kriminalserier, som de svenske seriene om *Beck* og *Wallander*, og de tilsvarende danske seriene *Broen* og *Anna Pihl*. Eksempel på norske produksjoner er *Taxi* og *Grønland*. Skandinaviske serier er ofte samfunnskritiske. I amerikanske serier var det lenge tabu å ta opp politiske eller moralske spørsmål som kunne tolkes som innlegg i samfunnsdebatten. Dette har endret seg de siste årene.

Skandinaviske TV-serier er ulike britiske og amerikanske kriminalserier også når det gjelder dramaturgi og persongalleri. Amerikanske serier er preget av action, mens skandinavisk krim er mer opptatt av psykologi. Vi blir kjent med hovedpersonene både i profesjonell og privat sammenheng. Problemer på hjemmebane og vanskelige relasjoner til kolleger er sidekonflikter som appellerer til et skandinavisk publikum.

## Komedier

Fjernsynskomedier er preget av slapstickhumor og situasjonskomikk, basert på morsomme replikker og komiske karakterer. Seriene opererer ofte med et begrenset og fast persongalleri, og noen få innendørsscener som er billige å produsere og lette å gjenbruke. Eksempel på norskproduserte komiserier er *Karl & Co*, *Alt for Norge*, *Borettslaget*, *Hos Martin* og *Lillyhammer*. Standup-komedier, som *Seinfeld*, *Frazier* og norskproduserte *Dag*, er en egen undersjanger.

## Fantasy

Fantasy er en populær sjanger, også på fjernsyn. Serier som *Game of Thrones* og *The Legend of the Seeker* tar utgangspunkt i populære romaner. 90-tallsseriene *X-files* og *Twin Peaks* bidro mye til utviklingen av denne TV-sjangeren. En serie som *True Blood* har blitt karakterisert som en lek med sjangerkonvensjoner og kan delvis oppfattes som ren sjangerparodi. Fortellinger om vampyrer og andre overnaturlige fenomener er også populære på TV (*Twilight*, *True Blood* og *Walking Dead*).



## Satire i tegneserieform

Animasjonsseriene *Simpsons* og *South Park* kommenterer aktuelle begivenheter på en samfunnskritisk måte. Muligens er det mer akseptabelt når budskapet framføres av tegnerfigurer? Flere episoder har likevel blitt trukket tilbake i USA.

De siste årene har det dukket opp en ny form for TV-satire på nett og mobil. VGTV har hatt stor suksess med *Fanthomas*-serien, *Oslogirls* og *Sex og SingelSiv*. Andre mediehus har brukt samme oppskrift, for eksempel Dagblad-TVs *Jomfru i nød*.

[TV-suksessen](#)  
[Downton Abbey solgt til over 100 land](#)



Kostymer i fjernsynsdråmet  
Erobreren / video  
<http://ndla.no/nb/node/105174>

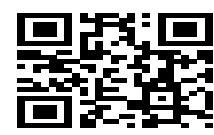
Detektimen har vært et fast innslag på norsk fjernsyn helt fra den offisielle åpningen i 1960.



60-tallets store kriminalhelt var britiske Helgenen, som ble spilt av skuespilleren Roger Moore.



Krister Henriksson er en av flere skuespillere som har gitt ansikt til politietterforskeren Kurt Wallander. Han kjemper mot mørke krefter i det svenske samfunnet. Men som skandinaviske krimhelter flest kjemper han også mot mørke krefter i seg selv.



Adil i TV-serien Taxi / video  
<http://ndla.no/nb/node/105176>



The Twilight Saga / video  
<http://ndla.no/nb/node/105185>



Atle Antonsen i komiserien Dag / video  
<http://ndla.no/nb/node/105178>



# Såpeserier

Forfatter: Jostein Saakvitne, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Såpeserier \(100724\)](#)



## Huskelappen

**En såpeserie er en TV-serie der episoder vises daglig eller ukentlig over lang tid.**

**Rollefigurene skiftes jevnlig ut, og nye konflikter innføres underveis.**

**Hver episode avslutes med en uløst konflikt (cliffhanger).**

## Ressurser



Hotell Cæsar er den såpeserien som har gått lengst på norsk fjernsyn. Du kan se klipp fra serien på TV 2 Sumo. NB! Klippene starter med reklame.

[Slik utvikler Cæsar-karakterene seg videre](#)



Diskusjon om såpeserien  
Dvnastiet / video  
560/1556

<http://ndla.no/nb/node/76>

741



Himmelblå / video

<http://ndla.no/nb/node/104094>

Den amerikanske TV-serien *True Blood* er en moderne, påkostet såpeserie:



## Såpeserier / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/100724>

Til fordypning

Om såpeopera fra 1930-tallet og fram til i dag:

[Wikipedia om såpeserier](#)

Test deg selv!

[Nytt og gammelt om såpeserier](#)



Noen såpeserier har gått i årevis, for eksempel den norske dag-såpen *Hotel Cæsar* som er blitt sendt sammenhengende på TV2 fra 1998. Bildet er fra den første episoden.

### Dag-såpe og kveld-såpe

Da TV-seriene kom på svarthvitt-skjermen i de amerikanske hjem, var det stort sett humor- og såpeserier som ble vist. Den klassiske TV-serien kalles gjerne **såpeserie**. Ganske tidlig fikk man to utgaver av disse seriene:

- *Dag-såpe* er serier der man viser en episode hver dag.
- *Kveld-såpe* er mer påkostede produksjoner. Det er vanlig å vise en episode i uken.

### Personer og konflikter

Typisk for oppbygningen av den klassiske såpeserien er at man innfører et persongalleri som skiftes ut etter hvert som skuespillere slutter eller sparkes, eller ratingsystemet viser hvem som er de mest populære rollefigurene. I dag har mange serier egne fangrupper i sosiale medier som påvirker manusforfattere og produsenter.

[Produsenten av serien True Blood takker fansen.](#)

Seriene innfører flere parallelle konflikter og konsentrerer seg om å vise noen av dem hver gang. Avslutningen av hver episode inneholder flere uløste konflikter, gjerne i form av [cliffhangers](#). Dette blir særlig tydelig når sesongens avslutning nærmer seg, og man skal motivere seeren til å vente på neste sesong.

### Sjanger i utvikling

Såpeoperaen opplevde sin store gullalder på åttitallet med serier som *Dallas* og *Dynastiet*. Historiene ble lengre og mer innviklet og fortalt på en måte som fenget publikum. Karakterene ble mer dynamiske. Dette var kvalitetssåpe som var beregnet på å sendes på kveldstid en gang i uken, til forskjell fra hverdagssåpen som gikk i halvtimesepisoder hver dag, på dagtid.

På nittitallet kom serier som brøt med det etablerte. *Twin Peaks* og *X-files* var blant de første. Den generelle samfunnsutviklingen gjorde at grensene for hva såpeseriene kunne vise av sex, vold og umoral, ble endret.

### Fra såpe til kvalitetsdrama

De siste ti årene har det skjedd nærmest en revolusjon når det gjelder kvaliteten på amerikanske dramaserier. Produksjonsselskapene hyrer inn manusforfattere og regissører fra filmbransjen. Den utskjelte såpen har gjennomgått en utvikling som i dag gjør at mange serier kvalitetsmessig overgår kinofilmen. Serier som *The Wire*, *Deadwood*, *Sopranos*, *Lost*, *Mad Men*, *24 timer*, *The Borgias*, *Rome* og *True Blood* har dynamiske karakterer og kompleks dramaturgi. Seriene tar også opp kontroversielle tema.

Kvalitetsserier er kostbare å produsere. Når det likevel gjøres, har det sammenheng med at seriene nå distribueres i flere kanaler og på flere plattformer.

#### Rettet mot kvinner

Opprinnelig var målgruppen hjemmeværende kvinner, og innholdet tilpasset denne seergruppen. Kvalitetsserier krever mer av seerne. Man kan ikke lenger tørke støv og se TV samtidig. Målgruppen for såpeserier er i dag en velutdannet og kjøpesterk middelklasse.

## Klappjakt på skurken

Forfatter: Bjørn Hugo Pettersen, NTB

[Klappjakt på skurken \(132378\)](#)



**De er forsmådde, sjalu, gale, maktsyke, hevnlystne og pengegriske mordere med hemmeligheter å skjule. Uten dem hadde påsknen vært kjedeligere.**

Heltene får mye og velfortjent oppmerksomhet. Krimsjangeren hadde imidlertid ikke hatt så mye å fare med uten de kriminelle.

Skurkene sørger i kanskje enda større grad enn heltene for at handlingen drives framover og spenningen holdes oppe. Heldigvis blir de fleste tatt til slutt, men ikke før de har underholdt oss gjennom en lang og nervepirrende historie.

Ikke bare svart og hvitt

– Før var de gjerne uforbederlige prototyper på skurker – én gang skurk, alltid skurk – à la Dickie Dick Dickens. Heltene var derimot ofte plettfree personer, som miss Marple og Hercule Poirot. Men personegningene er ikke lenger så svart-hvitt som den var i krimsjangerens tidlige fase, sier Else Barratt-Due, instruktør, dramaturg og produsent i NRK Radioteatret.

Hun er også juryleder for Rivertonprisen, den høythengende norske utmerkelsen som årlig tildeles en forfatter av et krimeventyr. Hun leser med andre ord mye norsk krim.

**NDL Aktuelt**

Dette er saken:

Påsknen har blitt en tid for mord og mysterier i radio, på tv og i bokform.

NTB har intervjuet Else Barratt-Due om skurktypene vi møter i krimsjangeren.

Oppgave:

[Hvor godt kjenner du de ulike krimsjangrene?](#)





EN AV DEM ER MORDEREN: Agatha Christies «And then there were none» er blitt filmatisert flere ganger. Denne scenen er fra 1945. Morderen er på bildet!

– Mange av dagens helter er egentlig antihelter. Ett eksempel er Jo Nesbøs Harry Hole, som opererer på begge sider av loven. Kjeltringer og mordere i nåtidens krimbøker er som regel vanlige mennesker som av ulike årsaker har gått over en hårfin grense. Slik gjenspeiler ny krim i større grad enn klassisk krim samfunnet vi lever i, noe som gjør det lettere å identifisere seg med skurken, mener Barratt-Due.

Skurkens motiver dreier seg i dag fortsatt ofte om profitt, men fortellingene har helst et samfunnskritisk søkerlys. Noen eksempler er Tom Kristensens «Profitøren», om norske krigsprofitører; Sidsel Dalens «21 dager», om korruption i norsk oljebransje; Jens Lapidus bøker om hvitvasking i den svenske underverdenen; og Asle Skredderbergets to bøker med Økokrim-etterforskeren Milo Cavalli i hovedrollen.

### De gale seriemorderne

Penger og hemmeligheter er naturlige gjennomgangstemaer i krimsjangeren. De fleste skurker har tross alt noe viktig å skjule, fastslår Else Barratt-Due.



GAL KANNIBAL: Anthony Hopkins fikk Oscar for sin tolkning av Hannibal Lecter i «Nattsvermeren».

– I krimlitteraturen finnes det haugevis av eksempler på at skurken har tatt livet av én eller flere personer som også kjente til hemmeligheten. De må rett og slett ryddes av veien. Uten at jeg avslører for mye: Dette er sentralt i fjorårets «Den siste pilegrimen», skrevet av Gard Sveen, sier hun.

Hevn og ønske om makt er også typiske motiver i krimsjangeren. Det samme gjelder sjalusi og andre psykologiske grunner til at noen dreper. Men seriemorderne har fått litt for stor plass i nordisk krimlitteratur, synes Barratt-Due.

### Fire skurketyper

#### Den kriminelle mesterhjernen

Den mest kjente er professor James Moriarty, omtalt som «krimmens Napoleon», som har sentrale roller i to av sir Arthur Conan Doyles bøker om Sherlock Holmes. Filmer og tv-serier om superdetektiv Holmes har imidlertid gjort Moriarty til en enda større superskurk enn det han var i bøkene.



KRIMINELL  
MESTERHJERNE: En plakat for Hollywood-filmen «Sherlock Holmes», som fikk tittelen «Moriarty» i Storbritannia da den kom i 1922.

#### Den ukjente morderen



RADIOSKURK: Allerede i 1962 ble vi kjent med gangsteren Dickie Dick Dickens via radiohørespill på NRK. Her fra en oppsetning på Oslo Nye Teater i 2011.

– Jeg har vanskelig for å identifisere meg med et samfunn der seriemordere opererer. Det mellommenneskelige har dessuten lett for å bli borte i slike seriemorderunivers. Og forklaringen blir ofte at de tar liv bare fordi de er psykopater. Da vil jeg heller lese krim som har samfunnskritiske elementer vi kan kjenne oss igjen i. Men for all del, det er skrevet gode krimbøker om seriemordere også, sier hun.

Barratt-Due mener det står veldig godt til med norsk krim, og at både helter og banditter får utfolde seg i rikt monn. Men det er én forbrytertype hun savner.

– Det er ennå ingen som har skapt en Robin Hood-aktig helteskurk, en som er kjeltring i det godes tjeneste. Dét hadde det vært morsomt å lese om.

Det kan være en stor overraskelse hvem morderen er, men vedkommende kan være raskt glemt. Hvem husker for eksempel at det var dommeren som var morderen i Agatha Christies roman «*And then there were none*», og at navnet hans var Lawrence John Wargrave?

#### Den forskrudde

Skurkene kan være gale, men ha svært viktige roller. Slik er det med den kannibalske seriemorderen Hannibal Lecter i bøkene til Thomas Harris. I samme sjanger havner Patrick Batemen i «*American Psycho*» av Bret Easton Ellis.

#### Den sofistikerte sjarmøren

Mange skurker kan skru på sjarmen. Det gjør blant andre Tom Ripley i Patricia Highsmiths krimromaner, samt Dickie Dick Dickens, hørespillfavoritten skrevet av ekteparet Rolf og Alexandra Becker. Eller Don Juan, for eksempel i Tirso de Molinas bok fra 1630.

# Humor på fjernsyn

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Humor på fjernsyn \(111595\)](#)



Humor og tabu / video

<http://ndla.no/nb/node/24250>



Hva er en fjernsynskomedie?

*Situasjonskomedien* er en periodisk narrativ framført av skuespillere. Karakterene har ofte egenskaper som er forsterket og rendyrket (stereotypier). Det vi ler av, er egentlig svake sider som vi kjenner igjen hos oss selv og våre nærmeste. Eksempler: *Seinfeldt*, *Mot i brøstet*.

*Sketsjkomedien* består av korte sketsjer med monolog eller dialog, ofte preget av parodi og satire. Sketsjene kan være satt sammen til en fjernsynsrevy, eller inngå i et talkshow. Programlederen og paneldeltagere i slike show har ofte faste roller basert på bestemte personlighetstrekk. Eksempler: *Nytt på nytt*, *Brille*, *Torsdagkveld fra Nydalen*. Stand-up-komedien er en form for scenekomikk hvor det bærende elementet kun er komikerens evne til å snakke om et tema på en personlig og morsom måte.

Helt fra fjernsynets barndom har dessuten situasjonskomikk fra virkeligheten vært populære humorinnslag. Et klassisk eksempel er 60-tallsprogrammet *Skjult kamera*. Denne formen for humor er fremdeles svært populær både på TV og på YouTube. NRK Sørlandets innslag om *Lettskremte Basse* ble i løpet av få dager delt av tusenvis av seere på YouTube, Twitter og Facebook.

Virkemidler

Selv om programkonseptene er forskjellige, er ofte virkemidlene de samme.

- *Slapstick-humor* spiller på det uvanlige og det groteske; folk som blir slått i hodet med stekepanner, faller ut av vinduer eller eser opp til det ugjenkjennelige, ofte kombinert med repetisjon av et bestemt adferdsmønster som vi vet får uunngåelige følger. Eksempel: *Tom og Jerry*.
- *Vitser* er morsomme fortellinger med overraskende poeng.
- En *parodi* viser fram et vrengebilde av en person eller situasjon.
- *Satire og ironi* er humor basert på et samfunnsengasjement hos komikeren. Hensikten er å avkle og latterliggjøre de som har makt i samfunnet. Det er en smal grense mellom mobbing og satire. En komiker som har fått kritikk for å gå over denne grensen, er Otto Jespersen.
- *Sjangerbrudd*. Moderne TV-humor leker ofte med referanser til kjente medietekster og ironiserer over både egne og andres verk. Et eksempel er kyllingstuntet til Bård Tufte Johansen, der komikeren bryter inn i en seriøs nyhetsreportasje. Det er et uhørt brudd på den aller helligste av alle TV-konvensjoner.

Fra karneval til fjernsynssatire

Huskelappen

**Situasjonskomedien er en periodisk narrativ framført av skuespillere.**

**Sketsjkomedien består av korte sketsjer med monolog eller dialog.**

**En parodi viser fram et vrengebilde av en person eller situasjon.**

**Satire og ironi brukes ofte i samfunnskritisk humor.**

**Fjernsynskomedien bygger på en folkelig latterkultur med røtter i karnevalet.**

Ressurser

Situasjonskomedie:



Borettslaget / video  
<http://ndla.no/nb/node/14986>

Fjernsynskomedien er en videreføring av den folkelige latterkulturen, slik denne kom til uttrykk i 1700- og 1800-tallets varietéteater og i de klassiske filmkomediene og teaterrevyene på 1900-tallet. Røttene til den folkelige latterkulturen kan spores helt tilbake til middelalderens karneval. Karnevalet markerte inngangen til fasten med maskeradeball og opp tog gjennom gatene. Samfunnsnormene ble i en kort periode satt til side. Folk kunne le av personer og forordninger man ellers ikke burde spørke med dersom man hadde livet kjært.

I karnevalstiden ble symboler på status og makt snudd på hodet. I avhandlingen *Karnevalets formspråk i humor-TV* beskriver Yngvar Kjus hvordan den fattigste tiggeren blir kronet og hyllet som karnevalets konge. Denne formen for komikk finner vi igjen i moderne fjernsynshumor, for eksempel når Harald Eia og Bård Tufte Johansen lar ekspertpanelet i *Åpen post* bestå av personer med Downs syndrom.

Vulgærhumoren, som særlig Harald Eia, Anne Kat Hærland og Kristopher Schau er representanter for, henter tydelig inspirasjon fra det Yngvar Kjus kaller "karnevalets groteske degradering". Harald Eias klassiske foredrag om "skrukken" og Kristopher Schaus forfallsprosjekt er eksempler på dette.

Satiriske oppgjør med dominerende samfunnsnormer og parodisk latterliggjøring av makteliten er vanlige innslag i vår tids fjernsynskomedier. Eksempler er programmene *Nytt på nytt* på NRK og *Torsdagsklubben* på TV 2. Noen mener at denne formen for humor er en ventil for folkelig frustrasjon. I land der slik humor er forbudt på fjernsyn, tyr folk lettere til vold når de føler seg frustrerte og maktesløse.

### Norsk humor selger

Fjernsynshumor på 1960-tallet var nokså godlynt i formen, selv om politikere også da kunne få sine pass påskrevet. Radikaliseringen på 1970-tallet ga etter hvert større rom for samfunnssatire. På 1990-tallet begynte norske komikere å utfordre grensene for humor på TV. Hva er det lov å le av? Hva er tabu? Utviklingen ble drevet fram av et ønske om å videreutvikle og fornye sjangeren, men trolig også av konkurransen mellom et økende antall TV-kanaler.

I dag er tilgang til norskprodusert humor viktig når TV-selskapene kjemper om seerne. Grunnen til at norsk fjernsynshumor selger, er trolig at humor forutsetter inngående kjennskap til kulturelle koder og konvensjoner. Men enkelte konvensjoner er globale. Derfor kan utenlandske situasjonskomikk og mer sofistikert, akademisk humor fungere også her til lands.

Sketsjkomedie:  
[Supperådet](#)

Skjult kamera var populært på 60-tallet



### Humor på fjernsyn / fagstoff

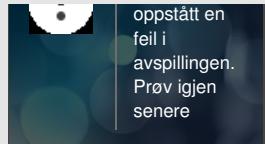
[http://ndla.no/nb/node/11\\_1595](http://ndla.no/nb/node/11_1595)

[Lettskremte Basse går world wide](#)

[På glatte sko med Saabye Christensen](#)

[Ler vi fremdeles av slapstick-komedier?](#)

Her parodierer Rolf Kirkevåg en matematiklærer.

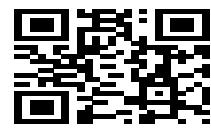


[Are Kalvø og Espen Beranek Holm om satire](#)

Kyllingstuntet til Bård Tufte Johansen.



[Eksempel på grotesk humor i Åpen post](#)



Nytt på nytt / video  
<http://ndla.no/nb/node/104050>



Pakistanerhumor / video  
<http://ndla.no/nb/node/56071>



Kulturnytt om lønnsom TV-humor. / audio  
<http://ndla.no/nb/node/90869>

Til fordypning

Norsk Medietidsskrift:

[Karnevalets formspråk i humor-TV](#)

# Reality-TV

Forfatter: Jostein Saakvitne, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Reality-TV \(103816\)](#)



## Mediepåvirkning / video

<http://ndla.no/nb/node/84315>

## En populær TV-sjanger

*Reality-TV*, eller *virkelighetsdrama*, er en forholdsvis ny TV-sjanger. I Norge ble sjangeren introdusert med *Robinson-ekspedisjonen* (TV3 1999), fulgt av *Big Brother* (TVNorge 2001) og *Farmen* (TV2 2001). Etter det har vi fått en strøm av realityserier på alle TV-kanaler. Også NRK har kastet seg på bølgen, men disse seriene har en noe mer moderat form enn de som vises på de kommersielle kanalene.

## Fortellinger om virkelige personer

Til forskjell fra såpeserier og fjernsynsdrama opptrer deltagerne i realityseriene som seg selv og ikke som fiktive personer. Deltagerne i "innesperret-i-lukkede-rom"-serier plukkes bevisst ut for å gå inn i bestemte konfliktskapende rollemodeller.

Konflikter er avgjørende for å skape spenning i seriene. Castingprosessen er derfor svært viktig. Produsentene ønsker ikke en gjeng deltakere som bare har det hyggelig sammen. En ekte bitch og en uforddragelig playboy-type øker interessen for intrigene og det sosiale samspillet. Man kan også tilføre en kjendis med utagerende oppførsel for å være sikker på å få dramatikk i serien.

## Internasjonale konsepter

Realityseriene baserer seg på internasjonale konsepter som blir solgt til de ulike TV-kanalene, og som deretter får en lokal innpakning tilpasset det aktuelle seerpublikumet. De aller fleste realityseriene på norsk fjernsyn er kjøpt fra utlandet.

## Huskelappen

**Deltagerne i realityseriene opptrer som seg selv, ikke som fiktive personer.**

**Konflikter er avgjørende for å skape spenning i seriene.**

**Seriene er basert på internasjonale konsepter.**

**Mange realityserier bruker nettet aktivt.**

## Ressurser

Villmarksseriene *71 grader nord* og *Ingen grenser* er eksempler på norske konsepter. *Robinson-ekspedisjonen* var opprinnelig et svensk programkonsept, men er nå solgt til 45 land. De lokale produksjonsselskapene står ikke fritt til å utforme sine varianter. De må holde seg til en fast oppskrift og regler utformet av rettighetshaver.

Les mer om ulike konsepter for reality-TV:



Det vakte stor oppsikt da  
Big Brother-stjernene  
Ramsy Suleiman og Anne  
Mona Hansen giftet seg i  
2001. Mange realitystjerner  
har brukt kjendisstatusen til  
å skaffe seg en karriere.  
Langt fra alle lykkes.



Dama til / video  
<http://ndla.no/nb/node/103884>



I TV 2-programmet Skal vi  
danse må kjendisene vise  
sine fysiske ferdigheter.



TV3-serien Paradise hotel  
tøyer grenser for TV-  
underholdning.



Andreas Mortensen deltok i TV3s versjon av det internasjonale konseptet *Slankekrigen*. Mange stiller seg kritiske til slike TV-konsepter.



[Hvilken realityserie passer for deg?](#)

- **Hverdagsreality** er et populært konsept. Vi følger vanlige mennesker i deres hverdag, for eksempel unge mødre, politifolk, ambulansepersonell, sykehusansatte osv.
- **Talentreality**, som *Kom skal vi danse* og *Idol*, er også populære konsepter. I likhet med andre realityserier er slike programmer relativt billige å produsere. De har derfor fått stor utbredelse på kommersielle TV-kanaler. Det er flytende grenser til sjangeren *Game show*.
- **Prestasjons-TV**. Her skal deltakerne konkurrere fysisk om å bli best. Et eksempel er *Mesternes mester* (NRK 1). En annen variant er serier der mennesker ikke skal konkurrere med hverandre, men med seg selv. Lars Monsen var i 2011 leder for den populære serien *Ingens grenser*, der en gjeng med funksjonshemmde skulle yte det maksimale og teste sine egne grenser på ekspedisjoner i natur og villmark.
- **Dokusåpe** er en nærliggende sjanger. Dokusåpen følger mer alminnelige mennesker gjennom en periode i livet (Eksempler: *Charterliv*, *Valdres Teens*).

#### Fler konsepter:

- Oppdragelsesreality har bortskjemte barn i hovedrollen, som gjerne skal oppdras av en streng person (*Super Nanny*, *Bortskjemte prinsesser*).
- Kjendisreality handler, som navnet sier, om mennesker som av en eller annen grunn er blitt kjendiser (*Dama til, Skal vi danse*).
- Mat- eller kokkereality (*Master Chef Australia*, *4-stjerners middag*)
- Homsereality (*Homsepatruljen*)
- Reality med overvektige (*Slankekrigen*)
- Singelreality (*Ungkarskvinnen*, *Ungkaren*)
- Modellreality (*Top Model*)
- Cowboyreality (*Ville Vesten*)
- Datingreality (*The Date Machine*)
- Selvreality (*Linni, Tigerstaden*)

#### Viral markedsføring

Mange realityserier bruker nettet aktivt. Etter hver episode kan for eksempel seerne stille spørsmål til deltagere som er blitt stemt ut. Formålet med slike nettsamtaler er å involvere seerne og markedsføre seriene. Markedsføring av et produkt gjennom sosiale medier, basert på at brukerne selv sender budskapet videre, gjerne fordekt som morsomme seervideoer på YouTube, kalles *viral markedsføring*.

Kanalene sender også kontinuerlig ut store mengder bakgrunnsmateriale til pressen om seriene og deltagerne, ofte spisset slik at det blir fristende for mediene å følge opp.

## Skaper debatt

Helt siden *Big Brother* kom på lufta, har realityseriene vært gjenstand for forargelse og diskusjon. En del serier har tøyet grensene for moral og hva en kan og bør vise på TV. Dette gjelder særlig de seriene hvor deltakerne blir plassert inn i kunstig skapte miljø. Etter mange meninger har *Paradise Hotel* ledet an i denne utviklingen, men kanalene konkurrerer hele tiden om å vise mest mulig vågede scener for å oppnå høye seertall.

## Utviklingstrender

Hvor går reality-TV de nærmeste årene? På den ene siden ser vi en økt satsning på realityserier som viser kjærlighet og sosialt engasjement. Populariteten til slike *feelgood-serier* henger antagelig sammen med at vi i økonomiske nedgangstider blir mer opptatt av kjærlighet og medmenneskelighet, ikke knallharde dueller og utstemming.

På den andre siden kan vi forvente at grensene i *Paradise Hotel*-lignende konsepter tøyes ytterligere. Utfordringene i prestasjonsreality blir stadig tøffere, som i serien *Amazing Race* (TV 2) der norske marinejegere blir hyret inn for å ta vare på deltagernes sikkerhet. Den ultimate formen for denne typen reality er vel dødslekene som beskrives i filmen *The Hunger Games*. Vi får håpe de blir værende science fiction!

## Verdens største TV-show

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, Kristin Eriksen Vold

[Det magiske øyeblikket \(98829\)](#)



Eurosong 2010 / video

<http://ndla.no/nb/node/98797>

### Verdens største fjernsynsshow

Den europeiske kringkastingsunion (EBU) er verdens største sammenslutning av nasjonale radio- og TV-selskaper. Fra 1956 har EBU årlig arrangert en musikkkonkurranse der de fleste av de 52 medlemslandene deltar. *Eurovision Song Contest*, eller *Melodi Grand Prix* som showet ofte omtales som i Norge, er verdens største fjernsynsshow.

Da Alexander Rybak vant i Moskva i 2009, satt hele 124 millioner mennesker i Europa foran TV-skjermen. Bare store sportsbegivenheter som OL, Superbowl og verdensmesterskapet i fotball kan måle seg med de utfordringene en slik stor TV-begivenhet byr på. Da Norge arrangerte Eurosong-finalen på Telenor Arena i 2010, var over 1000 personer i sving for å avvikle det direktesendte fjernsynsshowet.



Melodi Grand Prix 2010 del 1 / video

<http://ndla.no/nb/node/98793>

### Et nasjonalt løft

Fjernsynsshowet *Eurovision Song Contest* følger et strengt rammeverk. Artistene fra deltakerlandene framfører etter tur sangene sine på scenen, og fjernsynsseere over hele Europa stemmer deretter på de sangene de liker best. Samtidig brukes store fjernsynsshow til å promotere vertslandet. NRK nedsatte derfor en prosjektgruppe i 2009 for å sikre innspill fra hele det offisielle Norge. De ulike innspillene ble til slutt til en visjon, uttrykt gjennom slagordet "Share the Moment"!

Det ble besluttet å legge arrangementet til Telenor Arena. Tonnevis av utstyr ble leid inn fra norske og utenlandske kringkastingsselskaper. Det totale budsjettet for fjernsynsproduksjonen ble anslått til 211 millioner, noe som førte til at NRK måtte si fra seg rettigheter til fotball-VM.

### Menneskene bak produksjonen

Den viktigste personen i en slik stor produksjon, er *prosjektlederen*. Han eller hun styret et stort nettverk av medarbeidere som må til for å få det hele på lufta:

- *TV-produksjonen* gir instrukser til alle som er involvert i produksjonen, bestemmer hvilke kamera som skal ut på lufta, og hvilke bildeutsnitt som skal brukes.

- *Innspillingslederen* sørger for at alle aktører er på plass og gir ulike tegn til programlederne.
- *Kameramannen* styrer kamera etter instruks fra produsenten.
- *Bildemikseren* klipper mellom de ulike bildekildene: kamera som filmer direkte, og innslag som er laget på forhånd.
- *Scripten* informerer alle som er involvert i produksjonen om hvordan sendingen ligger an i forhold til kjøreplanen. Hun gir beskjed om hva som skal skje, og teller ned slik at alle har kontroll på tidene.
- *Teknisk leder* har ansvar for alt det tekniske i forbindelse med en sending. Han skal koble opp det som trengs, og teste at alt fungerer slik det skal. Han har også ofte ansvar for sikkerhet i studio.
- *Lydteknikerne* har ansvar for alt som har med lyd å gjøre. All lyd under sending styres fra lydkontrollen.
- *Lysteknikerne* har ansvaret for en enorm mengde lyskastere og styrer blender og fargetemperatur på alle kameraene.



Eurosong 2011 / flashnode

<http://ndla.no/nb/node/98795>

# Slik analyserer du et fjernsynsdrama

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal, Marion Federl

[Slik analyserer du et fjernsynsdrama \(106391\)](#)



Analyse av TV-serien The Wire / video

<http://ndla.no/nb/node/106124>

Analyseeksempl: The Wire

Moderne TV-serier henter inspirasjon fra ulike sjangre. I e-forelesningen ovenfor viser Erlend Lavik fra Universitetet i Bergen hvordan den amerikanske fjernsynsserien *The Wire* henter filmspråket sitt både fra dokumentarfilm og spillefilm, og hvilken effekt bildekompisjon, bildeutsnitt, kameraføring, lyd og klipping har på måten vi opplever fortellingen på.

Når du skal analysere en medietekst, er det ikke nok å beskrive hvilke virkemidler som er brukt. Du må også si noe om hvilken effekt disse virkemidlene har, og hvordan de er med på å framheve budskapet i fortellingen. Du kan gjerne bruke Laviks framgangsmåte når du selv blir bedt om å analysere en scene eller en episode i et fjernsynsdrama.

Fabel og susjett

En fjernsynsfortelling har et innhold og en form. Når du analyserer et fjernsynsdrama må du både si noe om den historien som blir fortalt, og om måten historien blir fortalt på. Teoretikeren Bordwell bruker betegnelsen *fabel* om det innholdsmessige, og *susjett* om måten fabelen ordnes på i tid og rom.

Fjernsynsfortellingen er en komplisert medietekst. Bilder, lyd og skrift er "bokstavene" i denne teksten. I en skriftlig tekst oppstår meningen når bokstavene blir satt sammen til ord og setninger. Slik er det også i en fjernsynsfortelling. Derfor er det viktig å studere samspill mellom lyd og bilde og måten enkellementene i fortellingen er satt sammen på ved hjelp av klipping og fortellerstruktur.

Nedenfor får du konkrete tips til spørsmål du kan svare på når du blir bedt om å analysere et fjernsynsdrama.



Huskelappen

**Fjernsynsfortellingen** i *The Wire* bruker virkemidler både fra dokumentarfilm og fiksionsfilm.

**Når du analyserer en medietekst, stiller du spørsmål til teksten.**

**I en analyse viser du hvordan budskapet i en fortelling blir formidlet ved hjelp av ulike virkemidler.**

**Du må både si noe om innholdet og om måten historien blir fortalt på.**

Ressurser



David Simon er mannen bak TV-serien *The Wire*.

[The Wire homepage \(HBO\)](#)

## Presentasjon



Erlend Lavik er postdoktor ved Institutt for informasjons- og medievitskap ved Universitetet i Bergen.

Du finner en [lengre versjon av videonalaysen](#) av *The Wire* på Vimeo.

Denne analysen ble på kort tid sett av [40 000 personer!](#)

Les også:

[Serien som forklarer USA](#)

- Begynn med å oppgi tittel, regissør, distributør, produksjonsland og produksjonsår.
- Beskriv sjanger og typiske sjangertrekk.

## Plott og miljø

- Hvor foregår handlingen?
- Hvilken tidsperiode er handlingen lagt til?
- Hva kjennetegner miljøet handlingen foregår i?
- Beskriv plottet (handlingsgangen) NB! Bruk maks. 50 ord.
- Blir handlingen presentert kronologisk, eller i form av tilbakeblick?
- Foregår det flere samtidige handlinger?

## Karakterene

- Beskriv de viktigste karakterene (rollefigurene). Begynn med hovedpersonene.
- Hvordan er forholdet mellom disse personene?
- Framstår noen av disse personene som hjelbere eller motstandere?
- Utvikler noen av personene seg i løpet av fortellingen?
- Hva er det som får disse personene til å endre seg?
- Framstilles noen av personene som statiske? Hvilke karaktertrekk har i tilfelle disse personene?
- Hvilken rolle spiller de statiske karakterene i fortellingen?
- Hvem i filmen identifiserer vi oss med?

- Hvordan får filmskaperen oss til å identifisere oss med nettopp denne personen (disse personene)?

## Dramaturgi og fortellerteknikk

- Beskriv de viktigste konflikten i fortellingen. Hvem er involvert, og hva består konflikten i?
- Er det brukt voice over? Hvem er det i så fall denne fortellerstemmen tilhører? Eller er framstillingen scenisk, uten synlig forteller?
- Er fortellingen delt opp i episoder? I tilfelle ja, er dette en serie, en føljetong eller en såpeopera?
- Lag en skisse der du beskriver spenningsutviklingen (dramaturgien).
- Hva slags stemning møter vi i introduksjonen?
- Hvilke sjangertrekk kjenner vi igjen etter å ha sett introduksjonen?
- Hvilke konflikt(er) blir introdusert i introduksjonen?
- Hvordan blir vi kjent med karakterene i filmen?
- Hvilken hendelse setter fart i handlingen?
- Hvordan utvikler konflikten(e) seg?
- I hvilken scene når spenningen sitt høydepunkt?
- Løses konflikten i løpet av framvisningen, eller fortsetter konflikten(e) i neste episode?
- Avsluttes episoden med en cliffhanger? Hvilken effekt har i så fall denne?
- Blir alle trådene nøstet opp, eller sitter du igjen med noen ubesvarte spørsmål?
- Gir avslutningen uttrykk for et bestemt moralsk budskap?

## Filmatiske virkemidler

- Hva kjennetegner måten bildene er komponert på? Hvilken effekt gir det?
- Hva kjennetegner valg av bildeutsnitt og bildevinkler? Hvilken effekt gir det?
- Hva kjennetegner kameraforingen (kjøring, zooming, bevegelig/håndholdt kamera)? Hvilken effekt gir det?
- Beskriv typiske trekk ved måten bilder og lyd er klippet sammen på. Hvilken effekt gir det?
- Beskriv klipperytmen, og eventuelt hvordan denne endres i bestemte sekvenser. Hvilken effekt gir det?
- Bruker regissøren slow motion eller "frysing" av bilder? Hvilken effekt gir det?
- Er det brukt spesielle symboler i filmen? Hvilken betydning har i tilfelle disse symbolene?
- Hva slags virkemidler er brukt for å understreke tidsperiode og miljø i filmen? (kostymer, rekvisitter, lyssetting, kalde og varme farger osv.)
- Beskriv hvordan fortellingen formidles gjennom bruk av dialoger, monologer og voice over (fortellerstemme).
- Beskriv bruk av diegetisk lyd (lyd som er til stede i scenen), lydeffekter og musikk, og hvordan dette skaper stemning og dramatikk.

## Hva vil fortellingen si oss?

- Ønsker avsenderen å formidle et bestemt budskap?
- Hvilke signaler gir i tilfelle tittelen om dette budskapet?
- Hvordan er de filmatiske virkemidlene med på å understreke dette budskapet?
- Forteller fjernsynsfortellingen noe om konflikter og ideologier i den tiden og i det samfunnet den ble til i?
- Hvilke innspill gir fortellingen til dagens samfunnsdebatt?
- Hvilke tanker sitter du igjen med etter å ha sett denne medieteksten?

# Analyse av dramaserien Halvbroren del 1

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyse av dramaserien Halvbroren del 1 \(123531\)](#)



## Analyse av dramaserien Halvbroren del 1 / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/123531>

*Halvbroren episode 1*

### Presentasjon

*Halvbroren* er en dramaserie i åtte episoder produsert for NRK av Monster Film i 2012. Serien ble vist på NRK1 vinteren 2013. Fjernsynsserien er basert på en kjent roman med samme navn av Lars Saabye Christensen. Mette Marit Bølstad har skrevet fjernsynsmanuset til serien, og Per Olav Sørensen har hatt regien.

### Plott og miljø

I *Halvbroren* følger vi en familie på Fagerborg i Oslo gjennom fire generasjoner. Fortelleren er den unge forfatteren Barnum Nilsen. Hans store livsprosjekt er å finne halvbroren Fred, som på et tidspunkt forlot familien. Fred er nøkkelen til familiens tåkelagte historie.

Fortellingen veksler stadig mellom fortid og nåtid. Det meste foregår i Oslo i perioden 1945–1980, men vi får også glimt fra Arnold Nielsens karrige oppvekst på Røst i Lofoten, dit Barnum til slutt vender tilbake for å ta et oppgjør med seg selv.

### Karakterene og konfliktene

Barnum vokser opp i etterkrigstidens Oslo sammen med den eldre halvbroren Fred, gutten som ble unnfangen da moren ble voldtatt under mystiske omstendigheter på tørkeloftet frigjøringsdagen i 1945. I hjemmet er det kvinnene som rår, moren Vera, mormoren Boletta og oldemoren som blir kalt Den Gamle. Familiefedrene er stort sett traværende. De er ukjente eller har forsvunnet.

### Halvbroren

- Dramaserie NRK 2013
- Produsent: Monster Film 2012
- Regi: Per Olav Sørensen
- Manus: Mette Marit Bølstad, etter en roman av Lars Saabye Christensen

[Halvbroren episode 2](#)

[Halvbroren episode 3](#)

[Halvbroren episode 4](#)

[Halvbroren episode 5](#)

[Halvbroren episode 6](#)

[Halvbroren episode 7](#)

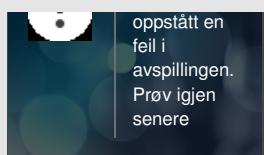
[Halvbroren episode 8](#)

### Ressurser



I *Halvbroren* møter vi halvbrødrene Fred (t.v.) og Barnum (t.h.).

Lars Saabye Christensen utga romanen *Halvbroren* i 1981. Her forteller forfatteren om karakterene i boka:



Den Gamle er familiens overhode, og den som videreforsker familiemyten om den mystiske og fraværende faren når hun leser høyt fra *Brevet*. *Brevet* skal stamme fra tippoldefaren som forsvant under en heltemodig ekspedisjon på Grønland.

Så kommer klovenen og kremmeren Arnold inn i familiekretsen. Arnold har vokst opp på Røst, men helt fra barndommen av har han ført et omflakkende liv. Han gifter seg med Vera og blir far til Barnum. Arnold kan også kunsten å forstille seg, og han lurer de fleste, men ikke Fred. Ved det som tilsynelatende er et feilberegnet diskoskast, tar Fred livet av Arnold. Fred føler også at han ansvarlig for at Den Gamle blir overkjørt og dør.

Fred bærer på et innestengt raseri, men viser omsorg for den kortvokste lillebroren Barnum og redder han ut av mange kniper. Samtidig er han misunnelig på sin yngre bror, som sammen med Arnold konkurrerer om morens oppmerksomhet.

#### Hovedpersonen Barnum

I dramaserien *Halvbroren* møter vi mange personer og mange skjebner. Likevel er det Barnum som framstår som hovedpersonen. Det er han som gjennomgår den største krisen, og som forandrer seg mest i løpet av serien. Det er også hans perspektiv vi inntar i mange av scenene i filmen.

Vi følger han i nåtid som ung forfatter i et turbulent samboerforhold, og som barn og tenåring gjennom en rekke tilbakeblikk. Barnum har et nært forhold til sin eldre halvbror, som han både ser opp til og konkurrerer med. Når Fred forsvinner, blir Barnum selv en "halvbror". Derfor blir det helt essensielt for han å finne Fred. Han er den eneste som kan gjøre Barnum til et helt menneske.

Tre sterke kvinner står sentralt i familien: Vera, Boletta og Den Gamle. Les mer om disse karakterene:

[Modige matriarker på Fagerborg](#)



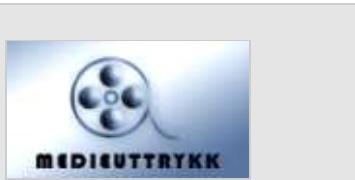
Frank Kjosås og Mariann Hole

*Halvbroren* vant tre priser på den store TV-gallaen i Biarritz i Frankrike. Frank Kjosås (Fred) fikk prisen for beste mannlige hovedrolle, og Ghita Nørby (Den Gamle), Marianne Nielsen (Boletta) og Mariann Hole (Vera) delte prisen for beste kvinnelige hovedroller.

## Analyse av dramaserien Halvbroren del 2

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyse av dramaserien Halvbroren del 2 \(123547\)](#)



### Analyse av dramaserien Halvbroren del 2 / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/123547>

#### Håpet fra Fagerborg

Filmscenen ovenfor er hentet fra avslutningen av episode 6 i dramaserien *Halvbroren*. Fred gjør karriere som bokser under tilnavnet "Håpet fra Fagerborg". Slik får han kanalisiert det raseriet han bærer på. Barnum er stolt av storebroren sin og tar med vennene sine på boksekamp. Her er også moren Vera tilskuer.

Fred har alltid vært misunnelig på sin stefar og sin yngre bror, som tar morens oppmerksomhet fra han. Ved det som tilsynelatende er et feilberegnet diskoskast, tar Fred livet av Arnold. Dessuten føler han seg ansvarlig for at Den Gamle blir overkjørt. Når Fred senker garden i bokseringen og lar seg slå ned av en mye svakere motstander, er det for å vinne morens kjærlighet tilbake.



### Analyse av dramaserien Halvbroren del 2 / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/123547>

#### Fortellerteknikk

Det egentlige dramaet i *Halvbroren* foregår ikke i bokseringen, men i det psykologiske samspillet mellom familiemedlemmene, slik dette formidles gjennom inngående nærbilder, eller bredere bildeutsnitt der karakterene skifter på å være i fokus.

#### Halvbroren

- Dramaserie NRK 2013
- Produsent: Monster Film 2012
- Regi: Per Olav Sørensen
- Manus: Mette Marit Bølstad, etter en roman av Lars Saabye Christensen

Hele serien på åtte episoder er tilgjengelig mot betaling på Filmrommet.no.

#### Ressurser



Intervju med manusforfatter Mette Bølstad / video  
<http://ndla.no/nb/node/106934>

Dramaserien *Halvbroren* består av åtte episoder.

Hver episode starter med et fast anslag der sentrale karakterer og konflikter i dramaserien blir presentert.

[Halvbroren anslag](#)

Alt som skjer, har en bakgrunn i noe som har skjedd. Derfor veksler filmen stadig mellom nåtid og tilbakeblikk, mellom barndom og voksen alder. Det ligger et nitidig arbeid bak kostymer og rekvisitter som forteller oss seere hvilken tidsepoke og hvilket miljø vi til enhver tid befinner oss i.

Fortelleren er usynlig i store deler av filmen. Da er det ansiktsuttrykkene og dialogen mellom karakteren som bærer fortellingen. I den grad perspektivet ligger hos en av karakterene, er det Barnums synsvinkel som legges til grunn.

Det er også Barnums stemme vi møter i de partiene av filmen der det brukes voice-over. Han er den synlige fortelleren som trekker opp det overordnede perspektivet i filmen og binder de ulike menneskeskjebnene sammen.

### Dramaturgi

Fjernsynsfortellingen *Halvbroren* er delt inn i åtte episoder. Hver episode starter med den samme introduksjonen. Her blir personene, konfliktene og tematikken presentert. Deretter flyter fortellingen videre der den sluttet i forrige episode. Hver episode avsluttes med et dramatisk høydepunkt.

Tittelen *Halvbroren* henspiller på at Fred og Barnum tilsynelatende har forskjellig far, siden ingen vet hvem faren til Fred er. Men da mysteriet med knappen, som er det eneste sporet etter det ukjente farskapet, etter hvert oppklares, viser det seg at det ikke er usannsynlig at de er helbrødre likevel.

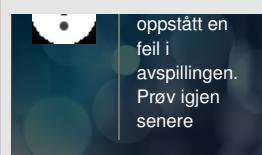
*Halvbroren* er delvis bygd opp som en kriminalfortelling. Fred forsøker å finne ut hvem som er hans egentlige far, og hvor Brevet har tatt veien. Barnum leter etter Fred. For å nå målet må de kjempe både mot seg selv og andre, og avsløre hemmeligheter. Fjernsynsfortellingen *Halvbroren* har en tydelig *resolusjon*, en avslutning, der de fleste brikkene faller på plass i siste episode. Slike dramaserier kalles *føljetonger*.

### Hva vil dramaserien fortelle oss?

Arnold Nilsen døpte sønnen sin Barnum etter en kjent illusionist som hevdet at hele verden ville bedras. I Barnums familie har alle sine hemmeligheter, og ubehagelige sannheter dekkes over med bortforklaringer og løgner. På 60- og 70-tallet gjorde mange unge opprør mot middelklassens falske familiefasader. Avsløring av familieløgner er et tema som går igjen i flere av romanene til Saabye Christensen.

Under innspillingen av dramaserien ble det lagt ned mye arbeid i å gjøre kostymer og rekvisitter så tidsriktige som mulig.

Her filmes  
åpningsscenen fra  
frigjøringsdagen 8.  
mai 1945.



Dramaturgien i TV-serier er forskjellig fra dramaturgi i vanlige spillefilmer. Hver episode ender med et tydelig klimaks.



Dramaturgi i vanlige TV-serier.

Som følgetong skiller *Halvbroren* seg fra andre TV-serier ved at fortellingen har en endelig slutt i siste episode.



Nicolai Cleve Broch spiller Barnum som voksen i *Halvbroren*.

Bloggen *Bokverket*:

Freds jakt på sin biologiske far blir derfor jakten på sannheten bak alle falske fasader, og også Barnums vei til å bryte ut av den lange rekken av fedre som har forsvunnet ut av sine barns liv.

[Litt om Halvbroren og lengselen etter å bli hel](#)

# Tørk aldri tårer uten hansker

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Tørk aldri tårer uten hansker \(131196\)](#)



Jonas Gardell (1963–)

## Tørk aldri tårer uten hansker / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/131196>

*Tørk aldri tårer uten hansker episode 1*

Tørk aldri tårer uten hansker

Den svenske skuespilleren og forfatteren Jonas Gardell har skrevet romantrilogien *Torka aldri tårar utan handskar* (2012) som skildrer hvordan sykdommen aids rammet et homoseksuelt miljø som han selv var en del av på 1980-tallet. Mange av vennene hans fra den tid er nå døde. Bøkene danner grunnlaget for teaterforestillingen *Mitt enda liv* og TV-serien *Tørk aldri tårer uten hansker* som ble sendt på NRK høsten 2013. Serien er en av Sveriges Televisjons største seersuksesser.

En tragisk kjærlighetshistorie

Dramaserien består av tre episoder. Vi følger den unge, homofile gutten Rasmus fra barndommen i et typisk svensk bygdemiljø i Värmland til ungdomstida i storbyen Stockholm. Her kan han endelig leve et liv som åpen homofil.

Den store mentoren hans blir Paul. Han er en karismatisk og uredd rollemodell som tar seg av mange "hjemløse" homofile unggutter, blant andre Benjamin som kommer fra et strengt religiøst hjem. I dramaserien får vi et innblikk i en undergrunnsverden, der tilfeldig sex og prostitusjon er en del av omgangsformen mellom homofile menn. Men i dette miljøet oppstår det også relasjoner som bygger på omsorg og kjærlighet.

Rasmus og Benjamin blir kjærestre og lever stort sett et lykkelig liv, selv om begge sliter med skamfølelse og angst for å vise seg fram som den de faktisk er. Så blir de innhentet av den til da ukjente aids-epidemien. Sykdommen er skremmende og på dette tidspunktet stort sett dødelig. I tillegg opplever de som rammes, å bli utstøtt både av egen familie og av storsamfunnet.

Fortelleteknikk

Tørk aldri tårer uten  
hansker (2012)

[Tørk aldri tårer uten  
hansker episode 2](#)

[Tørk aldri tårer uten  
hansker episode 3](#)

### Manus

Jonas Gardell

### Regi

Simon Kajser

### Skuespillere

- Adam Lundgren
- Adam Pålsson
- Simon J. Berger
- Emil Almén
- Michael Jonsson
- Christoffer Svensson
- Kristoffer Berglund
- Annika Olsson
- Stefan Sauk
- Marie Richardson
- Gerhard Hoberstorfer
- Ulf Friberg
- Jonathan Eriksson
- Claes Hartelius
- Belle Weiths
- Gorm Rembe-Nylander
- Björn Kjellman

Historien er stort sett kronologisk fortalt, men med flere tilbakeblikk som skildrer oppveksten til de to hovedpersonene. Vi blir også stadig presentert for frampek om det som skal komme.

Benjamin er et bibelsk navn og refererer til oppveksten som et Jehovas vitne, der renhet, sannhet og underkastelse er absolutte krav. Det er Benjamins refleksjon over det som hender, som binder de ulike fragmentene i fortellingen sammen. I den avsluttende episoden møter vi han som voksen. Han besøker graven til Rasmus i et siste forsøk på å oppnå oppreisning for den personen han en gang elsket så høyt.

Et symbol som går igjen flere ganger, er den hvite elgen som Rasmus får øye på som barn. Det er en skapning som både ligner på og skiller seg ut fra egne artsfreder, og som det ikke er alle forunt å få nærbekjæring med.

Noen må fortelle historien

Jonas Gardell har i flere intervjuer understreket at for han har det vært nødvendig å formidle det han selv opplevde på 80-tallet. Han sier følgende til KK.no 04.12.2013:

*– Noen måtte til slutt skrive om aids, og det måtte bli meg. Jeg var der, jeg var med, og jeg er forfatter. For meg har det vært både en plikt og et æresoppdrag. Jeg er som en soldat som har kommet hjem fra krigen i live, og jeg har følt mye skyld fordi jeg overlevde.*

*– Jeg var ikke Guds beste barn. Jeg hadde flaks. Disse guttene som døde fra oss, var ikke mordere eller utsatt for Guds straff, slik det ble skrevet i avisene. De var fantastiske, fine gutter som var uheldige. Vi må minnes dem, og kvitte oss med skammen som har spist oss opp innenfra.*



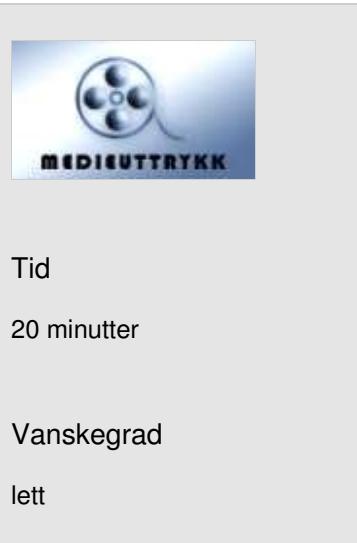
Adam Lundgren og Adam Pålsson spiller hovedrollene i fjernsynsserien Tørk aldri tårer uten hansker.

# Oppgavesamling

## Nyhetsankeret

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Nyhetsankeret \(107415\)](#)



Tid

20 minutter

Vanskegrad

lett



Nyhetsankeret / video

<http://ndla.no/nb/node/107261>

### Oppgave

Se intervjuet med Christian Borch. Han jobber som nyhetsanker i Dagsrevyen i NRK.

1. Hvordan mener han et nyhetsanker bør framstå?
2. Hvorfor er troverdighet viktig?
3. Hva skaper troverdighet?

## Sammenlign nyhetsprofiler

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Sammenlign nyhetsprofiler \(107441\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Dagsrevyen](#)

[vg.no](#)



Sammenlign Dagsrevyen og vg.no med papirutgaven av Aftenposten samme dag. En papirutgave har ofte en litt annen nyhetsprofil enn en nettavis.



Innenriks- og utenriksnyheter / video

<http://ndla.no/nb/node/107331>

Se videoinnslaget med Nina Owing.

- Hvordan beskriver hun nyhetsprofilen til Dagsrevyen?
- Hvordan begrunner hun at Dagsrevyen legger mer vekt på utenriksnyheter enn det de stor landsdekkende avisene gjør?

## Oppgave 2

Sammenlign nyhetsdekningen i Dagsrevyen med nyhetsdekningen i Aftenpostens papiravis og VGs nettavis samme dag.

- Beskriv nyhetsprofilen til de tre nyhetsmediene. Hva er likt? Hva er forskjellig?
- Hva kan årsakene være til at de tre mediene dekker det som skjer, på forskjellig måte?

# Sammenlign Dagsrevyen og TV2-nyhetene

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Sammenlign Dagsrevyen og TV 2-nyhetene \(107425\)](#)



Tid

## Forarbeid

1,5 time (se sendingene)

## Oppgaveløsing

2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Dagsrevyen](#)

[TV 2-nyhetene](#)

[Nyhetskriterier](#)



TV 2-anker Mah-Rukh Ali

[TV 2 pusset opp for 26 millioner](#)



## Sammenlign Dagsrevyen og TV 2-nyhetene / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/107425>

### Humoristiske tips

[Hvordan lage din egen dagsrevy?](#)



Nyhetsanker og sportsanker i Dagsrevy-studio. Klikk på bildet og velg å se det i originalstørrelse. Da ser du designdetaljene bedre.

### Oppgave A: Nyhetsprofil

Se *Dagsrevyens* sending kl. 19.00 og TV 2s nyhetssending kl. 21.00 samme dag.

1. Lag en skisse over innslagene i de to sendingene og hvilken rekkefølge innslagene kommer i.
2. Hvilke seksjoner er innholdet i *Dagsrevyen* delt inn i?
3. Hvilke seksjoner er innholdet i *TV 2-nyhetene* delt inn i?
4. Hva er hovedoppslaget i *Dagsrevyen* denne dagen?
5. Hva er hovedoppslaget i *TV 2-nyhetene*?
6. Hvilke nyhetskriterier ligger til grunn for at disse to oppslagene er valgt?
7. Hvilke andre nyheter har fått stor plass i sendingene?
8. Sammenlign nyhetsprofilen. Hva er likt? Hva er forskjellig?

### Oppgave B:

#### Fortellerteknikk og visuelle virkemidler

1. Studer vignettene til de to programmene. Hvordan er de utformet? Hva signaliserer de?
2. Se bildet av *Dagsrevy*-studio ovenfor og bildet av *TV2-studio* på *VG Nett*. Beskriv nyhetsstudio som scene: bruk av farger, figurer, animerte bevegelser, rekvisitter og programledernes framtoning (klesdrakt, mimikk).  
Hva er likt? Hva er forskjellig?

3. Velg nyhetsmeldinger som er felles for begge nyhetssendingene. Brukes det levende bilder i forbindelse med disse nyhetsmeldingene? Har kanalene brukt forskjellige bilder? Hvorfor? Hvorfor ikke?
4. Hvordan er samspilllet mellom den teksten som leses i nyhetsstudio, og det vi ser på bildene?
5. Sammenlign måten nyhetsankrene binder innslagene sammen på. Hva er likt? Hva er forskjellig?
6. Sammenlign måten nyhetsankrene og sportsankrene opptrer på. Hva er likt? Hva er forskjellig?

# Øv deg i notatteknikk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Øv deg i notatteknikk \(106657\)](#)



Tid  
1 time

Vanskegrad  
lett

Ressurser  
På Studenttorget.no finner du ti tips om notatteknikk:

[Lær deg å ta gode notater i forelesningen](#)

Analyse av TV-serien The Wire / video

<http://ndla.no/nb/node/106124>

## Oppdrag

- Se Erlend Laviks e-forelesning om *The Wire*. Skriv ned stikkord underveis.
- Når forelesningen er slutt, renskriver du forelesningsnotatet.
- Bytt forelesningsnotat med en annen elev i klassen. Føy til viktige momenter du mener klassekameraten din ikke har fått med seg.
- Til slutt ser dere forelesningen en gang til sammen. Er de notatene dere nå sitter med, fullstendige?

# Kampen om tungtvannet

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Kampen om tungtvannet \(139768\)](#)

Tverrfaglig oppgave

Tverrfaglig oppgave i historie og mediefag.

Tid:

2–5 timer, avhengig av om man velger å se filmene i sin helhet.

Vanskegrad:

vanskelig



## Kampen om tungtvannet / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/139768>

TV-serien *Kampen om Tungtvannet* (2015) og spillefilmene *Kampen om tungtvannet* (1948) og *Helter i Telemark* (1965) bygger alle på hendelser som faktisk fant sted under andre verdenskrig.



Bilde fra Vemork etter sabotasjen.

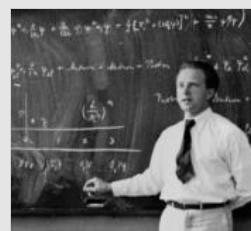
Kilde

[Norsk Industriarbeidermuseum](#)

## Oppgave 1

Studer nettsiden til Norsk industriarbeidermuseum på Rjukan, og søk på nettet etter informasjon om tungtvann.

- Hva er tungtvann, og hvorfor ble dette produsert på Rjukan?
- Hvorfor var tilgangen til tungtvann så viktig, både for tyskerne og for de allierte?
- Det ble i alt iverksatt fire militære operasjoner for å stoppe produksjonen av tungtvann på Rjukan. Hvem deltok i disse operasjonene, og hva ble utfallet?



Den tyske kvantefysikeren Werner Heisenberg fikk Nobelprisen i fysikk i 1932. Her foreleser han for studenter i 1936.

## Oppgave 2

I innledningsscenen til episode 1 i TV-serien *Kampen om tungtvannet* møter vi professor og motstandsmann Leif Tronstad som foreleser i kjemi ved det som den gang het Norges Tekniske Høgskole i Trondheim.

- Hvilket eksistensielt spørsmål er det professoren stiller til seg selv og studentene sine?
- Hva ville du ha gjort i denne situasjonen dersom det var du som måtte velge?
- En annen hovedperson i TV-serien er den tyske vitenskapsmannen Werner Heisenberg som ledet det tyske uranprosjektet. Hvordan velger han å svare på det dilemmaet han stilles overfor når han blir tilbuddt å lede dette prosjektet?
- Diskuter i klassen: Er en vitenskapsmann ansvarlig for hvordan de funnene han gjør, blir anvendt av de som har makten i et samfunn?



Richard Harris og Kirk Douglas i filmen The Heroes of Telemark (1965).

## Kilder

[Kampen om tungtvannet 1948](#)

### Oppgave 3

Sammenlign TV-serien *Kampen om tungtvannet* med spillefilmen *Kampen om tungtvannet* fra 1948, i regi av Titus Vibe Müller og franske Jean Dreville, og Hollywood-filmen *Helter i Telemark (Heroes of Telemark)* fra 1965, med Kirk Douglas og Richard Harris i hovedrollene.

- a. Spillefilmen fra 1948 gir seg ut for å være autentisk. Hvordan kommer dette til uttrykk i innledningen?
- b. Hva har skjedd med måten fienden (tyskerne) framstilles på i løpet av de nesten 70 årene som er gått siden den første filmen ble laget og hvorfor tror du framstillingen av fienden har endret seg?
- c. De som deltok i aksjonene på Rjukan, har i ettertid blitt omtalt som norske krigshelter. Hvilke egenskaper tillegger filmen *Helter i Telemark* disse personene?
- d. Framstiller den nye TV-serien disse personene på samme måte? Hva er likt? Hva er forskjellig?
- e. Les minst tre anmeldelser av TV-serien *Kampen om tungtvannet*. Hvilke filmatiske sider ved TV-serien er det anmelderne mener er spesielt vellykkede?

#### Kilde

Omdals kommentar finner du som relatert tekst til denne oppgaven.

[Kritiserer tungtvann-serien for historieforganskning](#)

### Oppgave 4

Les Sven Egil Omdals mediekommentar *Ikke helt fakta om krigen*.

- a. Historikere har vært kritisk både til Marte Michelets bok *Den største forbrytelsen* og til TV-serien *Kampen om tungtvannet*. Hva går kritikken ut på?
- b. Omdal omtaler dette som «en tradisjonell infotainment-diskusjon». Hva betyr begrepet *infotainment*, og hva handler debatten om?

# Halvbroren - analyseoppgaver

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Halvbroren – analyseoppgaver \(123665\)](#)



Tid

2–3 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Eksempel på  
storyboard /  
bildemanus.](#)

## Oppgave 1

I anslaget til dramaserien *Halvbroren* møter vi de viktigste karakterene, og vi får glimt fra de viktigste konfliktene.

- Hvordan presenteres hovedpersonen Barnum?
- Hvilken informasjon gir anslaget om det seerne har i vente?
- Hvorfor brukes det samme anslaget i alle episodene?
- Hvilket hint gir fortellerstemmen om den tematikken som denne dramaserien tar opp?

## Oppgave 2



## Halvbroren – analyseoppgaver / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/123665>

I klippet over fra avslutningssekvensen i episode 6 av dramaserien *Halvbroren* møter vi karakterene Fred og Vera, og vi følger Fred, også kalt "Håpet fra Fagerborg", på veien fra garderoben til bokseringen.

## Bildeutsnitt

Lag et bildemanus av denne sekvensen som viser bildeutsnitt og hvordan motivene er plassert bildet.

- Hvilke bildeutsnitt er mest brukt? Hvorfor?
- Hvilke kameravinkler er mest brukt? Hvorfor?
- Hva fokuseres det på i bildene? Hvorfor?

## Miljø

Denne scenen foregår mens Barnum fremdeles er et barn.

- Hvordan kan vi se at dette er et tilbakeblikk på en hendelse som foregikk på 1960-tallet?

## Tid og klipperytmeste

- Hva kjennetegner klipperytmeste i denne sekvensen? Hvilken effekt har klipperytmeste?
- Finn eksempel på tidsforlengelse i sekvensen. Hvilken virkning har dette?

## Oppgave 3



## Halvbroen – analyseoppgaver / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/123665>

I dette klippet fra avslutningssekvensen i episode 6 tar Fred en viktig avgjørelse.

- Hva går beslutningen ut på, og hva er hensikten med det han gjør?
- Hvilke filmatiske virkemidler brukes for å få oss til å forstå hva Fred tenker og føler?
- I dette klippet møter vi to ulike fortellerperspektiver. Gjør rede for disse og for hvilken funksjon perspektivendringen har i filmen.

# Halvbroren fra bok til film

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Halvbroren fra bok til film \(123691\)](#)



Tid

Denne oppgaven egner seg som tverrfaglig prosjektoppgave eller fordypningsoppgave i et samarbeid mellom norsk og mediefag.

Vanskegrad

vansklig

Ressurser



Intervju med manusforfatter Mette Bølstad / video  
<http://ndla.no/nb/node/106934>

[Adapsjon](#)

[Slik utformer du en fordypningsoppgave](#)



Det har oppstått en feil i  
avspillingen. Prøv igjen senere

Dramaserien *Halvbroren* bygger på en roman av Lars Saabye Christensen. Se intervjuet med romanforfatteren i programmet *Bokbadet* da romanen kom ut i 1981 (28 min).

Les deretter romanen *Halvbroren* og se dramaserien *Halvbroren* som ble sendt på NRK i 2013.

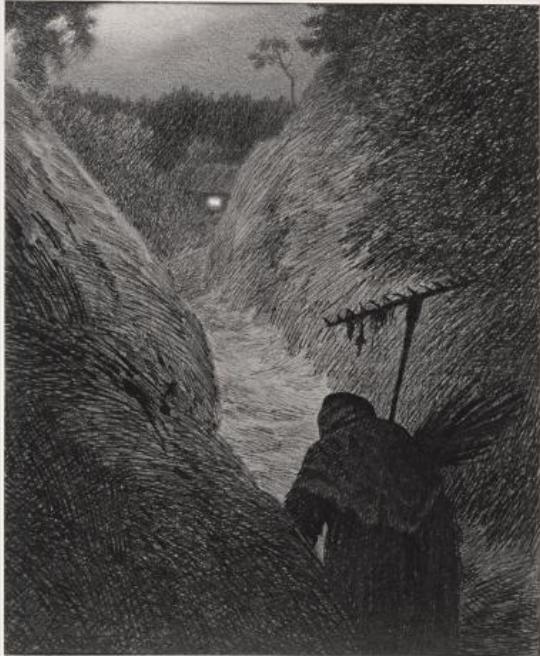
### Fordypningsoppgave

Skriv en fordypningsoppgave om *Halvbrorens* vei fra roman til dramaserie, der du spesielt fokuserer på følgende:

- Forskjellen mellom bokmanuset og filmmanuset. Hva er fjernet? Er noe lagt til? Hvorfor er det gjort?
- Fortellerperspektivet i romanen sammenlignet med fortellerperspektivet i dramaserien.
- Dramaturgien i romanen sammenlignet med dramaturgien i dramaserien.
- Persongalleriet, personenes egenskaper, og hvordan de utvikler seg i løpet av fortellingen.
- Måten vi blir kjent med personene/karakterene på, og hvordan vi får innsikt deres tanker og følelser.

# Pesten kommer!

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Pesta kommer! \(129991\)](#)



*Pesta kommer* (1894–95) av Theodor Kittelsen

## Oppgave 1

Tegninga er en illustrasjon av svartedauden, pesta som utryddet hele bygdelag i Norge på 1300-tallet.

- Les sagnet *Jostedalsrypa*. Teksten finner du relatert nederst på sida. Hvordan reagerte folk da pesta kom?
- Beskriv motivet i Theodor Kittelsens tegning *Pesta kommer*.
- Hvor er kvinna på bildet på vei?
- Hva er hun et symbol på?
- Hva er det kvinna bærer på?
- Hvilken symbolsk betydning har disse gjenstandene?
- Hva skjer når hun kommer fram dit hun skal?
- Hvilke virkemidler bruker Kittelsen for å få fram det dystre og skremmende i dette bildet?



Die Pest av Arnold Böcklin

## Oppgave 2

Svartedauden rammet hele Europa. Sammenlikn Kittelsens tegning med maleriet *Die Pest* av den sveitsiske kunstneren Arnold Böcklin (1827–1901).

- Hva har disse to bildene felles?
- Hva er forskjellig?
- Hvilke virkemidler bruker Böcklin for å få fram det dystre og skremmende i dette bildet?
- Hvordan kan vi se at disse to bildene er inspirert av folkediktninga i to ulike nasjoner?

## Oppgave 3

Studer denne reklameplakaten lagd av klesfirmaet United Color of Benetton: [Plakat med aidsmotiv](#)

- Hvordan framstilles pesta i dette bildet?
- Studer måten bildet er komponert på. På hvilken måte er denne komposisjonen med på å forsterke budskapet i bildet?
- Hvilke virkemidler bruker Benetton for å få fram det dystre og skremmende i dette bildet?
- Hvorfor tror du Benetton bruker slike bilder i sin reklame?

## Oppgave 4

Den svenske skuespilleren og forfatteren Jonas Gardell har skrevet ei bok om aids-epidemien i et homoseksuelt miljø som han selv var en del av. Mange av vennene hans er nå døde. Boka danner grunnlaget for teaterforestillinga *Mitt enda liv* og TV-serien [Tørk aldri tårer uten hansker](#) som blei sendt på NRK høsten 2013. Se intervjuet med Jonas Gardell i Søndagsrevyen: [Tørk aldri tårer uten hansker](#)

- Hva forteller tittelen om folks angst for aidssyke i den perioden TV-serien handler om?
- Hvorfor blei aidssyke behandlet på en annen måte enn andre dødssyke pasienter?
- Sammenlikn scenen fra sykehuset med Benetton-plakaten. Hva er likt? Hva er forskjellig?
- Hvilke virkemidler brukes i filmklippet for å vise hvordan omgivelsene tar avstand fra den syke?
- Hvilke utfordringer stilles vi som mennesker overfor når pesta rammer oss, ifølge Jonas Gardell?

## Oppgave 5

Les novella [Mannen som ikke ville dø](#) av Jostein Gaarder på s. 163–172 i novellesamlinga *Diagnosen og andre noveller* (1986).

- I novella får mannen greie på at han har kreft. Hvorfor reagerer han så sterkt på nettopp denne diagnosen, tror du?
- Hva gjør han når han har forlatt legekontoret?
- Hvordan reagerer omgivelsene på oppførselen hans?
- Hvordan begrunner mannen at han oppfører seg slik han gjør?
- Hvorfor føler mannen at han står alleine?

## Oppgave 6

Verdens helseorganisasjon (WHO) sendte ut informasjon i forbindelse med svineinfluentaepidemien i 2009. Les oppslaget i VG [WHO: Vi forventer en pandemi nå](#)

- Denne teksten er en hypertext. Forklar begrepet, og hva det betyr for omfanget av informasjon i teksten.
- Hva er en pandemi?
- Hvilken informasjon gir dette oppslaget om pandemien?
- Er dette oppslaget angstskapende eller beroligende? Begrunn svaret med eksempler fra teksten.



Helsepersonell tar imot pasienter med mistanke om svineinfluenta på legevaka i 2009. Dersom du klikker på bildet, kan du lese teksten på plakatene.

- Studer bildet ovenfor. Hvilket budskap formidler plakaten på døra til de pasientene som oppsøker legevakta?

# Sammenlign The West Wing og Borgen

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal

[Sammenlign The West Wing og Borgen \(105199\)](#)



Tid

2–3 timer

Vanskegrad

vanskelig

Ressurser



Skuespiller Martin Sheen  
spilte presidenten i  
dramaserien "The West  
Wing".

[The West Wing](#)

[TV-serien Borgen](#)

Artikler (på engelsk):

[Revealed: the real  
Borgen](#)

[They're Remaking  
Borgen in America?  
Now I Do Need to  
Suspend My  
Disbelief](#)



Skuespilleren Johan Philip Pilou Asbæk spiller rollen som spinndoktor (medierådgiver) i den danske TV-serien "Borgen".

Flere dramaserier tar utgangspunkt i politikk på høyeste nivå. Den amerikanske serien *Presidenten (The West Wing)* har vunnet flere utmerkelser for god kvalitet. Den danske dramaserien *Borgen* er en nordisk variant av samme type.

### Oppgave 1

Sammenlign de to seriene med hensyn til:

- måten hovedpersonene framstilles på
- hvilke konflikter seriene dreier seg om
- måten det politiske miljøet blir framstilt på
- fortellemåte og filmatiske virkemidler

### Oppgave 2

- Hvilken rolle spiller medierådgiverne i det politiske spillet som foregår i *The West Wing* og *Borgen*?
- Hvordan omtaler serien forholdet mellom journalister og medierådgivere?

### Oppgave 3

- Hva forteller disse seriene om forskjellene mellom amerikansk og dansk politikk?
- Er det mulig for russisk TV å lage en lignende TV-serie? Hvorfor? Hvorfor ikke?

# Analyser TV-serie True Blood

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal  
[Analyser fjernsynsdramaet True Blood \(105219\)](#)



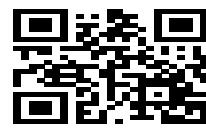
Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser



## Analyser fjernsynsdrama et True Blood / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/105219>

[True Blood - offisiell nettside](#)

[Filmpolitiet om True Blood](#)

Filmweb:

[True Blood, blodig fantasi](#)

Forskning.no:

[Blodige og sexy mytologier](#)



True Blood

### Oppgave

Se en eller flere episoder av serien *True Blood* og svar på spørsmålene nedenfor.

1. Studer vignetten i *True Blood*. Hva gir den uttrykk for, hva lover den?
2. Det blir sagt at denne dramaserien er en blanding av flere sjangre. Hvilke?
3. Beskriv de viktigste karakterene i serien. Er karakterene statiske eller dynamiske?
4. Hvor virkelighetstro er disse personene? Har noen av personene karaktertrekk som er typiske for fantasy-sjangeren?
5. Beskriv dramaturgien i en av episodene i *True Blood*. Er fortellermønsteret det samme i andre episoder?
6. Nevn eksempel på symboler som er brukt i serien. Hvilken betydning har disse symbolene?
7. Finner du eksempel på samfunnskritikk i denne serien? Hva går i så fall kritikken ut på?

# Analyser TV-serien Boardwalk Empire

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyser TV-serien Boardwalk Empire \(106858\)](#)



Tid  
5 timer

Vanskegrad  
middels

Ressurser

[Slik analyserer du et fjernsynsdrama](#)

[Boardwalk Empire – offisiell nettside](#)

## Oppgave

Se en episode av den amerikanske TV-serien *Boardwalk Empire*. Serien går for tiden på NRK, men du finner den også på hjemmesiden til fjernsynsselskapet HBO.

Lag en analyse av serien.

Bruk framgangsmåten som er beskrevet i "Slik analyserer du et fjernsynsdrama".

## Analyser TV-serien Taxi

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

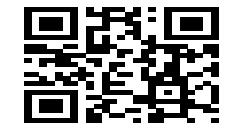
[Analyser TV-serien Taxi \(106866\)](#)



Tid  
2 timer

Vanskegrad  
middels

Ressurser  
Se intervju med skuespiller Adil Kahn.



Adil i TV-serien Taxi / video  
<http://ndla.no/nb/node/105176>



## Analyser TV-serien Taxi / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/106866>

### Oppgave

Se en eller flere episoder av den norske TV-serien Taxi.

1. Hvilke karakterer møter vi i denne serien?
2. Hvordan er personligheten til hovedkarakteren?
3. Hva kjennetegner det miljøet handlingene finner sted i?
4. Hva går hovedkonflikten ut på?
5. Hva forteller denne serien om den spenningen 2.-generasjons innvandrere i Norge lever i?
6. Hva forteller serien om storsamfunnets syn på innvandrermiljøene?

7. Hva sier denne serien om Norge i 2010?

# Sammenlign norske fjernsynsdramaer

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Sammenlign norske fjernsynsdramaer \(105321\)](#)



Tid  
2 timer

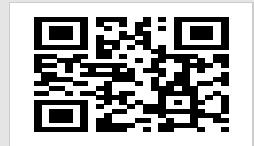
Vanskegrad  
middels

Ressurser



Ibsen i  
fjernsynsteateret /  
video  
<http://ndla.no/nb/node/105161>

[Himmelblå sesong 3](#)



Om ulike utsnitt /  
video  
<http://ndla.no/nb/node/66179>

[Mediedramaturgi](#)

[Filmanalyse](#)



### Oppgave 1

Sammenlign scenene fra *Et dukkehjem* (1973) og *Himmelblå* (2010) med hensyn til:

- måten replikkene framføres på
- location
- bildeutsnitt og bildevinkler
- kamerabevegelse
- klipperytme
- lydbildet
- andre filmatiske virkemidler

### Oppgave 2

Beskriv dramaturgien i Fjernsynsteaterets oppsetting av *Et dukkehjem* og såpeserien *Himmelblå*. Hvorfor er disse produksjonene bygd opp på ulik måte?

### Oppgave 3

Forklar årsakene til at de to produksjonene er så forskjellige.

# Kyllingstuntet som politisk satire

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Kyllingstuntet som politisk satire \(111755\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Politisk satire i Hallo i uken](#)

[Ti år siden  
kyllingstuntet](#)

[Narr i trøbbel](#)



Det har oppstått en feil i  
avspillingen. Prøv igjen senere

## Oppgave

Lytt til innslaget om kyllingstuntet til komikeren Bård Tufte Johansen på TV 2-nyhetene, og les artikkelen *Narr i trøbbel*.

1. Hvilke TV-konvensjoner bryter kyllingstuntet med?
2. Hva ønsket komikeren å oppnå med dette innslaget?
3. Hvorfor reagerte mediene med moralisk indignasjon?
4. Hvilke paralleller trekker Erling Sivertsen til komikerens rolle i middelalderen?
5. Hvilken rolle spiller satire i radio og fjernsyn i den politiske debatten i Norge i dag?

## Parodi og ironi i Melonas

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Parodi og ironi i Melonas \(111764\)](#)



Tid

30 min

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Slå opp i store norske leksikon](#)



Sydpolfareren Roald  
Amundsen



Det har oppstått en feil i  
avspillingen. Prøv igjen senere

## Oppgave

Se klippet fra humorserien *Melonas*.

1. Forklar begrepet *ironi*.
2. Forklar begrepet *parodi*.
3. Hva eller hvem parodierer de tre skuespillerne i *Melonas*?
4. Finn eksempel på ironi. Hvilken funksjon har ironien?
5. Er dette en situasjonskomedie eller en sketsjkomedie? Begrunn svaret.
6. Kan dette humorinnslaget tolkes som et innlegg i likestillingsdebatten i Norge? Hva er i tilfelle budskapet?
7. Tenk deg at de tre skuespillerne hadde vært menn utkledd som kvinner. Hadde du tolket innslaget på samme måte da?

# Persongalleriet i Borettslaget

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Persongalleriet i Borettslaget \(111766\)](#)



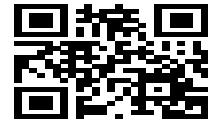
Tid

30 min

Vanskegrad

lett

Ressurser



Borettslaget Yngve /  
video

<http://ndla.no/nb/node/51822>



Borettslaget / video

<http://ndla.no/nb/node/14986>

## Oppgave

Komiserien *Borettslaget* er eksempel på en situasjonskomedie med et fast persongalleri. Studer klippene fra serien.

1. Hvilke egenskaper har karakteren Narvestad?
2. Hvilke egenskaper har karakteren Yngve Freiholt?
3. Hvorfor ler vi av Narvestad og Freiholt?
4. Karakterene i *Borettslaget* er "statiske stereotypier". Hva betyr det?
5. Borettslaget er eksempel på en "periodisert narrativ". Hva betyr det?

## Parodi på dogmefilm

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Parodi på dogmefilm \(111832\)](#)



Tid

30 minutter

Vanskegrad

middels

Ressurser



Scene fra Lars von Trier's  
dogmefilm *Idiotene*.

[Dogmefilm](#)

Begreper – se

[Store norske  
leksikon](#)



Det har oppstått en feil i  
avspillingen. Prøv igjen senere

## Oppgave

I videoklippet ovenfor opptrer Thomas Numme som dogmefilmprodusent.

1. Hva betyr ordet "karikatur"?
2. Hvilke personlige egenskaper har den personen Thomas Numme karikerer i denne sketsjen?
3. Hvilke virkemidler bruker Numme når han karikerer personen?
4. Hva er det som setter handlingen i gang, og hva er det som driver handlingen framover i denne sketsjen?
5. Hva ligger i begrepet "dogmefilm"?
6. Hvilke regler for filmproduksjon er det han harselerer med her?
7. I hvilken grad er filmspråket preget av den retningen innen filmproduksjon som han parodierer?

## Rolle i realityserier

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal

[Roller i realityserier \(105341\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

lett

Ressurser



Personene i reality-tv  
opptrer som seg selv, men  
har ofte spesielle  
karaktertrekk som gjør at  
serien utvikler seg i en  
bestemt retning.

[Forskning.no: Derfor  
ser vi reality-tv](#)



Paradise Hotel

Oppgave

Del klassen inn i grupper. Hver gruppe velger tre realityserier som alle har det felles at deltagerne blir stemt ut en etter en.

- Lag en kort beskrivelse av deltagerne i de tre seriene.
- Del deretter personene inn i ulike kategorier, ut fra personlighetstrekk og hvilken funksjon de har i serien.
- Er det bestemte rollemønstre som går igjen i flere serier? Hvis ja, hvorfor er det slik?
- Hva karakteriserer "vinnerne"?
- Hva karakteriserer "taperne"?

# Dramaturgi i realityserier

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal  
[Dramaturgi i realityserier \(105420\)](#)



Tid  
2 timer

Vanskegrad  
lett

Ressurser  
[Mediedramaturgi](#)

Egenvurdering



Bruk MIK-fagets dokumentasjonsverktøy til å vurdere hva dere lærte av denne oppgaven.



Gruppeoppgave

Del klassen inn i grupper på to elever. Hver gruppe velger en episode fra en realityserie og lager et notat der de beskriver måten episoden er bygd opp på (dramaturgien). Beskriv dramaturgien både med ord og i form av en grafisk framstilling (dramaturgimodell).

To og to grupper går deretter sammen og sammenligner dramaturgien i de to seriene gruppene har valgt. Finn likheter og forskjeller. Diskuter: Skjer ting "av seg selv" (deltakerstyrt), eller virker det som om hendingsforløpet er iscenesatt eller styrt av produsenten?

Legg resultatet av gruppearbeidet ut på klassens blogg eller i en mappe på skolens LMS.

# Grensesprenging eller freakshow?

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal

[Grensesprenging eller freakshow? \(105554\)](#)



Ingen grenser / video

<http://ndla.no/nb/node/103993>

## Oppdrag

Professor i rehabilitering, Per Solvang, mener Lars Monsens realityserie om funksjonshemmede i villmarken minner om et freakshow. Andre kritiserer serien fordi den kan gi et feilaktig bilde av funksjonshemmede, og bidra til at andre med funksjonshemmning utsettes for prestasjonsjag, eller får dårlig selvbilde fordi de ikke klarer å leve opp til slike rollemodeller.

Skriv en kronikk der du diskuterer disse påstandene og gir til kjenne din egen oppfatning av realitykonseptet *Ingen grenser*.



Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser



Deltagere i reality-serien  
*Ingen grenser*.

[Ingen grenser-prosjektet](#)

[Beskyldt for  
freakshow](#)

[Tullete å kalle det  
freakshow](#)

[Hvordan skrive en  
kronikk?](#)

## Sitater

– Det blir egentlig helt på grensen til en form for freakshow. Disse menneskene kjemper mot det å bli beglodd hver eneste dag, sier profess Per Solvang til P4.

– I denne serien fokuseres det på enkeltindividers kamp mot konstruerte begrensninger. Men funksjonshemmedes utfordringer er jo i stede knyttet til muligheten til å delta i samfunnet. Det handler om en politisk og økonomisk undertrykkelse av noe som nærmest er blitt en minoritetsgruppe, hevder professoren.



# Reality-TV og presseetikk

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal

[Reality-TV og presseetikk \(105606\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

lett

Ressurser

[– De ringte oss hvert femte minutt](#)

[Slanger i kontrakten for gjestene på Paradise Hotel](#)

[Intervju med Paradise-Maren](#)

[Vær Varsom-plakaten](#)

*§ 3.9. ... Vis særlig hensyn overfor personer som ikke kan ventes å være klar over virkningen av sine uttalelser ...*



Deltakere i Paradise Hotel 2009

### Oppgave 1

- Les de to artiklene om reglene i realityserien *Paradise Hotel*. Hvilke regler måtte deltakerne følge?
- Er det riktig å ha slike regler?
- Hvorfor har produsenten laget slike regler?

### Oppgave 2

- Les intervjuet med "Paradise-Maren". Er det greit å vise alt deltakere i realityserier gjør på TV? Hvorfor? Hvorfor ikke?
- Beskriv realityscener som du mener ikke burde vises på TV.

### Oppgave 3

Vær varsom-plakaten presiserer at journalister har plikt til å beskytte intervjuobjekter mot seg selv når de skjønner at intervjuobjektene ikke forstår rekkevidden av det de sier eller gjør. Bør dette også gjelde for deltakere i realityserier?

# Diskuter realityserier på Facebook

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal

[Diskuter realityserier på Facebook \(105644\)](#)



Tid  
2–3 timer

Vanskegrad  
middels

Ressurser  
[NRKs store](#)  
[nakenbløff](#)

[Realitykonseptet](#)  
[Tribal Wives](#)

Debatt på Facebook



[Åpne samtaler](#)

[Hvordan bruker man](#)  
[åpne samtaler?](#)



Den store reisen / video  
<http://ndla.no/nb/node/70627>

**Tre norske familier sendes til fjerne himmelstrøk for å leve sammen med "innfødte" under primitive forhold. I ettertid har det vist seg at de innfødte og landsbyen deres ikke er så ekte likevel!**

### Oppdrag

Del klassen inn i grupper. Hver gruppe oppretter en diskusjonsgruppe på Facebook. Inviter aktuelle Facebook-venner til å delta i en diskusjon om iscenesettelse i realityserier. Ta utgangspunkt i kritikken av NRKs realityserie *Den store reisen* i 2008.

Gruppene setter seg inn i problemstillingen og diskuterer ulike sider ved iscenesettelse i reality-TV. Trekk gjerne fram eksempler fra andre realityserier for å underbygge standpunktene.

Vis nettvert i måten dere diskuterer på!

### Etterarbeid

Sett av en time når det har gått et par uker til å studere hva andre har skrevet i diskusjonsgruppene på Facebook.

- Hvilke synspunkter er kommet fram?
- Hvilken gruppe har fått flest eksterne debattinnlegg?
- Hva er årsaken til at mange har deltatt aktivt i nettopp denne diskusjonsgruppa?

# Film og filmanalyse

## Fakta, fiksjon og faksjon

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Fakta, fiksjon eller faksjon \(80879\)](#)



### Huskelappen

**Filmer som bygger  
på fiksjon, kalles  
spillefilm eller  
fiksjonsfilm.**

**En dokumentarfilm  
formidler fakta.**

**Et dokudrama er en  
fiksjon – en  
mellomform mellom  
fiksjon og fakta.**

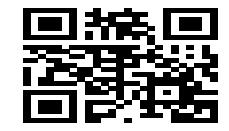
### Ressurser



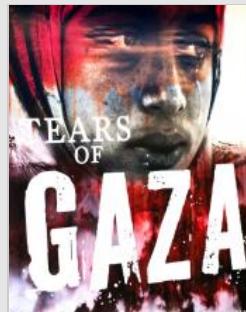
Se Dagsrevyens  
reportasje:

[Uskyldige dør i  
Midtosten](#)

Brennpunktredaksjonen prisbelønte dokumentar om Gazablokaden legger vekt på å framstå som mest mulig objektiv og sannferdig. Journalist Tarjei Leer-Salvesen forteller om arbeidet med



Om research i Brennpunkt 1 / video  
<http://ndla.no/nb/node/96334>



Vibeke Løkkeberg har brukt et helt annet filmspråk i filmen *Gazas tårer*. Hun kaller selv filmen en dokumentarfilm. Men enkelte kritikerne mener perspektivet er så ensidig at filmen må karakteriseres som ren propaganda.

[Gazas tårer - Offisiell trailer](#)



Den norske filmregissøren Vibeke Løkkeberg har laget både spillefilmer og dokumentarfilmer.

### Fakta og fiksjon

Også innen film er det vanlig å skille mellom fiksjon og fakta. Fiksionsfilm kalles også *spillefilm*, mens film som handler om faktiske hendelser og personer, kalles *dokumentarfilm*.

Begrepet "dokumentar" (på engelsk "documentary") kan føres tilbake til det latinske "docere", som betyr å undervise eller belære. På engelsk er det også vanlig å snakke om "non-fiction film".

I en spillefilm er det som skjer, en konstruert hendelse. Skillet mellom dokumentarfilm og spillefilm er imidlertid ikke så lett å trekke, fordi sjangrene låner virkemidler fra hverandre. Hva som faktisk er fakta er nemlig vanskelig å bli enig om, og det er mange spillefilmer som er basert på faktiske opplysninger. Den norske storfilmen *Ni liv* er et godt eksempel på det.

Vi har også mellomformer der fakta og fiksjon blandes sammen til det som kalles *faksjon*. Et eksempel på faksjon er *dokudrama*.

### Sannferdighet og objektivitet

Det er vanlig å omtale dokumentarfilm som noe som gjenspeiler virkeligheten, som noe objektivt og sannferdig. Målet er da å holde filmen fri for framstillinger basert på ideologi, moral, personlig smak eller politiske synspunkter.

Problemet er bare at det blir umulig å lage film uten å ta utgangspunkt i en forståelse av en situasjon. Dersom vi skal kreve streng objektivitet, er film gjengitt av et overvåkningskamera et eksempel. Men ingen vil kalle en videostrøm fra et overvåkningskamera for dokumentarfilm.

Den palestinske spillefilmen *Paradise Now* er basert på en fiktiv historie om to selvmordsbomber på Vestbredden. Er denne filmen mindre sann enn reportasjen i Dagsrevyen eller filmen *Gazas tårer*?



## Fakta, fiksjon eller faksjon / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/80879>



# Dokumentarfilm

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Dokumentarfilm \(80873\)](#)

## Hva er en dokumentar?

Før 1910 viste nesten alle filmene noe som faktisk hadde skjedd. Filmkamera var på plass der viktige hendelser fant sted, som da kong Haakon for første gang satte foten på norsk jord i 1905, og da Bjørnstjerne Bjørnson talte til folket fra trappa på Aulestad.

Film som handler om faktiske hendelser og personer, kalles *dokumentarfilm*. Begrepet "dokumentar" (på engelsk "documentary") kan føres tilbake til det latinske "docere" som betyr å undervise eller belære. På engelsk er det også vanlig å snakke om "non-fiction film".

I en dokumentarfilm er det samsvar mellom filmens framstilling og de faktiske aktuelle eller historiske forholdene. Filmen framstår som en sammenhengende retorisk helhet – den forteller om noe fra et ståsted.

## En aktiv fortolkning av virkeligheten

Den britiske filmskaperen John Grierson regnes for å være den som først tok i bruk begrepet dokumentarfilm. Han definerte dokumentarfilm som "the creative treatment of actuality". Ifølge Grierson er en dokumentarfilm en dramatisering av virkeligheten, der filmskaperen tar et standpunkt i forhold til de problemstillingene som filmen handler om. Grierson mente altså at det ikke er nok å gjengi hendelser. Filmskaperen må aktivt fortolke det som hender.

Grierson trekker fram Sergej Eisensteins *Panserkrysseren Potemkin* (1925) som et eksempel på dokumentarfilm. Filmen er en iscenesetting av et opprør på et russisk marinefartøy i 1905. I dag ser nok de fleste på "Panserkrysseren Potemkin" som en spillefilm.

Grierson mente at man får det beste resultatet dersom de som har deltatt i en hendelse, spiller seg selv dersom hendelsen iscenesettes. Verdens første helatlens dokumentarfilm, *Nanook of the North*, er et eksempel på det.

## Fortellermåter i dokumentarfilmer

- Foredragsaktig – for eksempel med bruk av voice-over
- Observerende – "fluen på veggen"
- Deltagende – filmskaperne deltar i de hendelsene som filmes
- Refleksiv – filmen problematiserer sitt eget tema og det å lage film om det (filmen ser på seg selv)
- Framførende – filmskaperne setter selv i gang de hendelsene som filmes
- Poetisk – det rent formmessige får størst vekt

## Kjennetegn på en dokumentarfilm

- Filmskaperen forsøker å formidle et budskap om noe som skjer, har skjedd, eller kan komme til å skje i den verden som omgir oss.
- Det skapes en forventning hos tilskueren om at det som forteller er sannferdig.
- Opptakene er gjort på location, i mindre grad i studio.
- Skuespillere brukes i liten grad.
- Framstillingen er troverdig.
- Temaet er samfunnsmessig, historisk, eller presenterer personer (biografisk). Funksjonen er å informere, diskutere, engasjere, sette på dagsorden (det vil si mer enn bare å underholde).
- Filmen blir omtalt som en dokumentar og blir vist i sammenhenger der man forventer å se dokumentarer.
- Stiltrekk som reportasje, bruk av intervjuer, håndholdt kamera og manglende kontinuitetsklipping er vanlige.
- Filmens fortellerstemme er argumenterende, observerende eller undersøkende.



## Huskelappen

**De første filmene som ble vist offentlig, handlet om faktiske hendelser.**

**En dokumentarfilm er en dramatisert framstilling av aktuelle eller historiske forhold.**

**Den norske filmen Kon Tiki fikk Oscar som beste dokumentarfilm i 1951.**

## Ressurser

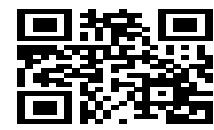


Se den berømte trappescenen fra filmen

[Panserkrysseren Potemkin](#)

Se klipp fra filmen *Nanook of the North*

- Det er samsvar mellom filmens framstilling og de faktiske aktuelle eller historiske forhold.
- Filmen framstår som en sammenhengende retorisk helhet – den forteller om noe fra et ståsted.
- Vesentlighet: Filmen kan på en eller annen måte forstås som et bidrag til en bedre verden.



## Dokumentarfilm / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/80873>

Kon Tiki



Balsafåten Kon-Tiki

Den mest kjente norske dokumentarfilmen er trolig *Kon Tiki* fra 1951.

Oppdageren Thor Heyerdahl både regisserte og spilte i filmen.

Dette er en film der det som vises, ble filmet samtidig som hendelsene faktisk skjedde.

Filmen vant en Oscar for beste dokumentar, selv om mange har påpekt at det filmatiske håndverket er relativt amatørmessig.

Se klipp fra filmen



**Dokumentarfil  
m / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/80873>

# Kompilasjonsfilm

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen

[Kompilasjonsfilm \(99067\)](#)



## Huskelappen

**En kompilasjonsfilm  
er en film som er  
satt sammen av  
allerede  
eksisterende  
filmklipp.**

## Ressurser



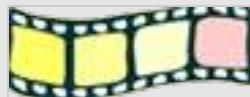
Romanovdynastiet, den siste keiserfamilien i Russland, fotografert i 1913. Familien ble utryddet under den russiske revolusjonen i 1917.

## Scene fra filmen

[Romanovdynastiets fall](#)

[Gazas tårer – Offisiell trailer](#)

## Verktøy



På nettstedet  
[cc.aljazeera.net](http://cc.aljazeera.net)  
(Al Jazeera Creative Commons Repository)  
finner du videoklipp som kan brukes til å lage din egen kompisjonsfilm.

[Rediger video i You Tube](#)

NB! Dersom du høyreklikker på lenken, kan du velge å åpne tjenesten i et nytt vindu.



## Hva er en kompisjonsfilm?

Å kompile betyr å samle stoff og sette dette sammen til et produkt. En kompisjonsfilm er dermed laget med utgangspunkt i et materiale som allerede er filmet. Filmskaperen setter deretter dette sammen til en helhet. De første kompisjonsfilmene ble til i Russland på 1920-tallet, i tiden like etter revolusjonen.

En av de mest kjente filmene ble laget av Esfir Shub, som kryssklippet filmer av den russiske tsarfamilien med bilder av fattige mennesker. Filmen *Romanovdynastiets fall* er en kompisjonsfilm som ble brukt for å forklare hvorfor revolusjonen var nødvendig. Filmen ble laget i 1927, og siden dette var før lydfilmens tid, brukte man tekstplakater mellom filmklippene.

I dag har mange dokumentarfilmer og nyhetsinnslag på TV innslag av kompisjonsfilm. Eksempler er Brennpunkts dokumentar om Gaza-blokaden og Vibeke Løkkebergs film *Gazas tårer*. *Gazas tårer* er laget med filmmaterialer som viser krigshandlingene, men uten at Løkkeberg var til stede. Videoopptakene fra mange ulike kilder ble i ettertid satt sammen for å fortelle den historien som Løkkeberg ønsker å formidle.

## Lag din egen kompisjonsfilm

Med digital videoteknologi og distribusjon på nettet har det blitt mye enklere å kopiere video, noe som har gjort det lettere å lage kompisjonsfilm.

I utgangspunktet kan du ikke bruke filmer som du finner på nettet til å lage dine egne filmer. Det finnes imidlertid stadig flere som legger ut videoklipp som kan benyttes fritt. Et eksempel er den arabiske fjernsynskanalen Al Jazeera.

Den kanskje enkleste måten å lage en kompilasjonsfilm på, er å benytte YouTubes redigeringsverktøy. Med dette kan du sette sammen og klippe videoer, forutsatt at du allerede har lastet dem opp på YouTube. Verktøyet er enkelt, du kan endre rekkefølge, sette inn- og utpunkt og legge på musikk. Husk på at du ikke kan laste opp videoklipp der rettighetene ikke er avklart

## Deltager eller tilskuer?

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Filmskaperen som deltager eller tilskuer \(98479\)](#)



### Huskelappen

I en observerende dokumentarfilm er filmskaperen usynlig.

I en deltagende dokumentarfilm deltar filmskaperen aktivt i handlingen.

En refleksiv dokumentar

gjør seerne oppmerksom på hvilket ståsted filmskaperen har.

### Ressurser



**Filmskaperen som deltager eller tilskuer / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/98479>

Robert Drew om den nye dokumentarstilen på 1960-tallet. Små 16 mm-kamera med mulighet for å ta opp synkron lyd gjorde det lettere for filmskaperne å komme tett på de situasjonene og de personene som skulle dokumenteres.

Filmen [The Thin Blue Line](#) er et eksempel på en refleksiv dokumentarfilm.



Filmskaperen Espen Benestad deltar selv i konfrontasjonene i filmen Alt om min far.



#### [The Red Chapel](#)

I denne filmen utga et dansk filmteam seg for å være en teatergruppe på turné i Nord-Korea. Slik fikk de innblikk i hverdagslivet i dette lukkede samfunnet.

Lag oppgaver



MyTask / video  
<http://ndla.no/nb/node/99488>

Utfordre vennene dine til å ta tester du selv.  
Åpne [mytask.no](#).



Michael Moore om finansmakta / video  
<http://ndla.no/nb/node/98489>

Dokumentarfilmene til den amerikanske filmskaperen Michael Moore er subjektive innspill i samfunnsdebatten. I filmen *Capitalism: A Love Story* (2009) retter Moore et kraftig spark mot kapitalismen.

### Observerende dokumentarer

Forholdet til virkeligheten er noe som alltid har interessert de som er opptatt av dokumentarfilm. Spørsmålet er hva som er en sannferdig gjengivelse, og hvordan en best oppnår dette på film.

På 1960-tallet var idealet den *observerende dokumentarfilmen*. Filmskaperen skulle være mest mulig usynlig og la hendelsene skje foran kamera, uten å påvirke dem. Et slikt ideal gjør det vanskelig å planlegge opptakene. Klippeprosessen krever dessuten at filmskaperen aktivt velger ut hva som skal være med i filmen. Dermed blir det nærmest umulig å unngå at filmskaperens overbevisninger og holdninger påvirker sluttresultatet.

Det hele begynte i 1960 med Robert Drews dokumentar *Primary*. Filmteamet fulgte John F. Kennedy og den republikanske motkandidaten Hubert Humphrey under valgkampen til det amerikanske primærvalget. Filmen regnes som en milepæl, som skapte en dokumentaristisk stil som ønsket å komme tettere inn på virkeligheten. Filmen skulle presentere det som skjedde i en mest mulig nøktern form, ifølge Robert Drew "uten å fortelle folk hva de skulle tro".

Idealet om kameraet som observerer det som skjer, henger sammen med et ønske om en mest mulig objektiv framstilling. I dag er de fleste enige om at en rent observerende film ikke er praktisk mulig. I stedet forsøker de som ønsker en objektiv framstilling, å gi et balansert bilde av en sak, det vil si at alle parter kommer til orde med sine meninger.

### Deltagende dokumentarer

Som en kontrast oppsto idealet om *den deltagende dokumentaren*, der filmskaperen selv var aktivt deltagende i de hendelsene som filmen handlet om. Innenfor denne tradisjonen oppsto den såkalt *refleksive dokumentarfilmen*. I disse filmene gjør filmskaperen seeren oppmerksom på at det er noen som forteller en historie fra et bestemt perspektiv. Den refleksive dokumentaren forsøker enten å få publikum til å revurdere sine fordommer, eller den har som mål få publikum til å forholde seg kritisk til dokumentaren som form.

Et av de mest brukte eksemplene på refleksiv dokumentarfilm er Errol Morris' *The Thin Blue Line*. I denne filmen presenteres ulike synspunkt gjennom helt forskjellige beretninger om hva som skjedde i forbindelse med et drap. Filmen forsøker å fortelle tilskueren noe om hva som muligens hendte.

Gjennom filmen ønsker Morris å tvinge tilskueren til selv å vurdere de ulike sidene av saken. Dette bryter med de aller fleste dokumentarfilmer, særlig slik vi kjenner dem fra fjernsyn. I de fleste dokumentarfilmer velger filmskaperen å presentere et nøyne utvalg av "bevis", som ledd i en argumentasjon fram mot en bestemt konklusjon.

Virkemidler i refleksiv film:

- Tilskueren blir på forhånd fortalt at dette er en film som fortelles subjektivt (for eksempel Peter Watkins *iReisen*)
- Filmskaperne er synlige enten foran kamera, via gjenkjennbar voice-over eller begge deler. (for eksempel filmene *Alt om min far, Roger & Me*)
- Det er tydelig bruk av skuespillere og/eller regisserte scener
- Man fører tilskueren bak lyset, for så å fortelle at de har blitt løyet for
- Vi får ta del i skapelsesprosessen av filmen (*Man with a movie camera, Alt om min far*)
- Man kobler elementer som konnoterer vidt forskjellige ting opp mot hverandre (Michael Moore)

# Dokudrama

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Dokudrama \(98468\)](#)



Huskelappen

**Dokudrama er en kortversjon av begrepet dramadokumentar.**

**Et dokudrama er en fiktiv historie basert på virkelige hendelser.**

Ressurser

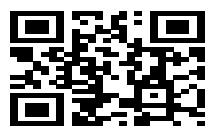
[Der Untergang \(2004\)](#)  
[Official Trailer](#)

Dokudrama i filmhistorien:

Robert Flaherty om eskimoenes liv i [Nanook Of The North \(1926\)](#)

Basil Wright og Harry Watts bruk av et konstruert posttog i [Night Mail \(1936\)](#)

Orson Welles' hørespill *The War of the Worlds* er et eksempel på effekten av en fiktiv fortelling som framstår som en øyenvitneskildring.



Kurer om den gode  
historien / audio  
[http://ndla.no/nb/node/79  
588](http://ndla.no/nb/node/79588)

Se klipp fra Arne  
Skouens film Ni liv  
(1957):



### Dokudrama / fagstoff

[http://ndla.no/nb/node/98  
468](http://ndla.no/nb/node/98468)

[Life after people](#)



Bruno Ganz som Hitler i filmen *Der Untergang* (2004)

#### Hva er et dokudrama?

Begrepet *dokudrama* er en kortform for *dramadokumentar*. I et dokudrama bruker filmskaperen en dokumentarisk stil for å formidle et fiktivt innhold. Hendelsene gjenskapes i en dramatisert form ved å bruke en fortellende stil i stedet for en beskrivende stil.

Tydeligst ser vi dette når en skuespiller brukes for å framstille en historisk person, for eksempel Bruno Ganz som spilte Adolf Hitler i filmen *Der Untergang*. Ofte blandes flere sjangere i en og samme film. Noen deler av en film er da rent dokumentariske, mens andre er iscenesatt, eller illustrert ved hjelp av figurer og animasjoner.

## Fakta eller fantasi?

Dramadokumentaren har alltid vært en mye brukt sjanger, både på film og fjernsyn. Til en viss grad bidrar dokudramaet til å viske ut grensene mellom fakta og fiksjon. En kritikk mot dokudrama er derfor at de faktiske forhold ofres til fordel for dramatiske virkemidler.

De som forsvarer dokudramaet, mener gjerne at en dramatisering ikke utelukker en sannferdig dokumentasjon. En vanlig dokumentarfilm er også kun en måte å framstille virkeligheten på. Film kan aldri være fullstendig objektiv. Den vil alltid være påvirket av filmskaperens meninger og preferanser.

## Fiksjon i dokumentarform

Skuespilleren og filmskaperen Orson Welles skapte i sin tid panikk da han i 1938 framførte H.G. Wells' roman *War of the Worlds* som hørespill på radio. Welles benyttet en fortellerform som fikk amerikanere til å tro at marsmenn hadde invadert New Jersey.

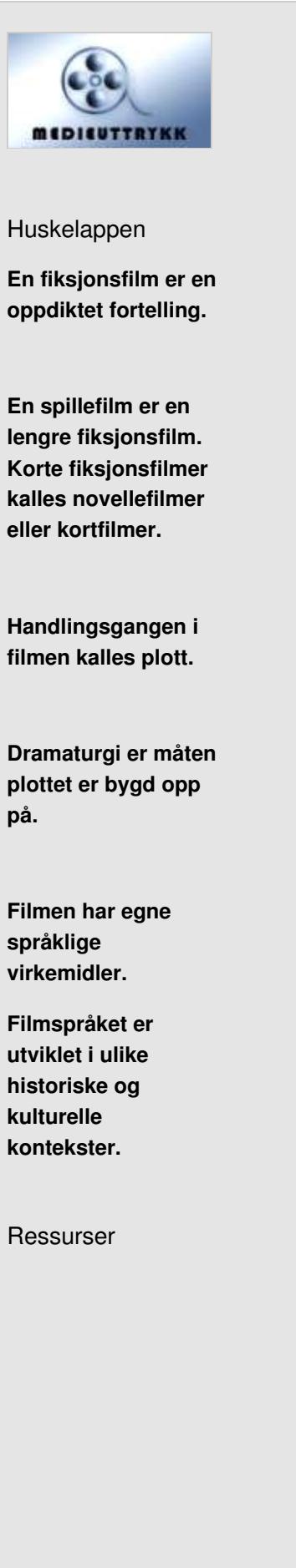
Et kjent norsk eksempel er *Ni liv*, den norske filmatiseringen av Jan Baalsruds opplevelser under krigen, der Jack Fjeldstad spiller Baalsrud. Denne filmen ble nominert til Oscar i klassen for beste utenlandske film i 1957. Den regnes ikke som en dokumentarfilm, men er en iscenesettelse av hendelser som har funnet sted.

I dag gjør ulike former for datagenerert animasjon det mulig å skape audiovisuelle representasjoner av fiktive hendelser, både i fortid og framtid. TV-serien *Life After People* er ikke dokumentaristisk i tradisjonell forstand, siden den forteller om noe som kan komme til å hende. Men serien bruker mange av dokumentarfilmens virkemidler. Slike fortellinger om framtiden har en klar parallel til en annen sjanger, nemlig science fiction.

# Fiksjonsfilm

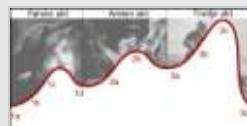
Forfatter: Marion Federl, Ragna Marie Tørdal, Jon Hoem

[Fiksjonsfilm \(97735\)](#)





Den norske kortfilmen  
Tuba Atlantic ble nominert  
til Oscar i 2012



Hollywood-modellen

[Hva er Hollywood-modellen?](#)



Den norske spillefilmen  
Veiviseren er bygd opp som  
et klassisk Hollywood-drama.



Filmen Lovers on a Beach  
er en typisk Bollywood-film.



Bollywoodstjernene Rishi  
Kapoor, Shazahn  
Padamsee, Asin  
Thottumkal

Hollywood/Bollywood Film Quiz /  
h5p\_content  
<http://ndla.no/nb/node/18604>



Den kanadiske filmskaperen James Cameron med den japanske filmplakaten til fiksionsfilmen *Titanic*

### En oppdiktet historie

En *fiksionsfilm* er basert på en oppdiktet historie. Filmen kan likevel ta utgangspunkt i en faktisk hendelse. Et eksempel er filmen *Titanic*. Det er et faktum at skipet *Titanic* gikk ned, men kjærighetshistorien i filmen er oppdiktet.

Begrepet *spillefilm* brukes om lengre fiksionsfilmer som bygger på et filmmanus med detaljerte sceneanvisninger. På fagspråket kalles det en *dreiebok*. Skuespillerne framfører replikkene i manus, samtidig som de følger instruksjonene til regissøren.

Kortere fiksionsfilmer blir kalt for *novellefilmer* eller *kortfilmer*.

### Plott og dramaturgi

Det vi får se i filmen, er ikke hele historien, men utvalgte personer, scener og hendelser. De utvalgte hendelsene blir satt sammen slik at vi ser en logisk sammenheng. Dette kaller vi *plott* eller *handlingsgang*. Plottet kan bygges på ulikt vis, det fins flere modeller eller mønstre.

Måten plottet er bygd opppå, kaller vi også for *dramaturgi*. Ordet dramaturgi stammer fra det greske ordet *dramatúrgēin*, som betyr å komponere et drama. Opprinnelig var dramaet en tekst som ble framført i et teater. I dag bruker vi ordet dramaturgi generelt om det å bygge opp en spenningskurve i alle slags tekster, i film og fjernsyn, til og med i musikken.

Fiksionsfilmen har sitt eget språk

Et dikt, en novelle eller en roman består av ord og setninger som er satt sammen på en bestemt måte. Filmen har sitt eget språk. I kinosalen er oppmerksomheten vår først og fremst rettet mot personene på filmsterret og det miljøet historien utspilles i. God skuespillerkunst og riktig valg av location og lyssetting er avgjørende for at vi skal bli fanget inn av filmens fiktive virkelighet.

Men det som skjer bak kamera, er like viktig som det som foregår foran kameralinsene. Opplevelsene våre styres gjennom valg av bildeutsnitt og kamerabevegelser. Vi beveges av nærbilder av et tårevått ansikt og suges inn i spennende actionscener der kamera beveger seg i høyt tempo.

Det aller viktigste arbeidet skjer likevel til slutt når alle filmklipp settes sammen til en helhet. Klippingen styrer vår opplevelse av sammenhengen mellom de ulike bildesekvensene i filmen. En rask klippertyme får hjertet til å banke ekstra fort. Hva er det vi er på vei mot bak neste sving? I moderne fiksionsfilmer spiller lydbildet en viktig rolle. I tillegg til dialog og miljølyd, er effektlyd og musikk en viktig del av det moderne filmspråket.

### Fra Hollywood til Bollywood

Filmspråket har utviklet seg forskjellig i ulike deler av verden. Fransk *Film noir* og danske *dogmefilmer* er velkjente filmspråk. I dag finner vi de største produksjonsmiljøene i Hollywood (USA) og i Mumbai (India).

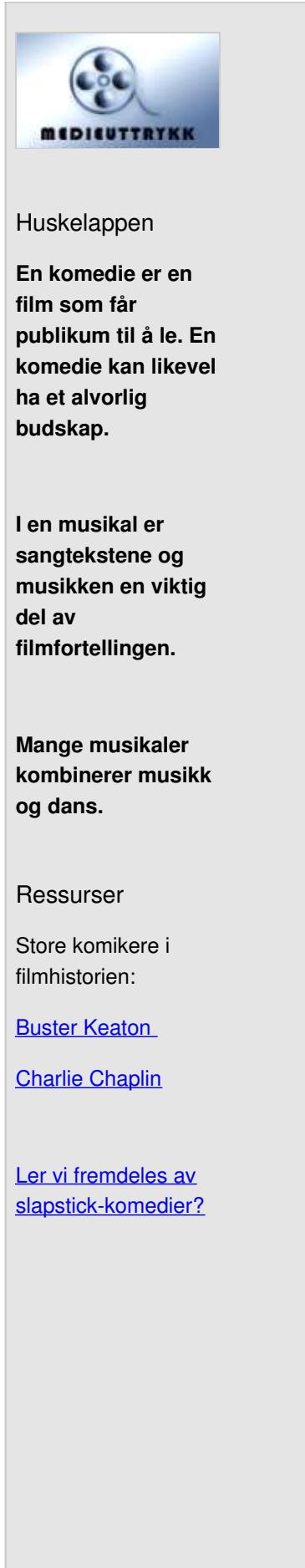
Hollywood-tradisjonen dominerer på norske kinoer og på fjernsyn. Disse filmene har gitt navn til en egen fortellemåte, som vi kan kalle *Hollywood-modellen*. Den amerikanske filmregissøren David Wark Griffith (1875–1948) regnes som Hollywood-dramaturgiens opphavsmann. Men Hollywood-modellen har historiske røtter langt tilbake i tid. Den likner blant annet sterkt på modellen for tragedien som Aristoteles beskrev i sin *Poetikk* (håndbok i diktekunst) for over 2000 år siden.

Betegnelsen *Bollywood* brukes om filmer som er produsert i Mumbai i India. Byen het tidligere Bombay, og derfor er H-en i Hollywood gjort om til en B. I dag lages det dobbelt så mange spillefilmer i Mumbai som det lages i Hollywood. De fleste Bollywood-filmene handler om kjærlighet. Ofte er det en rival, eller forholdet til parets foreldre, som truer forholdet mellom de to som elsker hverandre. Musikk og dansescener er viktige virkemidler.

## Komedier og musikaler

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Komedier og musikaler \(98976\)](#)



### Huskelappen

**En komedie er en film som får publikum til å le. En komedie kan likevel ha et alvorlig budskap.**

**I en musikal er sangtekstene og musikken en viktig del av filmfortellingen.**

**Mange musikaler kombinerer musikk og dans.**

### Ressurser

Store komikere i filmhistorien:

[Buster Keaton](#)

[Charlie Chaplin](#)

[Ler vi fremdeles av slapstick-komedier?](#)



Fred Astaire and Ginger  
Rogers i Swing Time  
(1936)

[Scene fra Swing  
Time](#)



Julie Andrews i  
musikkfilmen The Sound of  
Music (1965)



Rockebandet Pink Floyd i  
1967

[Pink Floyd – The  
Wall](#)

Den mest klassiske  
scenen finner du etter  
ca. 23 min.



## Komedier og musikaler / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/98976>

Charlie Chaplins film *Diktatoren* (1940) er et klassisk eksempel på en satirisk komedie med et klart politisk budskap. I denne scenen leker Hitler med jordkloden.

### Komedien – en eldgammel sjanger

Dramasjangrene *tragedie* og *komedie* har røtter helt tilbake til dyrkingen av fruktbarhetsguden Dionysos i Athen på 500-tallet f.Kr. Det greske ordet *komodia* er avledet av ordet *komodos* som var betegnelsen på sangere som deltok i de lystige opptogene. De var utkledd i groteske kostymer og framførte grove vitser og spotteviser. (Kilde: Store norske leksikon)

Komediesjangeren ble utviklet videre av kjente dramatikere som franske Molière og norske Ludvig Holberg på 1700-tallet. I moderne tid blir begrepet *komedie* brukt om teaterstykker og filmer som hovedsaklig er morsomme og latterverkende. Noen av de aller første stumfilmene som ble laget, var komedier.

I motsetning til en farse eller en revy, har komedien alltid en tydelig handlingstråd. Handlingen i en komedie består gjerne av en serie forviklinger, som knytter hovedkarakterene sammen. Karakterene framstilles ofte som karikerte typer med spesielle og utrorte egenskaper. Ellers kjennetegnes komedien av morsomme dialoger, parodier på dagligdagse hendelser og mer eller mindre sprø gags.

Mange komiske filmer har ingen annen hensikt enn å underholde. Andre er satiriske kommentarer til politiske eller sosiale forhold i samtiden.

### Musikalen

Musikal er en filmsjanger som bruker sangnumre til å drive handlingen framover og til å understreke følelsesmessige høydepunkter i fortellingen. Skuespillerne framfører sangene som dialoger seg imellom, eller de kan henvende seg direkte til publikum.

Sangene er en del av selve handlingen og kan ikke uten videre byttes ut med et annet musikkstykke. En del filmer bruker kjente melodier og sangtekster som er skrevet i helt andre sammenhenger, men likevel framstår som en integrert del av filmfortellingen. Sang og musikk ledsages ofte av ulike former for dans.

Et norsk eksempel er filmen *Bør Børson jr.* (1972) med Rolf Wesenlund i hovedrollen. Men filmen *Moulin Rouge*, regissert av Baz Luhrmann i 2001, er en langt mer moderne musical, både når det gjelder musikk og dans. Filmen foregår så å si utelukkende om natten og løner en rekke sjangeretrekk fra film noir.

Andre eksempler på musikk- og dansefilmer:

- *The Jazz Singer* (1927)
- Fred Astaires og Ginger Rogers' dansefilmer i 1930-årene
- *Singin' in the Rain* (1952)
- *The Sound of Music* (1965)
- *Pink Floyd The Wall* (1982)
- *Evita* (1996)
- Bollywoodfilmen *Bombay Dreams* (2002)

# Sleipe skurker og hete elskere

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Sleipe skurker og hete elskere \(98734\)](#)



## Huskelappen

**Actionfilmer er preget av spenning, voldsscener og en rask klipperytime.**

**Et melodrama er en film som er preget av sterke følelser.**

## Ressurser

[The Birth of a Nation \(1915\)](#)



Scene fra The Matrix (1999)

Actionfilmens signatur er vold og ødeleggelse. I den første Matrix-filmen tas dette ut i det parodiske, samtidig som det hele får karakter av å være en musikkvideo.

[The Matrix Lobby Scene](#)

[Produktpllassering i James Bond-film](#)



Kjærlighet - en  
elevproduksjon /  
video  
<http://ndla.no/nb/node/16460>

Test deg selv



Klikk på bildet for å lage  
egne tester i My Task. Du  
kan utfordre andre i  
klassen til å svare på  
spørsmålene dine.



Actionhelten James Bond håndterer både slemme skurker og hete kvinner.

Actionfilm

*Actionfilm* er en filmsjanger som har fått navn fra det engelske ordet for handling, *action*. Handlingen i en actionfilm er gjerne preget av voldsomme hendelser, som blir drevet fram av hovedkarakterens (*protagonistens*) kamp mot tiden og motstanderne sine (*antagonistene*). Spektakulære slagsmål, biljakter, skytescener og eksplosjoner er faste ingredienser i slike filmer.

Actionfilmer er en gammel oppfinnelse, og vi finner slike virkemidler allerede i klassiske filmer som D. W. Griffiths *The Birth of a Nation*. I nyere tid har blant annet filmene om James Bond vært drivende for denne sjangeren. Helten i Bond-filmene er en britisk etterretningsagent. Fram til begynnelsen av 1990-tallet handlet filmene mye om konflikter knyttet til den kalde krigen mellom øst og vest. Bond-filmene var kostbare produksjoner. Da Bond på et tidspunkt sluttet å kjøre Aston Martin og byttet til BMW, var grunnen rett og slett at BMW var villig til å betale så mye for denne produktpllasseringen at filmselskapet ikke kunne si nei!

### Kjærlighet og erotikk

De aller fleste fiksionsfilmer inneholder en eller annen kjærlighetshistorie. Men i en del filmer er hovedkonflikten basert på de elskedes kamp for å få hverandre til slutt. Filmer om sterke følelser, undertrykt lidenskap og knuste hjerter tilhører sjangeren *melodrama*. Filmen *Titanic* er et klassisk melodrama, der forholdet mellom de to elskende overskygger historien om selve skipsforliset.

I *erotiske filmer* vises seksualitet som en vesentlig del av handlingen, men uten å vise så mye at det blir regnet som pornografi.

Et eksempel er filmen *Sansenes rike*, regissert av den japanske filmkunstneren Nagisa Oshima. Filmen forteller om et erotisk forhold mellom en geisha og mannen til eieren av det bordellet der geishoen arbeider. Handlingen viser seksuelle aktiviteter med hovedvekt på samleier. Samtidig er filmen også et psykologisk drama, der hovedpersonene tøyer grensene for hverandres seksualitet og følelsesliv på stadig mer utagerende måter.

# Skrekkfilm

Forfatter: Hans Petter Ellingsen, Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Skrekkfilm \(115988\)](#)



## Skrekkfilm / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/115988>

### En populær sjanger

Skrekkfilmen er kanskje den mest paradoksale av alle sjangerfilmer. Den prøver med hensikt å skape ubehag og illustrerer grusomheter foran øynene våre, den vil rett og slett "skremme livet av oss"! Likevel er det en av de mest populære sjangrene, en sjanger som nok aldri blir borte. Vi oppsøker altså ubehaget og frykten aktivt når vi velger å se skrekkfilm.

Handlingen dreier seg gjerne om en ond antagonist som en eller flere hovedkarakterer (protagonister) må bekjempe. Antagonistene er ofte overnaturlige vesener, som vampyrer, gjenferd og utenomjordiske skapninger.

### Angsten for det anormale

Monsteret, eller "det som truer", i skrekkfilmen, er det unaturlige eller anormale, det som ikke passer inn i det samfunnet vi lever i. Dette blir nokså tydelig i en film som *Carrie* (1976) av regissør Brian De Palma. Filmen er basert på en roman av Stephen King.

Den unge Carrie er en tilsynelatende normal tenårings jente. Men hun har overnaturlige evner, noe som gjør henne ulik andre mennesker. Det får fatale konsekvenser for både Carrie og andre rundt henne når hun blir utsatt for mobbing og misbruk. Resultatet av at samfunnet frastøter den anormale, er at den anormale angriper samfunnet. King og De Palma har med andre ord snudd opp ned på det klassiske motivet der det er monsteret som truer det normale.

Den første skrekkfilmen

### Huskelappen

**Skrekkfilmen har til hensikt å skremme oss.**

**Monsteret er det unormale som samfunnet tar avstand fra.**

**Skrekkfilmer forteller mye om de traumene og fiendebildene som finnes i et samfunn.**

### Ressurser



Boris Karloff i den klassiske skrekkfilmen Frankenstein.

[Frankenstein \(1910\)](#)

[Frankenstein Trailer 1931](#)

[Frankenstein \(1973\)](#)

Den første Frankenstein-filmen fra 1910 regnes som den første skrekkfilmen. Den mest berømte er likevel Frankenstein-versjonen til James Whale fra 1931. Her spiller Boris Karloff monsteret, en ensom og misforstått figur som til slutt blir rasende på de menneskene som ser han kun som et monster. Det virkelige monsteret i filmen er oppfinneren, Dr. Frankenstein, som prøver å leke gud.

### Avslører fiendebilder og traumer

Som andre medietekster er skrekkfilmen et produkt av sin egen tid. Underteksten forteller mye om samfunnets fiendebilder og traumer. Japan hadde opplevd to atombomber under andre verdenskrig, og ettervirkningene og traumene knyttet til dette er tydelig i den første Godzilla-filmen fra 1954. *Godzilla* ble et symbol på massiv ødeleggelse og naturens hevn overfor menneskenes egne ødeleggelsjer.

Mange av de science-fiction- eller skrekkfilmene som ble produsert i USA på 50-tallet, hadde en underliggende tematikk knyttet til den sovjetiske faren. Titler som *The Angry Red Planet* (1959), *Invasion of the Body Snatchers* (1956) og *Invaders From Mars* (1953) fokuserte på invasjon og "den røde faren". Underteksten var frykten for et annet folk og en annen ideologi og tankegang.

Filmen *The Exorcist* fra 1973 er kanskje den mest legendariske av alle skrekkfilmer. Her er ondskapen legemliggjort i den unge jenta Regan som er besatt av en demon. Gang på gang blir vi tatt med opp trappen til rommet der ondskapen har tatt bolig. Flere personer besvimte eller ble hysteriske etter å ha sett filmen, men den katolske kirken gikk god for filmen fordi den bekreftet et verdensbilde der gode og onde krefter slåss om makten.

### Undersjangre

Det finnes mange undersjangre av skrekkfilm.

Her nøyter vi oss med tre:

- Filmer som stort sett viser relativt vanlige hendelser, men med en underliggende uhygge, uten brå klipp. Et eksempel i denne sjangeren er Roman Polanskis film *Rosemary's Baby* fra 1968.
- Filmer som sier "BØ!", ved å kippe raskt i bilde og lyd, slik at tilskueren skvetter. Her finnes det mange filmer å velge i, kanskje fordi dette er en enkel sjanger å produsere. Skal vi trekke fram en storfilm som bruker dette fortellergrepet, kan det være *Alien*, regissert av Ridley Scott i 1979.
- Filmer som er visuelt føle, ofte i grenselandet opp mot splatter-sjangeren, det vil si med mye blod og gjør. Sistnevnte sjanger har imidlertid mange innslag av humor, om enn av det bizarre slaget. Et eksempel på en slik film er Peter Jacksons *Braindead* fra 1992.

### [Frankenstein 1994](#)



Godzilla

En av de meste kjente og omtalte skrekkfilmene er filmen *Eksorsisten*. Eksorsisme er et annet ord for djevelutdrivelse.



### Skrekkfilm / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/115988>

Test deg selv



Klikk på bildet for å lage egne tester i My Task. Du kan utfordre andre i klassen til å svare på spørsmålene dine.

# Kortfilm

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Kortfilm \(132092\)](#)



## Kortfilm / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/132092>

*Tuba Atlantic er et eksempel på en norskprodusert novellefilm.*

### Kortfilm

*Kortfilm* er i utgangspunktet en betegnelse på en film som er kortere enn en vanlig film som blir vist på kino. Lengden på det vi kaller kortfilm, kan variere fra 5 til 30 minutter.

Begrepet kortfilm blir brukt både om novellefilmer (som er korte spillefilmer), animasjonsfilmer, dokumentarfilmer, informasjonsfilmer, reklamefilmer og eksperimentelle filmer.

### Novellefilm

I norskfaget har du lært noe om forskjellen mellom en novelle og en roman. Forskjellen er ikke bare knyttet til lengden på den fiktive fortellingen, men også til fortelleteknikk og bruk av litterære virkemidler som lar oss ane mer enn det vi ser av konfliktene fortellingen handler om.

Novellefilmen har en mer intens og fortsettet fortellingsstruktur enn spillefilmen. Vi blir presentert for færre karakterer og konflikter, og handlingen foregår gjerne på et bestemt sted og i et kort tidsrom. Som i den litterære novellen blir vi ofte ført rett inn i handlingen uten å bli introdusert for de karakterene og konfliktene vi møter.

### Animerte kortfilmer

De første animasjonsfilmene som ble laget, var tegnefilmer. Bakgrunnen og figurene ble tegnet og overført til gjennomsiktige ark, som så ble plassert lagvis og avfotografert på et animasjonsbord. Men den klassiske, håndlagede tegnefilmen er på vei ut. De fleste animasjonsfilmer som blir laget i dag, tar i bruk avansert data teknikk.

### Huskelappen

**En kortfilm er en film som er kortere enn en vanlig kinofilm.**

**En kortfilm kan være basert på fiksjon eller på fakta.**

**En kort fiksionsfilm kalles gjerne novellefilm.**

**Novellefilmen har en fortsettet fortellingsstruktur.**

### Ressurser

[\*Farukhs mynt\*](#)

Novellefilmen *Farukhs mynt* tar opp en aktuell problemstilling.

Roman Polanskis [\*Two Men and a Wardrobe\*](#) (1958) og Lars von Triers *Nocturne* (1980) er eksempler på kjente novellefilmer.

Filmen [\*Min bestemor strok kongens skjorter\*](#) er eksempel på en klassisk tegnefilm i kortformat.

Toril Koves kortfilm *Min bestemor strøk kongens skjorter* (1999) er laget ved hjelp av den klassiske tegnefilmteknikken. Filmen ble nominert til Oscar. Et viktig virkemiddel i tegnefilmer er den naive stilten. I Koves film ser vi en konge som blir halshugget, men fordi det hele er tegnet i en naiv stil, blir fortellingen langt fra så dramatisk som om scenen hadde vært filmet på ordinær måte.

Kortfilm basert på fakta

Mange dokumentarfilmer og informasjonsfilmer er laget i kortformat. Hensikten er gjerne å belyse en problemstilling eller påvirke holdninger.

#### Første skudd

Se dokumentarfilmen

*Første skudd.*

- Hva handler denne filmen om?
- Hvem tror du er målgruppa for filmen?
- Hva tror du hensikten med denne filmen er?

# Kon-Tiki som dokumentar og spillefilm

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Kon-Tiki som dokumentar og spillefilm \(103491\)](#)



## Kon-Tiki som dokumentar og spillefilm / aktualitet

<http://ndla.no/nb/node/103491>

### Kon-Tiki-ekspedisjonen

I 1947 dro eventyreren og vitenskapsmannen Thor Heyerdahl ut på en vågal sjøreise med balsaflåten Kon-Tiki fra Peru til Polynesia. Hensikten med ekspedisjonen var å bevise at befolkningen på øyene i Polynesia opprinnelig kom fra Sør-Amerika.

### Kon-Tiki

Klikk på bildet for å se en større versjon.

Se innslag i NRK fra [50-årsjubileet 1997](#).

Balsafåten Kon-Tiki er i dag utstilt på museum på Bygdøy i Oslo.

[Kon-Tiki-museets artikkelen om Thor Heyerdahl](#)

Intervju med Thor Heyerdahl etter Ra II-ekspedisjonen:

[Thor Heyerdahl om Ra II-ekspedisjonen](#)  
(NB! Video i wmv-format)

**Filmene**

[Kon-Tiki 1950](#)



Petter Skavlan har skrevet manus til den nye spillefilmen Kon-Tiki.

[Filmweb om Kon-Tiki \(2012\)](#)



Mannskapet på Kon-Tiki i 1947. Fra venstre: Thor Heyerdahl, Bengt Danielsson, Erik Hesselberg, Torstein Raaby, Herman Watzinger, Knut Magne Haugland.

Mannskapet på flåten besto av nordmennene Herman Watzinger, Knut Haugland, Torstein Raaby og Erik Hesselberg, og svensken Bengt Danielsson. Etter 101 dager, og etter å ha tilbakelagt en havstrekning på 8000 kilometer, drev flåten i land på atollen Raroia i Tuamotu-arkipelet.

#### Oscarbelønt dokumentarfilm

Thor Heyerdahl laget selv en dokumentarfilm om ekspedisjonen, der han inntok rollen både som regissør og "skuespiller". Filmen ble faktisk til mens flåten var underveis. Filmen om Kon-Tiki-ekspedisjonen fikk Oscar som beste dokumentarfilm i 1951, selv om mange har påpekt at det filmatiske håndverket er relativt amatørmessig.

#### Norsk storsatsing

24. august 2012 hadde en ny Kon-Tiki-film premiere. Spillefilmen Kon-Tiki er en av de største filmsatsningene i Norge noensinne. Opptakene er gjort i seks ulike land.



Skuespillerne som utgjør mannskapet i spillefilmen om Kon-Tiki.

Fra v.: Jakob Oftebro (Torstein Raaby), Tobias Santelmann (Knut Haugland), Anders Baasmo Christiansen (Herman Watzinger), Gustaf Skarsgård (Bengt Danielsson), Pål Sverre Valheim Hagen (Thor Heyerdahl) og Odd-Magnus Williamson (Erik Hesselberg).

Filmen er regissert av Joachim Rønning og Espen Sandberg. Petter Skavlan har skrevet manuset, og filmen er produsert av Aage Aaberge. I hovedrollene opptrer Pål Sverre Hagen, Agnes Kittelsen, Anders Baasmo Christiansen, Odd-Magnus Williamson, Tobias Santelman og Jakob Oftebro. Thor Heyerdahls sønn, Thor Heyerdahl jr., har vært konsulent for filmen.

#### Fra dokumentar til spillefilm

I Heyerdahls gamle dokumentarfilm blir sjøreisen beskrevet på en nokså tørr og nøktern måte. Spillefilmen er en dramatisert versjon av det som faktisk hendte, og langt mer actionbasert. Dramatiske hendelser er forsterket ved hjelp av moderne digital filmteknikk.

– Kon-Tiki er et glossy, havblått og ganske intenst guttedrama med skumle haier og smittsom eventyrlyst. Kon-Tiki anno 2012 er herlig og hemningsløst hollywoodsk, skriver filmanmelder Mikael Godø i Dagbladet.

Men det er forholdet mellom personer i Heyerdahls familie og mellom mennene på flåten som driver handlingene framover. Heyerdahl er eventyreren som trosser alle andre hensyn for å bevise at det er han som har rett. Fra Kon-Tiki-ekspedisjonen kommer ingen umerket tilbake. Den setter sine spor i sinnet til alle som på en eller annen måte er involvert.

#### Blandet kritikk

Filmen har fått kritikk for å gi navngitte, historiske personer helt andre egenskaper enn de de faktisk hadde. Andre filmkritikere peker på at filmen ikke går dypt nok i sine personschildringer. Vegard Larsen, journalist fra Filmbonanza, mener at filmen er altfor handlingsdrevet. – Jeg savner mer dybde, og da tenker jeg ikke på havet! Det er spenninger imellom de på flåten, men filmskaperne borer ikke nok i det, sier han til VG Nett.

## Filmen får sitt eget språk

### Ekspresjonistisk film

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Ekspresjonistisk film \(80432\)](#)



Huskelappen

**Ekspresjonismen  
var en stilretning  
innen film som  
oppsto i Tyskland på  
30-tallet.**

**Ekspresjonistene  
var opptatt av  
menneskets  
subjektiv opplevelse  
av virkeligheten.**

**Et kjennetegn ved  
ekspresjonistisk film  
er bruk av lys- og  
skyggeeffekter.**

Ressurser

[Ekspresjonistisk  
bildekunst \(Google\)](#)



Klikk for å se et klipp fra  
filmen "Dr. Caligaris  
Kabinett".



Et filmatisk høydepunkt  
innen ekspresjonismen  
er filmen "M" av Fritz  
Lang fra 1931. En  
scene viser kun  
skyggen av forbryteren  
idet han bøyer seg over  
sitt offer. Skyggen faller  
på veggen bak, der det  
henger en  
etterlysningsplakat (ca.  
5.30 ut i filmen).



"Metropolis" er vel verd  
å se.



Fritz Lang 1936



Scenebilde fra filmen Dr. Caligaris kabinett (Das Kabinett des Doktor Caligari).

## Ekspresjonistisk film

Ekspresjonismen er en stilretning innen filmen som oppsto i Tyskland i tiden etter første verdenskrig, før nazistene tok makten på begynnelsen av 30-tallet. Det filmatiske uttrykket er i slekt med annen ekspressjonistisk kunst, særlig den modernistiske malerkunsten, med bruk av få detaljer og forvridde former.

Stilretningen preget også arkitektur, litteratur, teater, musikk og fotografi, men når en snakker om "tysk ekspressjonisme", viser det til ekspresjonismen innen filmkunsten. Robert Wienes "Das Cabinet des dr. Caligari" (1919) regnes som stilretningens begynnelse. Den nådde sitt høydepunkt i løpet av drøyt ti år.

### Vekt på subjektive opplevelser

Begrepet *ekspresjonisme* kommer av "express", det vil si: "å uttrykke". Med det forstår vi at filmene er ment å formidle kunstnerens subjektive følelser. Målet var å vise tilskuerne rollefigurenes indre liv ved å forme og omforme utseende og omgivelser til et subjektivt, psykologiserende uttrykk. Følelsesuttrykkene fikk form av forvridde linjer og overdrevne posisjoner som brøt med et naturalistisk formspråk.

Ekspresjonismen i filmen ble også påvirket av 1800-tallets fantastiske litteratur med merkelige sinnstilstander og skremmende figurer. Mary Shelleys *Frankenstein* (1818), Robert Louis Stevensons *Dr. Jekyll og Mr. Hyde* (1886) og Bram Stokers *Dracula* (1897) er de mest kjente eksemplene på slike romaner.

### Sterke kontraster og skumle skygger

En annen ting som kjennetegner den tyske filmekspresjonismen, er bruken av skygger og store kontraster. Et mye brukt virkemiddel var å vise skyggene av personer før man fikk se selve personen – et klart bilde på menneskenes mørke sider. Sterke skygger krevde kraftige lystkastere, noe som ikke var lett å få tak i den gang. I "Dr. Caligaris kabinett" ble derfor mange av skyggene malt på vegger og personer. Det bidro til å gi filmen et veldig spesielt uttrykk som passer til de teatralske kulissene.

Ekspresjonismens bruk av sterke lys/skygge-effekter og vridde perspektiver ble senere tatt i bruk av Hollywood. Mange av de tyske filmskaperne flyktet på 1930-tallet, men i ettertid er det i hovedsak Fritz Lang og Karl Freund som har fått æren for å ha tatt med seg de ekspresjonistiske teknikkene til USA.

Vi finner igjen virkemidlene innen såkalt "film noir". Amerikanske kriminalfilmer fra 40-, 50- og tidlig 60-tall brukte ofte teknikker med skygger, som vi kan kjenne igjen fra de gamle tyske filmene. Senere har mange skrekkfilmer brukt de samme virkemidlene.

Kjente regissører innenfor ekspresjonismen var Friedrich Wilhelm Murnau og Fritz Lang. Murnau laget vampyrfilmen *Nosferatu* (1922), *Den siste latter* (1924) og filmatiserte Goethes *Faust* (1926). Lang regisserte blant annet *Der müde Tod* (1921), *Dr. Mabuse* (1922) og *Metropolis* (1926).

## Klassisk film

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Klassisk film \(80478\)](#)



**Huskelappen**

**Den klassiske filmen  
ble i hovedsak  
utviklet i Hollywood.**

**Filmene forteller en  
historie der  
hovedpersonene blir  
viklet inn i en eller  
flere intriger.**

**Filmene er bygd opp  
etter et fast mønster  
(dramaturgi) og har  
ofte en lykkelig slutt.**

**Ressurser**

  
Se klipp fra filmen "Det store togroveriet".

  
Se klipp fra filmen "Intolerance".



Som en heder til Griffith og hans filmer, kan vi i dag se en modell av søylene med elefanter i Hollywood, omtrent slik de ble gjengitt i "Intolerance".

Fotograf: [Jon Hoem](#)

## Norsk film



En av de eldste norske fiksionsfilmene er "Under forvandlingens lov" fra 1911.

Filmen er et sjalusidrama hvor Camillo og Francisca oppdager at deres ektefeller har et forhold til hverandre.  
(Kilde: Wikipedia)



D.W. Griffith instruerer Carol Dempster i filmen "That Royal Girl" (1925).

## Fortellende film

Det som ofte blir kalt den klassiske fortellende filmen er i særlig grad knyttet til den amerikanske filmen, slik denne ble utviklet i Hollywood i perioden fra rundt 1910 fram til slutten av 2. verdenskrig. Den klassiske filmen etablerte et sett med normer for hva som blir oppfattet som naturlig når vi ser fiksionsfortellinger på film.

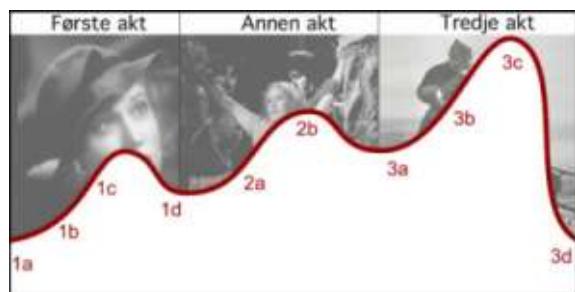
I *The Great Train Robbery* (1903) brukte amerikaneren Edwin S. Porter mange av de virkemidlene som vi kjenner fra moderne filmer: scenevekslinger, bevegelig kamera og bevisst bruk av kameravinkler. Porter brukte også en klippeteknikk som bidro til å understreke den fortellingen han ville formidle.

### Nye filmatiske virkemidljer

Den klassisk fortellende filmen knyttes imidlertid særlig til David W. Griffiths filmer *The Birth of a Nation* (1915) og *Intolerance* (1916). Griffiths filmer fikk stor betydning for den videre utviklingen av filmkunsten, og han blir av mange regnet som den klassiske filmens far. Griffith eksperimenterte med de filmatiske virkemidlene og utviklet montasjen gjennom å kryssklippe mellom parallelle handlingsforløp.

Charles Dickens romaner skal ha vært en stor inspirasjonskilde for blant annet Griffith. Dickens-romanene var nemlig bygd opp rundt intriger, gjerne med en helt og en heltinne, en dose erotisk og en "happy ending"— elementer som vi kjenner igjen fra de aller fleste spillefilmer.

### Fast dramaturgi



Denne klassiske dramaturgimodellen blir kalt Hollywood-modellen.

Et trekk som går igjen i alle de klassiske filmene, er at handlingsforløpet er årsaksbestemt. Fortellingen introduserer publikum for noen spørsmål eller problemstillinger, der veien mot løsningen er det som driver filmen framover. Den fortellermessige fremdriften følger som oftest et fast mønster, den såkalte *hollywoodmodellen*.

I denne tidsperioden ble også hovedsjangrene innen film definert, samtidig som fenomenet *filmstjerner* oppsto. De mest kjente skuespillerne spilte gjerne de samme rolltypene i forskjellige filmer. Dette ga en forutsigbarhet som publikum satte pris på. En films sjanger var, og er, en slags kontrakt med publikum om å gi dem det produktet de forventer. De ulike sjangrene appellerte til forskjellige publikumsgrupper og var en effektiv måte å dele inn markedet på.

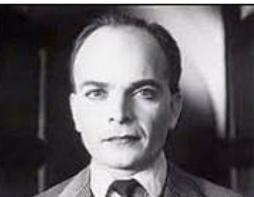
# Montasjefilm

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

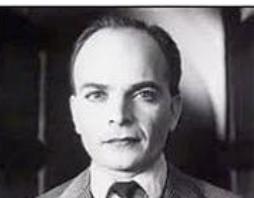
[Montasjefilm \(80537\)](#)



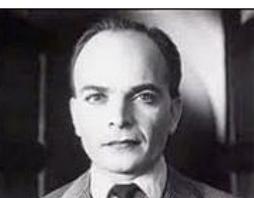
"Sult" ?



"Sorg" ?



"Begjær" ?



Lev Kulesjov viste tidlig på 1900-tallet hvordan bilder kan sammenstilles på mange forskjellige måter, og ut fra sammenhengen tillegger vi dem forskjellige betydning.

## Montasje som filmatisk virkemiddel

Montasje handler om å oppnå en bestemt effekt gjennom å sette sammen flere elementer på en bestemt måte. Sammenkoblingen formidler da et annet budskap enn enkeltelementene hver for seg. Montasje brukes i alle medier, men innen film knyttes det spesielt til teknikker som ble utviklet av sovjetiske filmskapere på 1920-tallet. Noen ganger snakker en derfor om *sovjetisk montasjefilm*. Det er viktig å understreke at de samme virkemidlene ble brukt av andre, men de sovjetiske filmskaperne var de som satte dette i system.

## Intellettuell montasje og rask klipperytime

Intellettuell montasje innebærer at bildene benyttes for å uttrykke abstrakte idéer, et konsept som er kjernen i Eisensteins filmteori. Ideen var at en sammensetning av to bilder skulle føre til at tilskueren kunne tolke seg fram til en mening som ikke var representert i noen av de to opprinnelige bildene.



## Huskelappen

**Montasje betyr å sammenføye ulike elementer til en ny helhet.**

**Montasje i film betyr å sette sammen ulike bilder eller lyder for å oppnå en bestemt effekt.**

**Montasje som filmatisk virkemiddel ble utviklet i Sovjetunionen på 1920-tallet.**

## Fem former

Den russiske filmskaperen Sergej Eisenstein utviklet fem former for filmatisk montasje:

### 1. Metrisk montasje

I filmen tar Eisenstein skrittet fullt ut og eksperimenterer med intellektuell montasje og rask klipperytmme. Vi må helt frem til dagens musikkvideo-estetikk for å finne eksempler med like kjapp klipping, eller like mange forskjellige tagninger per minutt. Filmen er også det fremste eksempelet på Eisensteins montasjeteorier. *Oktobre* ble ansett for å være starten på framtidens filmkunst, men samtidig også kritisert for å være for abstrakt til at vanlige folk kunne forstå den.

Montasje mellom ulike lyder (da særlig effektlyd og musikk) og bilder er også mye brukt i film. Tenk bare på hvordan lydeffekter brukes for å skape en spesiell stemning i spenningsfilmer.

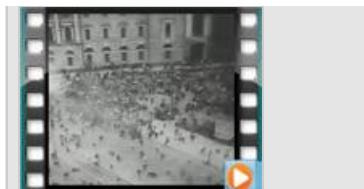
### Jakten – en norsk montasjefilm fra 1957

Erik Løchens *Jakten*, fra 1957, er et dristig eksperiment med filmfortellingens form. Filmen ble nominert i klassen spillefilm i Cannes, og lydarbeidet ble spesielt framhevet som nyskapende. I *Jakten* henvender de tre hovedkarakterene seg noen ganger direkte til kamera, og de svarer i forhold til det kommentarstemmen sier. Filmen er enestående i den forstand at den er delt inn i fem akter, som kan spilles i vilkårlig rekkefølge. Dermed finnes det 120 ( $5 \times 4 \times 3 \times 2 \times 1 = 120$ ) mulige, ulike versjoner.

*Jakten* bruker en subjektiv innfallsvinkel, der filmen gjør publikum oppmerksomme på at de blir fortalt en versjon av en historie. Dette fortellergrepet minner om noen av de virkemidlene som vi kan se i refleksive dokumentarfilmer, men slike grep er lite brukt i spillefilmer, som gjerne følger et klassisk skjema.

I dette klippet fra [\*Jakten\*](#) ser vi eksempler på slike fortellergrep. Helt på slutten av klippet ser vi også et tydelig montasjegrep, der klikket fra et stillbildekamera blir brukt for å gjøre et skifte i historiens tid og sted.

Filmen [Fjellet \(offisiell trailer\)](#) er et litt uvanlig filmprosjekt, fordi regissør og manusfører Ole Giæver bestemte seg for å produsere filmen på egen hånd. I slike tilfeller ligger det i kortene at budsjettet blir stramt, og at filmskaperen må utnytte de fordelene en enkel produksjon gir. Giæver lette derfor bevisst etter en idé som lot seg realisere med lave kostnader, og endte opp med bare to skuespillere og en handling som foregår ute (lite behov for kunstig lys).



Eksempel fra  
Eisensteins film  
"Oktobre", 1927.  
Klippelengden avgjøres  
etter et fastlagt  
mønster. Det er for  
eksempel forskjell på å  
klippe i marsjtakt (2/4)  
og i valsetakt (3/4), men  
Eisenstein benyttet  
gjerne mer avanserte  
former (f.eks. 16/17),  
som ikke er så enkelt å  
oppdage.

### 2. Rytmisk montasje

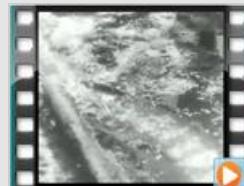


Eksempel på rytmisk  
montasje fra Pudovkins  
"Mor", 1926. Rytmen  
som skapes av  
bevegelser i bildene, er  
avgjørende for  
klippelengden.

### 3. Tonal montasje

Bildenes  
følelsesmessige  
innhold er  
bestemmende for  
klippingen.

### 4. Overtonal montasje



Eksempel på overtonal  
montasje fra Pudovkins  
"Mor", 1926. Kombinerer  
metodene 1–3.

### 5. Intellektuell montasje



Eksempel på intellektuell  
montasje fra Eisensteins  
"Oktober", 1927.  
Forståelsen påvirkes av  
ting utenfor selve bildet  
og har gjerne en  
ideologisk betinget  
tolkning.

# Realistisk film

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Realistisk film \(80603\)](#)



Huskelappen

**Realistiske filmer  
handler om personer  
og miljøer som vi  
kjerner igjen fra  
egen virkelighet.**

**Begrepet  
neorealisme brukes  
om de realistiske  
filmene som ble  
laget i Italia etter 2.  
verdenskrig.**

**Poetisk realisme  
oppsto i Frankrike  
og skildrer ofte  
livets dystre sider på  
en poetisk, men  
realistisk måte.**

Ressurser



Se klipp fra filmen  
"Roma – åpen by".



Trailer fra filmen  
Sykkeltynne.



Skuespiller Jean Gabin i  
Marcel Carné film "Le jour  
se lève" i 1939.



Se klipp fra filmen  
Dagen gryr (Le jour se  
lève).



Alexandre Rodrigues i den  
brasilianske filmen "City of  
God" (2002). Filmen ble  
nominert til Oscar i fire  
kategorier i 2004: for beste  
kinematografi, beste  
regissør, beste klipping og  
beste manus.



Anna Magnani i Roberto Rossellinis film "Roma – åpen by"  
(1945).

## Neorealismen

Denne filmatiske stilretningen oppsto i Italia i tiden like etter 2. verdenskrig, som en reaksjon mot den klassiske filmen. Begrepet neorealisme ble brukt for å skille mellom en "ny realisme" og den "første realismen" i stumfilmtiden. I stedet for fantasifortellinger ville man lage filmer som viste vanlige mennesker og realistiske person- og miljøskildringer. Under 2. verdenskrig var det i Italia bare blitt laget lette komedier og patriotiske filmer. Med neorealismen skulle derimot filmene ta opp de virkelige samfunnsproblemene. Et typisk trekk var at det meste av handlingen foregikk utendørs.

Epoken som vi kaller neorealisme, ble innledet med Roberto Rossellinis *Roma – åpen by* (1945). Filmen vant prisen for beste film ved Cannes-festivalen i 1946. Den forteller om den vanskelige tiden under krigen, da Roma var okkupert av tyskerne. Rossellini begynte arbeidet med denne filmen allerede før frigjøringen. Råfilm av dårlig kvalitet og vanskelige opptaksforhold ga filmen en røff bildekvalitet, det vi kan kalle et dokumentarisk preg. Klippet vi ser her, tar opp en situasjon som var utbredt i mange europeiske byer etter krigen, kvinner som tjente til livets opphold gjennom prostitusjon.

Et annet eksempel på neorealisme er filmen *Sykkeltyvene*, regissert av Vittorio De Sica i 1948. Handlingen er lagt til Roma like etter krigen, og filmen forteller historien om Antonio, en arbeidsløs mann som får jobb med å klister opp plakater. For å få jobben må han ha en sykkel, og hans kone selger sengetøyet deres for å skaffe penger. Sykkelen blir imidlertid stjålet, og Antonio forsøker i desperasjon å stjele en annen sykkel, men blir tatt på fersk gjerning.

### Poetisk realisme

I Frankrike kom realisten i filmen til uttrykk på en annen måte, gjennom det som ble kalt poetisk realisme. Her var også idealet at filmene skulle vise fram virkeligheten. Filmene handlet gjerne om fattige og utstøtte mennesker. Dette ble gjort med svært stemningsfylte, ofte iscenesatte, bilder, med et mørkt og dystert uttrykk. Filmenes uttrykk har mye til felles med film noir.

Et eksempel på fransk poetisk realisme er "Dagen gryr" (*Le jour se lève*), av Marcel Carné (Frankrike 1939). Hovedpersonen François er sperret inne. Mens han venter på at politiet skal komme, husker han tilbake til hvordan han ble en drapsmann. Gjennom tre tilbakeblikk møter vi menneskene som blir avgjørende for historien.

Neorealismen varte ikke stor lengre enn et lite tiår. Allerede på midten av 50-tallet begynte neorealismen å bli mindre populær. De italienske myndighetene likte dårlig at filmene viste landets sosiale problemer. Det ble derfor innført egne lover som innebar sterkere statsstyring av filmindustrien. Men selv om neorealismen forsvant som en egen stilretning, fikk ideene som lå til grunn for filmene, stor betydning, også i andre deler av verden.

### Arven etter neorealismen

Mange av trekkene som kjennetegnet neorealismen, finner vi igjen i andre filmer, som Fernando Meirelles *City of God*. Denne brasilianske filmen fra 2002 henter handlingen fra verdens mest brutale slum, Cidade de Deus i Rio de Janeiro. På samme måte som i neorealismen bruker Meirelles faktiske locations og amatørskuespillere. Filmen ble riktignok ikke spilt inn i Cidade de Deus, rett og slett fordi det var for farlig.

# Surrealistisk film

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Surrealistisk film \(80631\)](#)



## Inspirert av psykoanalysen

Surrealisme er en kunstretning som først og fremst slo gjennom på 1920-tallet. Surrealistene forkastet bevisst kunstproduksjon og ville i stedet ta utgangspunkt i det ubevisste som inspirasjon i kunsten. Surrealismen var inspirert av psykoanalysen, slik denne ble utviklet av Sigmund Freud og hans elever. Freuds psykoanalyse legger stor vekt på rollen ubevisste prosesser spiller for utvikling av personligheten.

Den amerikanske kunstneren Emmanuel Radnitzky, bedre kjent under kunstnernavnet Man Ray, er først og fremst blitt berømt for å revolusjonere fotografiet i første halvdel av 1900-tallet. Man Ray regisserte også flere kortfilmer som kan knyttes til stilretningen surrealisme. En av disse, *L'Étoile de Mer* (1928), har et filmatisk uttrykk som fint kunne vært brukt i dagens musikkvideoer.

## Filmhistoriens mest berømte skrekkscene



### Huskelappen

**Surrealistene var inspirert av psykoanalysen.**

**Drømmene avslører det underbevisste som styrer menneskenes liv.**

**Surrealistiske bildekunstnere og filmkunstnere la vekt på det absurde og det sjokkerende.**

**Mange skrekkfilmer har surrealistiske trekk.**

### Ressurser

Se klipp fra filmen

[L'étoile de mer.](#)



En berømt scene fra Salvador Dalí og Luis Bunuels første film "En andalusisk hund" vises på Tate Modern i London.

Den mest kjente surrealistiske filmen er *En andalusisk hund* (*Un chien andalou*) som ble en stor suksess da den hadde premiere i Paris i 1929. Filmen er laget av Luis Buñuel i samarbeid med maleren Salvador Dalí. Filmen åpner med en av filmhistoriens mest berømte skrekkscener, der en ung mann, spilt av Buñuel, kutter opp øyet til en kvinne med en skarp kniv. Det dreier seg selv sagt om et enkelt filmtriks, men scenen var den gang egnet til å sjokkere.

Buñuel og Dalí ønsket nettopp å sjokkere det borgerlige samfunnet, samtidig som kunsten deres skulle være mangetydig og fri for logisk tolkning. Filmen inneholder scener som skulle illustrere drømmer og underbevisstheten. Rent fortellerteknisk er ikke denne filmen særlig radikal, men den inneholder en absurd sammensetning av hendelser som til sammen oppleves som uvirkelig. Etter premieren på *En andalusisk hund* uttalte Buñuel blant annet følgende: "Jeg vil ikke at filmen skal fornøy dere, men fornærme dere. Jeg ville beklage det hvis dere nøt den."

Buñuel fortsatte å arbeide med det absurde. I *Borgerskapets diskrete sjarm*, som vant Oscar for beste fremmedspråklige film i 1972, snur han opp ned på et middagsselskap. Idet gjestene tar plass rundt bordet, setter de seg på hvert sitt toalett, mens de forlater bordet og går på det vi ellers ville tatt for å være toalettet, for å spise. Ved å sette kjente objekter inn i uvante situasjoner skapes det surrealistiske.

#### Hitchcocks skrekksfilmer

Vi finner også surrealistiske innslag i mer tradisjonelle filmer. I Hitchcocks film *Spellbound* var Salvador Dalí ansvarlig for en drømmesekvens, som av mange blir ansett for å være et av de beste eksemplene på bruk av surrealisme i film. Bildet viser en scene fra denne drømmesekvensen, der den mannlige hovedpersonen springer nedover et skråplan. Disse iscenesatte omgivelsene har mye til felles med kulissene som ble brukt av de tyske ekspresjonistene.

Les mer om Luis

Buñuel:

[Total og  
betingelsesløs frihet](#)



Fotografen Dave McClaines portrett av den surrealistiske kunstneren Salvador Dalí sammen med en klokke og en telefon – to symboler som går igjen i Dalís kunstverk.



Skrekksfilmene til Alfred Hitchcock har fått det til å gå kaldt nedover ryggen på mange filmgjengere.

# Film noir

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Film noir \(80926\)](#)



Huskelappen

**Filmsjangeren *film noir* var populær i USA på 1940-tallet.**

I filmer som tilhører denne sjangeren, brukes *low-key lyssetting* som skaper sterkt kontrast mellom lys og mørke.

Filmene er ofte basert på detektivhistorier og skildrer personer og hendelser på samfunnets skyggeside.

Ressurser

Se en trailer til filmen [\*Den tredjemann\*](#).

Unge stemmer

Studenter ved Högskolan i Malmö har forsøkt å bruke low-key lyssetting i sin eksamensfilm [\*Conscientia\*](#).

Synes du de lykkes med denne filmen?



SCANPIX

Joseph Cotten og Alida Valli i filmen "Den tredje mann" (Der dritte Mann).

#### 40-tallsfilm

Film noir betyr, direkte oversatt fra fransk, "mørk film". Dette er en filmsjanger som hadde sin storhetstid i USA på 1940-tallet, men med viktige referanser til europeisk førkrigsfilm. Mye av den samme estetikken finner vi i ekspresjonistiske filmer fra 1920- og 30-tallet. En årsak er at flere tyske filmregissører flyttet til USA på 1930-tallet, og de tok med seg den visuelle fortellerstilen.

Felles for filmene i denne sjangeren er såkalt *low-key lyssetting*, som er kjennetegnet av tydelige skiller mellom lys og mørke. Et annet trekk er at mange av filmene henter handlingen fra detektivhistorier eller historier som på en eller annen måte handler om forbrytelser.

#### "Den tredje mann"

Et eksempel er *Den tredje mann*, regissert av Carol Reed i 1949. I denne filmen er handlingen lagt til Wien, noen få år etter 2. verdenskrig. Holly Martins forsøker å finne opplysninger om sin venn, Harry Lime, som sies å ha omkommet i en bilulykke. Martins oppdager at det er mye som ikke stemmer, og han blir detektiven i fortellingen. I forsøket på å finne ut hva som egentlig skjedde med Harry Lime, ender Martins opp i Wiens underjordiske kloakksystem. Vi får se en rekke flotte filmatiske scener, der regissøren utnytter samspillet mellom lys og skygger.

## Fransk nybølgefilm

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Fransk nybølgefilm \(108253\)](#)

Eksempel på bruk av jump cut i filmen Til siste åndedrag.



### Fransk nybølgefilm / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/108253>

Modernismen inntar filmverket

Det klassiske filmspråket har vært det dominerende filmspråket helt fra 1930-åra. Det legger vekt på at representasjonen skal være så sømløs som mulig. Teknologi og fortellerstruktur bør helst være usynlig, slik at publikum kan drømme seg bort og identifisere seg med det som foregår på lerretet. Dramaturgien omtales ofte som *Hollywood-modellen*, og filmatiseringen følger klassiske prinsipper som 180-gradersregelen (ikke aksebrudd) og *kontinuitetsklipping* (se [filmordlista](#)).

På 1950-tallet dukker mer modernistiske tendenser frem hos unge franske filmregissører. De var opptatt av film som kunstuttrykk, på linje med litteratur og malekunst. *Den nye bølgen* består av filmskaperne som François Truffaut, Alain Resnais, Jean Luc Godard, Erich Rohmer og Claude Chabrol. De hadde bakgrunn fra tidsskriftet *Cahiers du Cinema* som ble startet i 1951 av André Bazin.

Regissøren som kunstner

Disse unge filmskaperne tok kamera med seg ut av studio og ut på gata. De ville filme "virkelige liv". Filmene fikk derfor et dokumentarisk preg. Filmskaperne var opptatt av iscenesettelse og dybdefokusertetikk. Ikke minst var de opptatt av regissøren som *uteur*, en kunstner som brukte sitt kamera på samme måte som forfatteren brukte pennen og maleren penselen. I Hollywood hadde til sammenligning produsenten det overordnede ansvaret. Regissøren ble bare hyret inn for å instruere skuespillerne.

Metaperspektiv



Huskelappen

**Nybølgefilmene la vekt på regissøren som kunstner (*uteur*).**

**Brudd med etablerte filmkonvensjoner.**

**Eksempler:**  
**aksebrudd og "jump cut". Opptak ble gjort på location, ikke i studio.**

**Filmene er fortalt av en forteller og har en åpen og tvetydig slutt.**

**Metaperspektiv – ikke virkelighet, men film.**

Ressurser



Modernisme / video

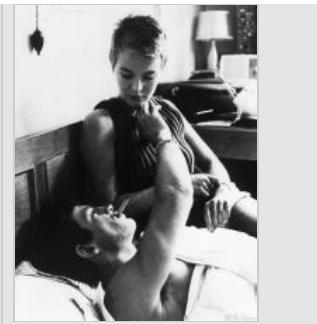
<http://ndla.no/nb/node/61032>

Filmene var ofte lavbudsjettfilmer og hadde et tydelig alternativt preg med bevisste brudd på etablerte fortellerkonvensjoner. For eksempel bruktes *jump cut* (se [filmordlista](#)) og aksebrudd for å skape distanse. Med en estetikk som står i kontrast til den klassiske filmen, minner Jean Godards film *Til siste åndedrag* oss om at det er film vi ser, ikke det virkelige liv.

Nybølgeregissørene ønsket å problematisere filmens fortellerplan. Som skaperen av verket, skulle regissørens stemme komme til uttrykk på lerretet. Filmene fremstår derfor i større grad som "fortalte fortellinger". Voice-over (se [filmordlista](#)) blir for eksempel ofte brukt for at fortellerstemmen skal tre tydelig fram. Dette står i kontrast til klassisk film der virkemidlende skulle være skjult og underlagt handlingens dramatikk. Filmen *Til siste åndedrag* er også en kommentar til underholdningsfilmer fra Hollywood. Det er også et eksempel på filmens *metaperspektiv*.

#### Åpen slutt

I nybølgefilmene er konfliktene mellom karakterene ofte viktigere enn selve handlingsgangen. Mens den klassiske filmen ønsket å svare på spørsmålene som ble stilt i åpningen av filmen, faller ikke alltid alle brikkene på plass i nybølgefilmene. Filmene fremstår derfor som åpne og tvetydige, også etter at siste bilde har rullet over lerretet.



A bout de souffle (Til siste åndedrag), regissert av Jean-Luc Godard.



Hiroshima Mon Amour  
(Regi: Alain Resnais 1959).

Fransk nybølge inspirerer også dagens filmskapere:



På filmsettet til Joachim Trier film "Oslo 31. august"

[Joachim Trier og den franske nybølgen](#)

# Postmodernistisk film

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Postmodernistisk film \(108365\)](#)



Postmodernisme / video

<http://ndla.no/nb/node/61683>

Hva er postmodernisme?

*Postmodernismen* oppsto som en reaksjon på modernismens krav til kunstnerisk form og innhold. Mens modernismen stiller seg avvisende til massekulturen, gjør postmodernismen det motsatte. De kombinerer nytt og gammelt, høykultur og massekultur. Postmoderne filmskapere spiller på *allusjoner* (referanser) til kjente medietekster og ironiserer over både egne og andres verk. Resultatet er ofte et lekent og frodig uttrykk.

Filmen ser på seg selv

Bruk av *metaperspektiv* er typisk for mange av de filmene som er produsert de siste 30 årene. Et metaperspektiv er et overordnet perspektiv som oppstår når man tar et skritt tilbake og ser på seg selv utenfra. Mange filmer tar utgangspunkt i episoder eller perioder i filmhistorien. I Lars Von Tiers film *Europa* fra 1990 kommenterer Von Trier store deler av filmhistorien, som tysk ekspresjonistisk film og film noir. Flere av filmene til David Lynch viser også tydelig til stilretninger som film noir og ikke minst til surrealismen.

I *Kairos Røde Rose* (1984) av Woody Allen tematiseres selve filmopplevelsen og filmen som medium for virkelighetsflukt. Den kvinnelige hovedpersonen har kinoen som sitt viktigste tilfluktssted fra en grå og trist hverdag. Her møter hun heltene fra den klassiske filmen. En dag trer imidlertid hennes yndlingshelt ut av lerretet. Høydepunktet i filmen er når han kommenterer og stiller seg kritisk til sin egen rolle.

Sjangerblanding



Huskelappen

**Kjennetegn ved postmodernistisk film:**

- Metaperspektiv
- Allusjoner
- Kommentarer til filmhistorien
- Sjanger- og stilblanding
- Ironi
- Overflatiske karakterer
- Blanding av høykultur og lavkultur
- Lekent og frodig uttrykk

Ressurser



Scenebilde fra filmen

*Europa*.

[Europa filmtrailer](#)



Scenebilde fra filmen *The*

*Purple Rose of Cairo* (1984).

[The Purple Rose of Cairo \(Kairos røde rose\) - trailer](#)

[Diva filmtrailer](#)

På 1980- og 1990-tallet lekte både bildekunstnere, forfattere, musikere og filmskapere med sjangre og stil. Sjangerbrudd og stilblanding er tydelig i David Lynch sin TV-serie *Twin Peaks*, og i filmer som *Fire walk with me* (1992), *Wild at Heart* (1990), *Mullholland Drive* (2001) og *Natural Born Killers* (1994).

Karakterene i den franske filmen *Diva* av Jean-Jacques Beineix har ingen dybde. Vi møter det operafrøste postbudet som mer eller mindre uforskyldt vikles inn i en kriminalhistorie. Typisk for denne filmen er *metafiksjon* (en fiksjon som kommenterer seg selv), *pastisj* (kopi av stilistiske elementer fra ulike perioder), stilblanding og lek med bilder og sjangertrekk.

I den norske TV-serien *Erobreren* (2012), som bygger på en bok av Jan Kjærstad, får vi i liten grad tilgang til følelsene hos hovedpersonen Jonas Wergeland. I stedet settes det spørsmålstege ved hvem han var, og hvorfor handlingen utviklet seg slik den gjorde.

#### Ironi og populærkultur

Tegneserier, b-filmer og eventyr inngår ofte i postmoderne fortellinger. Filmen *Wild at Heart* (1990) bruker for eksempel flere elementer fra tegneserier. Blanding av høykultur og lavkultur er derfor et fremtredende trekk ved postmodernismen.

Også innen TV-underholdningen finnes postmoderne trekk. TV-programmet *Lille lørdag* (1995–1996) med Harald Eia og Bård Tufte ironiserer over TV-mediets tidlige barndom. Karakterene som de to komikerne gestalter, fremstår nesten som tegneseriefigurer.



Erobreren (2012)



Kostymer i  
fjernsynsdrømmet  
*Erobreren* / video  
<http://ndla.no/nb/node/105174>

Animasjonsserien  
*Simpsons* er en  
postmodernistisk  
medietekst.

Dette videoklippet  
betrakter *Simpsons* i  
et metaperspektiv:



**Postmodernisti  
sk film /  
fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/108365>

Klipp fra serien [Lille  
lørdag](#)

# Dogmefilm

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Dogmefilm \(81011\)](#)



Personene bak de danske dogmefilmene: (fra venstre) Kristian Levring, Søren Kragh-Jacobsen, Lars von Trier og Thomas Vinterberg

## Hva er en dogmefilm?

*Dogmefilm* er et konsept som ble introdusert i 1995 av en gruppe danske filmregissører som kalte seg *Dogme 95*. Gruppen ønsket å skape en motvekt mot kommersialiseringen og effektmakeri i film. For å oppnå dette laget de en rekke regler som skulle sikre enkelhet i filmene, og som regissørene måtte skrive under på. De mest kjente dogmefilmene er *Festen* (Thomas Vinterberg) og *Idiotene* (Lars von Trier).

### Ti regler som regissørene skal følge:

1. Opptak må gjøres på stedet. Rekvisitter må ikke innhentes. (Hvis en spesiell rekvisitt er nødvendig for historien, må innspillingsstedet legges dit denne tingene finnes).
2. Lyden må aldri tas opp separat fra bildene – eller omvendt. (Musikk kan ikke brukes med mindre den spilles der scenen tas opp.)
3. Kamera må være håndholdt. Alle bevegelser som kan foretas med hendene, er tillatt. (Ingen opptak må finne sted der kamera står – opptakene må skje der filmens innhold skjer.)
4. Filmen må være i farger. Spesiallys / kunstig lys er ikke tillatt. (Hvis det er for lite lys for opptak, må scenen uteslates, eller en enkel lampe kan knyttes til kameraet.)
5. Optiske effekter og filter er forbudt.
6. Filmen må ikke inneholde overfladisk action. (Mord, våpen, o.l. må ikke forekomme.)
7. Tidmessig og geografisk forskyning er forbudt. (Det vil si at filmen må foregå her og nå.)
8. Sjangerfilm er ikke akseptabelt.
9. Filmformatet må være Academy 35 mm.
10. Regissøren må ikke krediteres.

## Norsk dogmefilm

Mona Hoels *Når nettene blir lange* regnes som Norges første helaftens dogmefilm. Vi møter en storfamilie på vei til julefeiring på fjellet i leid hytte. Konfliktene kommer raskt til overflaten med mamma, pappa og fire voksne barn med hver sin familie, en hund og en svigerfamilie fra Polen. Det hele blir ikke bedre når mange får for mye av juledrammen.

Selv om to av eksemplene her handler om forhold i den nære familie, så er det ikke noe som tilsier at en dogmefilm må handle om slike relasjoner. De ti reglene er først og fremst stilmessige retningslinjer.



## Huskelappen

**Dogmefilmene**  
ønsker å være en  
motvekt til  
kommersiell  
filmindustri.

**Dogmefilmene lages**  
med enkelt utstyr.

**Handlingen foregår**  
på ett sted og uten  
forflytning i tid.

## Ressurser



I den danske dogmefilmen "Idiotene" blir vi kjent med en gruppe unge voksne som bestemmer seg for å spille idioter, og deres møte med egne og andres fordommer.

I Thomas Vinterbergs *Festen* (1998) møter vi en familie som er samlet for å feire husfarens 60-årsdag. Stemningen er god, helt til den eldste sønnen holder tale. Han forteller om en barndom med massive seksuelle overgrep.

[Festen \(trailer - remix\)](#)



Innspilling av den nye dogme-filmen "Når nettene blir lange" på Gålå. Her fra innspillingen av juleselskap i iskald hytte.

[Når nettene blir lange \(trailer - remix\)](#)

# Fjernsynsfilm

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Fjernsynsfilm \(81020\)](#)



Diskusjon om såpeserien Dynastiet / video

<http://ndla.no/nb/node/76741>

De første ordinære fjernsynssendingene startet i London i 1936. I Norge ble fjernsynet offisielt åpnet i 1960. Mange trodde at TV-skjermen ville overta for filmsterretet. De første årene ble det vist tradisjonelle spillefilmer eller teaterforestillinger på TV. Men etter hvert ble bevisstheten større om at fjernsynet var et eget medium som krevde egne filmsjangre.

## Såpeoperaer

Såkalte **såpeoperaer** begynte som amerikanske radioshow i 1920-årene, men ble for alvor utviklet som sjanger på fjernsyn i 1940-årene. Såpeoperaer ble stort sett sendt på dagtid, og hjemmeværende husmødre var dermed målgruppen. Navnet såpeopera kommer av at produksjonene ofte hadde reklame for det som den gangen var typiske husmorprodukter, nemlig vaskemidler og såpe.

Såpeoperaer som lange dramaserier, produsert spesielt for fjernsyn, hadde det definitive gjennombruddet på norsk fjernsyn på åttitallet. Den amerikanske TV-serien "Soap", som ble vist fra 1977 til 1981, var den første såpeoperaen som ble vist i Norge. Men denne serien var egentlig en parodi på de opprinnelige såpeoperaene. Da den amerikanske serien "Dynastiet" begynte sendingene i 1983, representerte den en helt ny type TV-serie. Hovedrediensene i slike serier knyttes til personkonflikter, forbrytelser, rus og sex, med hovedvekt på de intrigene som dette kan medføre.



## Huskelappen

**Såpeseriene ble utviklet som egen fjernsynssjanger i 1940-årene.**

**En såpeserie har fast miljø og persongalleri og tar aldri slutt.**

**Den første såpeseriens på norsk fjernsyn var Dynastiet. Den mest kjente norske såpeseriens er Hotell Cæsar på TV 2.**

**PÅ 1990-tallet ble fjernsynsdrama utviklet som egen sjanger.**

**Fjernsynsserier er fortellinger som fortsetter gjennom flere sammenhengende episoder.**

## Ressurser

I introduksjonen til en såpeserie blir vi kjent med hovedpersoner og miljø. For å holde innspillingskostnadene nede blir mye spilt inn i studio, og det er de skiftende intrigene mellom personene som driver seriens handling framover. I løpet av 2000-tallet har såpeoperaene utviklet seg til å bli ganske avanserte og påkostede, og en arena der talentfulle manusfatttere og skuespillere får utfolde seg.

### Fjernsynsdrama og fjernsynsserier

I 1990 la NRK fjernsynet ned det som inntil da var kalt Fjernsynsteateret. I stedet opprettet de sin egen dramaavdeling. Samme år kom det som mange regner som den eksperimentelle filmskaperen David Lynchs mesterverk, fjernsynsserien "Twin Peaks". Serien var den gang nyskapende fordi den tok i bruk noen av virkemidlene som en finner i såkalte såpeoperaer, men knyttet disse til et helt annerledes handlingsunivers. I stedet for å vise den fine fasaden, som såpeoperaene gjerne fokuserer på, trakk Lynch fram de mørke og bizarre sidene ved folks liv. De filmatiske virkemidlene hadde dessuten klare referanser til surrealismen, for eksempel scener der hovedpersonen drømmer om et møte med en dverg som snakker baklengs.

"Twin Peaks" var på mange måter forløperen til dagens karakterbaserte *fjernsynsdrama*, der mye knyttes til dialoger, men også serier med komplekse historier som strekker seg over mange episoder, noen ganger gjennom flere sesonger. Der helaftens spillefilmer sjeldent er lenger enn tre timer, fortsetter TV-seriene noen ganger i hundretalls av timer. Dermed skapes et svært sammensatt fiksionsunivers, bygget opp rundt karakterene, som seerne nærmest får et avhengighetsforhold til.



### [Introduksjon til såpeserien Dynastiet](#)



Fra "Hotell Cæsar".

### [Introduksjon til første episode av Hotell Cæsar](#)



Den amerikanske filmregissøren David Lynch har med filmer som Blue Velvet og Wild at Heart samt den legendariske TV-serien Twin Peaks markert seg som en av vår tids mest originale og innflytelsesrike filmskaper.

# Musikkvideo

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Musikkvideo \(81022\)](#)



Huskelappen

På 1980-tallet ble det utviklet et eget filmspråk for musikkvideo.

Musikkvideoer brukes for å promotere musikk, men har etter hvert blitt en egen kunstform.

Ressurser



The Beatles opptrer på CBS "Ed Sullivan Show" i New York i 1964.

Se YouTube-videoer:

- [Godley and Creme - "Cry"](#)
- [Black or white](#)
- [The Buggles - Video Killed The Radio Star](#)
- [Poker Face](#)



Lady Gaga er stor stjerne,  
også som videoartist.

### Norsk produsent



Ray Kay slo for alvor  
gjenom med  
"Pokerface", en video  
han laget for Lady  
Gaga. Ray Kays  
personlige favoritt er  
Jonas Åkerlund-videoen  
til The Prodigys "Smack  
My Bitch Up". – Det er  
uten tvil verdens beste  
video noensinne. Den  
gjorde alt riktig og ble  
raskt en "snakkis" over  
hele verden, sier Ray  
Kay.

Se: [Intervju med Ray  
Kay under  
Mediedagene i  
Bergen i 2011](#)



I 1985 kom A-has musikkvideo på første plass på listen til den viktige musikk-tv-kanalen MTV. Fra venstre Paal Waaktaar, Magne Furuholmen og Morten Harket.

## Beatles var pionerer

Produksjonen av musikkvideoer begynte for alvor på 1960-tallet, da populærmusikk ble en viktig del av kulturen, og samtidig med at fjernsynet begynte å få stor utbredelse i Europa. Fra tidlig på 1980-tallet og fram til for få år siden var musikkvideo noe vi så på TV, men i de siste årene har Internett blitt den viktigste distribusjonkanalen.

De første spede spirene til musikkvideoen finner vi i det amerikanske TV-showet "The Ed Sullivan Show". I 1964 så hele 73 millioner mennesker det direktesendte programmet da The Beatles for første gang spilte i USA. I 1966 valgte bandet ikke å opptre live, men i stedet sendte de en musikkvideo som et middel i markedsføringen. Filmene var relativt enkle i formen. Innholdet var enten opptak av en live-konsert eller en slags dokumentarisk fortalt historie om artisten.

## Fra film til videoformat

I løpet av 1970-tallet forsvant film mer og mer som produksjonsformat. Video var et raskere og rimeligere alternativ for produksjon av musikkvideo. Ikke minst ga det større muligheter til å legge inn spesialeffekter under redigeringen, noe som ble brukt for å gjøre videoene mer eksperimenterte og fantasifulle.

En tidlig video var Godley and Cremes "Cry" fra 1985, en video som står seg forbausende bra, først og fremst fordi den bruker enkle virkemidler. Synkroniseringen av ansiktene er relativt komplisert og arbeidskrevende på film, men ble langt enklere på video. Teknikken ble gradvis bedre, noe vi ser tydelig når vi sammenligner "Cry" med slutten av Michael Jacksons video til "Black and White" fra 1991.

## Egne fjernsynskanaler

Etter hvert dukket det opp egne fjernsynsprogram og -kanaler som bare viste musikkvideoer. I 1981 begynte MTV å sende i USA, som den første fjernsynskanalen som utelukkende sendte musikkvideoer. Den første musikkvideoen som ble vist på MTV, var Buggles' "Video Killed the Radio Star". Selv om denne videoen ser ganske amatørmessig ut i dag, innholder den mange elementer som ikke var brukt tidligere.

## Norsk musikkvideo i verdensklasse

I en kort gjennomgang av musikkvideoenes historie fortjener også A-has "Take on Me" å nevnes. A-has internasjonale gjennombrudd i 1985 tilskrives denne videoen, som i sin tid var svært nyskapende. Teknikken som brukes kalles for rotoscoping og er velkjent innenfor animasjonsfilm.

## En sjanger i rask utvikling

Musikkvideoer er kanskje den sjangeren, ved siden av reklame, der utviklingen av det visuelle uttrykket har gått raskest. Musikkvideo har blitt utviklet til en egen kunstform, og videoene vekker noen ganger større oppmerksamhet enn selve musikken. Musikkvideoen har derfor blitt et uunnværlig redskap for musikkindustrien når artister skal markedsføres til et størst mulig publikum.

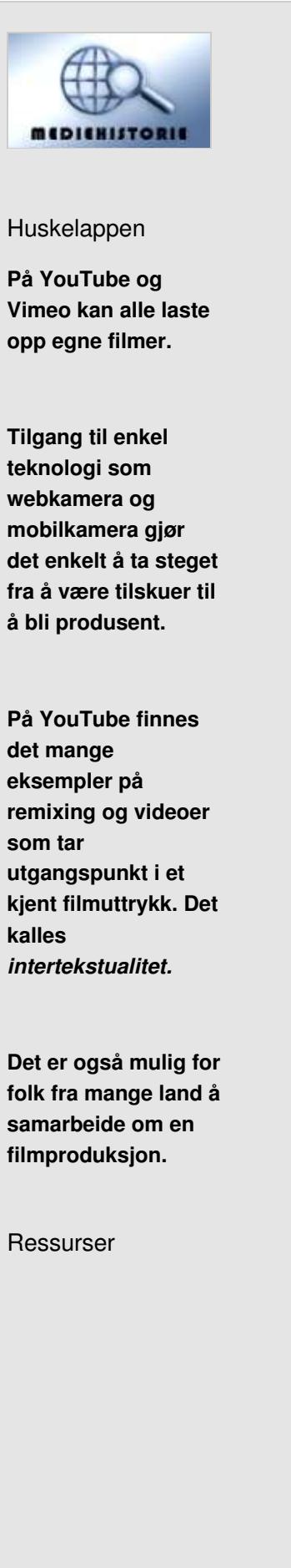
Utviklingen av musikkvideo har gått parallelt med utviklingen av stadig mer avansert videoteknologi. Men tiden da det ble brukt millioner av dollar på å lage en video, ser imidlertid ut til å være over. Musikkbransjen står i dag overfor en rekke utfordringer, både når det gjelder økonomi og nettdistribusjon.



## **Brukergenerert film på nett**

Forfatter: Jon Hoem, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Brukergenerert film på nett \(81025\)](#)





Eksempel på mimevideo.  
Gary Brosma opptrer foran  
webkamera.

[Se Numa Numa](#)



Skuespiller Alexandra  
Dreyfus i ferd med å ta opp  
en scene i web-dramaet  
"LonelyGirl15" i 2007.

Kollektiv film



Regissør Kevin MacDonald  
på premieren for den  
brukergenererte YouTube-  
filmen "Life in a day" som  
ble tatt opp 14. juli 2010. I  
alt kom det inn 80 000  
bidrag fra 192 land.

Danske Christian  
Buch deltok i  
YouTube-prosjektet  
"Livet på en dag". Hør  
hvilke tanker han  
gjorde seg om  
prosjektet dagen før:

[Livet på en dag](#)

[Metal Gear Solid:  
Philanthropy](#)

Hør Eric Whitacre  
fortelle om det  
kollektive prosjektet  
"Virtual Choir":

[Eric Whitacre: A  
virtual choir 2,000  
voices strong](#)



Eric Whitacres "Virtual Choir" - et kollektivt performance-prosjekt  
på Internett.

En form for filmer som har blitt muliggjort av Internett, er kollektive videoprosjekter, der en filmskaper inviterer et stort antall brukere til å bidra. Det kan være til dokumentarfilmer, samarbeid om å lage fiksionsfilm eller mer performance-lignende prosjekter.

Et eksempel på det siste er Eric Whitacres "Virtual Choir". Whitacre la ut anvisninger til et korverk han hadde komponert, og en lang rekke sangere, for det meste amatører, sendte inn videoer der de sang sine stemmer. Et utvalg på 185 bidrag ble så satt sammen til et virtuelt kor.

Hør [koret "Lux Aurumque"](#).

#### Fra tilskuer til produsent

Etableringen av YouTube i 2005 forandret måten vi tenker rundt distribusjon og produksjon av video. YouTube la fra første stund opp til at publikum selv skulle laste opp videoer, noe som raskt ble enormt populært. Mye av det som blir lastet opp, er deler av tradisjonelle filmer og videoer, men stadig flere lager selv innhold som de laster opp.

#### Mimevideoer

En ny og populær sjanger er videoer der vanlige folk mimer til kjente melodier. Noen ganger blir dette massive hits med stor spredning. Et tidlig eksempel på en "mimevideo" som har blitt svært populær, er "Numa Numa", laget med utgangspunkt i låten "Dragostea Din Tei" av det rumenske bandet "O-Zone". Amerikaneren Gary Broolsma spilte inn videoen med sitt webkamera og postet den på nettet i 2004.

Webkamerafilmer finnes i utallige varianter, men felles for disse er at den eller de som lager filmen, selv befinner seg foran kameraet. Filmene spilles inn direkte, noe som har blitt svært enkelt fordi tjenester som YouTube lar brukerne spille inn videoen direkte via nettsidene. "Numa Numa" er siden sett av mange millioner, og Broolsma er blitt en kjendis, slik vi kjenner dem fra de tradisjonelle mediene.

Det som ofte kjennetegner denne typen kortfilmer, er at de forutsetter forskjellige former for dialog mellom brukerne. De som ser videoen, videresender denne til andre, de kommenterer den, og noen lager sine egne versjoner. Videoen blir dermed et populærkulturelt fenomen og dukker opp i mange forskjellige sammenhenger. Dette fenomenet – at vi forstår et medieuttrykk på en spesiell måte, med bakgrunn i et annet – kalles for *intertekstualitet*.

#### Videoblogger

Lonelygirl15 var kallenavnet til en fiktiv tenåringsjente ved navn Bree, som postet en serie med videoer på YouTube i perioden 2006–08. Videoene ga seg først ut for å være en slags videoblogg, med korte webkamerafilmer der Bree fortalte om ting i sitt liv. Videoen oppnådde enorm popularitet på YouTube, men ganske raskt ble det avslørt at dette var en bløff. Det viste seg at Bree ble spilt av den 19-år gamle skuespilleren Jessica Rose. Videoene utviklet seg deretter til en serie kortfilmer med flere karakterer og et sammensatt plot. Serien fikk også sitt eget nettsted: lg15.com.

Lonelygirl15 og lignende fiksionsfortellinger viser hvor vanskelig det er å skille mellom fiksjon og virkelige hendelser i mediene. Personen som snakker rett inn i webkameraet, skaper en troverdighet, fordi vi kan kjenne oss igjen i denne situasjonen foran vårt eget webkamera. Det oppstår også interessante mellomsjangre der skuespillerens videoer får videokommentarer fra mennesker som opptrer som seg selv. Slik kan det oppstå dialoger mellom fiksjonen og dens publikum.

#### Mobilfimer

En annen viktig sjanger blant filmene på nettet er det vi kan kalle mobilfilmer. På samme måte som webkamerafilmer er disse sjeldent redigert, men tatt opp med et flyttbart kamera. Dette kan være et håndholdt videokamera eller en mobiltelefon. I dag kan både webkamerafilmer og mobilfilmer publiseres direkte på nettet via såkalt "live streaming". Ved hjelp av tjenester som f.eks. Ustream.com kan brukerne sende video i sanntid fra sin mobiltelefon og ut på Internett.

### Kollektive videoprosjekter

Et eksempel på et kollektivt videoprosjekt er "Livet på en dag". Dette er et dokumentarprosjekt, arrangert av YouTube, der brukere over hele verden ble oppfordret til å sende inn sine videoer tatt opp den 24. juli 2010. I alt kom det inn mer enn 80 000 klipp, tilsvarende mer enn 4 500 timer med video. Dette materialet ble gjennomgått og til slutt satt sammen til en helaftens film av regissøren Ridley Scott. Ridley Scott er blant annet regissør av *Alien* og *Blade Runner*, av mange regnet som de aller beste science-fiction filmene.

Kollektive filmprosjekter kan også være rene fiksionsfilmer. *Metal Gear Solid: Philanthropy* er et eksempel på brukergenerert spillefilm basert på en populær spillserie. Filmen ble til over en periode på tre år, men siden det aller meste er basert på frivillig insats, har den blitt laget for en samlet kostnad på 10 000 Euro. Det hele startet i Italia, men etter hvert var 150 frivillige fra 25 forskjellige land involvert i produksjonen.

# Dramaturgi og virkemidler

## Bildekomposisjon og kamerabevegelser

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Bildekomposisjon og kamerabevegelser \(116160\)](#)



Om ulike utsnitt / video

<http://ndla.no/nb/node/66179>



### Bildeutsnitt

En film består av en serie av enkeltbilder som er komponert på ulike måter.

- Et heltotalbilde gir oversikt over omgivelsene og situasjonen, og brukes derfor ofte til å etablere en scene.
- Karakterene i filmen presenteres gjerne i totalbilder. Et slikt bildeutsnitt gir også god oversikt over det sceniske rommet, stedet der hendingene foregår.
- Når to eller flere personer snakker sammen, skifter kameraet ofte til et halvnært bilde. Da er det enklere å følge dialogen.
- Nærbilder av et ansikt eller en hånd avslører følelser, og brukes ofte til å vise hvordan en person reagerer på det som skjer.
- Ultranære bilder bryter med det øyet vårt vanligvis ser. Slike bilder brukes derfor kun som effekter.

I alle filmer klippes det mellom ulike bildeutsnitt. Men filmsjangeren avgjør hvilke typer utsnitt som brukes mest. I en actionfilm er det mer naturlig å bruke oversiktsbilder enn i en kjærlighetsfilm med mye snørr og tårer.

### Bildevinkler

Normalt ser vi det som skjer i øyehøyde. Det kalles *normalperspektiv*. Når filmkameraet plasseres over eller under normal øyehøyde, får det en bestemt virkning. I dagligtalen kaller vi dette "å se opp til en person" eller "å se ned på en person".

Når kamera er plassert under normalhøyde, kalles det *froskeperspektiv*. Et slikt perspektiv kan brukes til å opphøye en helt, men også til å vise hvordan verden ser ut, sett med øynene til et lite barn.

Når kameraet er plassert over normalhøyde, kalles det *fugleperspektiv*. Et slikt perspektiv kan gjøre selv det tøffeste monster ynkelig. Det kan også vise hvordan trollet opplever møtet med Askeladden. Filmen *Hawaii Oslo* åpner med et ekstremt fugleperspektiv. Slik introduseres englesymbolikken som går som en rød tråd gjennom hele filmen.

### Komposisjon og fargebruk

Horisontale linjer i et bilde gir en følelse av ro og harmoni, mens vertikale linjer gir et inntrykk av høyde, kraft og verdighet. Skrålinjer skaper spenning og bevegelse. Symmetrisk balanse i et bilde gir et inntrykk av stabilitet og stillstand, mens asymmetrisk balanse virker mer moderne og energisk.

### Huskelappen

**Bildekomposisjon, farger, lys og kamerabevegelser er viktige elementer i filmspråket.**

### Ressurser



En scene fra filmen *Amour* som fikk Oscar som beste utenlandske film i 2013.

Bildeutsnittet viser hva personene tenker og føler.



Utranært utsnitt i filmen *Psycho* understreker hvor skrekkslagen personen blir.

Fargetonen i bildet formidler mye av stemningen i filmen. Varme toner gir en følelse av harmoni og kjærlighet, kalde toner har den motsatte virkningen. Farger kan også brukes symbolsk. Den kvinnelige forføreren har rød kjole, mens den uskyldige ungjenta ofte er kledd i hvitt.

## Bevegelse

Bevegelse i et bilde kan skje både ved at kameraet er i bevegelse, og ved at personer eller gjenstander i bildet beveger seg. Når vi skal følge en karakter fra bilde til bilde, er det viktig at øyet vårt oppfatter hvor i bildet personen befinner seg. Fartsretningen i bildet er derfor viktig for kontinuiteten i bildefortellingen.

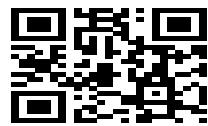
Kameralinsen kan bevege seg horisontalt (*panorering*) eller vertikalt (*tilting*). En panorering kan gi en oversikt over en situasjon, eller følge en bevegelse horisontalt. En tilt kan for eksempel brukes til å vise høyde eller til å avsløre et fenomen. Et eksempel er åpningsscenen i filmen *Änglagård* der kameraet starter ved føttene og følger kroppen i en dvelende bevegelse helt opp til ansiktet. Slik understrekkes det sensuelle ved hovedpersonen.

Kamerakjøring eller kran brukes når kamera følger en hendelse i stor fart, som for eksempel forfølgelsesscenen i en James Bond-film. Zooming er ikke en kamerabevegelse, men brukes ofte som en effekt. Sjokkzooming i en skrekkfilm gir oss følelse av at vi selv blir trukket inn i fortellingen, uten å kunne verne oss mot det onde. Slik identifiserer vi oss med det skrekkslagne offeret.



Froskeperspektivet i skrekkfilmen *Stage Fright* gir oss en følelse av at et ondt øye iakttar personene.

I åpningsscenen i filmen *Hawaii Oslo* finner vi et eksempel på ekstrem overvinkling. Vi ser det som skjer nede på gata i engleperspektiv!



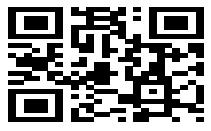
## Bildekomposisjon og kamerabevegelse / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/116160>



Farger, lys og skygge skaper en bestemt atmosfære i en film.

Filmen *Änglagård* åpner med bilder som gir oss en opplevelse av ro og nostalgi. Når Fanny og Zak kommer inn i bildet, er det slutt på idyllen.



**Bildekomposisj  
on og  
kamerabevegel  
ser / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/116160>

# Klipping og klipperytmefagststoff

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Klipping og klipperytmefagststoff \(116447\)](#)



## Klipping og klipperytmefagststoff

<http://ndla.no/nb/node/116447>

*Skrekkfilmens mester Alfred Hitchcock om klipping i filmen Psyko.*

### Klipping

En film består av enkeltbilder og bildesekvenser som vises i en bestemt rekkefølge. Det er denne rekkefølgen som skaper sammenheng og mening i filmen. Hvert bilde blir påvirket av det bildet som er vist før, og det bildet som kommer etterpå. Når vi ser to bilder etter hverandre, leter hjernen vår etter en sammenheng. Dersom vi ser en arkitekt på det ene bildet og en hånd rundt en blyant i det neste, vil vi tro at det er arkitektens hånd som holder blyanten.

### Kontinuitetsklipping og montasje

I den klassiske fortellende filmen eller den amerikanske mainstreamfilmen var idealet såmløs og myk klipping. Det vil si at overgangen mellom klippene skulle være så usynlige som mulig. Filmen skulle fremstå som "ikke fortalt", slik at publikum skulle leve seg inn i handlingen.

I det daværende Sovjet på 1920-tallet utviklet imidlertid filmskaperen Sergej Eisenstein en annen måte å klippe på, også kalt *russisk montasjefilm*. Han ønsket å bevisstgjøre publikum. Derfor klippet han blant annet inn nærbilder som fremhevet det han ville kommunisere. Han brukte også ofte harde klipp eller kollisjoner mellom bildene for å vekke publikum.

I våre dager er vi primært påvirket av den klassiske filmens idealer for klipping, det vi kaller *kontinuitetsprinsippet*. Det vil si at publikum skal oppleve at sekvensen er tatt opp i ett bilde, og at klippene er så usynlige som mulig.

### Jump-cut



### Huskelappen

**Rekkefølgen som bildene vises i avgjør hvordan vi oppfatter en filmsekvens.**

**Myke klipp skaper kontinuitet og en illusjon av at film og virkelighet er ett.**

**Harde klipp kan signalisere en sinnsstemning, eller at fortelleren er nærværende i filmen.**

**Klipperytmefagststoff er et viktig fortellerelement.**

### Ressurser



Eksempel på montasje

Imidlertid har enkelte mer eksperimentelle filmer latt seg inspirere av blant andre den franske nybølgeregissøren Jean-Luc Godard som brukte mange eksempler på jump-cut (harde klipp) i filmenene sine. Da opplever vi et hopp eller rykk når bildet skifter. Jump-cut brukes for eksempel til å skildre en sinnsstemning eller signalisere fortellernærveret i filmen.

### Parallelklipping

I mange filmer klippes det fram og tilbake mellom to parallele handlinger. Stedene og karakterene er ulike, men tidspunktet er det samme. Parallelklipping brukes mye i action- og krimscener. Gjennom parallelklipping får vi som publikum tilgang til mer informasjon enn karakterene. I den ene scenen følger vi morderen, i den andre ser vi hva offeret holder på med. Slik forsterkes spenningen i filmen.

### Klipperytmme

Tempo og lengden på hvert klipp, det vi kaller klipperytmnen, styrer også hvordan vi opplever en serie med bilder. Fortellingen blir annerledes når en situasjon beskrives ved hjelp av totalbilder som står lenge på skjermen, enn dersom filmskaperen velger en serie med kjappe nærbilder. Da stiger pulsen og spenningen. Filmrytmen er derfor et viktig virkemiddel i filmfortellingen.

Eksempel på montasjeklipp i filmen *Oktober* av Sergei Eisenstein:

[Oktober av Sergei Eisenstein](#)

Googlebooks:

*Videologi*. Les kapittelet om

[klipping](#) (fra s. 154)

Dansk iBog: *Levende billede*. Les kapittelet om

[Klipping](#)

Bruk av jump-cut i filmen *À bout de souffle*:



### Klipping og klipperytmme / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/116447>

# Fortellerperspektiv i film

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, Sissel Stokkedal

[Fortellerperspektiv i film \(116468\)](#)



## Fortellerperspektiv i film / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/116468>

Denne dansescenen fra filmen *American Beauty* er et klassisk eksempel på konseptuell synsvinkel.

Utenfra og innenfra

I norskfaget har du lært om ulike synsvinkler i episk diktning. Her brukes begrepet *personal synsvinkel* når perspektivet ligger hos en av de oppdiktede personene. En *auroral synsvinkel* ser personene utenfra. Vi får vite hva de sier og gjør, og hva som har skjedd tidligere. En *allvitende forteller* vet i tillegg hva personene tenker og føler, og kanskje til og med hva som kommer til å skje rundt neste sving.

Filmfortellinger er forskjellige fra litterære fortellinger på den måten at alt, også det en person tenker og føler, må formidles ved hjelp av lyd og bilder. Ofte veksler filmen mellom ulike fortellerperspektiver. Gjennom *planting* og *høsting* gir fortelleren oss små hint om det som kommer til å skje. Ved hjelp av parallelklipping kan vi følge hendelser som skjer samtidig på ulike steder, men som vi forstår før eller siden vil ende i et dramatisk møte. Slik får vi som tilskuere en bedre oversikt over situasjonen enn det karakterene i filmen har.

Synlige og usynlige fortellere

Fortelleren er den stemmen som formidler filmhistorien til mottakerne. I den klassiske filmen er idealet at fortelleren skal være usynlig. På den måten får tilskuerne en følelse av at fortellingen ikke er fortalt, men at vi er vitner til det som faktisk skjer. Historien formidles gjennom det karakterene sier og gjør. Klippene kamufleres, slik at fortellingen flyter sømløst. Slik kan publikum drømme seg bort og identifisere seg med det som foregår på lerretet.

Huskelappen

I klassisk film er fortelleren usynlig.  
Idealet er at filmen ikke skal oppleves som fortalt.

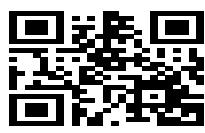
En synlig forteller og bruk av metaperspektiv er typisk for modernistiske og postmodernistiske filmer.

Subjektivt kamera brukes til å formidle hva en karakter ser eller tenker.

**Perseptuell synsvinkel:**  
Kameraet er øyet som ser det som skjer, slik personen opplever det.

**Konseptuell synsvinkel:**  
Kameraet formidler det karakteren tenker.

Ressurser



I modernistisk og postmodernistisk film er fortelleren mer synlig. Publikum skal være klar over at det de ser, ikke er virkeligheten, men kun et bilde av virkeligheten som fortelleren holder opp for dem. Det kan skje ved at en fortellerstemme (voice-over) eller en "kommentator" kommenterer det som skjer i filmen, ved at den realistiske rammen sprenges, eller ved brå klipping der filmskaperen river oss ut av filmens drømmeverden.

#### Når kameraet er øyet som ser

Enkelte ganger ønsker filmskaperen å vise det som skjer, slik det blir opplevd av en av karakterene i filmen. I filmspråket kalles det *subjektivt kamera*. Det betyr at filmkameraet blir øyet som ser og opplever det som skjer.

Subjektivt kamera kan brukes både i enkeltscener og som et gjennomgående stilistisk virkemiddel i en film. Det er vanlig å skille mellom *perceptuell synsvinkel* og *konseptuell synsvinkel*. Perceptuell synsvinkel viser det karakteren ser. Konseptuell synsvinkel viser det karakteren tenker.

#### Tilbakeblikk

Subjektivt kamera eller konseptuell synsvinkel er ofte blitt brukt for å formidle hva karakteren har opplevd tidligere. Ofte kan dette være opplevelser vedkommende har fortrengt. En spesiell hendelse i nåtid kan få karakteren til huske det som skjedde. I filmen *Hiroshima Mon Amour* (1959) av nybølgeregissøren Alan Resnais får vi gjennom hyppige tilbakeblikk kjennskap til karakterens fortid som kjæreste til en tysk soldat. Det er gjennom møtet med en japansk arkitekt at disse minnene vekkes til live.

#### Fantasi og bevissthet

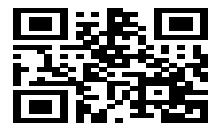
Fantasier og drømmer er ofte blitt formidlet gjennom subjektivt kamera. I filmen *American Beauty* (1999) av Sam Mendes gir bruk av subjektivt kamera oss tilgang til hovedpersonens Lesters drømmer og fantasier om datterens bestevenninne Angela. I flere klipp framstilles Angela gjennom et hav av roseblader og en rød fargekoloritt. På en skoleframvisning blir vi vitne til at hans fantasier om Angela står i kontrast til hva de andre karakterene i filmen opplever.

## Fortellerperspektiv i film / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/116468>

Klipp fra den norske filmen *Motforestillinger*.

Bruk av *metaperspektiv* er typisk for mange av de filmene som er produsert de siste 30 årene. Et *metaperspektiv* er et overordnet perspektiv som oppstår når filmen tar et skritt tilbake og ser på seg selv utenfra.



## Fortellerperspektiv i film / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/116468>

*Wheels* er eksempel på en elevproduksjon der hele historien er fortalt med subjektivt kamera.



## Fortellerperspektiv i film / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/116468>

I filmen *Being John Malkowitch* (1999), regissert av Spike Jonze, oppdager dukkespilleren Craig en inngang til skuespilleren John Malkowichs bevissthet. Portalen går ut fra kontoret der han jobber i etasje 7 1/2 i New York. Ved å gå gjennom denne portalen, får vi som publikum se hva John Malkowich ser, tenker og opplever. Spesielt spennende blir det da han selv går inn i sin egen bevissthet.

I filmen *Hiroshima Mon Amour* brukes subjektivt kamera for å vise hendelser fra fortiden.



## **Fortellerperspektiv i film / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/116468>

I dette klippet fra filmen *Being John Malkowitch* kan du se hva som skjer når John Malkowich går inn i sin egen bevissthet.

# Karakterer og konflikter

Forfatter: Kristin Eriksen Vold, Ragna Marie Tørdal

[Karakterer og konflikter i filmfortellingen \(98733\)](#)



**Huskelappen**

**Alle fiksionsfilmer  
har en hovedkonflikt  
som driver  
handlingen  
framover.**

**Hovedkarakteren i  
filmen kalles  
protagonisten.**

**Antagonisten er den  
eller de som vil  
hindre  
hovedkarakteren i å  
nå målet sitt.**

**Hovedkarakterene  
utvikler seg som  
oftest i løpet av  
filmen.**

**Vendepunkt og  
klimaks er  
avgjørende punkter i  
filmfortellingen.**

**Ressurser**



Scene fra filmen Harry Potter and the Deathly Hallows.

Se traileren til filmen

[Harry Potter and the  
Deathly Hallows](#)

– Hvordan blir hovedkonflikten i denne filmen presentert?

– Hvem er protagonisten?

– Hvem er antagonisten?



Literary means:  
Protagonist and  
antagonist /  
flashnode

<http://ndla.no/nb/node/56517>

[Les mer om Propps  
funksjonsanalyse](#)

[Hva skaper gode  
filmkarakterer?](#)

Test deg selv



Klikk på bildet for å lage egne tester i My Task. Du kan utfordre andre i klassen til å svare på spørsmålene dine.



Fortellerteknikken i moderne fiksionsfilmer er inspirert av folkeeventyrene. Hva går hovedkonflikten i *Dei tre mostrene* ut på? Hvem er protagonisten? Hvem er antagonisten?

## Hovedkonflikten

En film er en historie som fortelles ved hjelp av bilder og lyd. Hver film har en *hovedkonflikt*. Det er hovedkonflikten som driver handlingen framover. Hovedkonflikten blir presentert helt i starten av filmen, i det vi kaller *anslaget*. Det fører til at vi får lyst til å se videre for å finne ut hvordan denne konflikten kan løses.

Et eksempel på en slik konflikt kan være: En mann våkner opp en dag og er den eneste levende personen i hele byen. Han må ut for å sjekke om det er flere overlevende andre steder på jorda. Dette tar oss videre til neste punkt.

## Mål

I enden av hver hovedkonflikt skal det være et *mål*, en løsning på de problemene karakterene i filmen opplever. I vårt eksempel vil trolig mannen ha som mål å finne andre overlevende. Men kanskje er den flokken av overlevende han finner, ikke slik han tenkte seg? Kanskje det er flere konflikter han må kjempe seg gjennom før han når fram til det endelige målet?

## Protagonisten

Den personen som strever seg gjennom hovedkonflikten mot målet i filmen, kalles *protagonisten* eller *hovedkarakteren*. Dette er den viktigste personen i filmen. I de fleste filmer forandrer hovedkarakteren seg i møte med hovedkonflikten. I en analyse er det viktig å forklare hva denne forandringen går ut på, og hva det er som gjør at hovedkarakteren forandrer seg.

## Antagonisten

I en film skal protagonisten møte motstand. Hvis ikke blir ikke filmen spennende. Denne motstanden blir ofte presentert gjennom en *antagonist*. En antagonist står i veien for protagonisten, slik at det er vanskelig for ham eller henne å nå målet sitt. Kanskje møter mannen i eksempelet vårt etter hvert et annet menneske. Så viser det seg at dette andre mennesket har onde hensikter. Vår protagonist må da kjempe videre for å finne gode mennesker og nedkjempe motstanden fra antagonisten.

## Vendepunkt (point of no return)

I vendepunktet i filmen har protagonisten ikke noen annen vei å gå enn å møte hovedproblemets. Nå er det ingen vei tilbake. Protagonisten må foreta et valg. Vendepunkt for protagonisten vår kan være at han må bestemme seg for om han skal slå seg sammen med de onde, eller om han skal leve et ensomt liv alene. Han bestemmer seg for å leve sammen med de onde.

## Klimaks

I filmens klimaks når spenningen et høydepunkt. Konflikten blir løst, og spenningsnivået synker. Filmeksempelet vårt får ikke en lykkelig slutt. Slik sett vil nok ikke denne filmen slå an i Hollywood! Vår hovedkarakter slår seg sammen med de onde. Han er ikke lenger alene. I løpet av filmen har han gått fra å være en god, men ensom, mann til å bli en mindre grei mann med venner.

# Filmmusikk

Forfatter: Marita Aksnes, NRK, Ragna Marie Tørdal  
[Filmmusikk \(120456\)](#)



Filmmusikk / video  
<http://ndla.no/nb/node/120761>

Musikk påvirker menneskesinnet

Film består av bilder og lyd. Vi skal se nærmere på noen av de funksjonene filmmusikken kan ha i samspillet med bilder.

En viktig tanke i barokken var at musikken kunne påvirke menneskesinnet ved at bestemte tonearter og melodilinjer kunne framkalle bestemte følelser. Dette har mange filmkomponister tatt med seg videre.

Musikken kan avgjøre hvorvidt en filmscene oppleves som skummel eller ikke fordi musikk og bilde påvirker hverandre gjensidig. Finn Hallway-scenen fra filmen *Shining* på YouTube. Når du ser den lille gutten sykle rundt på trehjulssykkel i gangen på hotellet, er det da bildene eller musikken som er skummel? Og kan vi egentlig skille mellom musikk og bilde i en slik sammenheng?

Vi kan si at det oppstår et nytt tegnsystem i samspillet mellom bilde og musikk. I en analyse må vi derfor se på bilde og musikk i samspill.

## Diegetisk og ikke-diegetisk musikk

Det er nyttig å skille mellom *diegetisk* og *ikke-diegetisk* lyd når man arbeider med musikk på film og tv. Diegetisk lyd er lyd som er med i filmen, for eksempel dersom en av karakterene går rundt og synger på en sang. I filmen *Mannen som elsket Yngve* er det for eksempel diegetisk når bandet øver.

Ikke-diegetisk er lyd som legges oppå filmen eller programmet, og som sier noe om hva vi skal føle og tenke. Da klassen i *Mannen som elsket Yngve* er på strandtur i anslaget til filmen, er bakgrunnsmusikken som spilles ikke-diegetisk lyd.



## Huskelappen

**Film er en  
sammensatt  
medietekst som  
består av lyd og  
bilder.**

**I en filmanalyse må  
du derfor ha fokus  
på samspillet  
mellan det du ser,  
og det du hører.**

**Diegetisk musikk er  
musikk som hører  
naturlig hjemme i  
filmuniverset.**

**Ikke-diegetisk  
musikk er musikk  
som ikke naturlig  
finnes der filmen blir  
tatt opp.**

**Doksal musikkbruk  
betyr at musikken er  
så vanlig at vi knapt  
tenker over at den er  
der.**

**Paradoksal  
musikkbruk  
kommenterer eller  
motsier det vi ser.**

Noen ganger kan den diegetiske lyden gå over til å bli ikke-diegetisk lyd, som vi ser eksempel på i filmen *Kill Bill*. Her kommer en sykesøster plystrende i en korridor og vi har en diegetisk musikk, den er naturlig med i filmen. Etter hvert legges det på ikke-diegetisk musikk, og den diegetiske og den ikke-diegetiske musikken går over i hverandre. Melodien som først ble plystret, blir gradvis tatt over av blåserne og resten av orkesteret.

### Doksal og paradoksal musikkbruk

Begrepene *doksal* og *paradoksal* kan si oss noe om hvilken fortellejobb musikken har i en film. Det doksale er det som er vanlig, ureflektert og gjerne klisjépreget, og vi finner det i mange underholdningsfilmer. Her er musikken en så naturlig del av filmen at vi knapt legger merke til den.

Fullt så vanlig er det ikke med paradoksal musikkbruk. Da kan musikken kommentere og/eller motsi bildene, og fortellemåten i filmen kan være drøftende og ironiserende. Et eksempel på dette finner vi i filmen *Shindlers liste*. Her får vi se nedslakting av mennesker, mens musikken som blir spilt er et jødisk barnekor.

(Kilde: Dybvik: Uhørt om film, Norsk lærerforening 2009).

Vi finner også et eksempel på dette i *Apocalypse Now*. Her er det en kjent helikopterscene der det utføres et angrep på vietnamesiske landsbyer til tonene av Richard Wagners "Valkyrierittet".

### Ledemotiv

I *Star Wars*-filmene har Darth Vader sin "melodi", eller det vi kaller *ledemotiv*. Bruken av ledemotiv går tilbake til den tyske komponisten Richard Wagner (1813-1883). Han har inspirert mange filmkomponister. Et viktig virkemiddel i operaene hans er bruken av et ledemotiv, som er en melodi som knyttes til en bestemt person, ting eller situasjon.

### Referanse til tid og sted

I mange av dagens filmer bruker filmskaperne kjente og populære band eller tidligere kjent populærmusikk. Dermed kan publikum knytte filmen opp mot noe kjent, og bandets identitet blir en del av filmen.

I noen filmer finnes det musikalske ledemotiver.

Musikken kan referere til et bestemt sted eller en bestemt tidsperiode.

Musikken kan gi filmen en bestemt rytme.

### Ressurser



Den kjente samiske komponisten og musikeren Mari Boine tonet Nils Gaups storfilm "Kautokeino-opprøret"

### [Top 10 filmmusikk](#)

### Eksempler



### Filmmusikk / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/120456>

Se Hallway-scenen i filmen *The Shining*.



Musikken kan også si noe om tid og sted, for eksempel ved at det brukes en kjent låt fra en bestemt tidsperiode. I *Apocalypse Now* blir en eksplosjon i et jungellandskap akkompagnert av The Doors-filmen *The End*. Dermed plasseres vi raskt i Vietnam i 60-årene.

Eldre musikk kan brukes i nye sammenhenger. I anslaget til Quentin Tarantinos film *Inglourious Basterds* blir for eksempel Ludvig van Beethovens pianostykke *Für Elise* spilt.

Musikk gir filmen rytme

Musikken kan også gi filmen en rytme, enten at den følger samme rytme som filmen, eller at den motsier rytmen. For eksempel kan en langsom scene ha en musikk som går i et raskt tempo, eller omvendt. Slik får musikken en dramaturgisk rolle. Den kan bygge opp mot klimaks, understreke klimaks, eller holde tilbake klimaks *Kilde: Sissi Vik: Filmmusikk - følelsesmessig fyll eller forteller? 1997*

## Filmmusikk / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/120456>

Se eksempel på diegetisk og ikke-diegetisk musikk i filmen *Mannen som elsket Yngve*.

Klipp fra filmen [Kill Bill](#)



## Filmmusikk / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/120456>

Introduksjon til filmen *Apocalypse Now*.

Ledemotiv i *Star Wars*-filmene:

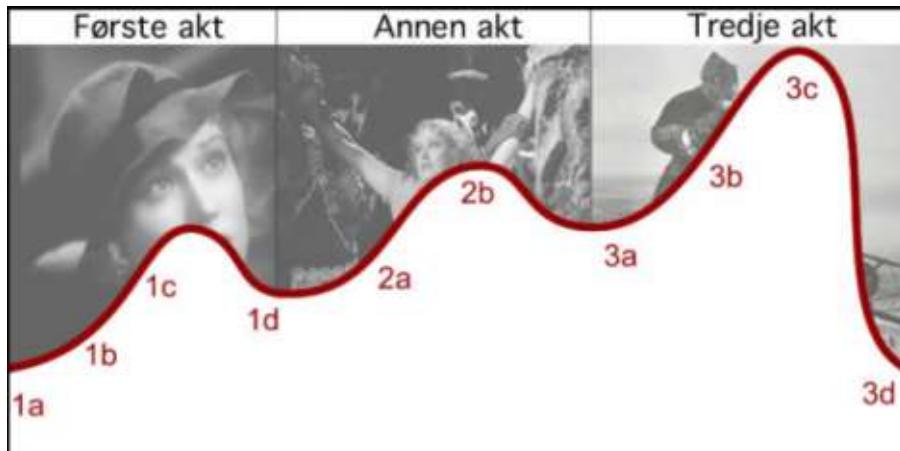
[Darth Vader](#)

# Hollywoodmodellen

Forfatter: Jon Hoem, Marion Federl  
[Hollywood-modellen \(1893\)](#)

## En komposisjonsmodell

I mange spillefilmer er plottet bygd opp på omtrent samme måte, selv om historiene som fortelles, kan være svært forskjellige. En vanlig spillefilm passer gjerne inn i et skjema med tre akter eller deler, med en spenningskurve som vist i illustrasjonen nedenfor.



Hollywood-modellen *Jon Hoem*

En viss spenning er der helt fra starten av. Denne spenningen øker så gjennom hele filmen og når sitt dramatiske høydepunkt i tredje akt. Deretter synker den raskt tilbake til utgangsnivået. Mellom de mer dramatiske scenene er det også lagt inn noen roligere episoder. Her kan karakterene samle krefter, og tilskuerne kan få tilbake pusten. De roligere episodene fungerer også som kontrast til all dramatikken.

## Første akt

### 1a Anslag

De aller første minuttene av en film kaller vi for anslaget. Anslaget skal gjøre oss nysgjerrig. Det gir oss gjerne noen hint om karakterer, miljø eller om noe som kan utløse en konflikt. Dessuten får vi allerede i anslaget en pekepinn på sjangeren: romantisk drama, actionfilm osv.

### 1b Presentasjon

I forlengelsen av anslaget følger så en (roligere) presentasjonsdel. Her blir de sentrale karakterene presentert i sitt miljø. I presentasjonsdelen blir vi kjent med personer, gjenstander og hendelser som får avgjørende betydning senere i fortellingen. Det er også viktig at hovedkonflikten presenteres tidlig i filmen.

### 1c Utdypning

Forholdet mellom karakterene utdypes, og hele bakgrunnen for hva som senere skal komme til å skje blir presentert. I tillegg blir konflikten tydeligere.

### 1d Første plottpunkt

Det første plottpunktet er hendelsen som setter i gang handlingen for alvor. Handlingen tar nå en ny og uventet retning. Det første plottpunktet markerer også overgangen fra første til andre akt.

### Annen akt

#### 2a Opptrapping

Etter det første vendepunktet følger en opptrapping av konflikten. Det kan også dukke opp andre, mindre konflikter, og helten kan møte hindere av ulik art.

#### 2b Første dramatiske topp

Konfliktopptringen i akt to avsluttes med en dramatisk topp. Det kan se ut som om konflikten er løst, men dette er bare midlertidig.

### Tredje akt

#### 3a Ny konfliktopptring

Dette er en slags "transportetappe" som legger grunnlaget for den endelige løsningen.

#### 3b Andre plottpunkt

Det andre plottpunktet i filmfortellingen er den hendelsen som utgjør det mest alvorlige tilbakeslaget for helten. Samtidig finnes det bare én mulig vei videre: Helten må slåss, enten det er for livet, for kjærligheten eller for begge deler. Herfra stiger både tempoet og spenningen kraftig.

#### 3c Klimaks

Spenningen når nå sitt absolutte høydepunkt, og konflikten får en løsning.

#### 3d Avrunding

Etter fortellingens klimaks presenteres en kort avrunding. Likevekten er nå gjenopprettet. I Hollywood-filmen betyr dette nesten alltid en "happy-end".

## Eksempel: King Kong

Forfatter: Jon Hoem, Marion Federl

[Et eksempel: "King Kong" \(18935\)](#)



King Kong forside dvd

### Lenker

- Plakaten til venstre er laget til Peter Jack- sons versjon fra 2005.
- 2005-versjonen av King Kong har sitt [eget nettsted](#).
- Det finnes også et eget nettsted for [spillet](#) som ble laget i forbindelse med filmen

### Om filmen

Filmen King Kong fra 1933 fortjener en plass i filmhistorien av flere grunner. Den inneholder for det første banebrytende animering og utmerket filmmusikk. For det andre er den et interessant eksempel fordi det er laget flere filmfortellinger av den samme historien – sist ut var Peter Jackson i 2005.

### Resymé

I filmen leter regissøren Carl Denham etter en ung skuespillerinne til sin neste film. Ved en tilfeldighet treffer han på den unge og vakre Ann Darrow, som takker ja til tilbudet om å bli med til Skull Island. Der blir hun kidnappet av de innfødte, som vil ofre henne til kjempegorillaen King Kong.

Kong blir forelsket i Ann og tar henne med inn i jungelen. Skipsbesetningen følger etter ham, men kun én person når fram til Kongs skjulested inne i jungelen, nemlig Jack Driscoll, som også er forelsket i Ann. Jack greier å befri Ann, noe som gjør Kong rasende. Han går til angrep på landsbyen til de innfødte. Men Denham klarer å fange Kong ved å bedøve ham med gassbomber.

Kong blir tatt med til New York. Der rømmer han og fanger Ann enda en gang. Til slutt klatter han opp på Empire State Building, der han blir skutt ned av militærfly.

### Anslaget

Det første som møter tilskueren, er en tekstplakat. Tekstplakaten senker tempoet i fortellingen og fungerer som et frampek om hva som kommer til å skje:



Og profeten sa: "Og se, dyret så skjønnhetens ansikt. Og det avstod fra å drepe. Og fra denne dag var det så godt som dødt." Gammelt arabisk ordtak

Etter tekstoplakaten følger en scene i et havneområde. Her møtes to menn og diskuterer et merkelig skip. Gjennom samtalen mellom dem får vi høre om skipet, om besetningen og om mannen som står bak ekspedisjonen skipet skal ut på, filmregissøren Denham.

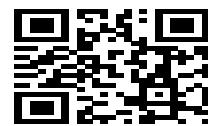
Samtidig er det visstnok mye hemmelighetskremmeri rundt ekspedisjonen, og mennene lurer følt på formålet med den. Det gjør også tilskuerne, som ikke vet stort mer enn de to. På denne måten skapes det en del forventninger som filmen etter hvert må innfri.

## Sideblikk

- Tekstoplakaten er et virkemiddel som har blitt nesten helt borte i moderne film, i allfall i kinofilmen.
- Den som lager kinofilm i dag, må også tenke på fjernsyn som visningsformat, og da gjelder det å fange publikum raskt med en engasjerende introduksjon.
- Men i filmer som er ment for distribusjon på nettet, er filmplakaten faktisk på vei tilbake.

## Filmhåndverk

- Som publikum trekkes vi inn i situasjonen gjennom en kamerakjøring der vi følger den enemannens bevegelser.
- I samtalen mellom mennene kryssklippes det mellom halvnære bilder. Publikum får til enhver tid se den som snakker.
- Slik kryssklipping er et vanlig virkemiddel, som skaper en følelse av kontinuitet ved at lyd og bilde hele tiden stemmer overens.



King Kong 1933  
introduksjon / video  
<http://ndla.no/nb/node/20619>

## Presentasjon

Ute i byen er Denham på jakt etter en som kan være med på ekspedisjonen. Ved en tilfeldighet oppdager han Ann Darrow, som er i ferd med å stjele frukt fra en butikk. Denham skjønner raskt at dette er hans sjanse, og tilbyr Darrow jobben som skuespiller.

Et viktig bakteppe for denne scenen er de økonomiske nedgangstidene etter krakket på Wall Street-børsen i 1929. Mange mistet arbeidet og hadde store problemer med å klare seg under depresjonstiden på 1930-tallet.

#### Filmhåndverk

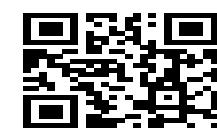
- I scenen på kaféen ser vi et eksempel på et kontinuitetsklipp der det klippes i bevegelsen idet Denham setter seg.
- Slike klipp brukes for å skape en mest mulig sømløs overgang mellom to kamera-innstillinger, men her fungerer det ikke helt perfekt.



King Kong 1933  
presentasjon / video  
<http://ndla.no/nb/node/20672>

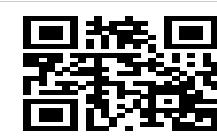
#### Utdypning

På båten blir vi bedre kjent med de sentrale karakterene og forholdet mellom dem. Alle episodene på båten bygger opp under det som skal komme. For eksempel dukker det opp en liten ape som krabber rundt på dekk. Dette skaper en forventning hos publikum. Tilskuerne har jo sett filmplakaten og vet at en sentral karakter er en enorm ape – er det denne apen som vil vokse seg stor?



King Kong 1933  
utdyping / video  
<http://ndla.no/nb/node/20675>

Målet for reisen er en fjerntliggende øy, Scull Island. På Scull Island får seerne et første møte med de innfødte. Det foregår en slags seremoni. Her blir det tilløp til dramatikk, men foreløpig klarer de besøkende å avverge en konflikt.



King Kong 1933  
utdyping 2 / video  
<http://ndla.no/nb/node/20678>

Første plottpunkt

Ingen amerikansk film uten en dose romantikk, her mellom Ann og sjømannen Jack. Scenen fungerer som en kontrast til det som skal skje like etterpå, da Ann blir kidnappet av de innfødte. Denne hendelsen er det første plottpunktet i filmen og markerer overgangen til andre akt.

#### Filmhåndverk

- Å skape kontraster er en forutsetning for enhver spenningsfortelling.
- I dette klippet er det både selve handlingen, den langsomme klipperytmen og den rolige musikken som senker tempoet.
- Publikum slapper av, og kontrasten til den kommende konfliktopptringingen oppleves som desto sterkere.



King Kong 1933  
opptringing / video  
<http://ndla.no/nb/node/20657>

#### Opptringing

Konfliktene blir nå mer alvorlige, og tilskuerne føler at tempoet i filmen øker. Dette inntrykket skapes imidlertid først og fremst gjennom musikken, som øker i tempo, volum og dramatikk. Klipperytmen blir ikke mye raskere.

Ann bindes fast og stenges inne bak en enorm dør. De innfødte trekker seg unna, og for første gang får vi se King Kong.

#### Filmhåndverk

- Kongs bevegelser er animert, det vil si at at det er tatt opp en rekke stillbilder, som etterpå settes sammen og spilles av i rask rekkefølge. Dermed ser det ut som om Kong beveger seg.
- Det var Willis O'Brien som stod for animeringen i filmen.
- Den gang var effekten imponerende, selv om den ikke kan måle seg med dagens dataanimasjon.
- Vil du sammenligne, kan du se hvordan dette ble gjort i Peter Jacksons versjon av King Kong, fra 2005.



King Kong 1933  
opptringing 2 /  
video  
<http://ndla.no/nb/node/20659>

Mannskapet forsøker å befri Ann og støter på en rekke forhistoriske dyr på veien. For noen av dem ender dette møtet ille, og de blir drept. Nå kommer det dramatiske hendelser på rekke og rad, blant annet slåss King Kong med en Tyrannosaurus Rex og tar livet av den.



### King Kong 1933 opptrapping 3 / video

<http://ndla.no/nb/node/20662>

#### Sideblikk

- Sekvensene med de forhistoriske dyrene har klare referanser til en tidligere film – stumfilmen "[The Lost World](#)" fra 1925, basert på en [novelle](#) med samme navn av Arthur Conan Doyle.
- Filmindustrien har forvane å bygge på tidligere suksesser:  
*The Lost World* er fortsettelsen til boka *Jurassic Park* av Michael Crichton, begge filmatisert av Steven Spielberg.

### Første dramatiske topp

Spenningen når et dramatisk høydepunkt når Jack forsøker å befri Ann. De to slipper unna, og denne delen av filmen ender med at King Kong blir tatt til fange.



### King Kong 1933 opptrapping 4 / video

<http://ndla.no/nb/node/20669>

#### Point of no return

- Med *point of no return* mener vi en hendelse i filmen som gjør at helten ikke har noen vei tilbake. Det kan være et valg denne personen tar, en hendelse vedkommende ikke har kontroll over, eller det kan være informasjon som tilflyter helten og som tvinger han eller henne til å handle på en bestemt måte.
- *Point of no return* er ikke det samme som plottpunkt. Mens plottpunktene er hendelser som setter fart i handlingen og sørger for at den ytre spenningen øker, viser *point of no return* en personlig utvikling og modning hos helten. Men også negative egenskaper hos en person kan tre tydeligere

- fram.  
• Point of no return er vanligvis plassert et sted i andre akt.

### Point of no return

Denham vil ta med seg King Kong tilbake til New York. Dette kan ha vært en del av planen hans fra starten av, og grunnen til at han hadde med seg så mye utstyr og mannskap.

Han tror muligens han har kontroll over King Kong, men i virkeligheten sørger han for at konflikten fortsetter. Han plasserer et vilt og farlig dyr som Kong i en storby, og attpå til i samme by som Ann bor.

Handlemåten til Denham får store konsekvenser for alle. Hadde besetningen reist hjem uten Kong, ville Denham ha mislyktes med sitt prosjekt, men på den andre siden ville de ha sluppet flere farefulle situasjoner. At Denham velger å ta med Kong likevel, viser at han setter sine egne interesser framfor fellesskapets beste. Han avslører et lite sympatisk karaktertrekk.

Samtidig kan handlingen fra nå av bare gå i én retning: Kong er et vilt dyr og kan ikke leve blant mennesker i storbyen. Tiltrekningen han føler til Ann, er også en umulighet. Sist, men ikke minst: Kong har ingen mulighet til å komme tilbake til Skull Island. Derfor fins det bare én mulig løsning: Han må dø.

#### Ny opptrapping

Denham vil tjene penger på King Kong. Kong blir bragt til Broadway, og der blir han stilt ut mot betaling.



King Kong utstilt på Broadway

#### Andre plottpunkt

Kong slipper igjen løs, og nok en gang greier han å få tak i Ann. På dette punktet i fortellingen snur handlingen. Nå handler det ikke lenger bare om å befri Ann. Fortellingen har kommet til et punkt der alt peker fram mot den endelige slutten på filmen.



King Kong 1933  
vendepunkt / video  
<http://ndla.no/nb/node/20>

Kong tar til slutt med seg Ann opp på toppen av Empire State Building, selve symboldet på staten New York. Her blir Ann plassert nær toppen av tårnet mens Kong kjemper sin siste kamp.

#### Filmhåndverk

- Her får vi se et eksempel på subjektivt kamera idet flyet Kong har fått tak i, styrter mot bakken.
- Vi opplever flystyrten som om vi var pilotene i cockpitene.



King Kong 1933  
sluttscene / video  
<http://ndl.no/nb/node/20673>

#### Klimaks

Filmens definitive dramatiske høydepunkt er likevel ikke skytingen og Kong s kamp mot flyene, men det øyeblikket da han bestemmer seg for å sette Ann ned, slik at hun er trygg, før deretter selv å styre i døden.



King Kong på taket

## Avrunding

Etter dette kommer Jack klatrende opp, og fortellingen får sin epilog – en kort avslutning som antyder hvordan historien går videre.



King Kong slutten

## Diskutér

- Filmen avslutes med signaturreplikken "It was beauty that killed the beast".
- Er du enig i denne konklusjonen?

# Filmanalyse

## Filmanalyse

Forfatter: Marion Federl, Per Hotvedt

[Filmanalyse \(19088\)](#)

Se hva du har bruk for

Dette er et forslag til punkter som kan være med i en grundig filmanalyse. Når du lager en skriftlig analyse, kan du også disponere oppgaven din etter malen nedenfor om du vil.

Det er ikke meningen at du skal følge denne lista slavisk. Du må tilpasse den til filmen du har valgt å analysere. I tillegg må du lese godt gjennom oppgaveteksten og sørge for å ta med de punktene den eventuelt spør om.

Til slutt må du gå over tekstuatkastet og passe på at teksten blir lett å lese og har god sammenheng. Følger du lista til punkt og prikket, kan teksten lett bli oppstykket.

### 1. Innledning

- Hva er tittelen på filmen?
- Når ble filmen laget?
- Hvilket land er filmen laget i?
- Hva heter regissøren?
- Er han eller hun kjent for andre filmer?
- Hvilkens sjanger vil du si filmen er et eksempel på?
- Hvilke typiske sjangertrekk finner du i denne filmen?

### 2. Handling og miljø

- Hvor foregår handlingen i filmen?
- Hvilken tidsperiode er handlingen i filmen lagt til?
- Hva kjennetegner miljøet handlingen foregår i?
- Beskriv kort filmens plott.
- Hvilke temaer tar filmen opp? Skriv maks. 50 ord.
- Blir handlingen presentert kronologisk, eller finner vi tilbakeblick?
- Foregår det flere handlinger parallelt i filmen?
- Er det brukt spesielle symboler i filmen? Hvilen betydning har i tilfelle disse symbolene?

### 3. Karakterer

- Beskriv de viktigste personene eller rollefigurene. Begynn med hovedpersonene.
- Hvordan er forholdet mellom disse personene?
- Utvikler hovedpersonen seg i løpet av filmen?
- Hvem i filmen identifiserer vi oss med? Hvordan har filmskaperen oppnådd dette?

4.

### Dramaturgi

Spørsmålene under dette punktet passer til filmer som har én eller flere klare konflikter og en tydelig spennings-oppbygning.

- Beskriv de viktigste konfliktene.
- 
- Introduksjon (akt1)
  - Hva slags stemning skaper anslaget?
  - Hvilkene sjangertrekk kjänner vi igjen etter å ha sett anslaget?
  - Hvilkene konflikt(er) blir introdusert i første del av filmen?
  - Hvordan blir vi kjent med rollefigurene i filmen?
- 
- Opptrapping (akt 2 og 3)
  - Hvilkene hendelse setter fart i handlingen (plotpunkt 1)?
  - Hvordan utvikler konflikten(e) i filmen seg?
  - Hva er eventuelt plotpunkt 2?
  - Finnes det et "point of no return"?

- I hvilken scene når spenningen sitt høydepunkt?
- Løsning (siste del av akt 3)
  - Hvordan løses konflikten(e) i filmen?
  - Gir avslutningen uttrykk for et bestemt moralisk budskap?
  - Blir alle trådene nøstet opp, eller sitter du igjen med noen ubesvarte spørsmål etter å ha sett filmen?

## 5. Miljøskildring

- Hva slags virkemidler er brukt for å understreke tidsperiode og miljø i filmen? (Tenk på kostymer, rekvisitter, lyssetting, farger osv.)

## 6. Kamerabruk og redigering

- Hva slags bildevinkler og bildeutsnitt har regissøren valgt? Er det for eksempel brukt mange nærbilder?
- Hvordan er kameraføringen (kjøring, zooming, bevegelig/håndholdt kamera)?
- Hvordan er filmen redigert (klipt)? Er scenene eller sekvensene lange eller korte? Er klipperytmen rask eller langsom?
- Bruker regissøren slow motion eller "frysing" av bilder?
- Hva oppnår regissøren gjennom bruk av kameraføring og klipping?

## 7. Fargebruk

- Er filmen i sort-hvitt eller i farger?
- Eller en blanding av farger og sort-hvitt?
- Hvilke farger eller fargetoner dominerer?
- Er fargene varme eller kalde?
- Hvilken virkning har fargebruken?

- Hva slags musikk er brukt, og hvilken virkning har den?
- Hvordan vil du beskrive bruken av lydeffekter i filmen?
- Er det mye bruk av dialog i filmen?
- Hvordan er lydbildet i filmen, samlet sett?

## 9. Fortellemåte

- Er det brukt voice-over? Hvem er det i så fall denne fortellerstemmen tilhører?
- Eller er framstillingen scenisk hele veien, uten forteller?

## 10. Hva vil filmen fortelle oss?

- Hva signaliserer tittelen på filmen?
- Hvilet budskap tror du filmskaperen ønsker å formidle?
- Hvordan er de filmatiske virkemidlene med på å understreke dette budskapet?
- Forteller filmen noe om konflikter og ideologier i tiden da den ble skapt?
- Hvilke tanker sitter du igjen med etter å ha sett filmen?

# Ordliste

Forfatter: Jon Hoem, Marion Federl

[Filmoreliste \(19090\)](#)

## Antagonist

I en fortelling er det ofte motsetninger mellom "den gode" helten og "den onde" motstanderen. Motstanderen kalles antagonist, mens helten blir kalt protagonist. Konflikten mellom antagonistene og protagonisten er det som gir fortellingen framdrift. Vi finner denne typen konflikt og motsetninger både i fortellinger, i dramaer og på film.

## Bakgrunn

Bakgrunnen er den delen av bildet som ligger "fjernest" fra fotografen eller betrakteren.

## Bildeutsnitt

Et bildeutsnitt kan være alt fra et ultratotalt bilde der vi knapt skimter mennesker, til et ultranært bilde som kun viser en del av kroppen på et menneske eller en del av en gjenstand. I et totalbilde ser vi hele mennesket og noe av miljøet omkring.

## Dialog

En dialog er (stemmene til) personer som samtaler.

Diegetisk lyd

Diegetisk lyd er alle lyder som er en naturlig del av filmuniverset. Vi skiller mellom lydkilder som er synlige i bildet (on-screen) og lydkilder som ikke er synlige i bildeutsnittet (off-screen).

## Effektlyd

Effektlyd er lyd som kommer i tillegg til dialog og musikk. Effektlyder brukes for å fokusere på en gjenstand, en handling eller hendelse. Effektlyder kan også brukes for å skape gjenkjennelse og bygge opp mot dramatiske høydepunkt.

## Filmmusikk

Dette er musikk som blir brukt som en integrert del av filmspråket. Slik musikk brukes som stemningsskaper, og for å understreke hendelser i handlingen. Steder, gjenstander og karakterer kan også få egne musikalske tema.

## Forgrunn

Forgrunnen er det som ligger fremst i bildet, nærmest fotografen eller betrakteren. Se også mellomgrunn, bakgrunn.

## Fortelling

## Halvtotalt bilde

Fortellingen settes sammen av elementer fra historien, men trenger ikke å inneholde alt det som skjer i historien. I fortellingen kan også rekkefølgen på hendelsene stokkes om.

Bilde med ett eller flere mennesker, der det meste av omgivelsene er kuttet bort. Vi ser personen(e) fra litt over knærne og opp, med litt "luft" over hodet. Utsnittet er nært nok til at vi kan se karakterenes kroppsspråk og bevegelser.

### Halvnært bilde

Bildeutsnittet er kuttet slik at vi ser en person fra hode til hofte, men slik at hendene er synlige.

### Handling

Med handling eller handlingsplot i en fortelling mener vi den logiske sammenhengen mellom de enkelte hendelsene som blir skildret. Hver hendelse har følger for det som skjer siden.

### Historie

En historie er en serie hendelser som følger hverandre kronologisk, altså i den rekkefølgen som de faktisk har hendt (dersom fortellingen basert på historien er en dokumentar), eller slik det forutsettes å ha hendt (i tilfelle fortellingen er fiksjon).

### Jump-cut

Jump-cut er en form for redigering der man fjerner deler av en scene, uten å forsøke å skjule dette med et kontinuitetsklipp eller en overtoning. Det skal være helt tydelig at noe er blitt klippet vekk.

### Ikke-diegetisk lyd

Ikke-diegetisk lyd er lyd som ikke hører naturlig hjemme i det miljøet som en scene beskriver.

### Innstilling

Innstilling eller kamerainnstilling kalles det hver eneste gang kamera stilles i en ny posisjon. En scene består vanligvis av flere innstillinger med forskjellige bildeutsnitt.

### Kontentum

Kontentum er betegnelsen på atmosfærelyd – den lyden som naturlig hører hjemme i det miljøet vi får se på bildet. Mange filmer blir tatt opp under svært godt kontrollerte forhold, f.eks. i studio, der det ikke finnes noen naturlige atmosfærelyder. Disse lydene blir da ofte tatt opp et annet sted eller etter selve innspillingen, og siden lagt til.

### Kontinuitetsklipp

Ser vi bort fra noen typer montasje, er kontinuitetsklipp den vanligste formen for klipping. Formålet er å gjøre klippet så "usynlig" som mulig. les mer

Kontinuitetsklipping følger gjerne disse reglene: Det skal for det første være en veksling mellom ulike typer bildeutsnitt når en skildrer en sammenhengende scene.

Regissøren kan velge mellom ulike typer klipp. Én mulighet er klipp på blikkpunkt: Personer eller gjenstander som fanger blikket, plasseres på samme sted i bilderuten i bildet før og i bildet etter selve klippet.

Det er også vanlig med klipp i bevegelser. Da legges klippet midt i en bevegelse (enten en kamerabevegelse eller en bevegelse i bildet)

Klipp i overganger er en tredje mulighet. Et eksempel på dette er at klippet foretas når en person går ut av en dør og inn gjennom en annen.

## Karakter

Med karakter menes en fiktiv person i filmen. Ordet skuespiller brukes om den virkelige personen som framstiller karakteren.

## Manus

Begrepet manus brukes om teksten til en film eller et skuespill. Manuset innholder dialoger, monologer, samt enkle sceneanvisninger og personkarakteristikk.

## Mellomgrunn

Mellomgrunnen er den delen av bildet som ligger "midt mellom" forgrunnen og bakgrunnen.

## Monolog

Monolog betyr enetale, og er dermed det motsatte av dialog. I film brukes ofte voice-over for å formidle monologer.

## Montasje

Montasje er et annet ord for klipping. Klippingen påvirker måten vi oppfatter bilder og scener på. Det var særlig en del russiske filmskapere på 1920-tallet som utforsket de mulighetene klippingen gav. Klipping kunne ikke bare være "sømløs" og usynlig, den kunne følge helt andre regler. Klippingen kunne for eksempel få bilder til å stå i kontrast til hverandre og "kolidere" med hverandre, eller klippingen kunne følge takten i musikken.

## Nærbilde

Et nærbilde gir oss et bildeutsnitt som viser personen fra hode til skulder. Det er ikke noe "luft" over hodet.

## Overtoning

Overtoning er et alternativ til det rene klippet. Bildene fra en scene tones her langsomt over i bildene til den påfølgende scenen.

## Parodi

En parodi er en etterligning der den som parodierer, har til hensikt å latterliggjøre originalen. Revy-skuespillere, standup-komikere og karikaturtegnere er eksempler på folk som gjerne er flinke til å parodiere andre.

## Plott

Se handling.

## Protagonist

I det klassiske greske dramaet var protagonisten den karakteren som hadde hovedrollen i fortellingen. Protagonisten er helten i historien. Motstanderen hans eller hennes kalles antagonist. Konflikten mellom antagonist og protagonisten er ofte det som gir fortellingen framdrift. Vi finner denne typen konflikt og motsetninger både i fortellinger, i dramaer og på film.

## Real-lyd

Reallyd er en tilsynelatende naturlig lyd som hører naturlig hjemme i det miljøet som scenen viser. Reallyd spilles ofte inn på opptaksstedet, men kan også legges på senere.

## Regissør

Regissøren er den som iscenesetter et dramatisk verk, enten det er en spillefilm, et teaterstykke eller et hørespill. Regissøren jobber vanligvis ut fra et manus, og han eller hun bestemmer hvordan filmens scener skal spilles og gjengis.

## Scene

En scene er en serie hendelser som er naturlig knyttet sammen. I en film kan en scene være ganske lang, den består vanligvis av en rekke innstillinger.

## Statist

En statist er en person som kun opptrer i bakgrunnen i en film. En typisk statistrolle er en mer eller mindre "taus" rolle.

## Totalbilde

Et totalbilde viser hele mennesket fra topp til tå. Samtidig har personene litt "luft" over hodet.

## Utranært bilde

I et ultranært bilde fyller deler av et ansikt eller deler av et objekt hele bilderuten.

## Ultratotalt bilde

Et ultratotalt bilde er et stort oversiktsbilde der ingen detaljer dominerer. Det kan for eksempel være et oversiktsbilde over en by eller en idrettsarena. Enkeltpersoner kan knapt sees i bildet.

## Uttrykk

## Voice-over

Uttrykket (eller "diskursen") er den faktiske filmen vi ser. Den har fått en bestemt form fordi regissøren har bestemt det slik.

Voice-over er en stemme som blir lagt oppå den øvrige lyden, men hvor vi oftest ikke ser den som snakker. En kommentarstemme legges gjerne på som voice-over, men effekten kan også brukes for å gjengi det en person tenker (indre monolog).

# Veiviseren (Ofelas)

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Veiviseren \(Ofelaš\) \(125295\)](#)



## Veiviseren (Ofelaš) / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/125295>

### En norsk-samisk spillefilm

Filmen *Veiviseren* (samisk tittel *Ofelaš*) er en av få norske spillefilmer som har oppnådd å bli nominert til Oscar-prisen som beste fremmedspråklige film. Manusforfatter og regissør er Nils Gaup. Han har seinere regissert spillefilmen *Kautokeino-opprøret* som også er basert på viktige hendelser i samisk historie.

I *Veiviseren* tar Gaup utgangspunkt i et gammelt samisk sagn fra 1200-tallet. En same blir tatt til fange av en karelsk røverbande (tsjudene). Valget står mellom å bli drept eller forråde sitt eget folk. Men den samiske veiviseren klarer med kløkt å lede angriperne utfor et stup. Slik redder han folket sitt fra ytre fiender som vil plyndre og drepe dem.

Filmen gir et innblikk i sentrale verdier i samisk kultur og religion, der mennesket inngår i et større fellesskap som omfatter alt som lever og gror. Ved hjelp av bildeutsnitt, klipperytmme, lyd og musikk skapes en lyrisk stemning som understreker det tette båndet mellom menneskene og den naturen de er en del av.

### Politiske undertoner

Bakteppet for filmen *Veiviseren* er samenes kamp for å bevare egen kultur og rettigheter til tradisjonelle samiske beiteområder. Denne kampen toppet seg på slutten av 1970-tallet da samer og naturvernaktivister grep til sivil ulydighet for å hindre utbyggingen av Alta–Kautokeino-vassdraget. Filmregissør Nils Gaup deltok selv aktivt i disse aksjonene.

Selv om aktivistene tapte kampen om Alta-utbyggingen, førte konflikten til en sterkere bevissthet om urbefolkningens kulturelle identitet og rettigheter, både i den samiske befolkningen og i det norske storsamfunnet.

### Om filmen

- *Veiviseren (Ofelaš)* 1987
- Manus og regi: Nils Gaup
- Produsent: John M. Jacobsen
- Varighet: 1 t 26 min
  
- Skuespillere:  
Mikkel Gaup  
Nils Utsi  
Nils-Aslak Valkeapää  
Helgi Skúlason  
Svein Scharffenberg  
Henrik H. Buljo  
Ailu Gaup  
Ingvald Guttorm  
Amund Johnskareng  
Svein Birger Olsen

### Ressurser



Mikkel Gaup i rollen som samegutten Aigin.

[Filmstudieark](#)

[Veiviseren](#)

[Westernfilm fra sameland](#)

Les mer om samisk kultur og religion på nettstedet [Infonuorra](#).

## Noaiden som veiviser

I filmen møter vi en liten gruppe samer som lever et tradisjonelt nomadeliv med jakt, fiske og reindrift på Finnmarksvidda. Livet er tilsynelatende sorgløst. Men flere tegn i naturen tyder på at det er fare på ferde. I tillegg er gruppen splittet av indre motsetninger.

I samisk folketradisjon ble den religiøse lederen, *noai'di* eller *noaide* på norsk, tillagt magiske evner. En noaide var en veiviser for den gruppa han var leder for.

I filmen er det i utgangspunktet karakteren Raste som har rollen som veiviser. Etter hvert blir oppgaven overført til ungutten Aigin som blir satt på den største av alle prøver: valget mellom å redde seg selv eller ofre livet for de andre. I løpet av filmen utvikler Aigin seg fra å være en hjelpesløs unggutt til å bli en voksen lederskikkelse.

## En "northernfilm"

Dramaturgien i *Veiviseren* følger den klassiske Hollywood-modellen. Personer og konflikter presenteres i introduksjonen. Deretter trappes konfliktene opp mot et tydelig klimaks, før spenningen avløses, og det hele slutter med "happy ending".

Filmen er blitt omtalt som en norsk westernfilm. Noen bruker sjangerbetegnelsen "northernfilm". De klassiske amerikanske westernfilmene foregår gjerne i små, isolerte samfunn med et begrenset persongalleri. Karakterene framstår ofte som gode eller onde. Helten utsettes for en rekke prøvelser, før skurkene blir nedkjempet. Så er freden gjenopprettet, og helten kan ri inn i solnedgangen.

Som mange andre westernfilmer inneholder også *Veiviseren* en parallel kjærlighetshistorie der de to elskende etter mange prøvelser får hverandre til slutt.

## Alta-Kautokeino-aksjonen



oppstått en feil i  
avspillingen.  
Prøv igjen  
senere

Aksjonistene tapte  
kampen om vern av  
Alta-vassdraget, men i  
etterkant ble det  
vedtatt en lov som  
sikrer urfolks  
rettigheter i Norge.

## [Alta-aksjonen](#)



I 1988 fikk Nils Gaup  
Amandaprisen for beste  
norske spillefilm.

# Salmer fra kjøkkenet

Forfatter: Heidi Mobekk Solbakken, Ragna Marie Tørdal  
[Salmer fra kjøkkenet \(130639\)](#)



## Salmer fra kjøkkenet / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/130639>

### En studie av norske menns kjøkkenvaner

Handlinga i spillefilmen *Salmer fra kjøkkenet* (2003) er lagt til 1950-tallet, det som av og til omtales som positivismens glansdager. *Positivisme* er betegnelsen for et vitenskapssyn og et menneskesyn prega av ei sterk tro på at det er mulig å skaffe seg objektiv viten om alle områder i tilværelsen.

Åpningsscenen er fra et reelt forskningsprosjekt på 50-tallet der den svenske husmoras bevegelser på kjøkkenet blei kartlagt. Hensikten var å få utviklet et mer funksjonelt innreda kjøkken.

På samme måte som i Bengt Hamers film *Eggs* (1955) er det menn som står i sentrum – denne gangen enslige menn på landsbygda. Hemmets Forskningsinstitut (HFI) har bestemt seg for å utvide forskninga si for å tilpasse produktet til andre markeder.

Observatører sendes derfor til Norge for å kartlegge norske menns kjøkkenvaner. Gjennom å være "flue på veggen" skal observatørene i filmen lage en systematisk og vitenskapelig oversikt over mennenes bevegelser på kjøkkenet.

### Observatøren og objektet

Observatøren Folke Nilsson har fått i oppdrag å studere kjøkkenvanene til eneboeren Isak Bjørvik. Fra en slags tennisdommerstol høyt oppe i det ene hjørnet av kjøkkenet observerer og kartlegger han Isaks bevegelser. Folke har ikke lov til å snakke med, eller på noen annen måte gripe inn Isaks liv, da dette vil ødelegge "objektiviteten".

Salmer fra  
kjøkkenet

Prouksjonsår:  
2003

Manus og regi:  
Bent Hamer

Produsent:  
Jörgen Bergmark,  
Bent Hamer

Skuespillere:  
Sverre Anker Ousdal  
Bjørn Floberg  
Tomas Norström  
Joachim Calmeyer

Filmen fikk Amanda-prisen som beste norske kinofilm i 2003.

Les mer:

[Salmer fra kjøkkenet - filmstudieark](#)

[Den onde, grusomme  
og unyttige forsker](#)

Isak, derimot, har noe motvillig blitt med på prosjektet, og han plages av at han hele tida skal bli observert. Han slutter å bruke kjøkkenet, lager mat på soverommet – og begynner å observere Folke gjennom et hull i gulvet på soverommet. Observatør og forskningsobjekt bytter derfor plass.

De to ganske ensomme mennene venner seg gradvis til hverandres nærvær. Isak er noe skeptisk i starten, både fordi han er vant til å leve alene, og fordi svenskene hadde vært nøytrale under andre verdenskrig. Gradvis utvikler de en kontakt, som etter hvert glir over i et slags vennskapsforhold, på tross av både egen skepsis og instituttets klare regler for forskninga. Folke får selvsagt sparken på grunn av manglende profesjonalitet, men mot slutten tar han skjebnen i egne hender og bryter ut av HFIs klamme grep.

### Forskningsprosjektets sjarmerende fall

På en humoristisk og lavmælt måte avdekker Bent Hamer positivismens naive tro på at det er mulig å forske seg fram til objektiv viten om menneskelig atferd. Mennesker er ikke maskiner, de styres av tanker og følelser og oppfører seg uforutsigbart.

I *Salmer fra kjøkkenet* blir vi vitner til hvordan den objektive observatøren blir subjektivt engasjert. Han griper inn i og endrer livet til den han skulle observere. Det ender med at den som blir observert, selv inntar observatørrollen. Han tar initiativ til å bli sett som den han faktisk er – et menneske med behov for verdighet, kontakt og kommunikasjon. Filmen tematiserer derfor hva som skjer når mennesker bryter ut av noen tildelte, og allfor strange, roller.

### Fortellerteknikk

Filmhistoria er fortalt i et rolig tempo. Klipperytmen er langsom, regissøren dveler ved de tilsynelatende enkle og hverdaglige scenene på kjøkkenet til Isak – der store deler av filmen foregår.

Replikkene i filmen, særlig i starten, er få. Filmens karakterer er menn som i stor grad er vant til å kommunisere med få ord. I rollene som observatør og forskningsobjekt er kommunikasjon i utgangspunktet ikke tillatt. Den første delen av filmen er derfor et nesten ordløst kammerspill mellom de to mennene.

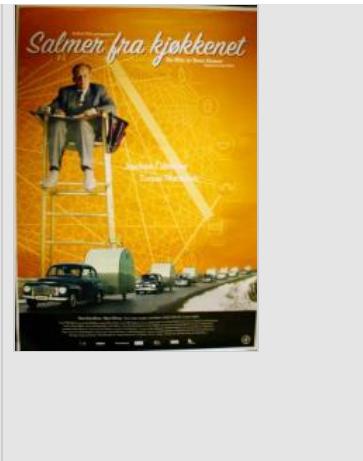
### 50-tallsmiljø

Filmskaperne har lagt stor vekt på å forankre filmen i et visst miljø på ei viss tid og skape et troverdig og realistisk visuelt uttrykk. Dette setter fortellinga inn i ei realistisk ramme.

Miljøet, det vil si klær, kulisser, interiør og eksteriør – det som i filmvitenskapen kalles *mise-en-scène* – er 50-tallsetetikk. Det er også gjort et poeng av at man i Sverige kjørte på venstre side av veien – noe de sluttet med på 60-tallet. Utenfor samfunnshuset henger det en reklameplakat for en film som hadde premiere i 1952.

### Musikk

Musikk av den kjente svenske komponisten og musikeren Jan Johansson (1931–68) understrekker filmens enkle, rolige og noe melankolske stemning. Musikken brukes også til å underbygge karaktertegninga i filmen. Folke lytter ofte på sangen "Flickorna i Småland" når han – prega av hjemlengsel – sitter i campingvogna si og spiser svensk mat som han får tilsendt fra ei tante i Sverige.





# Innvandrerperspektiv i norsk film

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg, Ragna Marie Tørdal

[Innvandrerperspektiv i norsk film \(109356\)](#)



Izzat / video

<http://ndla.no/nb/node/18417>

De første norske innvandrerfilmene

*Innvandrerfilm* har lenge vært et begrep i internasjonal film. Før 2005 fantes det få norske filmer i denne kategorien, men det året ble det lansert tre norske filmer laget av personer med innvanderbakgrunn: *Le Regard* skrevet og regissert av Nour Eddine Lakhmari, *Import Eksport* regissert av Khalid Hussain, og *Izzat* som er regissert av Ulrik Imtiaz Rolfsen.

Izzat (Ære)

Filmen *Izzat* handler om de tre guttene Wasim, Riaz og Munawar som vokste opp på Oslos østkant på 1970-tallet. På denne tiden dukket det opp en ny bølge av kriminelle i Oslo, og filmen viser gangstermiljøet på en brutal og usminket måte.

En interessant side ved filmen er hvordan Wasim, Riaz og Munawar introduseres som andregenerasjons pakistanske innvandrere. Dette foregår med et tilbakeblikk der vi møter dem når de er 12 og 13 år gamle. Vi følger dem i deres kriminelle løpebane fra nasking i kiosken på hjørnet, via utvisning fra skolen, og fram til de følger ordre fra gangstersjefen Saddi. Til slutt ender de opp som fryktløse gangstere der narkohandel og drap blir en del av hverdagen.

Filmen *Izzat* var med på å sette gjengkriminalitet på dagsordenen. Mange mente at filmen viser et realistisk bilde av gjengkulturen og konfliktene innad i og mellom gjenger.

Import Eksport

Filmen *Import Eksport* er en lett komedie om arrangerte ekteskap, integrering og tilpasning til det norske samfunnet. Filmen kan sees som et forsvar for arrangerte ekteskap. Kanskje kan en livslang forpliktelse skape kjærlighet?



Huskelappen

**En *innvandrerfilm* er en film der synsvinkelen ligger hos en innvandrer.**

**Slike filmer gir et et nytt perspektiv på temaer som innvandring, integrering og undertrykking.**

**Filmene setter også spørsmålstegn ved tradisjonelle norske verdier.**

Mediestemmer

Eva Bakøy er professor i film- og TV ved Høgskolen i Lillehammer. Fagartikkelen bygger på et foredrag som hun hold på Sørlandske lærerstevne i 2012.



Intervju med Eva Bakøy / video  
<http://ndla.no/nb/node/109291>

Filmen handler om norske Jens som skal gifte seg med pakistanske Jasmin. Problemet er det at Jasmins foreldre allerede har lovet henne bort til fetteren. For at Jasmin og Jens skal få lov til å gifte seg, må Jens tilpasse seg den pakistanske kulturen. Slik formidler filmen at det ikke bare er innvandrerne som må tilpasse seg det norske samfunnet, men at tilpasning må skje fra begge sider.

Man kan også se på filmen som en kritikk mot den vestlige kulturen, der man gifter seg av kjærlighet for deretter å skiller. I filmen framheves storfamiliens betydning, noe som kommer til uttrykk i siste scene der hele familien er samlet.

### Le Regard (Blikket)

Filmen *Le Regard* handler om den 70 år gamle franske fotojournalisten Albert Tueis som oppdager at det er noe som mangler i fotoutstillingen han skal holde. Som 19-åring var Albert fotograf i den franske hæren under den marokkanske frigjøringskampen i 1955. Her var han vitne til at medsoldatene utførte grusomme krigshandlinger mot sivilbefolkningen i Marokko.

*Le Regard* kan tolkes som et postkolonialt prosjekt som handler om kolonilandenes kultur og forhold til kolonimakten. Flere av de europeiske kolonimaktene har aldri tatt et ordentlig oppgjør med fortiden, men bare lagt et lokk over det som hendte. Men folk i koloniene har ikke glemt. Filmen *Le Regard* ser det som hendte fra de undertryktes ståsted. At franskmannen angår, er et eksempel på dette perspektivet.

### Gir innsikt i det flerkulturelle Norge

Sammen er disse tre filmene et viktig bidrag til å forstå det flerkulturelle Norge og de utfordringene det norske samfunnet står overfor i den sammenhengen. Innvanderfilmene gjør den norske filmkulturen mer mangfoldig og bidrar til debatten om innvandring, integrering og undertrykking. Fiksionsfilmer kan slik sett være et godt alternativ til måten disse temaene omtales på i nyhetsmediene.

I dette videointervjuet forteller hun mer om hva slike filmer kan lære oss om innvandring og migrasjon.

### Ressurser



Iram Haq og Anita Uberoi sammen med regissør Khalid Hussain i komedien Import Eksport. Hussain måtte lete i månedsvis etter en pakistansk jente som var villig til å kysses en norsk gutt på film.

[Import Eksport - trailer](#)

[Import Eksport - filmstudieark med oppgaver](#)



Nour Eddine Lakhmari – filmskaper med bakgrunn fra Marokko og Norge.

[Le Regard - trailer](#)



Adil i TV-serien Taxi / video  
<http://ndla.no/nb/node/105176>

# Federico Fellini: 8 1/2

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Federico Fellini: 8 1/2 \(131679\)](#)



## Federico Fellini: 8 1/2 / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/131679>

En film om det å lage film

Federico Fellinis film *8 ½* er en film om det å lage film. Historien handler om filmregissøren Guido Anselmi som opplever det som er alle kunstneres store skrekk: å gå tom for idéer. Alle rundt ham forventer at han skal skape en ny film, men selv har han ingen aning om hva den filmen han er i gang med å lage, egentlig handler om.

Regissøren vi møter i filmen *8 ½*, synes å være mer opptatt av å føre en filosofisk samtale med produsenten om de mulighetene som ligger i selve filmmediet, enn i å ferdigstille den filmen han faktisk er i gang med. Han får på plass et svært filmsett i form av et romskip, men vet ikke helt hva han skal bruke det til. Stadig nye scener føres inn i filmen, uten at de medvirkende får innsyn i manuset filmen angivelig bygger på.

Drømmer og virkelighet

I filmen *8 ½* blir bilder fra filmsettet og fra regissørens barndom og drømmeverden over i hverandre. Slik får vi som tilskuere tilgang både til den ytre verden, og til kunstnerens innerste tanker og følelser.

Anselmi opplever forventningspresset fra omgivelsen som enormt. Dette marerittet visualiseres i åpningsscenen der vi møter en bilist som langsomt kveles av blikket fra alle de medtrafikantene han er omgitt av.

Etter et sammenbrudd legges Anselmi inn på et nervesanatorium. Men også her blir tilværelsen kaotisk for kunstneren. Han slites mellom alle de menneskene som vil ha en bit av ham, og demonene i sitt eget sinn.

Et hovedverk i filmhistorien

Film: *8 ½* (1963)

### Regi

Federico Fellini

### Produsent

Angelo Rizzoli

### Skuespillere

Marcello Mastroianni

Claudia Cardinale

Anouk Aimée

Sandra Milo

Rossella Falk

### Manus

Federico Fellini

Ennio Flaiano

Tullio Pinelli

### Foto

Gianni Di Venanzo



Federico Fellini (1920–1993)

Filmen fortelles ut fra et metaperspektiv der regissøren trår til siden og ser seg selv og sin kunstneriske virksomhet utenfra. Fellini er tydelig preget av psykoanalysens interesse for barndomsopplevelser og drømmetydning.

Filmen *8 ½* regnes som et av hovedverkene i filmhistorien. Tittelen henspiller på at dette er regissørens åttende film, i tillegg til enkelte episodefilmer. Filmarkivet.no omtaler *8 ½* som filmregissørenes favorittfilm, fordi den er "... en film om filmkunsten og det håpløse med å utøve den, unikt skildret gjennom visjonen til en av Europas største regissører".

Den Italienske filmregissøren og manusforfatteren Federico Fellini er en av filmhistoriens mest berømte filmskapere.

Fellini har blant annet laget filmene

- La strada (1954)
- La dolce vita (1960)
- Satyricon (1969)
- Amarcord (1973)

# Analyse av anslaget til Sin City del 1

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Analyse av anslaget til Sin City del 1 \(123924\)](#)



## Analyse av anslaget til Sin City del 1 / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/123924>

En neo noir-film

Filmklippet ovenfor er anslaget til filmen *Sin City*. Anslaget består av en scene på ca. 3 minutter som utgjør en egen historie i filmen. Denne historien er basert på novellen *The customer is always right* av Frank Miller, og handler om to navnløse karakterer som møtes på en terrasse med utsikt ut over byen.

*Sin City* bruker mange virkemidler fra film noir. Film noir blir karakterisert både som en genre og en stil, og knyttes gjerne til 1940-tallets USA. I midlertid har mange filmskapere på 1990-tallettatt seg inspirere av film noir, og mange scener i 90-tallsfilmer refererer til denne tradisjonen. Filmer som preges av slike referanser, kalles gjerne *neo noir*.

Handlingen i film noir-filmer er som regel lagt til en storby. Filmene skildrer både ensomhet, lidenskap og kriminell virksomhet. En kjent skikkelse i film noir er *femme fatale*, en farlig og sensuell kvinne som fører menn i fortapelse. Scenebildene er mørke, dystre og til dels depressive. På samme måte som eldre film noir-filmer er *Sin City* primært en svart-hvitt-film, men enkelte objekter framheves ved hjelp av grafisk fargelegging.

### Lyssetting, bildeutsnitt og farger

Film noir er primært kjent for en *low-key lyssetting* som gir store kontraster mellom lys og skygge. Ofte kommer hovedlyset fra en lyskilde som kaster lange skygger. Et spisslys bakfra framhever også ofte konturene.

### Om filmen

- *Sin City* (2005)
- Amerikansk krimthriller
- Produsent og regissør: Robert Rodriguez

### Om analysen

Denne analysen tar for seg referanser til film noir i anslaget når det gjelder:

- bildeutsnitt
- kameraføring
- lyssetting
- karakterer
- dramaturgi



Filmen er basert på tegneserieskaper og co-regissør Frank Millers tegneserier med samme navn, og fikk *Technical Grand Prize* for beste visuelle utforming i 2005.

### Begrepet

*Film noir* blir karakterisert både som en genre og en stil, og knyttes gjerne til 1940-tallets USA.

I første bilde i anslaget til *Sin City* ser vi en kvinne bakfra. Hun står på en terrasse med utsikt over byen (00:15). Skyskaperne er framstilt i grått og svart. Et gult, varmt lys siver ut fra vinduene. Kvinnens venstre side er opplyst, mens høyre side ligger i mørke. Lyset som faller på den bare skulderen hennes, framhever hvor sårbar hun er.

I neste bilde (0:18) ser vi kvinnnen forfra i halvnært bilde. En mann står i mørket i bakgrunnen, og bak er det store opplyste vinduer og glassflater som kaster lyskjegler på terrassen. Lyset treffer også venstre halvdel av kvinnens bakhode, ansikt og øvre del av høyre skulder. Resten av billedrammen er ganske mørk, bortsett fra kvinnens kjole som er rød.

Den tredje innstillingen (0:33) er et toskudd som viser begge karakterene i et halvnært utsnitt. Også her kommer hovedlyset fra venstre. Det opplyser venstre del av kvinnens ansikt ogmannens bakhode. Samtidig framhever spisslys fra høyre øvre billeddel konturene av kvinnens hode ogmannens venstre ansiktshalvdel.

#### Lys og farger framhever kontrastene

Karakterene i film noir-filmer er ofte mystiske og sammensatte. De lever i et spenningsfelt mellom et anstendig liv og kriminell virksomhet. Bilder av ansikter der bare den ene siden av ansiktet er opplyst, har lenge vært et filmatisk virkemiddel som signaliserer karakterenes sammensatte sinn og dobbeltliv.

I toskuddet (0:43) faller det varme lyset fra vinduet på venstre del avmannens bakhode fram til kinnbeinet. Resten er totalt mørklagt, mens høyre side har et mykere fylllys. Den myke stemmen og hans lidenskap og omsorg for kvinnen signaliserer varme. Samtidig skyter han henne med kaldt blod.

Den intense rødfargen på kvinnens kjole og lepper er i de fleste innstillingene i denne sekvensen den eneste fargen vi ser på lerretet. Resten av bildetrammen er framstilt i gråtoner. Rødt forbindes gjerne med lidenskap og død. Den røde kjolen framhever kvinnnen som en farlig forfører, muligens med kriminelle kontakter. Samtidig framheves sårbarheten hennes gjennom lyset som faller på de nakne skuldrene, og angstens i blikket hennes da mannen forteller at han har lett etter henne.

Film noir ble bl.a. utviklet av tyske ekspresjonistiske filmskapere som hadde flyktet fra Nazi-Tyskland.

Begrepet *neo noir* blir brukt om moderne filmer som har tydelige referanser i film noir.

Andre begreper er forklart i [filmordlista](#).

#### Ressurser

Spesielle fargekontraster, low-key lyssetting, kontrastfylte karakterer og en tydelig fortellerstemme er noe som går igjen i flere scener i filmen *Sin City*.

Nedenfor kan du se et klipp fra Nancy Callahans berømte dansescene:



#### Analyse av anslaget til *Sin City* del 1 / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/123924>

En audiovisuell analyse av anslaget i *Sin City*:

På et tidspunkt i anslaget sier mannen: «It is your eyes». I samme øyeblikk blir kvinnens øyne grønne, og hun smiler forførerisk og snur seg (1:08). Grønt er komplementærfargen til rødt. Grønne øyne forbindes ofte med katteøyne eller rovdyrøyne.

### Farlig og sårbar

De grønne øynene er lokkende og sultne på intimitet. Kvinnens utfordrende kjole, sigarettrøykingen og regnet som faller, bidrar også til at kvinnnen framstår som sensuelt attraktiv. Kvinnen er her framstilt som en klassisk femme fatale.

Likevel formidler anslaget et klassisk kjønnsrollemønster der mannen framstår som den som beskytter og har kontroll. Kvinnen framstår som jaget og sårbar. Mordet kan tolkes som et leiemord, og rokker kvinnens image som femme fatal.

Helten i film noir-filmer er ofte en alkoholisert privatdetektiv som på ingen måte har full kontroll over livet sitt. Fortellerstemmen hans er sliten og hes av for mange sigareetter og for mye whisky. Den mannlige karakteren i anslaget i *Sin City* opptrer også med en synlig fortellerstemme (voice-over), men denne stemmen er ung, varm, og omsorgsfull. I likhet med andre film noir-stemmer er den akkompagnert av en ensom saksofon.



## Analyse av anslaget til Sin City del 1 / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/123924>



Mannen vi møter i  
anslaget, framstår som  
både omsorgsfull og varm,  
men scenen ender med at  
han dreper kvinnnen.

# Analyse av anslaget til Sin City del 2

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Analyse av anslaget til Sin City del 2 \(123925\)](#)



Sin City er basert på Frank Millers tegneserier med samme navn.

## Avstand og nærlhet

Selv om film noir-filmer ofte har en litt uoversiktlig struktur, har de som regel en klassisk dramaturgisk oppbygning. I anslaget i *Sin City* fremheves den dramaturgiske spenningskurven gjennom ulike utsnitt og kameravinkler fra fugleperspektiv til nærbilder.

Vi følger møtet mellom den rødkledde kvinnens og den fremmede mannen fra avstand til nærlhet, fram til kvinnens blir drept. Sekvensen åpner og avsluttes med et totalbilde. Ettersom forholdet mellom kvinnens og mannen utvikler seg, går kamera tettere på.

- Første bilde er et totalbilde av kvinnens med byen i bakgrunnen.
- I neste tagning er det et toskudd av kvinnens i halvnært og mannen i halvtotalt utsnitt.
- I tredje innstilling (0:33) får vi et halvnært toskudd av dem begge.
- Så følger et nærbilde av to armer der mannen rekker henne en sigarett (0:37).
- Deretter nok et toskudd med et halvnært bilde av begge (0:41).
- Så kommer en rekke nærbilder: først av ham forfra (0:44), så av henne (0:49), som i en klassisk framstilling av dialog med såkalt *shot reverse shot*.
- Videre (1:08) et nært reaksjonsbilde der hennes grønne øyne blir synlige, og hun smiler forførerisk og snur seg.
- I neste toskudd (1:17) står kvinnens med ryggen til. Her zoomer kamera sakte inn på dem mens mannen forteller at han har jaktet lenge på henne, og forstår at hun trenger å slippe å være alene.
- Deretter klippes det igjen mellom en rekke nærbilder før vi ser dem i omfavnelse i silhuett i svart-hvitt i totalbilde på terrassen (1:50). Her faller regnet som snø, og han formidler gjennom voice-over at det hele blir elektrisk.
- Nærheten mellom dem formidles videre gjennom et nærbilde i 30 sekunder, der tiden strekket ut og bygger opp spenningen og intensiteten fram mot klimaks eller antiklimaks (fra 1:55 til 2:25).

## Dvelende kamerabevegelser

Både i film noir og i tysk ekspresjonistisk film var det vanlig med lange tagninger med kamerabevegelser. Slik er det også her. Kamera tilter (2:06) oppover slik at nesten helemannens ansikt vises, mens vi bare ser den øvre delen av hodet til kvinnens. Hodet hennes blir så liggende på hans skulder. Blikkretningen hennes er trengt opp mot venstre billedkant mens han har mye luft i sin blikkretning.

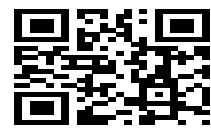
Så (2:17) lyder et skudd, og hun faller mot skulderen hans mens kamera nok en gang tilter oppover, og revolveren hans kommer til syne (2:20). Kamera hviler deretter på nærbilde av de to til det avløses av et totalbilde i fugleperspektiv der han forteller gjennom voice-over at han holdt henne fast til hun var død. Den røde kjolen framheves mot det hvite regnet som treffer terrassen. Til slutt (2:37 til 2:47) zoomes det ut og landskapet formas som bokstavene i *Sin City*.



## Om filmen

- *Sin City* (2005)
- Amerikansk krimthriller
- Produsent og regissør: Robert Rodriguez

## Ressurser



### Om ulike utsnitt / video

<http://ndla.no/nb/node/66179>

Lær mer om effekten av ulike kamerabevegelser:



### Analyse av anslaget til Sin City del 2 / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/123925>

Les mer om

[Shot reverse shot](#)

## Oppsummering

I anslaget til *Sin City* finner vi mange referanser til film noir i lyssetting, valg av musikk, bruk av voice-over, måten karakterene er framstilt på, bruk av dvelende scener og valg av dramaturgi.

Men *Sin City* følger også normer som vi forbinder med amerikansk mainstreamfilm. Anslaget har en klassisk dramaturgi. Kvinnens sårbarhet er lite forenlig med rollen som femme fatale. Bruk av moderne grafiske elementer representerer også et brudd med den klassiske film noir-filmen.

Eksempel på shot  
reverse shot:



## Analyse av anslaget til *Sin City* del 2 / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/123925>

Eksempel på bruk av  
kontrastfarger i  
anslaget til *Sin City*:

[Scenebilder fra \*Sin  
City\*](#)



Jessica Alba som Nancy  
Callahan i *Sin City*.

Til fordypning

Linn Jeanette  
Fylkenes har skrevet  
en masteroppgave om

[Sin City: Fra grafisk  
roman til film](#)

# Se filmen Pulp Fiction

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Se filmen Pulp Fiction \(122679\)](#)



## Se filmen Pulp Fiction / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/122679>

Produksjonsopplysninger

NB! Aldersgrense: 18 år

Amerikansk spillefilm fra 1994.

Filmen vant Gullpalmen ved Cannes filmfestival i 1994.

Filmen fikk Oscar for beste manus i 1995.

[Filmmanus Pulp Fiction](#)

**Varighet:** 2t 34min

**Manus og regi:** Quentin Tarantino

**Produsent:** Lawrence Bender

**Skuespillere:**

Ving Rhames, Phil LaMarr, Sy Sher, Peter Greene, Josef Pilato, John Travolta, Rosanna Arquette, Burr Steers, Angela Jones, Stephen Hibbert, Eric Clark, Samuel L. Jackson, Harvey Keitel, Frank Whaley, Carl Allen, Dick Miller, Jerome Patrick Hoban, Bruce Willis, Eric Stoltz, Paul Calderon, Venessia Valentino, Chandler Lindauer, Uma Thurman, Christopher Walken, Alexis Arquette, Don Blakely, Julia Sweeney, Gary Shorelle, Tim Roth, Quentin Tarantino, Bronagh Gallagher, Karen Maruyama, Susan Griffiths, Maria de Medeiros, Robert Ruth, Brenda Hillhouse, Duane Whitaker, Brad Parker, Amanda Plummer, Laura Lovelace, Steve Buscemi, Kathy Griffin, Lorelei Leslie

Se film på NDLA

Denne filmanalysen består av i alt 10 fagartikler som belyser ulike sider ved filmen *Pulp Fiction*.

Vi anbefaler at du først ser hele filmen.

I analysen viser vi flere klipp fra filmen.

Noen klipp er hentet fra YouTube. Disse klippene kan bli fjernet uten forvarsel.

NB!

**Filmen har 18-årsgrunge og passer derfor bare for elever i vg3.**

# Hva handler filmen Pulp Fiction om?

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Hva handler filmen Pulp Fiction om? \(122403\)](#)



## Hva handler filmen Pulp Fiction om? / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/122403>

Tre historier og en rammefortelling

*Pulp Fiction* er en brutal, svart komedie der tre ulike historier om livet i det "easy going" kriminelle miljøet i Los Angeles veves inn i hverandre. John Travolta spiller rollen som Vincent. Han og Jules er håndlangerne til gangsteren Marsellus Wallace. Bruce Willis spiller bokseren Butch, en annen hovedperson i filmen. De tre historiene er delvis knyttet sammen gjennom at de sentrale karakterene alle har et forhold til den samme gangsterbossen.

Den første historien

Den første historien handler i hovedsak om hvordan Jules og Vincent drar for å hente en stjålet koffert som inneholder atskillige verdier. Etter å ha diskutert hamburgere og sitert en rekke bibelvers, henretter de tyvene, bortsett fra den yngste som de tar med seg i bilen. I en senere sekvens, "The Bonnie situation", blir han likevel ved et uhell skutt i bilen, som de deretter kjapt må kvitte seg med og få renset for både lik og blod.

Den andre historien

Den andre historien handler om Vincent som har fått i oppdrag av bossen Marsellus å ta med seg kona hans, Mia (Uma Thurman), på byen. Der havner de på en 50-tallsrestaurant og blir med på en dansekonkurranse som de vinner. Vel hjemme tøyser og flørter de. Det ligger i luften at det kan skje noe mellom dem. Etter en tur på toalettet, der Vincent minner seg selv på at hun er sjefens kone, oppdager han at Mia har tatt en overdose heroin. Vincent har ikke noe valg. Han må redde henne fordi hun er sjefens kone.

Den tredje historien



Huskelappen

**Pulp Fiction består av tre separate historier som knyttes sammen av en rammefortelling.**

**Fellesnevneren i de tre historiene er at personene har et forhold til gangsterbossen Marsellus Wallace.**

**Hendelsene foregår i et "easy going" kriminel miljø i Los Angeles.**



John Travolta (tv) og Samuel L. Jackson spiller rollene som håndlangerne til mafiabossen.

Historie 1

Småtyvene Pumpkin og Honey Bunny har noe stort på gang:

[Pulp Fiction intro](#)

Historie 2

I den tredje historien ber Marsellus den avdankede bokseren Butch Coolidge (Bruce Willis) om å tape en fikset boksekamp. I midlertid vinner Butch og tar livet av konkurrenten. Butch vil flykte med kjæresten, men finner ut han har glemt en kjær klokke, som han har fått i arv etter faren sin, hjemme. Der venter Vincent på han. Etter et oppgjør med Vincent kjører han tilfeldigvis på Marsellus. De havner i slåsskamp i en butikk og blir tatt til fange av butikkinnehaveren.

### Rammehistorien

Rammefortellingen, kaféscenen, utgjør både åpningen og avslutningen i filmen. Her forsøker de to småtyvene Pumpkin og Honey Bunny, som ikke har noe forhold til Marsellus, å foreta et ran. Men tilfeldigvis støter de på leiemorderne Jules og Jim.

Her henter Vincent  
Mia og tar henne med  
ut på byen:

[Pulp Fiction klipp 1](#)

### Historie 3

Butch vil flykte med  
kjæresten, men finner  
ut han har glemt  
klokken sin hjemme:

[Pulp Fiction klipp 2](#)

### Rammefortelling

Kaféscenen utgjør  
både åpningen og  
avslutningen i filmen:

[Pulp Fiction klipp 3](#)

# Pulp Fiction - sjanger og tematikk

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Pulp Fiction – sjanger og tematikk \(122237\)](#)



Huskelappen

Quentin Tarantino  
har skrevet manus  
og regissert den  
prisbelønte filmen  
*Pulp Fiction* (1994).

*Pulp Fiction* er en  
brutal, svart  
komedie som  
skildrer livet blandt  
kriminelle i Los  
Angeles.

Filmen blir omtalt  
som en  
sjangerkomedie  
fordi den inneholder  
tydelige referanser  
til kiosklitteratur og  
*Film noir*.

Ressurser



**Pulp Fiction –  
sjanger og  
tematikk /  
fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/122237>

I denne analysen viser vi klipp fra filmen.

Du kan se hele filmen  
mot betaling på  
[Filmrommet](#).

Netflix tilbyr deg å se  
filmen gratis.

**NB! 18-årsgrænse**

[Filmanus Pulp  
Fiction](#)

Quentin Tarantino har  
også regissert  
filmene:

- *Reservoir Dogs*
- *Death Proof*
- *Inglourious Basterds*
- *Django Unchained*
- *Kill Bill-filmene*



Quentin Tarantino med filmpakken til Pulp Fiction.

### Et paradigmeskifte i visuell filmfortelling

Med filmen *Pulp Fiction* (1994) vant Quentin Tarantino Gullpalmen i Cannes i 1994 og Oscar for beste manus i 1995. Filmen ble nominert til hele sju Oscars det året.

Tarantino er kjent for elleville filmer med mye blod og gørr. Historiene er humoristiske og ironiske og tar gjerne uventede vendinger. Ofte bryter filmene med en klassisk dramaturgi og fortellemåte ved nettopp å fremheve og overdrive de klassiske virkemidlene.

Ukonvensjonell struktur med utstrakt bruk av pastisj, popkulturelle referanser og metaperspektiv har bidratt til at *Pulp Fiction* ofte er blitt omtalt som et førsteklasses eksempel på en postmodernistisk film. Filmen har inspirert en rekke andre filmskapere.

## Sjanger og tematikk

Primært er *Pulp Fiction* en krimfilm, men den kan også karakteriseres som en sjangerkomedie med klare referanser til kiosklitteratur og *Film noir*.

Pulp Fiction handler om stoffmisbruk og svindel i kriminelle miljøer. Imidlertid er ikke tematikken fremtredende i filmen. Som i flere andre postmodernistiske filmer fra 1990-tallet, finner vi brudd på klassiske filmmatiske virkemidler, og referanser til popkulturen står sentralt.

Tittelen Pulp Fiction antyder at budskapet ikke er særlig dyptloddende. Ordet "pulp" henspeiler på en uformelig masse eller en tekst trykt på grovt, ubearbeidet papir. Begrepet kan referere til at det til tider er mye blodsprut i filmen – den bruker virkemidler fra såkalte B-filmer, og ikke minst til at strukturen kan virke tilfeldig og kaotisk.

# Karakterene i Pulp Fiction

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Karakterene i Pulp Fiction \(122262\)](#)



Fortellingen om skurkene Vincent og Jules i Pulp Fiction har mange likhetstrekk med amerikansk gangsterlitteratur på 1930-tallet.

## Overflatiske karakterer skildret med ironi

I postmodernistiske filmer blir gjerne karakterene framstilt som overflatiske. Nesten alle karakterene i Pulp Fiction er små eller store skurker. Vi får vite lite om skurkenes indre liv og tanker.

Karakterene vises ofte i endeløse dialoger ved hjelp av "toskudd". Dette er et brudd med den vanlige måten å filme på, såkalt "shot reverse shot", dvs. at en veksler mellom nærbilder av de ulike karakterene i dialogen. Men når konflikten trappes opp mot klimaks, klippes det mellom nærbilder. Et eksempel er kaféscenen der Jules og Vincent gjør opp med tyvene som stjal kofferten.

Karakterene Marsellus (sjefen) og Mia (hans kone) blir presentert med tydelig distanse. Første gang Marsellus er til stede i handlingen, hører vi bare at han snakker, mens kamera hviler på Butch som primært lytter i scenen. Etter ca. to minutter ser vi han bakfra (21:30–23:30).

## Kule typer

Men karakterene er ikke helt endimensjonale. De blir framstilt som småkule og til dels reflekerte. Vi får sympati med de mest sentrale karakterene: Vincent, Jules, Butch og Mia. Men vi reagerer lite når bipersoner blir henrettet eller utsatt for groteske overgrep.

- **Vincent** framstilles som en forsiktig, snill type som er bevisst at han ikke må gå over streken med Mia. Tilfeldigvis skyter han en type i baksetet på en bil, og litt mindre tilfeldig en del andre. Han er også glad i å dope seg. I midlertid er han flink til å danse, og han redder Mia fra å dø av overdose. Ved en rekke anledninger sitter han på do, noe som til slutt også blir hans bane.
- **Jules** er en reflektert smågangster som har kommandoen under skytedramaet med kofferttyvene og på kaféen. Han siterer stadig bibelvers, primært Esekiel 25, 17. Han tror han har opplevd et mirakel da en kule føk forbi rett over han. Av den grunn bestemmer han seg for å avbryte forbryterkarrieren, og deretter vandrer han ut av filmen.
- **Mia** er en fascinerende og forførende kvinne som har laget en pilot til en TV-serie og drømmer om å lykkes med dette. Dessverre liker hun også å sniffe kokain.
- **Marsellus**, mafiabossen, blir primært skildret med frykt og distanse. Da han blir påkjørt av Butch, ser vi han overvinklet med hodet nedover i billedrammen. Etter dette skjer det en dreining i maktforholdet mellom Butch og Marsellus. Da Butch på slutten av historien redder Marsellus etter at han er blitt voldtatt og banket opp, ser vi en mer ydmyk framtoning.

## Helteegenskaper



## Huskelappen

**Karakterene i postmodernistiske filmer er ofte overflatisk skildret.**

**Vi ser hva de gjør, men vet ikke hva de tenker, og de utvikler seg lite i løpet av filmen.**

**Nesten alle karakterene er skurker.**

**Vi får sympati med de mest sentrale karakterene i filmen.**

**Det er ingen egentlige helter i filmen, men Butch og Vincent har visse helteegenskaper.**

## Ressurser

Det finnes egentlig ingen helter i filmen, men både Butch og Vincent har visse helteegenskaper. Vincent redder blant annet Mia fra å dø. Butch er kanskje den som tydeligst har egenskaper som helt. Han blir ofte vist forfra i halvnært eller nære bildeutsnitt.

Ved hjelp av kamerakjøring følger vi han bakfra der han er på vei tilbake for å hente klokka som han har et sterkt følelsesmessig forhold til.

Han trosser orden fra Marsellus om å tape boksekampen og utsetter seg dermed for mange farer som han klarer å overvinne. I stedet for å stikke av etter han har klart å komme seg løs mens Marsellus blir banket opp og voldtatt, redder han fienden sin. Deretter forlater han historien og området for å starte et nytt liv utenfor California.



Mia har et umiskjennelig uttrykk som "femme fatale", en kvinne som både er forførende og farlig.

Karakterene Marsellus (sjefen) og Mia (hans kone) blir presentert med tydelig distanse.

I denne scenen hører vi Marsellus snakke. Først etter ca. to minutter ser vi han bakfra.

#### [Pulp Fiction klipp 4](#)



Karakteren Vincent i Pulp Fiction framstilles som en forsiktig, snill type som er hektet på dop.

#### [Minner fra Pulp Fiction](#)

I denne artikkelen skildrer forfatteren sine personlige opplevelser med filmen. Du kan også lese og lytte til bibelsitatet fra Esekil!

Butch er den som tydeligst har helteegenskaper. Han blir ofte filmet i nærbilde forfra, som her:

[Pulp Fiction klipp 2](#)

# Fortellerperspektivet i Pulp Fiction

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Fortellerperspektiv i Pulp Fiction \(122613\)](#)



## Fortellerperspektiv i Pulp Fiction / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/122613>

### Fortellerperspektiv

I den klassiske filmen er idealet at fortelleren skal være usynlig. På den måten får tilskuerne en følelse av at fortellingen ikke er fortalt, men at vi er vitner til det som faktisk skjer. Historien formidles gjennom det karakterene sier og gjør.

Selv om perspektivet i Pulp Fiction er stort sett fortellende, skaper tydelige brudd med tradisjonell filmteknikk en ironisk distanse til det karakterene foretar seg eller blir utsatt for.

### Eksempler på konseptuell synsvinkel

Det hender også at vi ser det som skjer, gjennom øynene til en av personene i filmen.

Vincents forhold til Mia blir formidlet ved at han ser etter henne da hun går ut på toalettet (42:30), og i en svært kort sekvens der han står og snakker med seg selv på toalettet (51:17–51:28). Umiddelbart etter dette skjer det en dreiling i konflikten fordi Mia har tatt en overdose.

Subjektivt kamera, eller konseptuell synsvinkel, blir ofte brukt for å formidle noe karakteren har opplevd tidligere. I en lang sekvens (60:64–68:10) får vi et tilbakeblikk der en offiser overleverer Butch hans avdøde fars klokke. Tilbakeblikket er framstilt ironisk. Vi forstår mer enn tydelig at dette er perspektivet til lille Butch, siden offiseren ses fra et undervinklet ståsted, og at det brukes lang tid på sekvensen.

Det nære forhold Butch har til klokka motiverer også hans vågale beslutning om å dra tilbake til leiligheten for å få med seg klokka på tross av at han vet at det kan være risikabelt.



Huskelappen

**Synsvinkelen er fortellende, men med en viss ironisk distanse.**

**Av og til ser vi det som skjer, gjennom øynene til Butch eller Vincent.**

Ressurser

Les mer om

[Fortellerperspektiv i film](#)

Her følger en nærmere analyse av scenen der Butch som barn får sin fars klokke av offiseren.

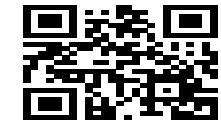
Del 1:



**Fortellerperspektiv i Pulp Fiction / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/122613>

Del 2:



**Fortellerperspe  
ktiv i Pulp  
Fiction /  
fagstoff**

[http://ndla.no/nb/node/12  
2613](http://ndla.no/nb/node/122613)

# Konflikter og vendepunkt i Pulp Fiction

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Konflikter og vendepunkt i Pulp Fiction \(122272\)](#)



## Huskelappen

**Konfliktene i filmen  
handler i stor grad  
om hvordan alle  
prøver å tilfredsstille  
Marsellus,  
mafiabossen som  
alle frykter.**

**Vendepunktet i  
filmen er når  
Marsellus blir utsatt  
for overgrep og  
ydmyket.**

## Ressurser



Å rote seg bort i kona til en  
mafiaboss er ikke akkurat  
noen innertier dersom man  
vil unngå konflikter.

Vendepunktet i filmen:



**Konflikter og  
vendepunkt i  
Pulp Fiction /  
fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/122272>

NB! Klippet er svært voldelig og bør derfor ikke brukes i undervisning av elever under 18 år.



Samuel L. Jackson spiller en av de mange skurkene i *Pulp Fiction*

### Ingen egentlige helter

I de fleste filmfortellinger finnes det en eller flere helter. Heltten, eller protagonisten, strever seg gjennom hovedkonflikten for å nå det målet han eller hun har satt seg. I *Pulp Fiction* finner vi ingen tydelige helter. Karakterene består stort sett av skurker med tilhørende damer. Alle mennene har en eller flere forbrytelser på samvittigheten. Enkelte er kun småskurker. Andre rager høyere opp på rangstigen i forbryteruniverset.

### Konflikter mellom skurker

Konfliktene i filmen foregår primært mellom skurkene. I historien på kaféen er det en konflikt mellom småtyvene Pumpkin og Honey Bunny og mafiabossens håndlangere Jules og Vincent. Tyvene ønsker å tilegne seg Marsellus koffert, som Jules og Vincent nattopp har fått tak i fra noen andre tyver som de nattopp har henrettet. Kofferten er fylt med gull og penger.

Bokseren Butch kommer i konflikt med gangsterbossen Marsellus fordi han ikke følger den orden han får. I scenen mellom Mia og Vincent handler konflikten i utgangspunktet om at Vincent ikke må rote seg bort i Mia fordi hun er sjefens kone.

### Vendepunktet

En fellesnevner i alle historiene, bortsett fra prologen og epilogen i rammefortellingen, er frykten for ikke å behage den fryktede og autoritære sjefen Marsellus. Vendepunktet i filmen er derfor når den store mafiabosssen blir utsatt for overgrep og ydmyket.

# Fortellestruktur i Pulp Fiction

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Fortellerstruktur i Pulp Fiction \(122296\)](#)



## Fortellerstruktur i Pulp Fiction / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/122296>

Tilfeldig, fragmentert og sirkulær struktur

Strukturen i filmen bryter på alle måter med klassisk dramaturgi. Den er sirkulær, fragmentarisk og ikke-kronologisk.

Filmen åpner og slutter med kaféscenen der vi møter småtyvene Pumpkin og Honey Bunny. Dette er imidlertid ikke *historiens* første eller siste sekvens.

Fortellingen om da Jules og Jim henretter smågangstere som har falt i unåde hos Marsellus, er trolig det første som skjer i historiens tid. I filmens tid blir den framstilt i to sekvenser: "Vincent og Jules" (7:00–21:30) og "[The Bonnie Situation](#)" (1.47:28–2.07.43). I sekvensen "The Bonnie Situation" må Jules og Vincent kvitte seg med liket av fyren de tilfeldigvis skjøt i bilen, og få renset bilen for blod.

Historien om Butch er den siste fortellingen i historiens tid. Den er også formidlet i to sekvenser. I første sekvens [21:30 til 26:00](#) møter vi Marsellus og Butch. Sekvensen der Butch likviderer Vincent og blir fri fra Marsellus, er historiens kronologisk siste sekvens, selv om den vises ca. femti minutter før filmen slutter.

Det er ingen tydelig logikk og motivasjon i måten strukturen er utformet på. De ulike sekvensene kommer i en tilsynelatende tilfeldig rekkefølge. Dette er et brudd med vanlig fortellende film, der hendelsene i en sekvens gjerne bygger på noe som har skjedd i tidligere sekvenser. Slik ironiserer filmen over vanlig fortellerteknikk.

Strukturen understreker budskapet



Huskelappen

**Rekkefølgen  
hendelsene vises i  
filmen kalles filmens  
tid.**

**Rekkefølgen  
hendelsene vises i  
filmen kalles filmens  
tid.**

**I en ikke-kronologisk  
film samsvarer ikke  
rekkefølgen i filmens  
tid med rekkefølgen i  
historiens tid.**

**En fragmentarisk  
struktur betyr at  
filmfortellingen er  
delt opp i mange  
små sekvenser som  
ikke henger logisk  
sammen.**

**En sirkulær struktur  
vender tilbake til de  
samme hendelsene.**

Ressurser

Analyse av  
fortellingen om  
Vincent og Butch:



Den tilsynelatende tilfeldige strukturen peker mot det som kanskje er et viktig budskap i filmen. Verden er full av tilfeldigheter. Det det handler om, er å takle tilfeldighetene på en smart måte, slik Jules og Butch gjør.

Imidlertid avsluttes de to siste sekvensene i den fortalte filmens tid med at Butch og Jules forlater forbryterverden. Vincent, som velger å bli, blir selv drept, og bossen Marsellus ydmyket. Moralen blir da at det er ikke så klokt å tilhøre den kriminelle verden, på tross av at den framstilles som kul og passe tilbakelent.

## **Fortellerstruktur i Pulp Fiction / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/122296>

Quentin Tarantino om moralske valg Pulp Fiction:



## **Fortellerstruktur i Pulp Fiction / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/122296>

# Dramaturgi i Pulp Fiction

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Dramaturgi i Pulp Fiction \(122297\)](#)



## Dramaturgi i Pulp Fiction / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/122297>

Karakteren *Mia* presenteres som en mystisk person ved hjelp av en rekke visuelle hint.

### Brudd med klassisk dramaturgi

Som helhet bryter filmen *Pulp Fiction* med det vi kaller klassisk dramaturgi. Imidlertid finner vi likhetstrekk med den klassiske dramaturgien i måten de tre historiene som filmen består av, er bygd opp på.

Historiene har i liten grad tydelige anslag. Men det brukes lang tid på å presentere karakterene. I historien om Mia handler de første tre minuttene om å skape mystikk rundt henne. Først leser Vincent en lapp hun har skrevet til han, deretter ser vi henne bakfra, vi ser nærbilde av hennes røde munn, og så følger nærbilde av føttene. Til slutt ser vi henne forfra i bilen til restauranten.

Vincent og Jules presenteres gjennom endeløse dialoger i biler og heiser, der de blant annet diskuterer hvordan man skal tolke det at noen gir fotmassasje (7:00–14:24). Butch presenteres først gjennom et tre minutters halvnært bilde der han sier lite. Senere får vi et tilbakeblikk på barndommen hans i scenen med klokka.

### Konfliktopptringing

Konfliktopptringingen skjer som regel ganske sakte med til tider lange dialoger, som i sekvensen der Jules og Vincent skal hente en koffert som tilhører Marsellus. Her følger vi også en dialog om mat og hamburgere, mens det klippes mellom Jules og den forskremte Brett (14:47–18:26).

### Huskelappen

**Som helhet bryter *Pulp Fiction* med klassisk dramaturgi.**

**Men de ulike historiene som filmen består av, er delvis tradisjonelt oppbygd og har et klart klimaks.**

**Filmen mangler anslag, men det brukes lang tid på å presentere karakterene.**

**Tidsforlengelse øker spenningen i avgjørende scener.**

**Klipperytmen er langsom, men øker når vi nærmer oss klimaks.**

### Ressurser

I historien med Mia er vi vitne til en forholdsvis triviell dialog ved bordet og en lang dansescene på restauranten (34:11–49:59). Idet de kommer hjem til Mia, tror vi først at konflikten vil utvikle seg til en relasjon mellom Mia og Vincent. Men konflikten tar en annen retning. Mia har tatt en overdose, og Vincent opptrer som livredder.

## Klimaks

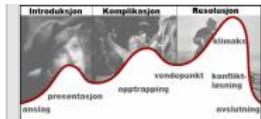
Hver av historiene har et tydelig klimaks. Eksempel:

- Vincent blir skutt
- Jules og Vicent henretter koffertyvene
- voldtektszenen i kjelleren
- den dramatiske adrenalinscenen

I oppbygningen mot klimakset strekkes den fortalte tiden ut ved at det klippes fram og tilbake mellom karakterene, eller gjennom å dvele ved lange dialoger. Slik framheves spenningen i filmen.

I filmens siste scene er vi tilbake til der historien startet. De to småtyvene gjør et ran på kaféen de sitter på. Mens Vincent sitter på toalettet, forsøker småtyven også å rane Jules. Gjennom en lang dialog kryssklippes det mellom aktørene. Jules får etter hvert overtaket på småtyven, som etter mange runder og bibelvers får lov til å forlate kafeen.

Som vanlig øker klippeytmen når vi nærmer oss klimaks. Da klippes det mellom langt flere nærbilder enn i andre deler av filmen, der klippeytmen til tider er svært langsom, og det er sparsomt med nærbilder.



I den klassiske dramaturgimodellen starter filmfortellingen med et anslag. Deretter presenteres karakterene og konfliktene, før historien for alvor tar fart.

Vendepunktet i Pulp Fiction er sekvensen der Marsellus blir voldtatt og mister sin autoritet.



## Dramaturgi i Pulp Fiction / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/122297>

Tidsforlengelse brukes til å øke spenningen når vi nærmer oss klimaks:



## Dramaturgi i Pulp Fiction / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/122297>

NB! Klippene er svært voldelige og bør derfor ikke brukes i undervisning av elever under 18 år.



# Filmhistoriske referanser i Pulp Fiction

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Filmhistoriske referanser i Pulp Fiction \(122323\)](#)



## Huskelappen

Referanse til populærkultur, intertekstualitet og metaperspektiv er typisk for postmodernistisk film.

Et metaperspektiv er et overordnet perspektiv som oppstår når man tar et skritt tilbake og ser på seg selv utenfra.

Intertekstualitet betyr at en medietekst kun kan forstås i lys av de medietekstene den refererer til.

*Pulp Fiction* refererer til filmeponen Film noir og en rekke kjente filmproduksjoner.

Fimen refererer også til klisjeer og arketyper fra populærkulturen.

## Ressurser



Scene fra The Killers  
(1947) med Burt Lancaster  
og Ava Gardner.

[Film noir](#)



Den legendariske  
dansesekvensen mellom  
Mia og Vincent refererer  
både til dansen Twist og til  
filmen Saturday Night  
Fever (1977).



John Travolta i Saturday  
Night Fever



Pulp Fiction refererer til  
kjente uttrykk i B-filmer og  
kiosk litteratur.



Her sitter Mia ved restaurantbordet i en nostalgisk Cadillac, med et umiskjennelig uttrykk som "femme fatale", en kvinne som både er forførende og farlig.

### Intertekstualitet

På nittitallet utviklet regissørerne Quentin Tarantino, Roberto Rodriguez, David Lynch og til dels Oliver Stone en ny visuell stil der henvisning til tidligere filmhistoriske perioder stod sentralt. Innenfor postmodernismen omtales det ofte som *intertekstualitet*. Det betyr at en medietekst kun kan forstås i lys av de medietekstene den refererer til.

### Referanser til filmhistoriske epoker

*Film noir* er kanskje den mest siterte filmeepoken i *Pulp Fiction*. Vi finner mange "mørke" scener der lyset primært kommer fra én lyskilde, for eksempel fra vinduet. Et klassisk eksempel er når Butch blir kjørt tilbake til hotellet fra boksekampen i en drosje (70:47). Her er det trange bakgater og kun lys fra siden.

Drosjesjåføren er en kvinne som har utseende som en mørk og sensuell "femme fatale". Som ofte ellers i filmen brytes de forventningene vi har til dette filmuttrykket, ved at hun rett og slett bare trer ut av filmen etter kjøreturen.

Imidlertid har Mia også en del egenskaper som "femme fatale". Hun er forførende og farlig, en kvinne som fører med seg trøbbel, og som bare skal ses, ikke røres. Vincent klarer imidlertid å redde seg ut av situasjonen i første omgang, men blir senere drept.

### Referanser til andre filmer

Filmen *The Killers* (1964), regissert av Don Siegel og basert på en bok av Ernest Hemingsway, sies å være en av referansene i *Pulp Fiction*. I både *The Killers* og *Pulp Fiction* er handlingen lagt til et kriminelt miljø, og begge filmene har en avdanket bokser i en sentral rolle.

Når Butch i siste scene av sin historie i *Pulp Fiction* drar ut av byen på en motorsykkel, refereres det både til filmen *Easy Rider* (1969) av Dennis Hopper og til de mange westernfilmene der helten rir ut i solnedgangen på vei til friheten. Et av musikksporene er også svært westerninspirert.

En heller uvanlig referanse er bibelsitatet fra Esekiel 25, 17. Dette sitatet brukes også i den japanske actionfilmen *Karate Kiba* (1973) av Ikki Kajiwara.

Adrenalinprøytescenen har likheter med en scene i Martin Scorseses dokumentarfilm *The American Boy; A profile of Steven Prince* (1978). I begge filmene er det en kvinne som får en adrenalinprøyte i hjertet etter en overdose.

### Referanser til populærkulturen

Restauranten der dansekonkurransen finner sted, har et nostalgisk femtitallsinteriør. Her sitter Mia og Vincent ved bordet i en Cadillac og blir servert av diverse damer som ligner Marilyn Monroe.

Den legendariske dansesekvensen mellom Vincent (Travolta) og Mia refererer både til den nostalgiske dansen Twist og kanskje til filmen *Saturday Night Fever* (1977) av John Badham, der Travolta spilte hovedrollen. Men scenen har også tydelige referanser til den kjente dansescenen i filmen *Bande à part* 1964 av den franske nybølgeregissøren Jean Luc Godard.

Tarantino dyrker B-filmen og amerikansk populærkultur. Han bruker klisjeer og arketyper fra populærkulturen, men markerer samtidig en klar distanse. Tarantino har i intervjuer uttalt at hans største forbilde er Godard. Godards film *Til siste åndedrag* (1960) var både en kommentar og en hyllest til den amerikanske actionfilmen.

# Filmatiske virkemidler i Pulp Fiction

Forfatter: Sissel Stokkedal, Ragna Marie Tørdal

[Filmatiske virkemidler i Pulp Fiction \(122407\)](#)



## Huskelappen

**Tarantino bryter  
bevisst reglene for  
hvordan man  
forteller i film.**

**Slik ironiserer han  
over og  
kommenterer  
etablerte filmklisjeer.**

**Tarantino reflekterer  
og ironiserer også  
over selve  
filmmediet, samtidig  
som han hyller  
nostalgiske  
elementer i  
filmhistorien.**

## Ressurser

Tarantino har uttalt at  
hans største forbilde  
er Godards film *Til  
siste åndedrag*.

Her er eksempel på  
bruk av jump cut:



**Filmatiske  
virkemidler i  
Pulp Fiction /**

## fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/122407>



Quentin Tarantino elsker 30-tallsgangstere. Han brukte den samme "Men in black"-klisjeen i filmen Reservoir dogs (1992).

Møt Quentin Tarantino i et TV-intervju med Jon Stewart i 1994:



## Filmatiske virkemidler i Pulp Fiction / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/122407>



I filmen Pulp Fiction betraktes karakterene med en viss ironisk distanse, på samme måte som en tilfeldig forbipasserende betrakter en tegnserieutgave av Mia i et utstillingsvindu.

Brudd på etablerte normer

Quentin Tarantino har i intervju uttalt at hans største forbilde er filmregissøren Jean-Luc Godard. Både Godards film *Til siste åndedrag* og filmen *Pulp Fiction* bryter mange etablerte normer for hvordan man forteller med film. Godard brukte for eksempel bevisst jump cut og aksebrudd for å gjøre seerne oppmerksom på selve den filmatiske prosessen.

Mange av scenene i *Pulp Fiction* består av endeløst lange toskudd. Filmen bryter dermed med det vanlige "shot reverse shot"-prinsippet. Et eksempel på dette er lange tagninger som viser Butch i et halvnært bilde mens Marsellus snakker. Deretter filmes Marsellus bakfra.

#### Ironiske kommentarer

De mange ultranære bildene av for eksempel en sprøyte, en lighter, dop, en hamburger og av Butch sin klokke kan ses som en ironisk kommentar til det som virkelig gir livet mening for disse typene. Når vi endelig får se ansiktet til Marsellus, henger han ironisk nok med hodet opp ned (1.31:08). Scenen varsler samtidig et vendepunkt i maktforholdet mellom karakterene i filmen.

Den tilfeldige strukturen, endeløse dialoger og tidsforlengelser kan på same vis tolkes som et bevisst brudd med det etablerte filmspråket. Det er også sjeldent vare å lage en actionfilm eller krimfilm uten en tydelig helt.

Når blodet spruter i bilscenen i *Pulp Fiction*, etter at passasjeren i baksetet tilfeldigvis blir skutt (1.52- 2.07), kan det oppfattes som en kommentar til action- og krimfilmsjangere, der blod enten ikke vises, eller brukes som et kommersielt underholdningsvirkemiddel.

#### Metaperspektiv

I filmen *Pulp Fiction* reflekterer og ironiserer Tarantino over selve filmmediet, samtidig som han hyller filmhistorien. Framheving av nostalgiske referanser framfor et tydelig budskap preger flere av filmene som ble laget på 1990-tallet, filmer som ofte blir karakterisert som postmodernistiske.

Uttallige filmskapere har latt seg inspirere av *Pulp Fiction*. Filmen innebar et paradigmeskifte i visuell filmfortelling. Tarantinos siste film *Django Unchained* (2012) er også en film både unge og eldre lar seg inspirere av.

# Oppgavesamling

## Oppgaver til King Kong

Forfatter: Marion Federl

[Oppgaver på kryss og tvers \(23122\)](#)

### Protagonist og antagonist

- I det klassiske greske dramaet var protagonisten den karakteren som hadde hovedrollen i fortellingen. Protagonisten er helten i historien.
- Motstanderen hans (eller hennes) kalles antagonist.
- Konflikten mellom protagonisten og antagonistens er ofte det som gir fortellingen framdrift.

### Oppgave 1

For å svare på denne oppgaven, må du ha lest gjennomgangen av filmen King Kong i dette kapitlet, eller du må ha sett filmen. Kan hende svarene varierer litt, avhengig av hvilken versjon av King Kong du velger å ta for deg?

- Hvem er de viktigste rollefigurene i filmen, og hvilke interesser og mål har de?
- Hvem er det vi identifiserer vi oss med og har sympati for?
- Beskriv de viktigste konfliktene i filmen. Hvilke interessekonflikter finnes det?
- Er det noen av karakterene som viser en utvikling?
- I mange spenningsfilmer finnes det en klar helt (protagonist) og en like klar skurk (antagonist). Hvordan forholder det seg i denne filmen? Er det noen som gjør seg fortjent til skurketittelen?

## Oppgave 2

Se på King Kong-traileren fra 1933 og svar deretter på spørsmålene.

### Trailer

- En *trailer* er en filmreklame som viser et kort sammendrag av handlingen.

### Voice-over

- Voice-over er en stemme som blir lagt oppå den øvrige lyden, men hvor vi oftest ikke ser den som snakker.
- Filmen får på denne måten en forteller-stemme.

## Spørsmål

- En trailer skal "selge" en film til publikum. Hvilke sider ved filmen framheves og brukes som "salgsargumenter"?
- Hvordan starter traileren? Beskriv det første bildet.
- Skriftbildet understrekker innholdet. Beskriv noen av de grafiske virkemidlene som er brukt her.
- Det er lagt på voice-over i siste del av traileren. Tilhører denne stemmen en av personene i filmen?
- Beskriv musikken i traileren.
  - Er volumet for det meste lavt, for det meste høyt, eller varierer det?
  - Hvilke instrumenter er mest framtredende, strykeinstrumenter, trommer eller blåseinstrumenter?
  - Hvilken stemning er det musikken skaper? Finn tre passende adjektiv.

## Oppgave 3

Se traileren fra 2005-versjonen av King Kong. Løs deretter oppgaven.

### Effektlyd

- Effektlyd er lyd som kommer i tillegg til de naturlige lyder og musikk.
- Effektlyder brukes for å fokusere på en gjenskaping eller hendelse. De kan også skape gjenkjennelse og bygge opp mot dramatiske høydepunkter.
- Forsterkende effektlyd kaller vi det når lyder som naturlig hører hjemme i miljøet, blir spesielt framtredende.
- Kunstige effektlyder er lyder som ikke umiddelbart kan knyttes til det som skjer i en scene.

### Spørsmål

- Hva får vi se de aller første sekundene?
- Lytt til musikken som ledsager de første sekundene.
  - Er musikken høy eller lav?  
Hvilke instrumenter høres vi?
  - Hva slags stemning skaper musikken?
- Forklar bruken av voice-over i traileren.
  - Hvem er fortelleren?
  - Hvor i traileren får vi et overgang fra direkte tale til voice-over?
- Hvilke personer er det som blir presentert i traileren?
- Se nærmere på scenen der Ann skal gå om bord:
  - Hvilke deler av kroppen hennes fokuseres det på etter tur?
  - Hva forteller bildene om hennes egenskaper og følelser?
- Mer om musikken.
  - Hvilke instrumenter er førende i musikken i traileren, blåseinstrumenter eller strykeinstrumenter?
  - Når øker volumet i musikken kraftig, og hvorfor?
- Finn noen eksempler på bruk av effektlyder, og avgjør om det er snakk om forsterkende eller kunstig effektlyd.

## Oppgave 4

Sammenlikn de to trailerne.

- Hvor mye vekt legges det på å antyde de relasjoner og følelser mellom karakterene i filmen? Hvilket inntrykk av Kong skapes det?
- Hva får vi vite om Denham og prosjektet hans?
- Framstår Ann og Jack som viktige personer?

### Tips

- For å løse denne oppgaven, kan du for eksempel stoppe avspillingen når du har kommet til et aktuelt bilde, og lage en skjermdump av det. Det vil si at du avfotograferer bildet og lagrer det. Deretter kan du lime inn i oppgaven din.
- Til dette arbeidet kan du for eksempel bruke gratis-versjonen av programmet Screenhunter, som du enkelt kan laste ned fra [wisdom-soft.com](http://www.wisdom-soft.com).

## Oppgave 5

Se på de to trailerne på nytt, og løs deretter oppgaven. Bildeutsnitt finner du forklart i filmordlista.

a) Finn ett eksempel på hver av disse typer bildeutsnitt:

- nærbilde
- halvnært bilde
- halvtotalt bilde
- totalbilde
- ultratotalt bilde

b) Finn ett eksempel på bruk av hver av disse bildevinklene:

- froskeperspektiv
- normalperspektiv

- fugleperspektiv

c) Forklar hva regissøren oppnår ved å velge disse bildevinklene.

d) Hvilken av trailerne har den raskeste klipperytmen?

### Oppgave 6

Gå på [filmweb.no](http://filmweb.no).  
Bruk søkefunksjonen og finn en trailer til en film du kjenner.  
Presenter den for klassen og forklar

- hvilken film du har valgt
- hvilken sjanger filmen tilhører
- hvilke viktige personer vi får se i traileren
- hvilke konflikter som blir antydet
- hva slags (historisk) miljø vi får se
- hva slags musikk som er valgt i traileren, og hva slags stemning den skaper
- hvilke andre virkemidler som spiller en viktig rolle, og hvorfor (for eksempel lyd, kamerabruk, klipping, voice-over)
- hvorfor traileren får deg til å bli nysgjerrig – eller ikke

### Oppgave 7

Velg en spenningsfilm du har sett nylig, og se nærmere på konflikt og spenningsoppbygning.  
Svar på disse spørsmålene:

- Hvor og når utspiller handlingen seg?
- Beskriv kort de viktigste personene og utfordringen(e) de står overfor.
- Finnes det en klar hovedperson og helt (protagonist), og en like

- klar motstander?
- Hva er hovedkonflikten i filmen?
  - Finnes det også andre, mindre konflikter?
  - Beskriv spenningsoppbygningen:
    - Første plottpunkt: Hvilken hendelse sette gang handlingen for alvor og gir den samtid en uventet, ny retning?
    - Første spenningstopp: Hva er den første dramatiske spenningstoppen?
    - Andre plottpunkt: Hvilken hendelse utgjør det alvorligste tilbakeslage for helten, det som uunngåelig fører til en konfrontasjon med motstanderen?
    - Klimaks: Hva er det dramatiske høydepunkt i filmen?
    - Løsning: Hvilken løsnir på konflikten får vi?

### Oppgave 8

Lag en anmeldelse av en film du har sett.  
 Anmeldelsen skal være kort, underholdende og veldig subjektiv – du skal enten være veldig begeistret eller sterkt skuffet, og det skal du vise tydelig.

Hvis du trenger litt inspirasjon, kan du gå på [NRK sine nettsider om film](#). Les eller hør noen anmeldelser signert Filmpolitiet. To anbefalinger:

- ["Hvordan bli dumpt på 10 dager"](#)
- [Across the Universe \(6\)](#)

### Skrivehjelp

I høyrefeltet finner du lenker til

- fagside om film-anmeldelse
- filmanalyseeskjema

### Oppgave 9

Velg en norsk film du har sett nylig, eller se en av filmene fra lista nedenfor. Skriv enten en anmeldelse eller en komplett analyse av filmen.

- Den siste revejakta
- Hawaii Oslo
- Buddy
- Villmark
- Fritt vilt
- Mannen som elsket Yngve
- O'Horten
- Tatt av kvinnen
- Svidd neger
- Slipp Jimmy fri
- Ulvesommer
- United
- Lange flate ballær
- Detektor
- Elling
- Jonny Vang
- Himmelfall
- Schpaa
- Det største i verden
- Salmer fra kjøkkenet
- Mongoland
- Jeg er Dina
- Veiviseren
- Appelsinpiken

# Analyseoppgave Veiviseren

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyseoppgave Veiviseren \(125330\)](#)



Tid

2 timer

I tillegg tar det 1 t 26 min å se filmen.

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Filmordlista](#)



## Analyseoppgave Veiviseren / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/125330>

### Oppgave

Se spillefilmen Veiviseren (1 t 26 min) og svar på spørsmålene nedenfor.

### Handling og miljø

- Hvor foregår handlingen i filmen?
- Hvilken tidsperiode er handlingen i filmen lagt til?
- Hva kjennetegner miljøet handlingen foregår i?
- Beskriv kort filmens plott.
- Hvilke temaer tar filmen opp? Skriv maks. 50 ord.
- Blir handlingen presentert kronologisk, eller finner vi tilbakeblick?
- Foregår det flere handlinger parallelt i filmen?
- Er det brukt spesielle symboler i filmen? Hvilken betydning har i tilfelle disse symbolene?

## Karakterer

- Beskriv de viktigste karakterene i filmen.
- Hvordan er forholdet mellom disse personene?
- Hvordan utvikler hovedpersonene seg i løpet av filmen, og hvilke hendelser er det som gjør at personen endrer seg?
- Hvem i filmen identifiserer vi oss med? Hvordan oppnår filmskaperen at vi identifiserer oss med nettopp denne/disse personen(e)?

## Dramaturgi

- Beskriv de viktigste konfliktene.
- Hva slags stemning skaper anslaget?
- Hvilke sjangertrekk kjenner vi igjen etter å ha sett anslaget?
- Hvilke konflikt(er) blir introdusert i første del av filmen?
- Hvordan blir vi kjent med rollefigurene i filmen?
- Hvilken hendelse setter fart i handlingen?
- Hvordan utvikler konflikten(e) i filmen seg?
- Finnes det et "point of no return"?
- I hvilken scene når spenningen sitt høydepunkt?
- Hvordan løses konflikten(e) i filmen?
- Blir alle trådene nøstet opp, eller sitter du igjen med noen ubesvarte spørsmål etter å ha sett filmen?

## Budskap

- Gir avslutningen uttrykk for et bestemt moralsk budskap?
- Hvordan avspeiles Alta–Kautokeino-konflikten i filmen Veiviseren?

# Veiviseren - en samisk trollmann

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, Marion Federl

[Oppdrag: Veiviseren - en samisk trollmann \(45016\)](#)



Norske troldomsprosesser / video

<http://ndla.no/nb/node/44623>

## Noaiden

I samisk folketradisjon ble den religiøse lederen, *noai'di* eller *noaide* på norsk, tillagt magiske evner. En noaide var en veiviser for den gruppa han var leder for.

Nils Gaups film *Veiviseren* gir oss et innblikk i samisk kultur på 1100-1200-tallet. I filmen er det karakteren Raste som har rollen som veiviser. Etter hvert blir oppgaven overført til unggutten Aigin.

## Oppgave 1

Om samisk religion

### Ressurser

Spillefilmen  
*Veiviseren* av Nils  
Gaup (relatert).

NRK:

Video om troldoms-  
prosesser i Finnmark  
på 1600-tallet

Norsk filminstitutt:  
[Filmstudieark](#)  
[Veiviseren](#)

vgskole.no:

[Sagnet om Laurekadsj](#)  
[og tsjudene](#)

Infonuorra:

[Nettsted for samisk](#)  
[ungdom](#)

Kildenett:

[Noaide](#)

Finn noen sentrale fakta om den før-kristne samiske naturreligionen.

- Hva slags forhold til naturen hadde samene?
- Hvordan så den samiske gudeverdenen ut?
- Hvilke ulike funksjoner hadde noaiden?

## Oppgave 2

Videoklippet fra *Historien om Norge*

Se klippet fra NRK-serien *Historien om Norge*.

Finnmark er det fylket i Norge der flest mennesker ble dømt for troldom og hekseri på 1600-tallet. Hva kan være årsaken til dette?

## Oppgave 3

### Filmen *Veiviseren*

1. Se filmen *Veiviseren* av Nils Gaup.
2. Beskriv scener i filmen som viser oss hvilke magiske evner noaiden har og hvordan disse brukes til beste for gruppa.
3. I filmen møter vi flere ville dyr som spiller en viktig rolle både i samisk religion og som symboler i filmen: ulv, bjørn, ravn og reinsokse. Hvilke egenskaper tillegges disse dyrene i samisk religion?
4. Hvilken rolle spiller dyrene i filmen?
5. Hvordan ser en *runebom* ut? Hva ble den brukt til?
6. Hvilken rolle spiller runeboommen i filmen?
7. Hvilke verdier står sentralt i den samiske kulturen som skildres i filmen?
8. Hvordan oppfatter samene tsjudene i filmen?
9. Beskriv hvordan hendelsene i filmen virker inn på Aigins utvikling som person.
10. Hva forteller tittelen "Veiviseren" om innholdet i filmen?

## Oppgave 4

### Skriveoppgave

Skriv en artikkel der du gjør rede for hva filmen *Veiviseren* forteller om den opprinnelige samiske kulturen og religionen. Velg tittel selv.

Bruk opplysningene du har skaffet deg gjennom arbeidet med spørsmålene i oppgave 3.

## Ulrik Imtiaz Rolfsen om Izzat

Forfatter: Anne Ely Thorenfeldt, Ragna Marie Tørdal

[Ulrik Imtiaz Rolfsen om Izzat \(28290\)](#)



Izzat / video

<http://ndla.no/nb/node/18417>

### Spørsmål

1. Hvilket hovedspørsmål prøver regissør Ulrik Imtiaz Rolfsen å belyse gjennom filmen Izzat?
2. Hva handler Izzat egentlig om?
3. Rolfsen har selv vokst opp i Oslo. Hvilken etnisk bakgrunn har han?
4. Han mener at gode forbilder er viktig for ungdom. Hvilke rollemodeller hadde ungdom av utenlandsk opprinnelse i Oslo på 70- og 80-tallet?
5. Hvordan forklarer han den voldelige oppførselen til noen av disse ungdommene?
6. Hvilken betydning har filmen Izzat hatt for Rolfsens forhold til sin egen identitet?
7. Hva var målet hans med å lage denne filmen?
8. Hva mener Rolfsen er hovedutfordringen med intergrering?
9. Han påpeker at det er en kraftig kulturmøte mellom tradisjonell pakistansk kultur og moderne, norske verdier. Hvordan mener han det norske samfunnet bør håndtere denne kulturmøtet?

## Tegn et storyboard

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Tegn et storyboard \(124042\)](#)



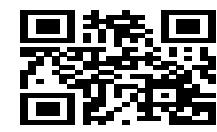
Tid

2 timer

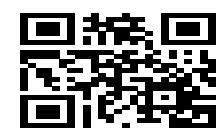
Vanskegrad

middels

Ressurser



Storyboard / video  
<http://ndla.no/nb/node/51640>



Storyboard -  
eksempel og mal /  
fil  
<http://ndla.no/nb/node/76656>



### Tegn et storyboard / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/124042>

## Oppdrag

Tegn et storyboard som viser de ulike tagningene i anslaget til filmen Sin City.

For hvert bilde skal du beskrive:

- hvilket bildeutsnitt som brukes
- hvilken kameravinkel som brukes
- eventuelle kamerabevegelser
- hvilken lyssetting som brukes
- angi replikker eller voice-over
- angi bruk av andre lydkilder

### Storyboardskjema (eksempel)

<b>Bilde 1</b> 	Bildeutsnitt:
	Kameravinkel:
	Kjøring:
	Lys:
Replikker/ Voice-over:	Andre lydkilder:
<b>Bilde 2</b>	Bildeutsnitt:
	Kameravinkel:
	Kjøring:
	Lys:
Replikker/ Voice-over:	Andre lydkilder:

# Lag en tegnefilm om en historisk hendelse

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Lag en tegnefilm om en historisk hendelse \(130695\)](#)



Tid

2 timer

Dersom du vil  
produsere filmen, må  
du beregne mer tid.

Vanskegrad

middels

Ressurser



Storyboard / video  
<http://ndla.no/nb/node/51640>

Eksempel på  
bildemanus:

[Skrekkfilm – en  
praktisk  
videoredigeringsoppg  
ave](#)

Verktøyet *Cartoonist* i  
gratisversjonen av  
Creaza inneholder  
ferdige bakgrunner og  
figurer som du kan  
bruke når du setter  
sammen filmen din.

[Cartoonist](#)



## Lag en tegnefilm om en historisk hendelse / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/130695>

### Oppgave 1

Se den prisbelønte tegnefilmen *Min bestemor strøk kongens skjorter* av Torill Kove.

- a. Hva er fakta, og hva er fiksjon i denne kortfilmen?
- b. Scenene i filmen er tegnet, men filmen begynner og slutter med et fotografi. Hvorfor?
- c. Hva er karakteristisk for "streken", eller måten tegningene i filmen er utført på?
- d. Hvilke lydformer er brukt i denne filmen?
- e. Gjør rede for de viktigste filmatiske virkemidlene som er brukt.

### Oppgave 2

- a. Hvilken målgruppe egner denne filmen seg for? Grunngi svaret.
- b. Hva synes du om denne måten å framstille historiske begivenheter på?

### Oppgave3

Lag et bildemanus til en tegnefilm på 1 minutt som forteller ei tilsvarende historie om en viktig historisk hendelse.

Målgruppe: elever i vg2 eller vg3.

Dersom du har tid, kan du gjerne produsere filmen og vise den i en historietime.

## Lydbildet i filmen Ringenes brorskap

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Lydbildet i filmen Ringens brorskap \(123228\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Om filmen

- produsert 2001
- regi: Peter Jackson
- musikk: Howard Shore

Ressurser

[Filmordliste](#)



I 2002 fikk Howard Shore  
Oscar for musikken til  
Ringens brorskap.



**Lydbildet i filmen Ringens brorskap / oppgave**

<http://ndla.no/nb/node/123228>

Dette filmklippet er et utdrag fra anslaget til filmen *Ringens brorskap* i filmtriologien *Ringenes herre*.

### Oppgave

Lytt nøyte til lyden i anslaget, og svar på spørsmålene nedenfor.

1. Hvilke lydkilder er brukt i anslaget?
2. Nevn ett eller to eksempler på hver lydkilde.
3. Finn eksempler på diegetisk og ikke-diegetisk lyd.
4. Forklar begrepene doksal- og paradoksal musikkbruk.
5. Hvilken betegnelse vil du bruke på musikken i dette filmklippet?
6. Hvordan er musikken i dette filmklippet med på å forme vår opplevelse av det universet filmen utspiller seg i?
7. Hvordan er musikken med på å framheve rytmen i filmen?
8. Nevn eksempler på hvordan musikken framhever dramatiske scener.
9. Hva menes med begrepet "voice-over"?
10. Hvilken effekt har bruk av voice-over i anslaget til filmen *Ringens brorskap*?

## Hvordan introduseres karakterene i filmen?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Hvordan introduseres karakterene i filmen? \(142436\)](#)

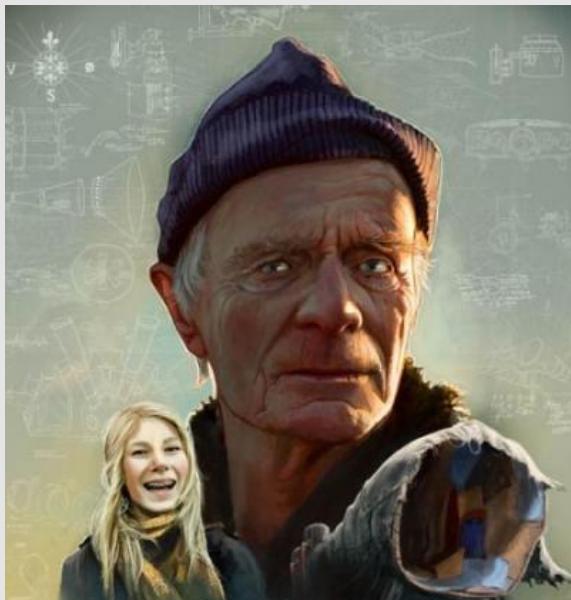


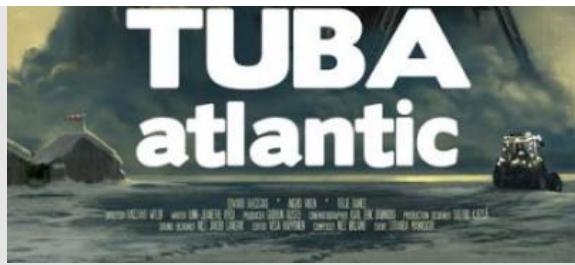
Tid

1–2 timer

Vanskegrad

middels





### Oppgave

I denne oppgaven skal du studere hvordan hovedkarakterene introduseres i anslagene til filmene [Sin City](#), [A Single Man](#) og [Tuba Atlantic](#) (00:00 til 03:50).

- a. Lag en liste over hvilke egenskaper de karakterene som introduseres i anslagene har.
- b. Hvilken rolle tror du disse karakterene er tiltenkt i resten av handlingen?
- c. Nevn flere eksempler på hvordan inntrykket av karakterene i de tre filmene underbygges rent visuelt.
- d. Hvilken informasjon gir dialog og voice-over om karakterene?

# Analyse av en scene fra Idiotene

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyser en scene fra Idiotene \(123185\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Om filmen

- *Idiotene* 1998
- dansk spillefilm
- Regi og manus: Lars von Trier
- dogmefilm

Ressurser

Dansk nettside om filmen *Idiotene*:

[Komplet idioti](#)

Filmer som *Idiotene* og *Elefantmannen* utfordrer samfunnets syn på det anormale:

[De abnormes historie](#)



Idiotene bryter normer og utfordrer tabubelagte områder.



## Analyser en scene fra Idiotene / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/123185>

En vennegjeng samles i et gammelt hus for å leke "idioter". De utfordrer både samfunnet rundt seg og seg selv når de framstår som "gale" eller utviklingshemmede og ikke følger normene som gjelder for vanlig sosial adferd.

I forbindelse med et kafébesøk møter de Karen. Hun er rotløs og melankolsk og lar seg fascinere av den løsslupne gleden blant "idiotene". Derfor slutter hun seg til gruppen.

Gruppelederen bestemmer at alle medlemmene må vise sin gruppessolidaritet gjennom en konfrontasjon med de menneskene som står dem nærmest. I scenen ovenfor vender Karen tilbake til familien sin. En av kvinnene fra kollektivet følger henne hjem og blir vitne til det som skjer.

### Oppgave

1. Hvilke karakterer møter vi i dette klippet, og hvordan framstilles de?
2. Beskriv miljøet handlingen foregår i.
3. Hvordan er stemningen i rommet når Karen kommer inn?
4. Hvilke filmatiske virkemidler bruker von Trier for å formidle denne stemningen?
5. Hvordan formidler von Trier Karen's tanker og følelser?
6. Begrepet "idiot" ble tidligere brukt om personer som var sinnssyke eller mentalt tilbakestående. Hvorfor tror du von Trier har valgt å bruke nettopp dette begrepet som tittel på filmen?
7. Hvilke typiske trekk fra konseptet "dogmefilm" finner du i dette klippet?

## Analyser kortfilmen Tuba Atlantic

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyser kortfilmen Tuba Atlantic \(107079\)](#)



Tid  
2 timer

Vanskegrad  
middels

Ressurser  
Les mer om hvordan  
du lager en  
[filmanalyse](#).

[Studentfilm nominert  
til Oscar](#)



## Analyser kortfilmen Tuba Atlantic / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/107079>

### Oppdrag

Se kortfilmen *Tuba Atlantic*.

Lag en analyse av filmen. I analysen bør du si noe om:

- Hvem som har laget filmen, og hvordan den ble mottatt
- Handling og miljø
- Karakterer, og hvordan karakterene utvikler seg
- Miljø
- Fortellermåte og dramaturgi
- Bruk av symboler
- Kamerabruk og klipping
- Fargebruk
- Lyd
- Hva vil filmen fortelle oss?



## Skylappjenta - en historie om identitet

Forfatter: Eli M. Huseby

[Skylappjenta – en historie om identitet \(125162\)](#)



Iram Haqs kortfilm *Skylappjenta* utkom i 2009. Her skal vi se filmen og belyse noen problemstillinger som reises.

På bildet ser du, foruten Iram Haq, Anita Uberoi (skuespiller) og Khalid Hussain (forfatter og filmregissør). Alle tre har på hver sin måte vist oss hvor vanskelig jakten på identitet er for to-kulturelle ungdommer.

**Iram Haq** (1976) kjenner du kanskje igjen fra rollen som Fatima i Robert Stoltenbergs TV-serie Borettslaget. Her spiller hun datteren til en svært tradisjonsbunden pakistansk far. Iram Haq har selv pakistansk-norsk bakgrunn. Da hun var 14 år, ble forholdet til familien svært konfliktfylt, og hun brøt kontakten. I intervjuer har hun beskrevet seg som en slags Pippi Langstømpe; som en som tidlig måtte ta ansvar for sin egen oppdragelse. Hennes gamle verden raste sammen, og uten rollemodeller eller definerte forbilder måtte hun bygge opp et nytt liv, kun med utgangspunkt i seg selv. Som Fatima i Borettslaget og Jasmin i Import Eksport viser Iram Haq viktige sider ved det å være tokulturell i Norge. I hennes egne filmer Skylappjenta og Jeg er din tar hun utgangspunkt i seg selv og dikter videre. I begge filmene går hovedpersonene inn for det som virker å være en god løsning der og da, men som viser seg å være en inngangsportal til nye problemstillinger. Hovedpersonene strever med å finne sin plass i en kaotisk verden og jakter på tilhørighet og identitet. De strever med de store spørsmålene: Hva gjør oss til den vi er? Hva har vi i bagasjen, og hva har dette å si for følelser og handlinger og for hvordan vi opptrer i møte med andre?

Før du ser filmen, bør du tenke over uttrykket å ha skylapper og hva det innebærer.

lærlapp som man festet til bisselet på hesten for å hindre den i å se til siden. Å "ha skylapper": å være transsynt og lite smidig

### Diskuter

- Se filmen og diskuter hvilke eventyrskikkelsjer dere kjenner igjen. Hva forbinder dere med disse eventyrfigurene?
- Hva tenker dere på som "typisk" norsk i filmen, og hva tenker dere på som "typisk" fremmedkulturelt?
- Hvilke stereotypier kjenner dere igjen?
- Med utgangspunkt i filmen: Hvilke utfordringer står tokulturelle overfor?
- Les i rammen over om Iram Haq. Hvordan reflekteres hennes egen bakgrunn i filmen?



## Skylappjenta – en historie om identitet / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/125162>

## Analyser filmen

1. Eventyret om Rødhette finnes i flere versjoner. De fleste kjenner Brødrene Grimms versjon. Hva går i korthet denne versjonen ut på?
2. Hva kan moralen være i Brødrene Grimms versjon?
3. På hvilken måte avviker Iram Haqs versjon av eventyret fra Brødrene Grimms? Synes du *Skylappjenta* har en moral?



Rødhette

## Rødhette/Skylappjenta og metaforer

1. Er den røde hetten en metafor? Forklar eventuell betydning.
2. Hvorfor har Iram Haq valgt å gi sin heltinne en skylapplue og ikke en rød hette? Hva kan skylappluen stå for?
3. Rødhette/Skylappjenta er kvinnelige heltinner. På hvilken måte? Hva er likt, og hva er forskjellig?
4. Hva kan matpakka med brunost være en metafor for?



Askeladden

## Askeladden

1. Askeladden er en mannlig helt. Hva kjennetegner denne figuren i eventyrene til Asbjørnsen og Moe?
2. Sammenlign Rødhette og Askeladden. Hva er likt, og hva er forskjellig? Kan vi knytte dette til kjønnsroller?
3. Askeladden blir ofte sett på som "typisk" norsk. Hva er det med eventyrfiguren som gjør at han oppfattes slik? Hvordan underbygger Iram Haq dette i filmen, og hvorfor gjør hun det?

## Øvrige karakterer

1. Sammenlign mor og bestemor i Grimm-versjonen med Skylappjenta.
2. Hva kan ulven i Grimm-versjonen stå for? Og hva/hvem er ulven i Skylappjenta?

## Avslutning

1. Hvordan avviker *Skylappjentas* avslutning fra Rødhette-versjonen?
2. Har *Skylappjenta* en lykkelig slutt? Forklar.

## Filmeffekter

1. Hvordan bidrar musikken i *Skylappjenta*?
2. Hva er skildret i animasjon? Hvorfor?
3. Hvordan bidrar eventyrsjangeren til vår tolkning av *Skylappjenta*?

## Droft

"Eventyrene bærer med seg spor fra kulturen den springer frem fra. De forteller om hvordan mennesker oppfatter seg selv, hvilke verdier som fremsettes og hva som blir ansett som rett og galt" (Mjør, Birkeland og Risa, 2000).

1. Drøft *Skylappjenta* i lys av denne beskrivelsen av eventyr. Hvilke verdier fremsettes? Hva er rett? Og hva er galt?
2. Ulike kulturer har ulike verdier og tradisjoner. Dette påvirker hva som legges vekt på i oppdragelsen av barnet. Hvordan kommer dette til uttrykk i *Skylappjenta*?
3. Hvorfor kan det å bli "for norsk" oppleves skremmende for en fremmedkulturell foreldregenerasjon?
4. Barn med røtter i flere kulturer går ofte gjennom ulike sosialiseringss prosesser hjemme, i barnehagen og i skolen. På hvilken måte belyser *Skylappjenta* dette?

Les mer

[«Third Culture Kids»](#) Knytt *Skylappjenta* til problemstillinger i denne fagteksten.

Se på begrepene [Integrering](#) og [assimilering](#). Assimilering betyr "å gjøre lik". Assimilering beskrives gjerne som en politikk som en stat eller regjering fører overfor en språklig og kulturell minoritet for å gjøre den mest mulig lik flertallet i befolkningen. I Norge ble denne politikken ført overfor samene. Vi refererer også ofte til det som en fornorskningsprosess. i lys av filmen.

## Varg Veum - en norsk helt?

Forfatter: Jostein Saakvitne, Ragna Marie Tørdal

[Varg Veum – en norsk helt? \(20293\)](#)



### Varg Veum – en norsk helt? / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/20293>

#### Varg Veum – Bitre blomster

I filmen *Varg Veum – Bitre blomster* (2007), basert på Gunnar Staalesens kriminalroman *Bitre blomster* (1991), vender den nettopp tørrlagte Varg tilbake fra et opphold på rusklinikken. Han får i oppdrag å passe et hus mens eieren er borte, en tilsynelatende enkel oppgave.

Men ting floker seg til, og snart er Varg involvert i ei av de mest kompliserte sakene han har vært borte i. Privatetterforskeren må kjempe både mot korrupte samfunnstopper og et alltid mistenksomt politi.

#### Oppgave 1

Les romanen *Bitre blomster* og se filmen av samme navn.

Varg Veum – Bitre blomster

Produksjonsår: 2007

Manus: Thomas Moldestad etter en roman av Gunnar Staalesen

Regi: Ulrik Imtiaz Rolfsen

Les kriminalromanen

[Bitre blomster](#) (1991)



Trond Espen Seim (t.v.) som privatetterforsker Varg Veum og Bjørn Floberg som politiførstebetjent Jacob Hamre er faste rollefigurer i tv-serien og filmene om Varg Veum.

- a. Er karakteren Varg Veum framstilt på samme måte i filmen som i boka?
- b. Er miljøet hendingene foregår i, framstilt på samme måte i filmen som i boka?
- c. Er fortellingsstrukturen i romanen og filmen identiske?
- d. Hvis ikke, hvilke forandringer gjennomgår personen, miljøet og fortellinga på veien fra bok til film?
- e. Hva tror du grunnen kan være til at romanen og filmen er forskjellige?

#### Oppgave 2

Gjennom ei rekke romaner, filmer og tegneseriealbum følger vi den drikfeldige og noe loslitte privatetterforskeren Varg Veum i hans jakt på mordere og kriminelle i den bergenske underverdenen.

Varg Veum-bøkene er på mange måter en norsk variant av den hardkokte krimsjangeren som oppstod i mellomkrigstida i USA. Fortellingene inneholder gjerne en kynisk hovedperson med lettere nevrotiske trekk, et hardt samfunn, og vakre, men svikefulle damer (gjerne blondiner). Fortellemåten er knapp, med dialoger og action som driver handlinga raskt framover.

- a. Varg Veum fikk sitt spesielle navn fordi faren var opptatt av norrøn mytologi. Søk på nettet etter forklaringa på begrepet "varg i veum". Hva betyr det?
- b. Syns du navnet passer til Varg?
- c. Hvilke helteegenskaper syns du Varg Veum har?
- d. Hvilke egenskaper har han som vi vanligvis ikke forbinder med en helt?
- e. Sammenlikn Varg Veum med den norske eventyrløsheten Espen Askeladd. Hva har de to heltene felles?
- f. Hvilke typisk norske verdier vil du si helten Varg Veum står for?
- g. En av de mest kjente forfatterne innen den hardkokte kriminalsjangeren er amerikaneren Raymond Chandler. Hovedpersonen hans, Phil Marlowe, dannet mønster for mange forfattere. Les Gunnar Staalesens fortelling om da Varg Veum møter Phil Marlowe: [Møte med en myte – Varg Veum møter Philip Marlowe](#)
- h. Hva har disse to heltene felles?
- i. Hva er forskjellig?
- j. På hvilken måte viderefører Varg Veum og Philip Marlowe heltemyten i den kulturen de hører hjemme i?

### Oppgave 3

Skriv videre på denne Varg Veum-historia:

Dette KUNNE ha vært begynnelsen på ei historie om den bergenske detektiven, men du kan få lov å plassere ham andre steder i landet også, kanskje på ditt eget hjemsted:

*Det var sånn omrent tre om ettermiddagen at jeg fikk telefon fra min yndlingspoliti.*

*Bråk i Havnekneipa, mann slått ned, død.*

*– Da har du ikke bruk for hjelp fra denna karen, sa jeg og skjulte knapt en hørbar gjesp.  
Overbetjent Hamre bjeffet rasende i røret; – Kom deg på beina ditt fyllesvin, og dra hit øyeblikkelig!*

*Jeg så ingen grunn til å tirre Hamre. Han hadde mer enn nok på meg til å gjøre livet surt for meg de neste ti årene.*

*Jeg tømte siste dråpen med akevitt, vrei flaska rundt for å se om det skulle være noe mer i den. Det var det ikke.*

*Så slengte jeg tomflaska i papirkorga og døra igjen etter meg. Ingen vits i å låse, her kom ingen likevel.*

*Havnekneipa. Brun og loslitt som en gammal bjørn, tilfluktssted for de kullseilte på livets hav.*

*Nå var de kullseilte jaget ut av onkel politi. Stort oppstyr på stedet.*

*Politifotografen var akkurat ferdig, og et par hvitkledde holdt på å bære ut stakkaren.*

*Lett bære, kunne ikke være store karen.*

*Hamre sto i et hjørne, bøyd over en røslig kar som satt på en stol, omgitt av to av Hamres gorillaer.*

*Noen forskremte gjester i bakgrunnen. Yndlingspolitien min var i fin form, så det ut til.*

*Bjeffet og siklet.*

*– Var du alene om dette, snerret han ned i det skjeggete ansiktet foran seg.*

Skriv videre selv!

# Analyser filmen *Sinna mann*

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyser filmen \*Sinna mann\* \(96328\)](#)

## Oppgaver

1. Se filmen *Sinna mann* av Anita Killi. Hva handler filmen om?
2. Hvordan er fortellerstemmen i filmen, og hvilken effekt oppnår filmskaperen ved å bruke denne stemmen?
3. Hvordan framstilles hovedpersonene Boj, mamma og pappa?
4. Hvilkem rolle spiller fiskene, hunden og fuglene i filmen?
5. Hvilke endringer skjer med hovedpersonene i filmen?
6. Hva er det som utløser disse endringene?
7. Lån bildeboken *Sinna mann* på biblioteket og sammenlign bok og film. Hva er likt? Hva er forskjellig?
8. Lytt til forfatteren Gro Dahle. Hvordan har hun jobbet med teksten til boken *Sinna mann*?
9. Hvilke virkemidler bruker tegneren Svein Nyhus for å få fram Bojs opplevelse av *Sinna mann*?
10. Hvilke filmatiske virkemidler er brukt i tegnefilmen?
11. Beskriv spesielt hvordan lyden i filmen er med på å gi fortellingen en ekstra dimensjon.
12. Hvordan har boken og filmen *Sinna man* påvirket synet på vold i nære relasjoner i Norge?



Tid

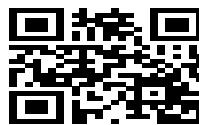
1–2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

Filmen *Sinna mann* er laget av Anita Killi etter en bildebok av Gro Dahle og Svein Nyhus.



Gro Dahle / video

<http://ndla.no/nb/node/81761>

Spol fram til ca. 04:40 og hør forfatteren fortelle om boken *Sinna mann*.

[Filmstudieark \*Sinna mann\*](#)

[Denne filmen er viktig!](#)

[Bokkritikk – \*Sinna mann\*](#)



# Analyser skrekkfilmen The Mist

Forfatter: Hans Petter Ellingsen, Ragna Marie Tørdal

[Analyser skrekkfilmen The Mist \(115994\)](#)



## Analyser skrekkfilmen The Mist / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/115994>

Tid

1 time

I tillegg den tiden det tar å se filmen.

Vanskegrad

vansklig

Ressurser

[The Mist – novelle av Stephen King](#)



Forfatter Stephen King, regissør Frank Darabont og skuespiller Thomas Jane i filmen The Mist.

### Oppgave

Se filmen *The Mist* (2007) av Frank Darabont, basert på en novelle av Stephen King

1. Hva er det som konkret truer samfunnet i *The Mist*?
2. Hva vet du om den politiske situasjonen i USA da denne filmen ble laget?
3. Hva kan trusselen i *The Mist* være et bilde på i overført betydning?
4. På hvilken måte gjenspeiler denne filmen traumer og fiendebilder i det amerikanske samfunnet?
5. Hvordan vil du karakterisere monstrene i *The Mist*?
6. Hvilke typer eller stereotyper finner vi som karakterer i filmen? Hvordan er de av natur?
7. Denne filmen er bygd på en novelle av Stephen King. Hvordan slutter denne novellen?
8. Filmen har en annen slutt. Hva kan grunnen være til det?
9. Darabont ville opprinnelig utgi filmen i svart-hvitt. Hva tror du grunnen kan være til det?



# Salmer fra kjøkkenet og positivismedebatten

Forfatter: Heidi Mobekk Solbakken, Jorunn Øveland Nyhus, Ragna Marie Tørdal  
[Temaoppgave: Positivismedebatten \(126152\)](#)

## Positivisme

*Positivisme* er en betegnelse på et vitenskapssyn og et menneskesyn preget av en sterk tro på at det er mulig å få objektiv – det vil si allmenngyldig og nøytral – kunnskap på alle livets områder.

Positivistene stilte derfor spørsmål ved om humanistisk forskning i det hele tatt kunne kalles vitenskap.

Antipositivistene hevdet på sin side at all kunnskap egentlig er subjektiv fordi den er avhengig av de begrepene vi mennesker har valgt å se tilværelsen i lys av.

Denne debatten preget både vitenskap og litteratur i Norge i etterkrigstida, og da særlig på 1960- og 70-tallet.



## Temaoppgave: Positivismedebatten / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/126152>

## Salmer fra kjøkkenet

Bent Hamers (1956) film *Salmer fra kjøkkenet* er en underfundig og humoristisk film som tematiserer positivismens begrensninger. Alt er ikke gjenstand for objektiv kunnskap. Livet er fullt av irrasjonelle situasjoner og valg.

Åpningsscenen i filmen er fra et reelt forskningsprosjekt på 50-tallet – der den svenske husmoras bevegelser på kjøkkenet blei kartlagt. Formålet med forskninga var å utvikle et mer funksjonelt innreda kjøkken.

I Hamers univers er det menn som har hovedrolla, enslige menn på landsbygda. Hemmets Forskningsinstitut (HFI) har bestemt seg for å utvide forskninga si, for på denne måten å bidra til utviklinga av et funksjonelt kjøkken også i andre markeder. Observatører sendes til Norge for å kartlegge norske menns kjøkkenvaner. Gjennom å være "flue på veggen" skal observatørene i filmen lage en systematisk og vitenskapelig oversikt over mennenes bevegelser på kjøkkenet.

## Oppgaver

Salmer fra  
kjøkkenet

Prouksjonsår: 2003

Manus og regi: Bent  
Hamer

Filmen fikk Amanda-prisen som beste norske kinofilm i 2003.

Forskning.no om  
filmen:

[Den onde, grusomme  
og unyttige forsker](#)

Ta utgangspunkt i klippet fra filmen *Salmer fra kjøkkenet* og jobb med følgende oppgaver:

1. Hva gjøres for at forskningsprosjektet som presenteres helt i begynnelsen, skal framstå som objektiv forskning?
2. Pek på eksempel som viser irrasjonelle trekk ved menneskene i filmen.
3. Hvilke instrukser, som skal sikre objektiviteten i forskninga, får observatørene i filmen?
4. På hvilken måte er denne filmen et bidrag i positivismedebatten?
5. Diskuter: I hvilken grad er det mulig å få objektiv kunnskap om menneskets tanker og følelser?

# Næranalyse av filmen Änglagård

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Næranalyse av filmen Änglagård \(137422\)](#)



## Næranalyse av filmen Änglagård / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/137422>

Änglagård – en herregård til besvær er en svensk dramafilm fra 1992. Manusforfatter og regissør er Colin Nutley. Historien utspiller seg på den svenska landsbygda.

Persongalleriet består av typer som ofte blir forbundet med små bygdesamfunn: den litt hjelpeøse presten, den frustrerte middelaldrende kirketjeneren, handelsmannen som ser porno på bakrommet, bonden som drømmer om å overta naboeiendommen, de enslige ungkarene som aldri har fått skikk på livet, den litt løsaktige ungjenta, samt et par unggutter som kun er på jakt etter anerkjennelse, et godt knull og litt action.

Bak fasaden finnes det imidlertid sterke konflikter som utløses da eieren av Änglagård omkommer i en ulykke, og barnebarnet Fanny og hennes lærkledde livsledsager Zak kommer feiende inn på sin blanklakkerte motorsykkel. Etter det blir ingen ting som før.

Tid

5 timer

Oppgaven er egnet som en oppsummering etter at elevene har jobbet med innholdet i kapittelet *Film og filmanalyse*.

Vanskegrad

vansklig



Marlene Dietrich i filmen  
Der blaue Engel (1929).  
Klikk på bildet for å se en større versjon.

Se traileren til filmen  
*Der blaue Engel*



Næranalyse av

**filmen  
Änglagård /  
oppgave**

<http://ndla.no/nb/node/137422>

### Oppgave 1

Studer anslaget til filmen *Änglagård* (00.00–03.20). I anslaget får vi noen glimt fra det som går forut for konfliktene i filmen.

- a. I de første to minuttene dveler kameraet ved en bestemt skikkelse som i filmhistorien ofte omtales som «femme fatale». Hva ligger i dette begrepet?
- b. Hvordan er valg av kostyme, rekvisitter, lyssetting og kamerabevegelse med på å understreke imaget som femme fatale?
- c. Studer bildet av Marlene Dietrich i filmen *Der blaue Engel* fra 1929. Se også klipp fra denne filmen på YouTube. I hvilken grad kan man kalle åpningsscenen i filmen *Änglagård* for et «filmsitat»?
- d. Hvorfor tror du regissøren har valgt netttopp en slik åpningsscene?
- e. Vi forflytter oss deretter til et nytt miljø. Studer bildeutsnittene nøye. Hvilken informasjon gir disse bildene om det miljøet vi nå befinner oss i, og forhistorien til det filmen skal komme til å handle om?
- f. Forklar begrepet *symbol*. Kan noen av bildene oppfattes symbolisk?
- g. Hvilken betydning har i tilfelle disse symbolene?

**Säg det i toner**



**Næranalyse av  
filmen  
Änglagård /  
oppgave**

<http://ndla.no/nb/node/137422>

### Oppgave 2

- a. Musikksporet i anslaget er hentet fra filmen *Säg det med Toner* fra 1929. Hva var spesielt med denne filmen? Hvor ble originalmusikken spilt inn? Søk på Internett etter svar på disse spørsmålene.
- b. Forklar begrepene *diegetisk* og *ikke-diegetisk* musikk.
- c. Studer disse tre sekvensene i filmen:
  - Anslaget 00.00–03.20
  - Ulykken 10.40–12.43
  - I kirken 13.30–17.50
- d. Lag en liste over diegetisk og ikke-diegetisk musikk i disse fire sekvensene. Hvilken kilde kommer musikken fra?
- e. Hva forteller filmmusikken om de personene vi ser i bildet når vi hører musikken?

### Oppgave 3

Lytt nøyde til sekvensen 13.50–14.40.

- a. Hvilke følelser kommer til uttrykk gjennom filmmusikken i denne sekvensen?
- b. Hvilke andre lyder hører du i denne sekvensen?

- c. På hvilken måte forsterker disse lydene uttrykket i musikken?
- d. Lag en liste over de motivene som er filmet i denne sekvensen.
- e. Hva forteller disse bildene?
- f. Beskriv samspillet mellom bilder, lys og musikk.
- g. Beskriv klippertymen i sekvensen.
- h. Hvorfor har man valgt en slik klippertyme, tror du?

#### Oppgave 4

Studer ulykke-sekvensen (10.40–12.43).

- a. Beskriv hvilke fortellerperspektiv som er brukt i sekvensen.
- b. Beskriv klippetempo og klippeteknikk i denne sekvensen.
- c. Hvilken funksjon har valg av fortellerperspektiv og klippeteknikk?

#### Oppgave 5

Rekvister og kostymer er viktige virkemidler i en film. I denne filmen møter mange ulike karakterer.

- a. Beskriv de ulike kjøretøyene som forekommer i filmen. Hva forteller disse kjøretøyene om karakterene som bruker dem?
- b. Studer hvordan de ulike karakterene i filmen er kledd. Hva forteller klesdrakten om karakterenes sosiale status og personlighet?
- c. Karakterene omgir seg med diverse gjenstander. Beskriv noen gjenstander som du mener forteller noe vesentlig om de mest framtredende karakterene i filmen.

#### Oppgave 6

- a. Beskriv kort plottet i filmen *Änglagård*.
- b. Hva går hovedkonflikten i filmen ut på?
- c. Forklar begrepene *protagonist* og *antagonist*.
- d. Hvem vil du si er protagonisten eller hovedkarakteren i denne filmen?
- e. Hvem er antagonisten?
- f. På hvilken måte endrer hovedkarakteren seg i løpet av filmen?
- g. Hva er det som gjør at hovedkarakteren endrer seg?
- h. Dramaturgien i denne filmen følger det vi ofte omtaler som «Hollywood-modellen». Beskriv det du mener er vendepunktet (point of no return) og klimaks i filmen.

Urbanisering

[Urbanisering på 5 minutter](#)

#### Oppgave 7

- Beskriv miljøet handlingen i filmen foregår i.
- Hvilke normer gjelder i dette svenske bygdesamfunnet?
- Hvordan blir Fanny og Zak mottatt når de flytter inn på Änglagård?
- Se videoen *Urbanisering på 5 minutter* og søk etter mer informasjon om urbanisering på Internett. Forklar begrepene *urbane verdier* og *urbanisering*.
- Denne filmen ble laget i 1992. Hva forteller filmen om forholdet mellom bykultur og bygdekultur i Sverige for 20 år siden?

## Sammenlign dokumentar og fiksjonsfilm

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Sammenlign dokumentar- og spillefilm \(103525\)](#)



Tid:

1 time

Vanskegrad

middels

Ressurser

Scene fra  
dokumentarfilmen  
Kon-Tiki (1947):

[Kon-Tiki and the  
meeting with the  
Whaleshark.](#)

Scener fra spillefilmen  
Kon-Tiki:

[Kon-Tiki-trailer 2012](#)

Intervju med datter til  
Herman Watzinger:

[Kon-Tiki gir et grovt  
uriktig bilde av min far](#)

Kommentar av Jon  
Selås, VG Nett:

[Kon-Tiki er ingen  
dokumentar](#)



Den norske dokumentarfilmen Kon-Tiki fikk Oscar som beste dokumentarfilm i 1951. I 2012 ble en norsk spillefilm om Kon-Tiki-ekspedisjonen lansert.

### Oppgave 1

Sammenlign hai-scenen i de to filmklippene. Beskriv måten historien fortelles på i de to filmene.

- Hva er likt?
- Hva er forskjellig?
- Hvorfor brukes det forskjellig filmspråk?

### Oppgave 2

I spillefilmen Kon-Tiki er nestkommanderende på flåten, Herman Watzinger, framstilt på en måte som datteren tar sterkt avstand fra. Hun mener at filmkarakteren har lite til felles med den personen han utgir seg for å være.

- Hvordan begrunner manusforfatteren dette?
- Diskuter i klassen: Er det riktig å framstille personer som har levd, på en historisk ukorrekt måte i en spillefilm?

# Oppgaver til filmen Jezidi

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Oppgaver til filmen Jezidi \(137177\)](#)



NDL Aktuelt

## Oppgaver til filmen Jezidi / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/137177>

Dette er saken

Den kurdiske minoritetsgruppen jezidiene har flere ganger blitt angrepet av ekstreme islamister, seinest i august 2014.

Voldshandlingene som IS nå utøver mot jezidiene, er svært grove.

Mange kvinner, barn og eldre har blitt drept eller lever på flukt.

### Oppgave 1

Se de 10 første minuttene av Anja Breiens dokumentarfilm fra 2008 om den religiøse minoritetsgruppen jezidiene. Se gjerne resten av filmen seinere.

- a. Hvor mange jezidier finnes det i verden i dag?
- b. Hvilke land bor de fleste i?
- c. Hva heter jezidiene hellige by?
- d. Hvilken urgammel kultus er denne religionen sprunget ut av?
- e. Hvor mange guder tilber de?
- f. Hvilken kalender bruker jezidiene?
- g. Hvilke fire elementer er de opptatt av?
- h. Hvilket himmellege er hellig for jezidiene?
- i. Hvordan ble himmelen skap, ifølge de religiøse mytene?
- j. Hvilken engel ble skapt først?
- k. Hvilken myndighet har denne engelen?
- l. Hvordan oppsto, ifølge mytene, den hellige kilden?
- m. Hvorfor er høytidene viktige for denne religiøse minoriteten?
- n. Hvilken mystisk retning er de påvirket av?
- o. Hvilken dag holder jezidiene hellig?
- p. Hvilken folkegruppe tilhører jezidiene?

### Oppgave 2

Studer medieoppslag i norske nettaviser om IS-styrkenes angrep på jezidiene.

- a. Hvilken informasjon gir norske medier om bakgrunnen for hvorfor IS angriper nettopp denne religiøse minoriteten?
- b. Synes du journalistene har god nok kunnskap om dem?
- c. På hvilken måte skiller fortellerstrukturen i dokumentarfilmen til Anja Breien seg fra fortellerstrukturen i en tilsvarende nyhetsrapportasje på fjernsyn?

# Oppgaver til Fellinis 8 1/2

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Oppgaver til Fellinis 8 1/2 \(132044\)](#)



Tid

2–3 timer

I tillegg kommer den tiden som går med til å se hele filmen (2 t 12 min).

Vanskegrad

**Oppgave 1 og 2**

lett

**Oppgave 3**

middels

**Oppgave 4**

vanskelig

Ressurser

[When all is lost, why not retreat into fantasy](#)



Scenebilde fra spa-scenen i Federico Fellini's film 8 1/2



## Oppgaver til Fellinis 8 1/2 / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/132044>

### Oppgave 1

Se anslaget til Fellinis film 8 ½ (de første 3 minuttene).

Lytt nøyte til lydbildet.

1. Beskriv lyden du hører i tidsrommet 0:17–1:10.
  - Hvilken form for lyd er dette?
  - Hva kjennetegner rytmen?
  - Hva minner denne lyden deg om?
2. Ca. 1:10 ut i filmen og fram til ca. 02:10 kommer det inn nye lyder som tidvis overdøver den opprinnelige lyden.
  - Hvilke lyder er dette?
  - Hvor kommer lydene fra?
  - Hva er disse lydene uttrykk for?
3. Fra ca 02:15 til 02:35 kommer enda en ny lyd inn i filmen.
  - Hva slags lyd er det?
  - Hvorfor forsvinner den opprinnelige rytmiske lyden i denne sekvensen?
4. I den siste sekvensen fra ca 02:50 til ca. 03:00 føres en ny form for lyd inn i filmen.
  - Hvilken lydform er dette?
  - Hvorfor brukes denne lydformen her?

### Oppgave 2

Studer bildeutsnitt, kameravinkel og kameraføring i anslaget.

- a. Hvilken type bildeutsnitt og hvilken kameravinkel er brukt fra 0:20 til 0:37?
- b. Etter 0:37 endres kameravinkel og bildeutsnitt. Hvorfor?
- c. Hva kalles kamerabevegelsen som brukes i tidsrommet 0:40–0:45?
- d. Hva kalles kamerainnstillingen som er brukt i bildet som vises ca. 0:52?
- e. Hvorfor er etableringen av dette bildet viktig for det som skjer videre i anslaget?
- f. Hva kalles det bildeutsnittet som brukes i bildet vi ser ca. 1:19?
- g. Hvorfor brukes et slikt bildeutsnitt her?
- h. Mellom 1:19 og 2:00 klippes det mellom ulike bilder og bildeutsnitt. Hva oppnår filmskaperen ved denne måten å klippe på?
- i. Hva kaller vi kameravinkelen som er brukt ca. 2:25?
- j. Hvorfor brukes en slik kameravinkel her?
- k. Hva kalles kameravinkelen som er brukt ca. 2:50?
- l. Hvorfor brukes en slik kameravinkel her?

### Oppgave 3

- a. Hva er det vi er vitne til i anslaget til filmen 8 ½? Beskriv det du ser og hører i anslaget med egne ord.
- b. Forklar begrepene *perceptuell* og *konseptuell synsvinkel*, og finn eksempler på bruk av slike synsvinkler i anslaget.
- c. Hvordan tolker du det du ser og hører i anslaget?
- d. Hva sier form og innhold i anslaget om det vi kan vente oss av resten av filmen?

### Oppgave 4

Se hele filmen i sammenheng.

- a. Les nettartikkelen "When all is lost, why not retreat into fantasy". Hva mener forfatteren Anthony Tshering denne filmen har felles med filmene til den svenske regissøren Ingmar Bergman?
- b. Studer den berømte spa-scenen fra ca. 1:06:14 til ca. 1:10:35
  - Hva er dette rensesesbadet et bilde på?

- Italia er et strengt katolsk land. Hvordan kommer det til uttrykk i denne sekvensen?
  - Hvilke moralske og religiøse spørsmål blir reist?
  - Sekvensen ender med at luken lukkes. Hvordan tolker du dette?
- c. Studer avslutningen av filmen fra ca. 2:02:00 til 2:10:00.
- Hvilke dilemma er det filmkunstneren blir konfrontert med?
  - Hva konkluderer han med?
  - Hvordan visualiseres dette i avslutningssekvensen?
- d. Les fagteksten "Fransk nybølgefilm". Denne teksten finner du under fanen Relatert innhold nederst på siden. I teksten beskrives flere kjennetegn på det vi kan kalle "modernistisk film".
- Hvilke av de modernistiske trekkene som beskrives i fagteksten "Fransk nybølgefilm", finner du i Fellinis film *8 ½*?
  - Nevn eksempler fra filmen som underbygger hvert av de modernistiske trekkene du beskriver.

# Bilder og bildeanalyse

## Bildet som medietekst

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Bildet som medietekst \(113144\)](#)



### Å lese et bilde

En skriftlig tekst er satt sammen av bokstaver, ord og setninger. Teksten får mening når vi avkoder de tegnene teksten består av. Bilder består ikke av bokstaver, men av visuelle tegn som er satt sammen, *komponert*, etter bestemte prinsipper. Når vi "leser" dette bildespråket, får bildet mening.

Måten vi forstår bildet på, er styrt av *sosiale konvensjoner*. Som medlemmer av en sosial gruppe lærer vi å tolke det vi ser, på en bestemt måte. Derfor kan et bilde oppfattes forskjellig av folk fra ulike kulturer og i ulike historiske perioder. Et eksempel er den konflikten som oppsto da en dansk avis valgte å publisere tegninger av profeten Muhammed.

Nesten alle medietekster er satt sammen av flere teksttyper. En avisreportasje består av et fotografi og en skriftlig tekst. Når vi "leser" et reportasjebilde, er det som del av en større helhet.

Kunstbilder vises ofte fram i gallerier, trafikkskilter er plassert langs veien. Måten vi forstår disse bildene på, er på samme måte styrt av den sammenhengen, *konteksten*, bildet framstår i.

### Bilder som representasjon

Et bilde er en avbildning, en *representasjon*, av virkeligheten.

**Huskelappen**

**Bilder er representasjoner av virkeligheten.**

**Måten vi oppfatter et bilde på, er styrt av sosiale konvensjoner og den konteksten bildet opptrer i.**

**Alle bilder er resultat av menneskelige valg. Bildet er derfor aldri en direkte gjengivelse av virkeligheten.**

**Ressurser**

Maleriet består av fargeflater som er malt på materialer som lerret, papir, plater, eller direkte på en vegg. Malingen kan påføres i flere lag og ved hjelp av ulike teknikker. De fleste tegninger er laget for hånd med penn, blyant eller kullstifter. Felles for maleriet og tegningen er at virkeligheten er gjengitt av en "kunstner" – et levende vesen.

I fotografiet er virkeligheten gjengitt ved hjelp av et mekanisk, optisk apparat. Bildet blir til når lys treffer en fotografisk film eller en databrikke. Det er derfor lett å tenke at fotografiet viser virkeligheten slik den faktisk er. Men slik er det ikke. Både motiv, utsnitt og bildevinkel er valgt av en høyst levende fotograf.



Et symbol har ingen likhet med det det representerer.  
Vi må lære oss hva det betyr.



Bilder opptrer ofte i en bestemt kontekst, for eksempel som del av en sammensatt medietekst.

# Bilder i bruk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Bilder i bruk \(113156\)](#)



## Huskelappen

### Bilder kan være

- informative
- ekspressive
- appellative

**Bilder appellerer til følelsene våre.**

**Bilder dokumenterer at noe faktisk har skjedd.**

**Et bilde kan illustrere, utdype eller kommentere en tekst.**

**Noen bilder siterer andre, kjente bildeuttrykk.**

## Ressurser



Maleri av kunstneren Wilbur Wright. Meningen i et kunstbilde oppstår i møte mellom det kunstneriske uttrykket og de tanker og følelser som oppstår hos tilskueren som ser bildet.



Videobildet avslørte Bill Clinton da han uttalte følgende: "I did not have sexual relations with that woman, Miss Lewinsky, I never told anybody to lie, not a single time."



Dette bildet siterer Edvard Munchs kjente maleri Skrik. Graffittien og teksten "nei til riving" ble malt på bygården der Munch bodde da han var barn. Bildet er en protest mot riving av gamle bygårder i Oslo.



Bilder er sterke våpen.

### Bruksområder og funksjoner

Du har sikkert hørt utsagnet: Et bilde sier mer enn tusen ord. Mange bilder har en *informativ funksjon*. Et parkering forbudt-skilt forteller oss at her kan vi ikke parkere bilen. En grafisk framstilling gjør det enklere å forstå kompliserte sammenhenger.

Av og til har bildet en *ekspressiv funksjon*. Det uttrykker følelser og framkaller bestemte opplevelser. Når vi ser et bilde der nordlyset flommer over himmelen, fornemmer vi den trolske stemningen og aner et snev av universets urkrefter.

Reklameprodusenten er opptatt av bilder som påvirker holdningene våre, eller får oss til å kjøpe bestemte produkter. Reklamebilder har derfor en *appellativ funksjon*.

#### Bildet som kunst

Kunstbilder er ekspressive medietekster. Kunstneren ønsker å uttrykke noe gjennom bildet. Når vi leser bildet, kan vi forsøke å avdekke hva kunstneren vil si. Men vi kan også velge å forholde oss til bildet isolert. Hvilke tanker og følelser oppstår når vi ser bildet? Tradisjonelt sett har vi forbundet kunstbilder med malerier. Men i dag er fotografiet på full fart inn som kunstuttrykk.

#### Bildet som illustrasjon

Bilder brukes ofte til å illustrere andre tekster. Tenk deg at utdanningsministeren besøker skolen din og forteller at norske elever nå gjør det bedre på PISAundersøkelsen. Avisa lager en reportasje om besøket. Teksten blir illustrert av et fotografi der ministeren hilser på elevrådslederen, og en grafisk framstilling som viser norske elevers resultater sammenlignet med elever fra andre europeiske land.

#### Bildet som kommentar

Bildet kan også være en kommentar til andre medietekster eller til en bestemt hendelse. Et fotografi kan gi helt andre signaler enn det intervjuobjektene gir uttrykk for muntlig. I et fjernsynsintervju benektet president Bill Clinton at han hadde hatt et seksuelt forhold til sin sekretær. Flakkende øyne og en lett rødme viste imidlertid hele verden at presidenten løg.

#### Bildet som dokumentasjon

Bestemors fotoalbum og din Facebook-profil er fulle av bilder som dokumenterer levd liv. Her blir Andrea født, her er Ashas første møte med norsk vinter, her er Anders på fest med kompisene. Bildene våre bekrefter at noe faktisk har skjedd, og de utgjør en viktig del av familiens og samfunnets kollektive hukommelse.

#### Bildet som appell

Bilder har stor påvirkningskraft. De appellerer i langt sterkere grad til følelsene våre enn skriftlige tekster, og de fleste av oss oppfatter budskapet intuitivt. Det er denne egenskapen som gjør at bilder ofte brukes i reklame og propaganda.

#### Bildet som sitat

Noen bilder forutsetter at vi har kjennskap til andre bilder som allerede er etablert som kjente ikoner. Det finnes utallige bilder der motivet er hentet fra Edvard Munchs maleri *Skrik*. For å forstå disse bilder må vi kjenne til det bildeuttrykket de siterer.

# Bildeutsnitt

Forfatter: Tom Knudsen  
[Bildeutsnitt \(75961\)](#)



## Et utsnitt av virkeligheten

Et bildeutsnitt sier oss noe om hva og hvor mye av et motiv som vises i et bilde. Når du fotograferer, bør du tenke nøye gjennom hva du vil ha med, og hvordan motivet skal plasseres i bildet. Du kan også velge et bestemt bildeutsnitt i et fotoredigeringsprogram i etterkant. Se eksempel på bildeutsnitt i bildegalleriet [Galleri K&K](#).

Det er vanlig å bruke seks forskjellige betegnelser på bildeutsnitt:

### Heltotal

Hele fokuspunktet og omgivelsene rundt vises. Fotograferer du en person, vil bildet vise hele personen og hvilke omgivelser personen befinner seg i.



Bildeutsnitt heltotal



Bildeutsnitt total



Bildeutsnitt halvtotal



Bildeutsnitt halvnær



Bildeutsnitt nærmest



Bildeutsnitt ultranær

### Total

Dette utsnittet inneholder hele fokuspunktet eller personen fra topp til tå. Utsnittet framhever personen(e) og er mindre fokusert på omgivelsene rundt.

### Halvtotal

Bildeutsnittet *halvtotal* viser halve fokuspunktet. En person vil vises omtrent fra livet og opp, eventuelt til og med hendene.

### Halvnær

Personen vises med hodet og skuldre, omtrent ned til armhulene eller øverste del av brystet.

### Nær

Hodet og eventuelt halsen fyller bildet. Skuldrene er vanligvis utelatt. Bildeutsnittet *nær* er vanlig å bruke i portretter.

## **Ultranær**

*Ultranær* er som navnet tilsier et utsnitt som går enda tettere på motivet enn utsnittet nærmere. Det fokuserer ofte på en detalj i motivet, f.eks. øyne eller munn.

# Balanse, gjentagelse og linjer

Forfatter: Øyvind Høie, Marion Federl, Eva Hanselmann, Ragna Marie Tørdal

[Balanse, gjentakelse og linjer \(112579\)](#)



Huskelappen

**Komposisjon betyr  
at elementene i et  
bilde er satt sammen  
på en bestemt måte.**

**Komposisjonen  
styrer vår opplevelse  
av bildet.**

Ressurser



Det gylne snitt



Eksempel på gjentagelse.

Fimplakat for  
animasjonsfilmen Lava-  
Lava.



Vertikale linjer signaliserer maskulinitet og styrke.  
Skrålinjer skaper spenning.



De horisontale linjene i dette bildet gir oss en følelse av ro og harmoni.



Eksempel på symmetrisk balanse. Erna Soberg lanseres som statsministerkandidat før stortingsvalget i 2009 av KRF og Venstre.

### Bildekomposisjon

Ordet komposisjon kommer fra latin og betyr "sammenstilling, sammensetning". Fotografen eller bildekunstneren velger hva han eller hun vil vise oss, og bruker forskjellige virkemidler for å vekke interessen vår, og styre vår oppfatning av det vi ser.

#### Balanse

Med *balanse* mener vi fordelingen av de enkelte elementene på bildeflaten.

Når alle elementene står midtstilt under hverandre, har vi en *symmetrisk balanse*. Vi kan brette arket på midten, og de to halvdelene vil være nesten som speilbilder av hverandre.

Symmetrisk balanse skaper en følelse av noe klassisk og litt høytidelig. Men den virker også statisk (stillestående) og kan oppleves som kjedelig.

De modernistiske stilretningene som oppstod etter første verdenskrig, benyttet seg av *asymmetri* (det som ikke er symmetrisk) for å gjenspeile farten i det moderne samfunnet.

Et asymmetrisk design kan uttrykke alt fra rolig harmoni til energi som sprenger alle rammer.

### Det gylne snitt

Det gylne snitt er en spesiell form for asymmetrisk balanse. Det gylne snitt er egentlig et matematisk begrep, men som tommelfingerregel kan vi si at dersom vi deler en firkantetflate i tre like deler både vannrett og loddrett, vil delelinjene ligge omtrent i det gylne snitt. De beste fokuspunktene finner vi der linjene krysser hverandre, og det er kunstneren gjerne plasserer viktige elementer.

### Gjentakelse

Gjentakelse er et annet virkemiddel som skaper harmoni og helhet i bildet. Kunstneren kan for eksempel gjenta små motiver og detaljer.

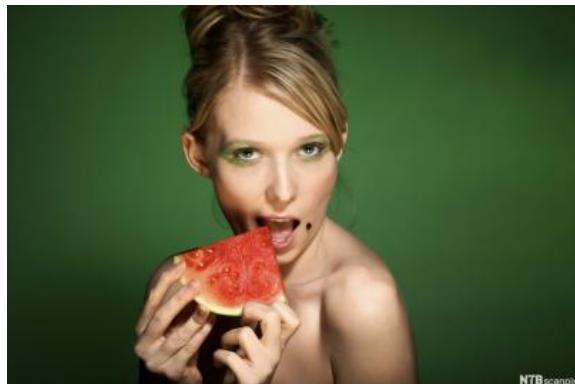
### Linjer

Retningen på linjene i et bilde er med på å skape uttrykket.

- Vannrette linjer skaper ro og dybde i bildet, slik som for eksempel i fotografiet ovenfor.
- Loddrette linjer gir et inntrykk av høyde, kraft og verdighet.
- Skrålinjer skaper spenning og bevegelse.

# Farger

Forfatter: Amendor AS, Marion Federl, Eva Hanselmann, Ragna Marie Tørdal  
[Farger \(112508\)](#)



## Fargene påvirker oss

Farger vekker følelser, framkaller minner og skaper stemninger. Fargebruken kan bidra til komposisjonen, men fargene kan også ha en egen symbolsk betydning.

Det finnes ulike måter å dele inn og beskrive farger på. Den sveitsiske maleren og kunstpedagogen Johannes Itten (1888–1967) har skapt en fargelære som fortsatt er godt kjent og mye brukt.

Itten plasserte fargene i en fargesirkel. Innerst i fargesirkelen finner vi grunnfargene (primærfargene) rødt, blått og gult. Vi kan blande fram de fleste andre fargene ved hjelp av dem.

Fargene i venstre halvdel av fargesirkelen kaller vi gjerne for kalde farger, mens fargene i høyre halvdel av fargesirkelen kalles varme farger.

## Fagekontraster

Gjennom fargebruk kan kunstneren skape ulike slags kontraster.

- Den sterkeste kontrasten får vi når vi stiller de tre grunnfargene opp mot hverandre.
- Også komplementærfarger (farger som står overfor hverandre i fargesirkelen) gir en tydelig kontrastvirking.
- Kald-varm-kontrast får vi ved å stille opp kalde og varme farger mot hverandre.
- Lys-mørk-kontrast er en annen type kontrast som kunstneren kan utnytte.

## Fargesymbolikk

Farger kan ha symbolsk betydning, og noen ganger utnytter kunstneren denne funksjonen. Hva en farge betyr, kan variere fra kultur til kultur. Farger kan dessuten ha flere betydninger. Rødt kan for eksempel symbolisere både kjærlighet, varme og fare.



## Huskelappen

**Farger uttrykker følelser og skaper stemning.**

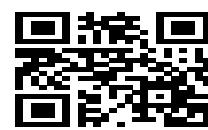
**Farger er viktige for komposisjonen.**

**Farger kan ha symbolsk betydning.**

## Ressurser



Ittens fargesirkel



Begrepsskart, Ittens fagekontraster / fil  
<http://ndla.no/nb/node/51896>



Oda Krohg malt av  
Christian Krohg i 1888. Den  
røde blusen er et tegn på at  
maleren var forelsket!



Galleri K&K /  
flashnode  
[http://ndla.no/nb/node/20  
348](http://ndla.no/nb/node/20348)

# Symboler

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Symboler \(113815\)](#)



## Huskelappen

**Et symbol er et visuelt tegn som vi har lært betydningen av.**

**Et symbol formidler ofte en abstrakt mening.**

**En allegori er en bildefortelling som består av flere symboler.**

## Ressurser



Dette fruktbarhetssymbolet er en del av en helleristning i Østfold. Hvordan ville du ha tolket figuren dersom den var risset inn på toalettet på skolen din?



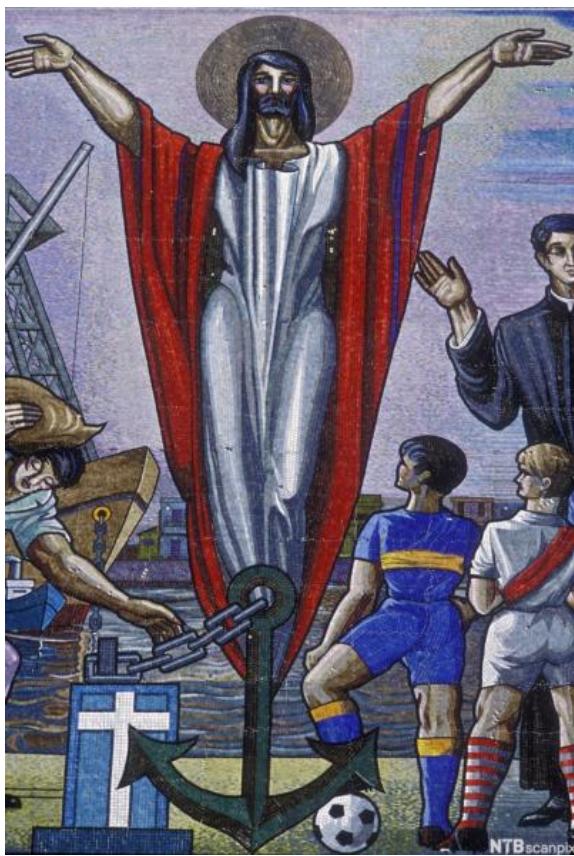
Neste gang du besøker en kirke, bør du ta deg tid til å studere glassmaleriene. De formidler sentrale hendelser i kirkens historie i allegorisk form.



Jomfru Maria på tronen.  
Den spanske kongen og dronningen kneler foran føttene hennes.



Artisten Madonna omgir seg med religiøse og antireligiøse symboler.



Maleri av Jesus sammen med fotballspillere i en kirke i Buenos Aires.

### Vi omgis av symboler

I hele kirkens historie har kirkerommet vært fullt av bilder: altertavler, veggmalerier, glassmalerier og ikoner. Bildene formidler det religiøse budskapet på en sterk og klar måte inn i sin egen samtid. Bildet over er hentet fra en kirke i Argentina, landet som har et lidenskapelig forhold til fotball. Det er neppe vanskelig å gjenkjenne og forstå de visuelle tegnene som er brukt i dette bildet.

Langt vanskeligere er det å tolke de visuelle tegnene og bildefortellingene som vi finner i en middelalderkirke. De er basert på et foreldet bildespråk og krever kjennskap til historiske symboler.

### Symboler som visuelle tegn

Det som kjennetegner symbol som visuelt tegn, er at det ikke finnes noen direkte sammenheng mellom tegnet og den virkeligheten det representerer. Når vi likevel forstår meningen med tegnet, kommer det av at vi har lært oss hva det betyr.



Symboler representerer ofte noe abstrakt, en dypere mening som det ikke alltid er enkelt å uttrykke med ord. De fleste nordmenn forbinder korset med kristendom og død. Dersom korset blir snudd på hodet, er det imidlertid et symbol på satanism. Et hakekors har en helt annen betydning. Det er symbol på en politisk overbevisning eller ideologi.

Det finnes mange kristne symboler. Ikke alle er like kjente i dag. Ankeret står for håp, hjertet for kjærlighet. Lammet og solen er symboler for Kristus, et øye eller en hånd er symboler for Gud. De fleste religioner omgir seg med et tilsvarende sett av symboler.

Når samfunnet endrer seg, mister en del symboler sin betydning. Frukbarhetssymboler er viktige når mennesker er avhengige av det jorda til enhver tid kan framskaffe av vekst og grøde. I det moderne industrisamfunnet er det helt andre symboler som står sentralt.

### Symboler, allegorier og allusjoner

Når vi skal tolke et bilde, er det viktig å se etter kjente symboler. Disse visuelle tegnene setter ofte det vi ser, inn i en dypere sammenheng.

*Allegorier* består av flere symboler som til sammen utgjør en bildefortelling. I kirkerommet finner vi allegoriske bildefortellinger om Gud, skapelsen, Jesu liv, død og oppstandelse, og sentrale hendelser i kirkens historie.

Et bilde kan være utformet slik at det forutsetter kjennskap til et mediehistorisk bilde. Bildet er da et *sitat*, eller en *allusjon*. Når vi tolker et slikt bilde, må vi også kjenne betydningen av det bildet som siteres. For eksempel er bildet av artisten Madonna avhengig av at vi kjenner historien om jomfru Maria og Jesusbarnet, og at vi tidligere har sett klassiske bilder av "Madonna med barnet".

# Bildeanalyse

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Bildeanalyse \(112321\)](#)



## Bildeanalyse / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/112321>

### Slik analyserer du et bilde

Bildeanalyse er et systematisk forsøk på å avdekke den meningen eller det budskapet som bildet formidler. Vi kan dele analyseprosessen inn i tre trinn: beskrivelse, analyse og tolkning. I videoforelesningen ovenfor bruker foredragsholderen begrepene *formalanalyse* og *betydningsanalyse* når han analyserer det verdenskjente maleriet *Mona Lisa*. Foredraget er på dansk.

### Beskrivelsen

Start med å *presentere* bildet. Presentasjonen skal inneholde bildetittel, navn på fotograf eller bildekunstner, eventuell bildetekst, opplysninger om når bildet ble laget, og hvor bildet er utstilt eller publisert.

Motivet i bildet er det som vises innenfor bilderammen. I første fase skal du bare *beskrive* de ulike elementer som motivet består av, det vil si former og farger (bildets *denotasjon*). Det kan være en krevende øvelse, siden vi ofte intuitivt tolker det vi ser. Det er en god trening å beskrive et bilde som hører hjemme i en helt annen kultur enn den du selv tilhører.

### Huskelappen

**En bildeanalyse kan deles i tre deler:**

- **beskrivelse**
- **analyse**
- **tolkning**

**Et bilde er blitt til i en bestemt kontekst og har ofte en bestemt hensikt.**

### Ressurser



Leonardo da Vinci har malt det verdenskjente bildet *Mona Lisa*. Klikk på bildet og studer detaljene i stort format.

Dansk nettside som gir en god innføring i [formalanalyse](#).



Norsk NS-plakat fra andre verdenskrig.

Et tekstelement i et bilde avgrenser måten vi kan tolke bildet på.  
Teksten *forankrer* bildet.

Hvordan forankrer teksten måten vi forstår denne plakaten fra andre verdenskrig på?

Analyse av en lignende plakat fra 1936 på kildenett.no:

[analyse av plakat](#)

Les mer om bildeanalyse i boka *Medievitenskap, Bind 2* av Peter Larsen og Liv Hausken (Fagbokforlaget 1999).



Illustrasjon på kinesisk fyrstikkeske

Beskriv dette bildet.

- Er personene på bildet barn eller voksne?
- Hva er det de holder i hendene?
- Hva er dette bildet en avbildning (representasjon) av?
- Hvilke andre designelementer består bildet av?

## Analysen

Vi bruker begrepet *konnotasjon* når et tegn, eller kombinasjoner av tegn, framkaller bestemte assosiasjoner eller forestillinger hos de fleste som tilhører en bestemt sosial gruppe eller kultur. Et bilde er i utgangspunkt en åpen medietekst som kan tolkes på ulike måter. Måten vi tolker et bilde på, er preget av den kulturen vi er en del av, og de personlige erfaringer vi har med oss.

Budskapet i et kunstbilde oppstår i et samspill mellom bildet og tilskueren. Redaksjonelle bilder, eller

bilder som brukes i reklame, er plassert inn i en sammenheng (kontekst) som avgrenser tolkingsmulighetene. Her har avsenderen et ønske om at bildet skal forstås på en bestemt måte.

Motivet består av enkeltelementer som er satt sammen (komponert) på en bestemt måte. Visuelle virkemidler som farger, kontraster og symboler er også med å styre måten vi oppfatter bildet på. Neste steg i bildeanalysen er derfor å beskrive hvordan bildet er komponert, hvilke andre visuelle virkemidler som er brukt, og hvordan dette styrer vår opplevelse av det vi ser.

- Bildeutsnitt. Hva er tatt med, og hva er utelatt? Hvorfor?
- Bildevinkel. Fra hvilken vinkel ser vi det som skjer? Hvordan virkning har det?
- Forgrunn, mellomgrunn, bakgrunn. Hvor er de ulike elementene plassert? Hva er virkningen?
- Balanse og linjer i bildet. Hvilke elementer trekkes blikket vårt mot? Hva er virkningen?
- Lys og skygge. Hva er opplyst, og hva er skyggelagt? Hvor kommer lyset fra? Hva er virkningen?
- Farger og kontraster. Hva uttrykker de, og hva er virkningen?
- Ikoner og symboler. Hva er betydningen? Hvorfor er de brukt?
- Refererer bildet til andre kjente bildeuttrykk? Hvilke? Hvordan effekt gir det?
- Har bildet en bildetekst? I tilfelle ja, hvordan forankrer denne teksten en bestemt måte å oppfatte bildet på?

## Tolkningen

Ethvert bilde er en *representasjon*, en fortolkning av virkeligheten. Når vi analyserer bildet, "avkoder" vi budskapet i bildet. Bildet har som oftest en *hensikt*. Avsenderen kan ønske å informere oss om noe, påvirke oss i en bestemt retning, eller gi oss en bestemt opplevelse. Når vi tolker bildet, forsøker vi å formulere budskapet ut fra den hensikten vi mener bildet har.

Et bilde sier mye om den tiden og det samfunnet det ble til i. Samtidig kan et bilde få nytt innhold når det settes inn i en ny kontekst. Dette er også forhold du omtaler når du tolker bildet.

- Hvem er avsenderen, og i hvilken sammenheng ble bildet laget og publisert?

- Hvilken hensikt har avsenderen med bildet?
- Hva er budskapet?
- Hva forteller bildet om den tiden og det samfunnet det ble til i?
- Hvilken virkning eller effekt har dette bildet i dag?

## Bildet som forandret krigens

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal  
[Bilder endrer verden \(100672\)](#)



### Vietnamkrigen

Flere millioner vietnamesere, hundretusener fra Kambodsja og Laos og rundt 58 000 amerikanske soldater ble drept under Vietnamkrigen som varte fra 1955 til 1975.

På slutten av 60-tallet vokste motstanden mot krigen, både i USA og i andre vestlige land.

Nick Uts bilde fra 1972 ble for mange et symbol på krigens grusomhet.

USA trakk seg ut av Vietnam i 1973.

Viet Congs erobringene av Saigon i april 1975 markerte slutten på krigen og Nord- og Sør-Vietnam ble forenet året etter.

### Ressurser



Phan Thi Kim Phuc  
835/1556

sammen med fotograf Nick  
Ut 40 år etter at det  
berømte bildet ble tatt.



## Bilder endrer verden / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/100672>

Se intervju med Nick  
Ut.

Du kan lese hele  
historien og se flere  
av bildene om

[The Survivor](#)

på nettsiden til  
[digitaljournalist.org](http://digitaljournalist.org).

Se flere [bilder som forandret verden](#).



Bildet som endret Vietnamkrigen

Det er enkelte bilder som vi bærer med oss hele livet, bilder som ikke vil slippe taket, og som etser seg inn i minnet. Et av disse bildene er bildet av jenta Phan Thi Kim Phuc, som sammen med resten av familien flykter fra landsbyen Trang Bang. Landsbyen er akkurat blitt bombet med napalm av sørvietnamesiske bombefly. Naken, med smeltet hud, løper hun nedover hovedveien mens hun skriker "så varmt, så varmt" og "noen må gi meg vann".

Dette ene bildet med den brennende napalmen i bakgrunnen, brakte krigens grufulle redsler inn i stuene til folk på en måte som ord alene ikke kan klare. Bildene fra Vietnamkrigen fikk mennesker over hele den vestlige verden til å ta avstand fra den amerikanske krigføringen, noe som var medvirkende til at amerikanerne etter hvert trakk seg ut av Vietnam.

### På rett sted til rett tid

Den 21 år gamle fotografen Nick Ut var på jobb i Vietnam for det amerikanske nyhetsbyrået Associated Press (AP). Det tok han brøkdelen av et sekund å ta dette ikoniske fotografi. "Jeg måtte gråte litt selv da jeg så henne komme løpende", sier Nick Ut i et intervju med AP 40 år etter.

Opplevelsen satte sitt preg på fotografen. "Jeg tenkte at hvis ikke jeg hjalp henne, så ville hun dø, og da hadde jeg vært nødt til å ta mitt eget liv etterpå." Etter å ha tatt bildet, kjørte fotografen henne til et lokalt sykehus, hvor hun fikk behandling for brannskadene. Senere ble hun overført til et sykehus som amerikanerne drev i Saigon, takket være den britiske fotografen Christopher Wain. Etter 14 måneder og 17 operasjoner var hun igjen på beina.

### Forbud mot nakenbilder

Men det var ikke gitt at AP ville trykke bildet, siden de hadde strenge regler angående bilder med nakenhet. Billedredaktør for AP i Vietnam, Horst Faas, skjønte likevel fort hvor sterkt bildet var. Han fikk gjennomslag for sitt syn i hovedredaksjonen i USA. Dermed gikk bildet verden over. I 1972 ble bildet kåret til verdens beste pressebilde av World Press Photo, og året etter fikk fotografen Pulitzerprisen.

### Omflakkende tilværelse

Etter at bildet ble tatt, har Kim Phuc hatt en omflakkende tilværelse. Først ble hun brukt av regimet i Vietnam som en del av propagandaen. Senere dro hun til Cuba for å studere medisin. I 1992 fikk hun politisk asyl i Canada, hvor hun i dag leder organisasjonen *Kim Foundation*. "Jeg ønsket så inderlig å flykte fra denne lille jenta, men det virker som om bildet ikke vil slippe taket", sier Kim Phuc i et intervju.

# Oppgavesamling

## Vår tids ikoner

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Vår tids ikoner \(66786\)](#)



SCANPIX

Marilyn Monroe

Fotograf: [Trygve Indrelid](#)

### Oppgave 1

Darman Fauzis maleri av Marilyn Monroe med blod rennende fra et øye inngikk som en del av utstillingen "Church of all stars" i Kulturkirken Jakob i Oslo.

1. Hvilke trekk i bildet bryter med de bildene vi vanligvis ser av Marilyn Monroe?
2. Hvorfor tror du kunstneren har valgt å framstille henne slik?
3. Sammenlign bildet med det russiske ikonet i høyrespalten. Er det noen likheter?
4. Mange omtaler Marilyn Monroe som et ikon for vår tid. Hva menes med det?

### Oppgave 2

1. Lag et bilde i Photoshop eller et annet bildebehandlingsprogram med utgangspunkt i en person som du mener framstår som et ikon i dag.
2. Legg til ett eller flere tegn i bildet som en personlig kommentar til hva og hvem vi velger å tilbe i vår kultur.



Tidsbruk

1–2 timer

Ressurser



Religiøse ikoner (helgenbilder) spiller en viktig rolle i den ortodokse kirken.

[Google-bilder av Marilyn Monroe](#)

Egenvurdering

– Har du beskrevet og tolket alt du ser i bildet, eller er det noe du har utelatt?

– Har du brukt ord som ikon, symbol, denotasjon og konnotasjon på en måte som viser at du forstår og kan anvende disse begrepene?

– Har du brukt  
eksterne kilder til å  
utdype dine egne  
tanker?

## Skrik som motiv

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Skrik som motiv \(113372\)](#)



Tid  
30 minutter

Vanskegrad  
middels

Ressurser



Maleriet Skrik av Edvard  
Munch i originalversjon



Skrik-motiv malt på muren  
som skiler Palestina fra  
Israel



Graffiti med Skrik-motiv malt på veggen til Munchs barndomshjem i Blitz-kvartalet.

### Oppgave 1

Graffitien ovenfor siterer Edvard Munchs kjente maleri *Skrik*.

- Hvilke visuelle elementer er hentet fra det opprinnelige maleriet?
- Hvilke elementer eksisterer bare i dette bildet?
- Hva kan grunnen være til at studentene ved Arkitekthøgskolen har valgt å sitere Munch?
- Er budskapet i de to bildene det samme? Begrunn svaret.
- Veggmaleriet kan også oppfattes som en kommentar. Hva er det bildet kommenterer?

### Oppgave 2

*Skrik* blir sittet i utallige bilder verden rundt. Studert bildet som er malt på muren som skiller Israel fra Palestina.

- Hvilke likhetspunkter finnes mellom den palestinske og den norske graffitien?
- Hva er forskjellig?
- Hva er budskapet i den palestinske graffitien?

## Hva sier bildet om personen?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Hva sier bildet om personen? \(115800\)](#)



Tid  
15 min

Vanskegrad  
lett

Ressurser  
Du møter Anne igjen i  
en annen oppgave her  
på NDLA. Se:  
[Kriminalreporter på  
jobb](#)



Et bilde av en og samme person kan fortelle ulike historier. Studer disse tre bildene av den fiktive personen "Anne".

### Bilde 1 (over)

Hvilket bildeutsnitt er brukt her? Hva forteller bildet om personen Anne?

### Bilde 2

Hvilket bildeutsnitt er brukt her? Hvordan er fotografens posisjon i forhold til motivet? Hvilken effekt oppstår? Hva forteller bildet om personen Anne?



### Bilde 3



Hvilket bildeutsnitt er brukt her? Hvilke andre elementer er ført inn i dette bildet? Hva leser du ut av personenes kroppsspråk? Hva forteller bildet om personen Anne?

# Analyser en satirisk tegning

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyser en satirisk tegning \(130847\)](#)



Tid

30 min

Vanskegrad

lett



Babylondon Olympics!

## Oppgave 1

Studer Mau Maus tegning *Babylondon Olympics!*.

- De blå, gule, svarte, grønne og røde OL-ringene er det offisielle emblem for de olympiske leker. Hva symboliserer disse ringene?
- Hva er en logo?
- Hvor mange ulike logoer får du øye på i denne illustrasjonen, og hva forbinder du med disse logoene?
- Hvorfor er disse logoene tatt med i bildet?
- Beskriv personen på bildet. Hva forbinder du med denne figuren?
- Hva er det personen bærer i hånden?
- Hva er det som faller ut av lommene hans?
- Hvorfor tror du tegneren har valgt å la en klovn bære det som kan ligne på OL-fakkelen?
- Hvilket budskap tror du tegneren forsøker å formidle her?

## Oppgave 2

Se den engelskspråklige videoen nedenfor om OL-sponsorer.

- a. Hvilke tre negative verdier som vestlige medier kopler til OL i Sotsji, er det OL-sponsorene er mest engstelige for?
- b. Hvorfor er det viktig for OL-sponsorer å utvikle en strategi for kommunikasjon i sosiale medier?
- c. Hvilken strategi har OL-sponsoren McDonald's valgt?
- d. Tenk deg at årets OL ble arrangert i USA. En del stater i USA har dødsstraff. Edward Snowden har nettopp avslørt at USA overvåker telefonamtaler og nettrafikk over hele verden. Hvordan tror du sponsorer som McDonald's og Coca-Cola ville ha opptrådt i dette tilfellet?



OL-sponsorer i Sotsji / video

<http://ndla.no/nb/node/130793>

## Analyser bilde av avislesere

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyser bilde av avislesere \(110057\)](#)



Tid

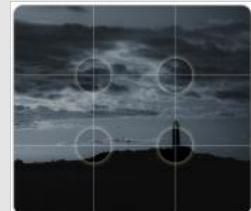
30 min

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Balanse, gjentakelse og linjer](#)

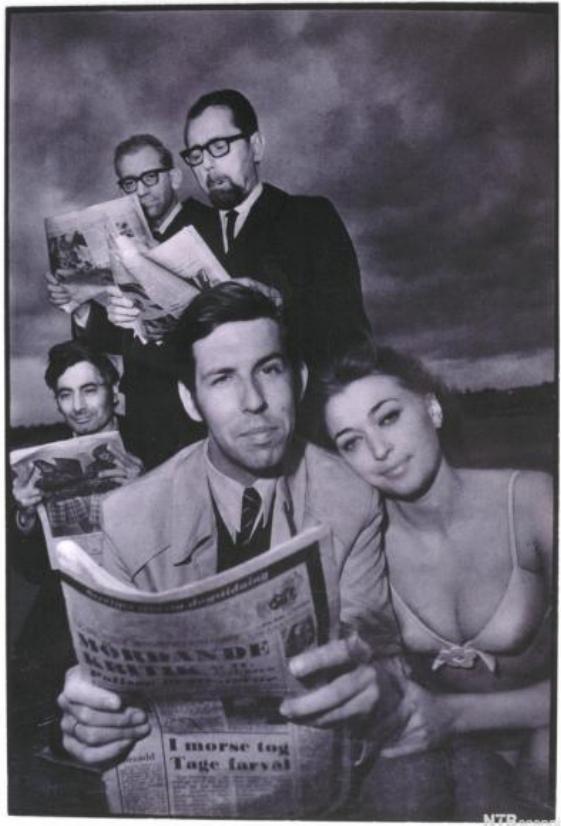


Det gylne snitt



Galleri K&K /  
flashnode

<http://ndla.no/nb/node/20348>



## Oppgave

Studer fotografiet ovenfor.

1. Hvilke elementer består dette fotografiet av?
2. Hvordan er fotografiet komponert (forgunn, mellomgrunn, bakgrunn)? Se spesielt på hvordan personene i bildet er plassert i forhold til hverandre.
3. Viktige elementer i et bilde plasseres ofte i "det gylne snitt". Litt forenklet kan du dele bildet inn tre deler på langs og på tvers. Der linjene skjærer hverandre, finner du det gylne snitt. Hvilke elementer i dette bildet er plassert i disse skjæringspunktene? Hvorfor?
4. Vannrette linjer i et bilde skaper ro og dybde. Loddrette linjer gir et inntrykk av høyde, kraft og verdighet. Hvilke hovedlinjer preger det bildet? Hvilken effekt gir det?
5. Hvilke av personene har vi blikkontakt med? Hvilken effekt gir det?
6. Bildet er i svart og hvitt, med sterke kontraster. Hvilken effekt gir det?
7. Hva sier dette fotografiet om kjønn og medier?

## Analyser et pressefoto fra valgkampen i 2009

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyser foto fra valgkampen 2009 \(79839\)](#)



SCANPIX

Erna Solberg (H) poserer som statsministerkandidat i valgkampen i september 2009.

**Oppgave:** Hva forteller bildet?

**Tidsramme:** 30 min **Vanskelighetsgrad:** middels

Bildet ovenfor ble tatt av pressefotografen Helge Mikalsen i VG under valgkampen i 2009.

Bildet viser (fra venstre) daværende leder av KrF Dagfinn Høybråten, Høyres leder Erna Solberg og daværende Venstre-leder Lars Sponheim.

1. Hvilke komposisjonsprinsipper er brukt i dette bildet?
2. Hvilket budskap formidler måten bildet er komponert på?
3. Søk på nettet for å finne ut hvordan Fremskrittspartiets leder Siv Jensen reagerte på dette bildet.
4. Dette bildet spilte en viktig rolle i valgkampen. Hvorfor?

# En flik av virkeligheten

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[En flik av virkeligheten \(114089\)](#)



Tid

30 minutter

Vanskegrad

lett

Ressurser

De offisielle bildene  
fra julefotograferingen  
i 2012 er lagt ut på  
nettsiden  
kongehuset.no:

[Julefotografering på  
Slottet](#)

Hvilke bildeutsnitt har  
kongehuset valgt på  
sin egen nettside?

Hva kan grunnen  
være til at Slottet har  
valgt nettopp disse  
bildeutsnittene?



## Oppgave 1

Studer bildet ovenfor.

- Hvilket bildeutsnitt er brukt i dette bildet?
- Hvilke personer er med på bildet?
- Hvilken aktivitet er det som foregår?
- Hva forteller bildet om relasjonen mellom personene i bildet?
- Hva er budskapet i bildet?
- Hva befinner seg utenfor bilderammen?

## Oppgave 2



Hvilket bildeutsnitt er brukt i dette bildet?

- Hvilken ny informasjon gir dette bildeutsnittet?
- Hva befinner seg utenfor bilderammen?

## Oppgave 3

- Hvilket bildeutsnitt er brukt i dette bildet?
- Hvilke personer er med på bildet?
- Hva forteller bildet om relasjonene mellom personene i bildet?
- Hvem er avsenderen av dette bildet?
- Hvilket budskap ønsker avsenderen å formidle?
- Hva befinner seg utenfor bilderammen?



## Fortell historien med ord

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Fortell historien med ord \(102919\)](#)



Tid  
2–3 timer

Vanskegrad  
middels

Ressurser  
Sven Egil Omdals  
kronikk  
[Georg tigger ikke](#)

Stor norske leksikon  
om romfolkets kultur  
og historie:  
[rom – etnisk gruppe](#)



### Oppdrag

I kronikken *Georg tigger ikke* tar Sven Egil Omdal opp spørsmålet om hvordan mennesker som tilhører romfolket, omtales i norske medier. Les artikkelen.

Klikk på bildet ovenfor og studer fotografiet nøye. Bildet viser en sigøyner og hans lille barnebarn.

Du skal nå lage en sak om romfolket for lørdagsbilaget til regionsavisa på hjemstedet ditt. Fortell historien bak dette fotografiet med ord. Bruk artikkelen fra Store norske leksikon som bakgrunnsinformasjon.

## Barnet og gribben

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Barnet og gribben \(92310\)](#)



Barnet og gribben (Famine In Sudan). I 1994 fikk fotografen Kevin Carter Pulitzerprisen for dette bildet.

**Til ettertanke: Et fotografi er et utsnitt av virkeligheten, fanget i et hundredels sekund.**

### Oppgaver

Studer fotografiet til den sørafrikanske fotografen Kevin Carter.

1. Hva har skjedd før dette bildet ble tatt?
2. Hva skjer etter at bildet er tatt?
3. Hvorfor har fotografen valgt å beskjære dette bildet akkurat slik?
4. Hva befinner seg utenfor bilderammen?
5. Hvilke presseetiske problemstillinger reiser et slikt bilde?

Lytt deretter til Tomm Kristiansens korrespondentbrev fra 2006 der han forteller historien om barnet og gribben – og fotografen.



Korrespondentbrevet: Barnet og gribben / audio

<http://ndla.no/nb/node/92307>

Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Mediestemme



Tomm Kristiansen var i mange år korrespondent for NRK i Arika.

# Analyser et symbolisk bilde

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyser et symbolisk bilde \(114002\)](#)



Tid

30 minutter

Vanskegrad

lett

Ressurser

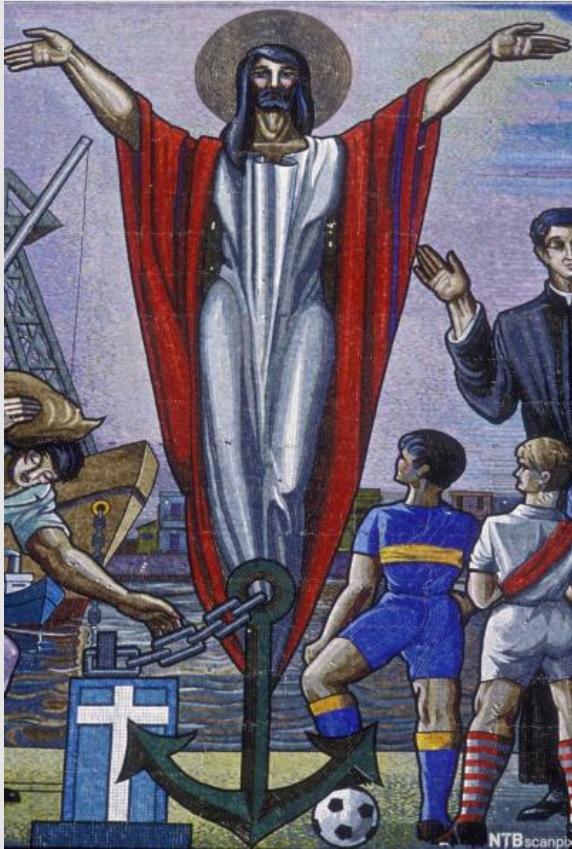
[Nasjonalsymbol](#)

[Kristne symboler](#)

[Boca vs. River](#)

[Buenos Aires](#)





Kirkemaleri, La Boca, Buenos Aires, Argentina

## Oppgave

I dette argentinske kirkemaleriet er det brukt mange symboler.

1. Hvilken betydning har ankeret i kristen symbolikk?
2. Hva forbinder du med flagget?
3. Hvorfor er flagget lenket fast til ankeret?
4. Hvilke assosiasjoner får du når du ser måten Kristus-figuren er framstilt på?
5. Hvorfor har Kristus-figuren rød kappe?
6. Hvilke assosiasjoner får du når du ser måten Kristus-figuren og ankeret er plassert på i bildet?
7. Mannen til høyre står med løftet hånd. Hva er han et symbol på, og hvorfor holder han hånden på den måten?
8. Guttene på bildet har ulik farge på draktene. Hva er disse draktene symbol for?
9. Hva forteller bakgrunnen i bildet?
10. Hva forteller dette bildet om forholdet mellom fotball og religion i Argentina?

## Analyser et madonnabilde

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyser et madonnabilde \(113913\)](#)



Tid

2 timer

Vanskegrad

vanskelig

Ressurser



### Analyser et madonnabilde / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/113913>

I denne videoen kan du lære mer om dronning Isabella og kong Ferdinand av Spania, og hvordan de seiret over muslimene i Granada.



### Analyser et madonnabilde / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/113913>

Bildeserie av "Madonna med barnet".

Nettsiden Sex og  
samfunn om kvinners  
seksualitet:

[Hore eller madonna](#)

Dagbladet om artisten  
Madonna:

[Hore og Madonna](#)



Artisten Madonna opptrer i  
Las Vegas i 2008.



Dette oljemaleriet fra 1490 viser den spanske kongen Ferdinand og den spanske dronningen Isabella som kneler foran en trone der jomfru Maria sitter med Jesus-barnet på fanget. På høyre side av tronen står kirkefaderen Thomas Aquinas med en kirke i hånden, på venstre side Sankt Dominic med en lilje og en åpen bok. Klikk på bildet og bruk forstørrelsesglasset for å se alle detaljene i bildet.

1. Hvordan er dette bildet komponert (balanse, linjer, gjentakelser)? Hva forteller komposisjonen?
2. Hva befinner seg i forgrunnen? Hvorfor er nettopp disse elementene plassert der?
3. Hva befinner seg i mellomgrunnen? Hvorfor er nettopp disse elementene plassert der?
4. Hva befinner seg i bakgrunnen? Hvorfor er nettopp disse elementene plassert der?
5. I bildet finner vi et samspill mellom varme og kalde farger. I hvilke deler av bildet er det brukt kalde farger? Hvorfor?
6. Jomfru Maria har rød kappe. Hva symboliserer denne rødfargen?
7. Beskriv alle symbolene du finner i bildet, og forklar hva symbolene betyr.
8. Hva er budskapet i dette bildet?
9. Hva forteller dette bildet om verdier og livssyn i det samfunnet og den tidsperioden bildet ble til i?

## Oppgave 2

1. Studer bildeserien *Madonna with child*. Hvilke sider ved kvinnerollen er det disse bildene framhever?
2. Studer scenedebютet av artisten Madonna i Las Vegas i 2008. Hvilke sider ved kvinnerollen framheves i dette bildet?
3. Beskriv alle symbolene du finner i bildet av artisten Madonna, og forklar hva symbolene betyr.
4. På hvilken måte er bildet av artisten Madonna både en allusjon og en kontrast til klassiske madonnabilder?
5. Hva er budskapet i bildet av artisten Madonna?
6. Hva forteller dette bildet om verdier og livssyn i det samfunnet og den tidsperioden bildet ble til i?

# Likestilling 2013

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Likestilling 2013 \(116597\)](#)



Tid

30 minutter

Vanskegrad

middels

Ressurser

NDLA om

[kjønnsroller og  
yrkesroller](#)

Både politikere og  
næringslivet i Norge  
er opptatt av  
likestilling.

Regjeringen har lagt  
fram

[handlingsplan for  
likestilling 2014](#)



Klikk på bildet for å se en større versjon.

## Analyseoppgave

Dette fotografiet er laget av fotograf Heide Benser.

1. Beskriv hvordan bildet er komponert.
2. Hva er effekten av denne komposisjonen?
3. Beskriv fargene i bildet.
4. Hvilken effekt har valg av farger?
5. Beskriv kontrastene i bildet.
6. Hva signaliserer disse kontrastene?
7. Hva signaliserer påkledningen og kroppsspråket til hver av de tre personene på bildet?
8. Bildet kan sees som et innlegg i en debatt om likestilling. Hva sier dette bildet om de forventningene som stilles til kvinnerollen i Norge 2013?

# Tegneserier

## Hva er en tegneserie?

Forfatter: Høgskolen i Bergen, Marion Federl

[Tegneserier \(20683\)](#)



Tegneserier

### En sammensatt tekst

Tegneserien er en sjanger som kombinerer bilde og tekst for å fortelle en historie. Det fins også noen få tegneserier som består av bare bilder. Tegneserien har utviklet seg i samspill med andre beslektede mediesjanger som film og TV.

I Norge har vi flere kjente og dyktige serieskapere, som også får publisert seriene sine i utlandet. Frode Øverli (Pondus) og Lise Myhre (Nemi) er to av disse.

### Litt historikk

De første seriene var striper i aviser på 1890-tallet. Teksten stod den gang gjerne i et felt under tegningene. I serieheftene som dukket opp på 1930-tallet, fikk tegneseriene et avansert sett med virkemidler for å skape gode fortellinger.

Det var i USA de første seriene ble gitt ut, men etter hvert kom de europeiske landene etter. Særlig i Belgia og Frankrike oppstod det tidlig en tradisjon for å fortelle lengre historier i seriealbum. I Japan utviklet man en egen serietype kalt manga, som også er blitt populær i den vestlige verden.

### Et mangfold av serier

I dag fins det mange ulike typer tegneserier, både på papir og på nett.

- Den mest vanlige formen er kanskje **avissstripen**, en avsluttet, humoristisk minihistorie med faste figurer.
- I **heftene** kan serieskaperne fortelle lengre historier over flere sider.
- Tegneserienes mest virkningsfulle uttrykk er i **albumene**, der historien kan strekke seg over flere hundre sider.

### Tegneseriespråket

Serietegnerne bruker i stor grad filmatiske virkemidler når de lager rutene og sidene. De utnytter velkjente prinsipp for bildeutsnitt, perspektiv, kontraster osv. for å gjøre fortellingene attraktive og spennende. Boblespråket kan også varieres i stor grad for å gi uttrykk for ulike følelser og måter å kommunisere på.

### Skadelig lesning?

### Virkemidler

På disse sidene kan du lære om en rekke visuelle virkemidler i tegneserier:

- Ruter
- Bobler og effektlyder
- Bildeutsnitt
- Bildevinkel
- Subjektivt bilde
- Forgrunn og bakgrunn
- Visuelle overdrivelser

Oppgaver til fagstoffet finner du sist i kapitlet.

I dag ser en gjerne på tegneserier som relativt uskyldige, men slik har det ikke alltid vært. På 1950-tallet oppstod det moralsk panikk i den vestlige verden, og både psykologer og andre fagfolk påstod at tegneserielesning kunne få forferdelige konsekvenser for barn og unge. De store serieforlagene i USA måtte lage et eget sett med selvpålagte begrensninger for innhold og uttrykk. På 1970-tallet kom så motreaksjonen i form av undergrunnsblad med sterke skrekk- og sex-serier.

# Ruter

Forfatter: Høgskolen i Bergen, Marion Federl  
[Ruter \(20769\)](#)

## Breddeformat og høydeformat

- Breddeformat (liggende format) brukes først og fremst når mye skal vises i rutene. Det egner seg godt for å vise landskap, miljøer og større folkemengder.
  - Høydeformat (stående format) gir mer fortetning i bildet. Det er gjerne koncentrert om én eller få personer.



## Captain America

## Andre formater

- Andre formater brukes for å forsterke innholdet, slik som i klippet nedenfor fra serien Batman. Ruteformen tilpasser seg handlingen.
  - I dette tilfellet består ruta av tre bilder som viser et fall og en redningsaksjon i lufta. Bildene skal gjøre det tydelig at alt skjer i rasende fart og på vei ned mot bakken.
  - Både skrålinjene som deler opp bildeflatten, og leserretningen - bildene skal leses ovenfra og ned - forsterker leserens opplevelse av fallet.



## Batman/Deadman

Flere ruter oppå hverandre

- Rutene trenger ikke stå ved siden av hverandre. Noen ganger fortelles historien ved hjelp av ruter som ligger oppå andre bilder.
  - I utdraget fra Miracleman nedenfor starter tegneren med et stort bilde av en kjempe som står foran Miracleman. Deretter fokuserer tegneren på Miracleman. Han får egne ruter, og rutestørrelsen øker i takt med dramatikken.



Miracleman

### Veksling mellom format og størrelser

- I en actionserie er det viktig å veksle mellom ulike ruteformat, og gjerne bruke de små rutene til å beskrive detaljer og handlingsgang i korte klipp.
- En viss variasjon er nødvendig uansett for å unngå at sidene blir oppfattet som ensformig og kjedelige.



Batman



# Bobler og effektlyder

Forfatter: Høgskolen i Bergen, Marion Federl

[Bobler og effektlyder \(20843\)](#)

Bobleformen gir tilleggsinformasjon

Lyddelen i seriene kommer vanligvis som bobler. Bobleformen viser om lyden er høy eller lav, brå eller vedvarende. Den viser også hvor lyden eller stemmen kommer fra og hvilken type lyd det dreier seg om.



Bobler og effektlyder

## Effektlyd

Effektlyd er lyd som kommer i tillegg til dialog. Effektlyder tegnes gjerne inn som egne grafiske elementer som blir en del av bildet, som i eksemplet nedenfor:



Effektlyder

# Bildeutsnitt

Forfatter: Høgskolen i Bergen, Marion Federl

[Bildeutsnitt \(20854\)](#)

## Fire typer bildeutsnitt

Med bildeutsnitt mener vi den delen av tegneserieverdenen som vises i bilderuta. Vi kan skille mellom fire typer bildeutsnitt: totalbilde, halvnærbilde, nærbilde og ultranærbilde.

### Totalbilde

Et totalbilde er et avstandsbilde som gir oversikt over personer og omgivelser.

### Halvnærbilde

I et halvnærbilde fokuserer tegneren på en person, en gjenstand osv. Personen vises fra hodet og omtrent ned til knærne.

### Nærbilde

På et nærbilde dekkes hele bildeflaten av personens hode og kropp til litt ned på skuldrene.

### Ultranærbilde

I et ultranærbilde ser vi en enda mindre del av en kropp eller gjenstand enn i et nærbilde, for eksempel bare øynene til en person.

### Eksempel

Eksempelbildene nedenfor er hentet fra tegneserien *Thorgal*, der handlingen er lagt til vikingtida. *Thorgal* er en historisk serie som også lånner trekk fra fantasy-sjangeren.



Thorgal

### Bilde 1

Bilde 1 er et **avstandsbilde**. Her er vi vitne til en dramatisk situasjon: En mann med øks står foran en vill og gal ulv. Vi er betraktere som kikker over skuldrene til mannen.

Hvordan skal tegneren på en mest mulig dramatisk måte framstille det som nå kan skje? Hvordan kan han få fram konfrontasjonen mellom mann og ulv?

### Bilde 2

Vi går rett inn i et **ultranærbilde** av ulveøyene. Dette kommer som et visuelt sjokk, da vi føres rett fra et avstandsbilde over til et ultranært utsnitt.

### Bilde 3

Vi klippes over til et **ultranærbilde** avmannens øyne. Det er redsel og frykt som preger blikket hans. Han er livende redd for det som nå kan komme til å skje. Bildene to og tre er reaksjonsbilder som klippes sammen til to like bilde-elementer, en teknikk som ofte brukes i spillefilm.

# Bildevinkel

Forfatter: Høgskolen i Bergen, Marion Federl  
[Bildevinkel \(21418\)](#)

## Tre bildevinkler

Når vi tegner, maler eller fotograferer et bilde, kan vi avbilde motivet fra ulike ståsteder eller vinkler.

- Overvinkling eller fugleperspektiv kaller vi det når vi tegner motivet sett ovenfra.
- Viser vi motivet sett fra normalhøyde, sier vi at vi bruker normalvinkel eller normalperspektiv.
- En tredje mulighet er å avbilde motivet fra lav vinkel og oppover. Da snakker vi om undervinkling (såkalt froskeperspektiv).

## Eksempel

I eksempelbildene nedenfor har tegneren valgt froskeperspektiv i det første bildet, og normalperspektiv i det andre.



Bildevinkel

Froskeperspektivet plasserer leseren omrent på det stedet der mannen som har blitt kastet ut av huset, snart vil få et ublidt møte med bakken. Vi får det som skjer, tett innpå oss og skjønner at dette vil gjøre vondt.

I bilde nummer to får leseren rollen som bargjest som kikker ut av døra og ser etter to gjester som har forlatt baren.

## Subjektivt bilde

Forfatter: Høgskolen i Bergen, Marion Federl

[Subjektivt bilde \(21756\)](#)

Fra tilskuer til deltaker - iallfall nesten!

I en tegneserie blir handlingen stort sett presentert utenfra. Med dette mener vi at leseren følger personene på kort eller lang avstand. Men tegneren har også mulighet til å la oss få oppleve handlingen sett med øynene til en av personene. Dette virkemidlet kaller vi subjektivt bilde.

I bilderekka nedenfor finner vi et eksempel på bruk av subjektivt bilde: På bildene én og tre ser vi mannen utenfra, mens vi på bilde to ser ulven slik mannen som står foran den, selv oppfatter den.



Thorgal

# Forgrunn og bakgrunn

Forfatter: Høgskolen i Bergen, Marion Federl

[Forgrunn og bakgrunn \(21782\)](#)

## Dybdevirkning

Det er viktig å skape dybde i bilder, slik at de ikke virker flate. Tegnerne kan gjøre dette på flere måter, blant annet ved å lage linjer innover i bildet. Linjene kan være virkelige eller tenkte.

I eksempelbildet nedenfor har tegneren plassert en kvinne i forgrunnen. Hun ser innover i bildet, og tegningen får dermed en god dybdevirkning når vi følger hennes blikk.



Flash Gordon

## Økt spenning

Men tegneren kan også utnytte bakgrunnen til å skape ekstra spenning. I bildet nedenfor har han for eksempel lagt inn to mennesker som løper rett mot kvinnen. Vi følger blikket hennes, som treffer de to menneskene i stedet for et tomt rom.



Flash Gordon

## Mer informasjon

Ved å utnytte både forgrunn og bakgrunn kan tegneren legge mer informasjon inn i bildet. Bildet forteller mer, rett og slett.

## Visuelle overdrivelser

Forfatter: Høgskolen i Bergen, Marion Federl

[Visuelle overdrivelser \(21832\)](#)



Spiderman

Et typisk virkemiddel for sjangeren

Et typisk trekk ved tegneseriene er at de effektivt bruker visuelle overdrivelser som virkemiddel. Ruta ovenfor viser en kraftig eksplosjon. Lyden uttrykkes ved et stort, lydmalende ord "BOOM!".

Hvordan kan tegneren forsterke virkningen av eksplosjonen? For eksempel ved å bruke kraftstråler. De stråler ut fra sentrum, der vi kan forvente at årsaken til "boomen" befinner seg.



Spiderman

Det er selveste Spiderman, eller Edderkoppen, som utsettes for denne påkjenningen. Legg merke til retningen han kommer i, rett mot oss som lesere! Dette forsterker virkningen av eksplosjonen.



Spiderman

# Oppgavesamling

## Striper med skjulte budskap

Forfatter: Høgskolen i Bergen, Marion Federl

[Striper med skjulte budskap \(20816\)](#)

### Oppgave

Velg ut noen vanlige stripere i aviser eller på internett (aktuelle nettadresser finner du i høyrespalten).

- Hvordan blir etter ditt syn enkelte grupper av mennesker (for eksempel barn, kvinner, menn, funksjonshemmede, innvandrere, eldre) framstilt i stripene?
- Hvordan vil du beskrive holdningene til personene i stripene, for eksempel til alkohol og ungdomskultur?

# Bobler og effektlyder

Forfatter: Høgskolen i Bergen, Marion Federl

[Bobler og effektlyder \(20851\)](#)

Se på to tegneserier

Det er stor forskjell på hvordan tegnerne bruker boblespråk og lydeffekter i en actionserie og i en vanlig humorstripe. I denne oppgaven skal du beskrive og sammenlikne bruken av bobler og andre lydeffekter i to tegneserier. Den ene er action-serien Miracleman, og den andre er den norske humor-serien Pondus.

## Oppgave 1: Miracleman

Studér siden fra serieheftet Miracleman.

- Hvilke virkemidler bruker tegneren for å få fram dialogen og lydsiden i scenen?
- Hvordan ser vi hvem som snakker slik at vi skjønner vi rekkefølgen i dialogen?
- Hvordan uttrykkes ulik lydstyrke?



Miracleman: © copyright Eclipse Comic Books

## Oppgave 2: Pondus

Se på Pondusstripen.

- Hvordan tegnes boblene her i forhold til Miracleman?
- Hvordan formidler tegneren stemmebruken til personene?
- Hvor har tegneren brukt lydmalende ord?
- Hvordan passer bobletekst og lydeffekter til handlingen i de to seriene?



Pondus



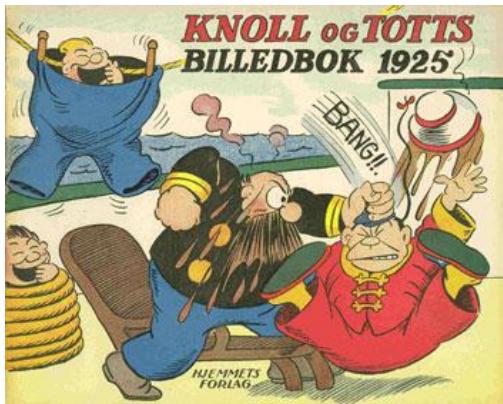
## Beskriv bildeutsnitt

Forfatter: Marion Federl  
[Bildeutsnitt \(20856\)](#)

### Oppgave

Se på bildene nedenfor og avgjør hvilke bildeutsnitt som blir vist: totalbilde, halvnærbilde, nærbilde eller ultranærbilde. Grunngi svaret.

#### Eksempel 1: Knoll og Tott



Knoll og Tott

#### Eksempel 2: Manga



Manga

#### Eksempel 3: Norge sett utenfra

##### Tegneserie3: Norge sett utenfra





# Analyse av en tegneseriestripe

Forfatter: Høgskolen i Bergen, Marion Federl

[Analyse av en tegneseriestripe \(20801\)](#)



© Frode Øverli

## Oppgave 1

Velg deg en tegneserieside eller -stripe og analyser formspråk og virkemidler. Du kan for eksempel bruke en av sidene som det ligger bildelenke til i høyrespalten, eller en av stripene på denne siden.

Se nærmere på følgende:

- Hvordan brukes bildeutsnitt og bildevinkler?
- Hvordan fortelles det med bobler?
- Hvilke formater har rutene?
- Hvordan er figurene plassert i rutene?
- Hvordan er rutene plassert i forhold til hverandre?

## Oppgave 2

Velg ut en enkelrute og se nærmere på komposisjonen (oppbygningen) av bildet.

Stikkord er:

- Hva viser bildet? Hva skal det fortelle?
- Forgrunn og bakgrunn (eventuelt også mellomgrunn)
- Dybde
- Linjer i bildet
- Kontraster
- Lys og skygge
- Forskjellige tolkningsmuligheter



Høgskolen i Bergen

# Analyser et tegneseriealbum

Forfatter: Marion Federl, Høgskolen i Bergen

[Analyse av et tegneseriealbum \(20842\)](#)

## Oppgave

Analysér et seriealbum som inneholder en sammenhengende historie. Du kan gjerne bruke punktene nedenfor som grunnlag for analysen.

### Grunnleggende informasjon

Begynn med de "harde fakta".

- Tittel på albumet, produksjonsår, forlag
- Opplysninger om tegner og forfatter (dersom det er ulike personer)
- Sjangerplassering: Handler det om humor, eventyr, science fiction, fantasy eller en annen tegneseriesjanger?
- (eventuelt) annen viktig informasjon om verket
- Kort sammendrag av handlingen

### Dramaturgi

Beskriv dramaturgien (spenningsoppbygningen).

- Hva setter handlingen i gang, og hvordan oppstår problemene?
- Har albumet bare én hovedkonflikt, eller fins det flere delkonflikter?
- Hvordan mestrer personene det som skjer, og hvordan utvikler handlingen seg?
- Når kommer vendepunktet i fortellingen?
- Hva er det dramatiske høydepunktet?
- Hvordan avrundes fortellingen?

### Personskildring

Beskriv rollene til de enkelte personene.

- Hvem er protagonist (helt), og hvem er antagonist (motstander)?
- Fins det karakterer som er mer faste typer? Er det for eksempel noen vi kan kalle "klovnen", "den sure" eller "den modige"? Er det andre som vi kan gi karakteriserende navn?
- Er det noen vi har sympati for, men som ikke er helt? Hjelpere, for eksempel?
- Virker personene tilfeldig valgt ut, eller representerer de noe mer enn seg selv? Hva representerer de i så fall?

### Tema og budskap

Hva skal historien *egentlig* fortelle oss?

- Går det an å finne et tydelig tema? (Her lønner det seg å gå tilbake til konflikten som helten kommer opp i.)
- Opplever du at tegneren/forfatteren vil si oss noe spesielt om menneskene, samfunnet, om politikk eller tidsaktuelle saker med historien sin?

### Visuelle virkemidler

Beskriv noen virkemidler som du ser på som karakteristisk for stilens forfattaren har valgt.

Du kan for eksempel velge noen av disse punktene:

- Beskriv hvordan tegneren bruker ruter, bildeutsnitt, bildenvinkler, forgrunn, bakgrunn osv.
- Hvordan bidrar disse virkemidlene til at handlinga skyter fart eller eventuelt blir bremsa?
- Hvordan bygger tegneren opp de enkelte rutene (komposisjon)?
- Kan du si noe om fargebruken? Kontrastbruk?
- Ser du andre virkemidler?

## Språk

Se nærmere på språkbruken i dialoger og kommentartekster.

- Hva slags uttrykksmåter bruker personene? Dagligdags eller høytidelig språk, slang, dialekt?
- Fins det personer som har helt spesielle måter å snakke på?
- Hvordan vil du beskrive boblene?
- Blir det brukt lydmalende ord? Hvilke ord, og i hvilken sammenheng blir de brukt?

## Samlet vurdering

Gi en sluttvurdering av albumet.

- Hvordan har tegneren utnyttet de visuelle virkemidlene i tegneserien?
- Er handlingen spennende og godt bygd opp?
- Hvordan er forholdet mellom tekst og bidespråk? Utfyller de hverandre?
- Finner du likhetstrekk med andre tegneserier du kjenner?

## Tegneseriens superhelter

Forfatter: Jostein Saakvitne, Mediesentret ved Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Tegneserienes superhelter \(46139\)](#)

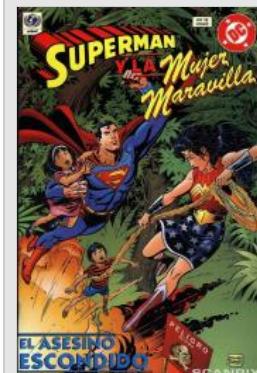


Tid

1 time

Vanskegrad

Middels



En moderne Superman redder barna fra landminer.



Heltene i Watchmen er ikke som andre helter.



## Superhelter og superskurker

I den klassiske tegneserieverdenen opptrer superskurker som er ute etter å ødelegge verden, eller i det minste USA. Superheltenes oppgave er å hindre dem i dette.

*Superman* er representant for de klassiske superheltene. Etter hvert har det oppstått mange ulike varianter av superhelter. Heltene i *X-men* er for eksempel mislikte mutanter, og i Alan Moores *Watchmen* er tegneserieuniverset befolket av skadeskutte og mislykkede heltetyper.

## Oppgaver

1. Les artikkelen: [Tegneserien som fyllerister superhelt-rollen](#) (Dagbladet.no).
2. Noen medieforskere hevder at de tradisjonelle superheltene er reaksjonære og konservative.
  - Hvordan begrunner forskerne dette standpunktet?
3. Artikkelen viser til at de moderne tegneserieheltene er svært forskjellige fra de klassiske tegneserieheltene. Artikkelen avsluttes på følgende måte: "Men med helter som disse, hvem trenger egentlig skurker?"
  - Hvilke kvaliteter har superheltene i *Watchmen*?
4. Hvilke kvaliteter mener du en superhelt bør ha?

## Smeden og bakeren som tegneserie

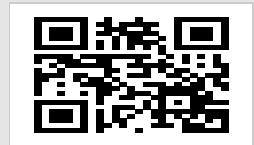
Forfatter: Jostein Saakvitne, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Smeden og bakeren som tegneserie \(46023\)](#)



Tid  
2–5 timer

Vanskegrad  
middels

Ressurser  
Johan Herman  
Wessels tekst  
[Smeden og bageren](#)



Smeden og  
Bageren (NRK) /  
audio  
<http://ndla.no/nb/node/46065>

Theodor Kittelsens  
illustrasjoner til  
[Smeden og bageren](#)

Bildeinnsats til "Drømme i skogen" - kartlitt			
Illustrasjonsstil	Kunstnerens teknikk	Litt	Beskrivelse
	Stort og grått Lett og lett Kunstnerens teknikk	Litt lett Kunstnerens teknikk	Kunstnerens teknikk Kunstnerens teknikk
	Stort og grått Lett og lett Kunstnerens teknikk	Litt lett Kunstnerens teknikk	Kunstnerens teknikk Kunstnerens teknikk
	Stort og grått Lett og lett Kunstnerens teknikk	Litt lett Kunstnerens teknikk	Kunstnerens teknikk Kunstnerens teknikk
	Stort og grått Lett og lett Kunstnerens teknikk	Litt lett Kunstnerens teknikk	Kunstnerens teknikk Kunstnerens teknikk
	Stort og grått Lett og lett Kunstnerens teknikk	Litt lett Kunstnerens teknikk	Kunstnerens teknikk Kunstnerens teknikk
	Stort og grått Lett og lett Kunstnerens teknikk	Litt lett Kunstnerens teknikk	Kunstnerens teknikk Kunstnerens teknikk
	Stort og grått Lett og lett Kunstnerens teknikk	Litt lett Kunstnerens teknikk	Kunstnerens teknikk Kunstnerens teknikk
	Stort og grått Lett og lett Kunstnerens teknikk	Litt lett Kunstnerens teknikk	Kunstnerens teknikk Kunstnerens teknikk
	Stort og grått Lett og lett Kunstnerens teknikk	Litt lett Kunstnerens teknikk	Kunstnerens teknikk Kunstnerens teknikk
	Stort og grått Lett og lett Kunstnerens teknikk	Litt lett Kunstnerens teknikk	Kunstnerens teknikk Kunstnerens teknikk
	Stort og grått Lett og lett Kunstnerens teknikk	Litt lett Kunstnerens teknikk	Kunstnerens teknikk Kunstnerens teknikk
	Stort og grått Lett og lett Kunstnerens teknikk	Litt lett Kunstnerens teknikk	Kunstnerens teknikk Kunstnerens teknikk

Klikk på bildet for å se  
eksempel på bildemanus

## Egenvurdering

- Hvilke kompetanseområder blir du testet i her?



Dokumentasjonsverktøy MIK / flashnode  
<http://ndl.no/nb/node/97991>



## *Smeden og bakeren som moderne tegneserie*

*Smeden og bageren* er en humoristisk fortelling i verseform, skrevet av Johan Herman Wessel på slutten av 1700-tallet. Fortellingen ble senere illustrert av Theodor Kittelsen som en slags tegneserie i "Stomperud-stil".

## Oppgave 1

Studer forslaget til førsteside til en moderne tegneserie om Smeden og bakeren. Hvilke filmatiske virkemidler bruker tegneren for å formidle det som skjer?

### Oppgave 2

Ta utgangspunkt i forslaget til førsteside og lag skisser til resten av sidene.

### Oppgave 3



En av Kittelsens illustrasjoner til Smeden og bageren

Sammenlign det visuelle uttrykket i Kittelsens tegninger med den moderne versjonen.  
Hva er likt? Hva er forskjellig?

### Oppgave 4

Lag deretter bildemanus til anslaget i kortfilmen Smeden og bakeren.

# Spill og spillanalyse

## Spill som medietekst

Forfatter: Hans Petter Ellingsen, Ragna Marie Tørdal

[Spill som medietekst \(106707\)](#)



### Huskelappen

**Et spill skiller seg fra en tradisjonell medietekst ved at spilleren er en aktiv deltaker, og at spillet inneholder virkelige (simulerte) elementer.**

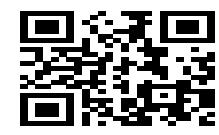
***Spillbarheten*** beskriver forholdet mellom reglene og måten spilleren samhandler med disse reglene på.

**Når vi spiller, aksepterer vi et sett av regler som tilhører spillets univers.**

**Vi kan beskrive et spill som en mediefortelling.**

**I en analyse må vi også studere spillets egenart og måten spillere oppfører seg på.**

### Ressurser



Design av dataspill /  
video

<http://ndla.no/nb/node/26353>

Spillet [Anarchy online](#)

tar spilleren med inn i  
et komplekst univers  
der man kan velge sin  
egen avatar  
(spillefigur).

Pac-Man er et enkelt  
retrospill. Spill den  
originale utgaven av  
spillet

[Pac-Man](#)



Medieforsker Kristine  
Jørgensen er en av flere  
som forsker på spill.

[En studie av  
brukergrensesnitt i  
dataspill.](#)

Til fordypning

Artikkelen til Espen  
Aarseth:

[Doors and Perception:  
Fiction vs. Simulation  
in Games](#)



Pac-Man er et enkelt retrospill.

### Spillets egenart

De fleste har et forhold til den typen medietekster som vi kaller spill, enten det er brettspill, kortspill, sosiale spill eller dataspill. Hva er det som skiller spill fra andre medietekster?

Det første som slår oss, er at spilleren er nettopp spiller, altså aktivt deltagende i medieteksten. Når vi ser en film, er den måten vi tolker filmen på, med å forme vår opplevelse av medieteksten. Men en spiller er ikke bare en fortolker. Det finnes en *interaksjon* (samhandling) mellom spiller og spill. I mange spill kan spilleren påvirke selve spillfortellingen (spillets *narrativ*), det virtuelle rommet og de reglene som gjelder.

Spillet har vanligvis en begynnelse, et midtparti og et gitt antall mulige resultat. Regler eller mekanikk er sentrale elementer i et spill. Spillets mekanikk bestemmer hvilke muligheter spilleren har å velge mellom. Det "mulighetsrommet", og måten vi kan interagere med spillet på, kaller vi *spillbarheten* (engelsk: *gameplay*). Spillbarheten sier oss noe om selve spillet som spill.

### Den magiske sirkel

Det rammeverket som skiller spill og lek fra resten av verden, kaller Katie Salen og Eric Zimmerman for *den magiske sirkelen* (*Rules of Play* 2004). Den magiske sirkelen er altså det stedet hvor spillet utspiller seg, både fysisk og i overført betydning. Spilleren trer inn i spillets verden og aksepterer de regler og begrensninger det innebærer. Vi aksepterer også noen sosiale regler for hvordan vi skal oppføre oss i spillet når vi trer inn i dette rommet.

Hvor går grensene mellom spill og lek? I et spill kan man vinne. Riktignok kan man lage sine egne regler underveis når man leker og "vinne" på den måten. Men i et spill er det mer definerte regler og begrensninger som gir ulike mulige resultater, deriblant muligheter for å vinne og tape.

### Ulike forskningstradisjoner

I spillforskning kalles de som fokuserer på spillets egenart og hvordan spill skiller seg fra tradisjonelle medier, for *ludologer* (fra latin *ludo* – "jeg spiller"). Noen forskere er opptatt av det narrative og estetiske. Andre fokuserer på spilleren og spillerkulturer.

Når du blir bedt om å analysere et spill, kan du derfor bruke ulike innfallsvinkler. En tradisjonell tekstmodell kan si mye om narratologi og estetiske virkemidler. Men modellen er lite egnet når du vil studere spillerens rolle eller spillets egenart.

### Fiksjon og virkelighet i spill

I artikkelen *Doors and Perception. Fiction vs. Simulation in Games* (2007) illustrerer Espen Aarseth forskjellen på fiktive labyrinter og virkelige labyrinter. Han bruker labyrinten i Stanley Kubricks *The Shining* (norsk tittel: *Ondskapens hotell* (1980)) som eksempel på en fiktiv labyrint. Den er trikset til via forskjellige bildeutsnitt og scenografi som til sammen skaper illusjonen av en labyrint.

I *Pac-Man* (Namco, 1979) eller *The Chronicles of Riddick. Escape from Butcher Bay* (Vivendi Games, 2007) finnes det virkelige labyrinter som vi som spillere kan navigere oss gjennom. Labyrintene i disse spillene er derfor ikke fiksjoner eller medietekster. De er faktiske, virkelig eller virtuelle objekter vi kan interagere med. Disse elementene er en del av *simulasjonen* i spillet.

# Seriøse spill

Forfatter: Hans Petter Ellingsen, Ragna Marie Tørdal

[Seriøse spill \(104162\)](#)



Spillene Madrid (bildet ovenfor) og September 12th er produsert av Gonzalo Frasca. Han er opptatt av spill som retoriske simulasjoner.

## "Persuasive games"

Vanligvis tenker vi på spill som underholdning. Formålet med de fleste spill er å skape et univers som vi kan drømme oss bort i. Kategorien *seriøse spill* har et annet formål og skiller seg derfor betraktelig fra kommersielle underholdningsspill.

Det finnes en rekke ulike sjangre innenfor kategorien seriøse spill. Felles for disse sjangrene er at de prøver å lære oss noe eller overtale oss. Professor Ian Bogost ved Georgia Institute of Technology har foreslått begrepet *persuasive games* (spill som overtaler) som et mer presist begrep. Han designer også selv slike spill under samme navn. Spill som faller innenfor disse begrepene, kan være (blant flere):

- Reklamespill
- Pedagogiske spill
- Nyhetsspill
- Kunstspill
- Treningspill
- Politiske spill

## Amerikansk politikk i spillform



## Huskelappen

**Seriøse spill er spill som har et annet hovedformål enn å underholde.**

**Begrepet *persuasive games* brukes om spill som ønsker å overtale oss til å tenke eller handle på en bestemt måte.**

**Seriøse spill har oftere et enklere uttrykk enn underholdningsspill.**

## Ressurser



Spill spillet [September 12th](#) online.

Spill spillet [Madrid](#) online.

Spill spillet [Airport Security](#)

*Bogosts Airport Security* (2005) er et kritisk spill som handler om sikkerhetskontroller på amerikanske flyplasser. Spillet ber deg plukke ut en rekke gjenstander som er sett på som en sikkerhetsrisiko. Hvilke gjenstander det er snakk om, endres hele tiden, og antallet øker. Samtidig blir køen lengre og lengre. Det blir med andre ord relativt hektisk ganske fort, og man mister fort oversikten. Her ligger også spillets overtalelseselement. Spilleren får kjenne på følelsen av å miste kontroll og oversikt i en hektisk situasjon. Spillet kan derfor oppfattes som en politisk kommentar til måten flyplasskontroller blir administrert på.

### Retorikk og spill

Gonzalo Frasca, en annen akademiker og spilldesigner, snakker om spillenes retoriske egenskaper. Han er opptatt av spill som *retoriske simulasjoner*. Dette illustreres også i hans egne produksjoner, for eksempel i *Madrid* og *September 12th*. Frasca bruker blant annet Bogosts begrep *procedural rhetoric* for å forklare hvordan spill kan overtale eller formidle et budskap. Med *procedural rhetoric* mener vi kunsten å overtale gjennom interaksjon (samhandling) framfor gjennom tale, skriftspråk, bilder eller bevegelige bilder (Ian Bogost, 2007).

### Pedagogiske spill

Global Conflict er et eksempel på skreddersydde pedagogiske spill til bruk i både grunnskole og videregående skole. Det er en økende interesse for bruk av spill i undervisning. Begrepet *gamificationen* brukes om en prosess hvor man putter spillelementer inn i ikke spillrealerte aktiviteter (som undervisning) for å gjøre det morsommere og mer engasjerende.

Selv om seriøse spill retter seg spesielt mot dette formålet, kan det være like fornuftig å bruke kommersielle spill i undervisningen. Slike spill kjenner elevene fra før, og mange opplever dem som mer tilgjengelige og engasjerende enn seriøse spill.



Les om [Global Conflicts](#)

Seriøse spill har ofte har et enklere uttrykk enn underholdningsspill.

Produksjonene gjennomføres med lavere budsjett og færre medarbeidere enn det som er vanlig i kommersielle produksjoner.

Nyhetspill har i tillegg kortere deadlines.



Mediebruk og spill / video

<http://ndla.no/nb/node/91376>

Nettsted om spill og spillforskning:

[Spillpikene.no](#)

# Spillertyper

Forfatter: Hans Petter Ellingsen, Ragna Marie Tørdal

[Spillertyper \(106727\)](#)



Mediebruk og spill / video

<http://ndla.no/nb/node/91376>

Alder og kjønn

Når vi skal analysere et spill, må vi også kunne si noe om spilleren. Det er en myte at den typiske spilleren er en nerdete tenåringsgutt som sitter inne og spiller hele dagen. Det finnes spillere av begge kjønn og i alle aldre.

Forskeren Nicky Yee's Daedalu har kartlagt spilleradferd og spillermotivasjon i ukompliserte online rollespill (MMO – *Massive Multiplayer Online*). Studien viser at gjennomsnittsalderen på MMO-spillere er nærmere 30 år. Jenter som spiller MMO, er oftere eldre enn gutter, og en større andel av spillere er voksne som jobber eller studerer.

Gruppering av spillere

Flere forskere har studert ulike spillertyper, valg av spill, spilleradferd og spillerkultur.



Huskelappen

**Det finnes spillere av begge kjønn og i alle aldersgrupper.**

**Bartle deler spillere inn i fire kategorier: utforskere, strebere, mordere og sosiale spillere.**

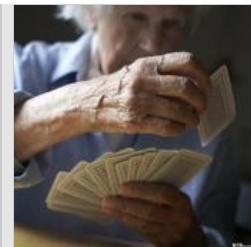
**Yee mener at spillere er oppatt av prestasjon, sosial samhandling og innlevelse.**

**Ny teknologi og nye medier skaper nye spillergrupper.**

Ressurser



Spill fasinerer mennesker i alle aldre. Barn på to år spiller i dag spill på iPad.



Som sagt, spill fasinerer mennesker i alle aldre!



World of Warcraft er eksempel på et spill som stimulerer fantasien og gir ulike spillertyper mulighet til å utfolde seg.



Nintendospillet Wii / video  
<http://ndla.no/nb/node/106759>



Mange causal-spillere slapper av med Tetris i pausen.

Forskeren **Richard Bartle** grupperer spillere ut fra hva som interesserer dem. Les mer:[Players Who Suit MUDs](#)

- **Achievers** (strebere)

"Streberne" er spiller som ønsker å mestre utfordringene i spillet best mulig og blir motiverte av konkurransen med andre spillere og reglene i spillet.

- **Explorers** (oppdagere)

"Oppdagere" er ikke så opptatt av å vinne. De er mer opptatt av å utforske og kartlegge spillets virtuell verden.

- **Killers** (mordere)

"Mordere" høres kanskje fryktelig ut, men dette er bare en betegnelse på spillere som liker å utfordre andre spillere og mestre spillet bedre enn andre.

- **Socialisers** (sosiale spillere)

"Sosiale" spillere er mer opptatt av å samhandle (interagere) med andre spillere enn de er av å interagere med selve spillet.

**Forskeren Nicky Yee's Daedalu project** viser at spillere drives av en mer nyansert og sammensatt motivasjon. Han peker på tre hovedmotiver. Les mer: [The Daedalus Project](#)

- **Prestasjon**

Progresjon – makt, akkumulasjon, status

Mekanikk – tall, optimalisering, maler, analyse

Konkurranse – utfordre andre, provokasjon, dominere

- **Sosialt samvær**

Sosialisering – chatting, hjelpe andre, treffen nye venner

Relasjon – personlig, få og gi støtte, utelevere seg selv

Teamwork – samarbeid, grupper, gruppeprestasjoner

- **Innlevelse**

Oppdagelse – utforske, mytologi, finne skjulte ting

Rolleespill – historie, karakterutvikling, roller, fantasi

Tilpasning – utseende, utstyr, stil, fargebruk

Eskapisme – avslapping, flukt fra virkeligheten, unngå virkelige problemer

## Ny teknologi og nye medier

En ny generasjon av konsoller har ført til store endringer i spillmarkedet. *Nintendo Wii* og senere *Playstation Move* og *Xbox Kinect* har endret både måten vi spiller på, og hvem som spiller konsollspill. Når vi spiller med disse nye konsollene, er vi i naturlig bevegelse. Denne formen for interaksjon appellerer til nye spillergrupper.

Begrepet *causal-spillere* brukes om spillere som går på tvers av sjangere og plattformer. I denne gruppa finner vi mange kvinner og eldre. Det engelske ordet *causal* betyr tilfeldig. Dette er spillere som spiller når de har en pause eller trenger et avbrekk. Spillene er derfor enkle og gir raske belønninger. Store aktører tilbyr nå slike spill via sosiale medier, som for eksempel Facebook.

# Slik analyserer du et dataspill

Forfatter: Hans Petter Ellingsen

[Slik analyserer du et dataspill \(114397\)](#)



## Huskelappen

### En spillanalyse bør si noe om:

- tittel, utgiver og år
- spillmekanikk
- spillbarhet
- leveldesign
- narrativ
- estetikk
- spilldesign

## Tips

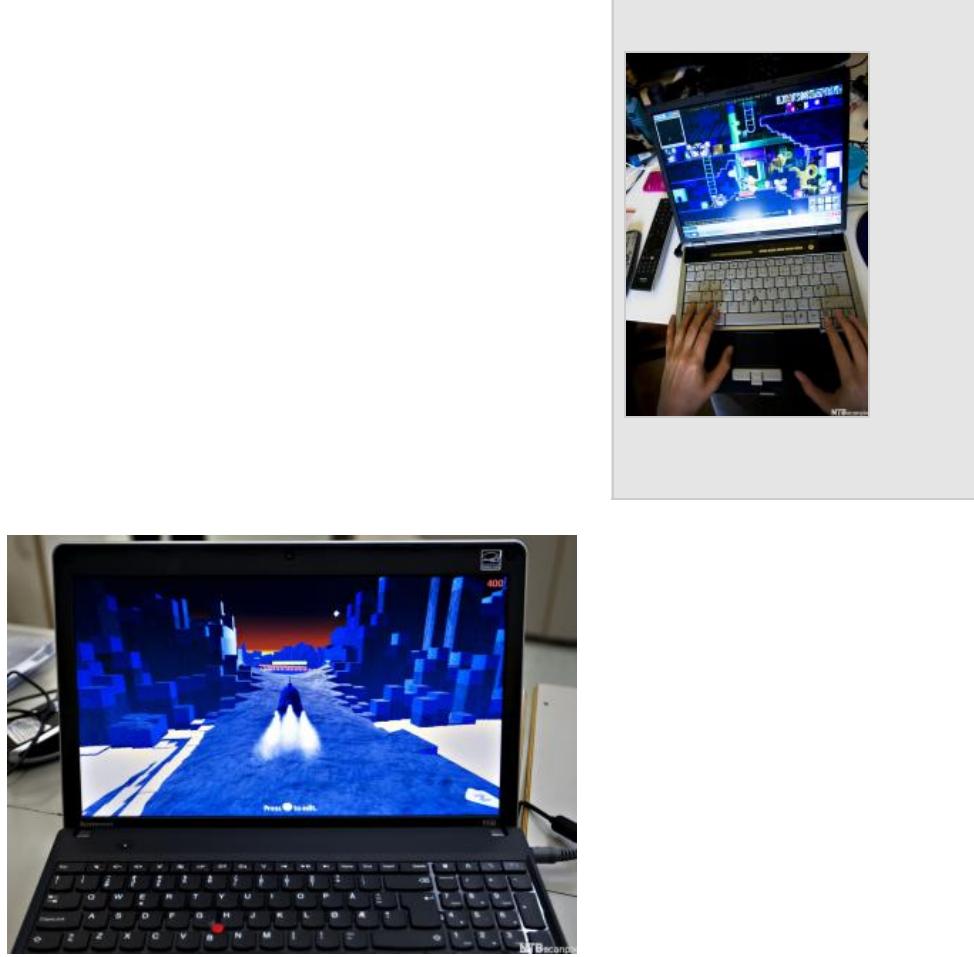
Det kan ofte være lurt å filme eller ta skjermbilder når du spiller, slik at du kan studere spillet mer i detalj etterpå.

Har du ikke tid til å gjennomføre hele spillet eller filme alt, kan du bruke en gjennomgang på YouTube eller lignende nettsteder.

Men husk at det alltid er best å ha spilt spillet selv, siden spillbarhet er noe som må oppleves, ikke bare observeres.

## Ressurser

MK-elevene ved Sentrum vgs. har laget en fin wiki om [dataspillanalyse](#).



## Framgangsmåte

Når vi analyserer spill, kan det noen ganger være vanskelig å vite hvor man skal begynne, eller hva man skal ha med av informasjon om spillet. I enkelte spill er det historien som er førende for spillet, andre spill er rene spillmekaniske spill, eller de har en abstrakt form.

Punktene nedenfor er ment som et utgangspunkt, ikke en mal. Det er viktig at du etter hvert lærer å stille egne analysespørsmål, og at du formidler resultatet av analysen på din egen måte.

### 1. Innledning

Gjør kort rede for tittel, utgiver, årstall, eventuell serierekkefølge osv.

### 2. Spillmekanikk

Beskriv spillets regler, grenser og hvordan man vinner eller taper spillet.

### 3. Spillbarhet

- Kontroller
- Balanse

### 4. Leveldesign

- Har spillet en åpen eller lukket struktur?
- I hvilken grad styres leveldesignen av historien?

### 5. Narrativ

- Handling
- Karakterer
- Miljøskildring

## 6. Estetikk

- Visuelt utrykk
- Fargebruk
- Lyd og musikk

## 7. Spilldesign

- Hvilken idé eller meningsytring ligger bak spillets form?
- Prøver spillet å si oss noe utover den konkrete handlingen?
- Er spillet balansert?
- Bygger spillet på eldre spill eller sjangerkonvensjoner?
- Hvilke spillertyper legger spillet mest til rette for?

# Oppgavesamling

## Analyser spillet Pac-Man

Forfatter: Hans Petter Ellingsen, Ragna Marie Tørdal

[Analyser spillet Pac-Man \(106720\)](#)



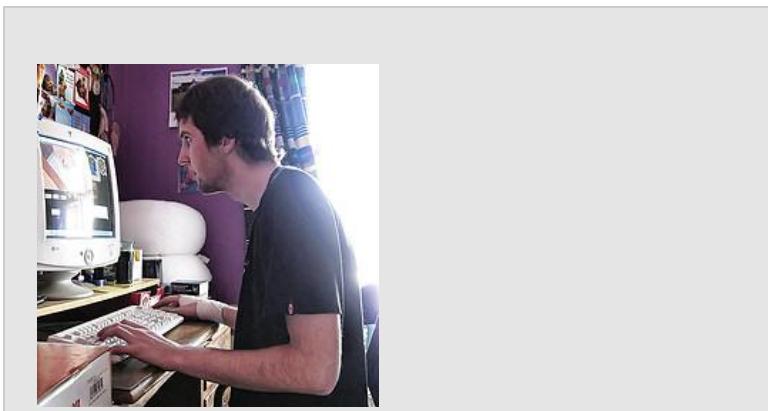
Tid  
1 time

Vanskegrad  
lett

Ressurser  
Den originale versjonen av spillet  
[Pac-Man](#)

[Wikipedia om Pac-Man](#)

Lykke til i labrynten!



### Arbeidsoppdrag

Spill Pac-Man og svar på spørsmålene.

1. Har spillet en historie? Beskriv de narrative elementene.
2. Beskriv spillets visuelle og auditive elementer (figurer, farger, lyder).

3. Hvilke regler gjelder i spillet?
4. Hvordan vinner man spillet?
5. Hvordan interagerer (samhandler) du som spiller med spillet?

# Analyser spillet September 12th

Forfatter: Hans Petter Ellingsen

[Analyser spillet September 12th \(104182\)](#)



Tid

1 time

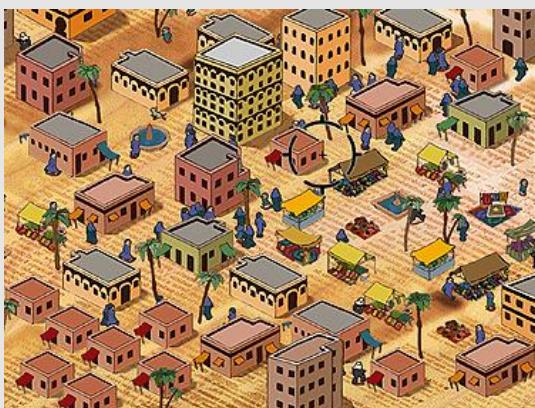
Vanskegrad

middels

Ressurser

[September 12th](#)

Spill gjerne spillet sammen to og to og diskuter spørsmålene i oppgaven mens dere spiller.



## Oppgave

Spill Gonzalo Frascas spill September 12th.

1. Beskriv spillets visuelle og auditive uttrykk.
2. Hvilke sjangerkonvensjoner tar spillet i bruk?
3. Hva er budskapet i spillet?
4. På hvilken måte formidles dette budskapet?
5. Tenk deg at det samme budskapet blir formidlet gjennom TV, radio eller avis. Hvordan skiller dette spillet seg fra tradisjonelle medier?



# Spill og spillertyper

Forfatter: Hans Petter Ellingsen, Ragna Marie Tørdal

[Spill og spillertyper \(106819\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

middels



## Oppdrag

Velg et spill med flere spillere (enten digitalt eller analogt).

1. Favoriserer spillmekanikken i dette spillet enkelte typer spillere?
2. Er spillet tilgjengelig for alle typer spillere, eller må man være viderekommende for å mestre spillet?
3. Er det et casual-spill? Hvorfor? Hvorfor ikke?
4. På hvilken måte lar spillet deg kommunisere med andre?
5. Legger spillet noen begrensninger på muligheten for kommunikasjon?
6. Hva er du selv mest fokusert på i dette spillet? Bruk teoriene til Bartle og Yee når du beskriver dine egenskaper som spiller.

# Analyser og vurder spillet Drivhuseffekten

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyser og vurder spillet Drivhuseffekten \(114892\)](#)



Tid

2 timer

Oppgaven kan inngå i  
et tverrfaglig prosjekt.

Vanskegrad

middels

Ressurser

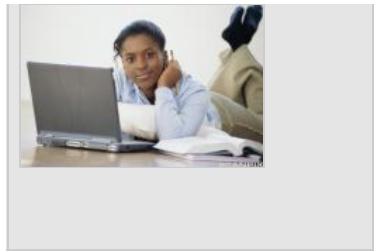
[Slik analyserer du et  
dataspill](#)

[Anmeldelse av  
dataspill](#)

[Naturfag om  
Drivhuseffektspillet](#)

Informasjon om  
spillets opphavsmann  
og publiseringssår  
finner du når du åpner  
"Om denne  
læringsressursen"  
nederst på  
sidevisningen.

[Kontakt  
naturfagredaksjonen](#)



### Drivhuseffektpillet / flashnode

<http://ndla.no/nb/node/4931>

Spillet om drivhuseffekten er laget for naturfag på NDLA.

#### Oppgave 1

Analyser spillet *Drivhuseffekten*.

- Hvilken sjanger tilhører dette spillet?
- Bygger spillet på eldre spill eller sjangerkonvensjoner?
- Hvem er målgruppen?
- Hva er hensikten med spillet?
- Beskriv spillets regler, grenser og hvordan man vinner eller taper spillet.
- Beskriv det visuelle uttrykket, og hvordan dette leder spilleren gjennom spillet.
- Hvilken idé eller meningsytring ligger bak spillets form?
- Prøver spillet å si oss noe utover den konkrete handlingen?
- Er spillet balansert?
- Hvilke spilltyper legger spillet mest til rette for?

#### Oppgave 2

Skriv en anmeldelse av spillet *Drivhuseffekten*.

I anmeldelsen tar du med en kortversjon av analysen. Deretter vurderer du sterke og svake sider ved måten spillet er utformet på, og i hvilken grad du mener det treffer målgruppen.

Send anmeldelsen til naturfagredaksjonen i NDLA, eller legg den inn som en kommentar på spillets nettside.

# Nettekster og nettstedsanalyse

## Hva er et nettsted?

### Nettsteder

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Nettsteder \(77375\)](#)

#### Kort historikk

Tidlig på 1990-tallet ble [World Wide Web](#) (verdensvennen) en tilgjengelig tjeneste på Internett. Siden den gang har bruken av Internett utviklet seg voldsomt. Før World Wide Web ble tatt i bruk, var nesten all informasjon på Internett rent tekstbasert. I dag kan vi finne både lyd, stillbilder, levende bilder og tekst formidlet på mange forskjellige måter. Informasjon deles heller ikke bare over World Wide Web, men også via fildelingsnettverk, nettbaserte spill, ulike meldingstjenester osv.

#### Nettsteder på 1990-tallet

I Webens barndom, fram til rundt 2000, var det fremdeles ganske klare skillelinjer mellom ulike typer nettsteder som hjemmesider, nettavisar, nettmagasiner, portaler, nettkataloger, fora og søkemotorer.

#### Nettsteder i dag

I dag er det langt vanskeligere å skille helt klart mellom de ulike typene. VG og Dagbladet for eksempel er fremdeles blant Norges største nettavisar, men nå er de mye mer enn bare dét. I tillegg til den rene nyhetsdelen har de også egne nettmagasiner, de tilbyr diskusjonsfora, de lar brukerne publisere sine egne blogger, og de har sosiale møtesteder for brukerne.

#### Brukarskapt innhold

Det blir dessuten stadig mer av det vi kan kalle brukarskapt innhold: blogger, diskusjonsfora, nettsamfunn, tjenester for deling av bilder, tekst, musikk og video. Alt dette er innhold som produseres og gjenbrukes av brukerne. Dermed forandres de tradisjonelle medienes rolle. De har ikke lenger monopol på å levere informasjon og underholdning, og brukerne er ikke lenger bare passive konsumenter. Spesielt unge brukere av nettmediene blir i stadig større grad selv produsenter av innhold.



#### Huskelappen

**I begynnelsen var all informasjon på Internett tekstbasert.**

**I dag er nettekster sammensatte tekster som består av skrift, bilder, lyd og levende bilder.**

#### Nettets barndom



TV-program om Internett fra 1990-årene.

Sammenlign de nettsidene som blir presentert i dette TV-programmet, med dagens nettsider.

# Hvordan beskrive et nettsted?

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Hvordan beskrive et nettsted? \(77376\)](#)

I dag kan ikke bare bedrifter og offentlige institusjoner, men også enkeltpersoner, lett produsere alt slags innhold på nettet. Skal vi beskrive et nettsted, er det derfor ikke tilstrekkelig å liste opp hva slags innhold vi finner der. Vi må også se på hvem det er som produserer og eier innholdet, hva som er formålet med nettstedet, og hvilken målgruppe det er beregnet på. Dessuten må vi vurdere kvaliteten på innholdet.

## Hvem produserer innholdet?

- Innholdet kan være produsert av privatpersoner, av offentlige institusjoner eller av bedrifter.
- Innholdet kan være produsert av enkeltpersoner, eller av mange enkeltpersoner som danner et kollektiv (fellesskap). Mange nettsteder har også profesjonelle redaksjoner bestående av journalister, fotografer, web-designere og så videre.

## Hvem eier nettstedet og innholdet?

- De som eier et nettsted, kan produsere innholdet selv, eller de kan ansette eller invitere andre til å bidra med innhold.

## Hva er formålet med nettstedet?

Vi skiller mellom kommersielle og ikke-kommersielle nettsteder.

- Formålet med kommersielle nettsteder er å markedsføre et produkt eller en tjeneste som kunden betaler for.
- Ikke-kommersielle nettsteder derimot, tar ikke betalt for bruk av innholdet.
- Mange nettsteder tilbyr brukerne gratis tjenester som finansieres gjennom reklame på nettsidene. Denne typen nettsteder kan vi kalle delvis kommersielle.
- Noen nettsteder skal først og fremst formidle informasjon, som for eksempel ulike slags leksikon og nettsteder drevet av offentlige institusjoner.
- Det finnes nettsteder som har nettkunst som formål.
- Noen nettsteder dekker fremfor alt sosiale behov hos brukerne.
- Portalen og søkmotorer samler innhold fra en rekke andre nettsteder med ulike egenskaper og formål.

## Hvem er målgruppen?

Noen nettsteder har klart avgrensede og nokså snevre målgrupper, mens andre henvender seg til store brukergrupper.



## Huskelappen

**Spørsmål du bør svare på når du skal beskrive et nettsted:**

- Hvem lager innholdet?
- Hvem eier nettstedet?
- Hva er formålet?
- Hvem er målgruppen?



## Oppgave

Velg et nettsted som du selv kjenner til, og presenter det for de andre i klassen.

Sørg for å få med deg de punktene som er nevnt i fagteksten.

# Nettets lange hale

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Nettets lange hale \(77377\)](#)

## Tekster får lengre levetid

Nettmediene har en unik mulighet til å utnytte tidligere produserte tekster. En gammel papiravis kan vi i beste fall finne på biblioteket, eller i avisens fysiske arkiv. Straks informasjonen er lagt ut på nettet, blir det imidlertid langt enklere å gjenbruke innholdet: Eldre artikler kan pekes til fra nye artikler om samme tema, artiklene kan kategoriseres og samles i oversikter, brukerne kan finne artiklene gjennom søk etc.

## Arkiv på nettet

Illustrasjonen i høyrespalten er hentet fra nettmagasinet D2 og viser hvordan noen arkivfunksjoner kan automatiseres: Både de sist skrevne artiklene og de artiklene som til enhver tid er mest lest, er tilgjengelige fra alle sidene på nettstedet – også om de allerede skulle ligge i arkivet.

## Søkemotorer finner innhold

Over tid vil brukerne stadig oftere hente en tekst direkte fra arkivet i stedet for å ta veien om nettstedets forside. Dette kommer av at brukeren vanligvis kommer til den aktuelle siden via en søkemotor, eller har fulgt en lenke fra et annet nettsted. Dette er nyttig for alle parter: Brukerne får tilgang til innholdet i lang tid etter at det er publisert, og utgiveren får dermed bedre muligheter til å tjene penger (ved å selge reklame). Det at artikler blir tilgjengelige i lang tid etter at de har blitt publisert, kalles ofte "nettets lange hale".

# Redaksjonelle nettsteder

## Redaksjonelle nettsteder

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Redaksjonelle nettsteder \(77417\)](#)

### Profesjonelle eiere og produsenter

Redaksjonelle nettsteder er vanligvis helt eller delvis kommersielle, det vil si at eierne ønsker å tjene penger på innholdet og tjenestene. De som produserer og publiserer (offentliggjør) innholdet på redaksjonelle nettsteder, er profesjonelle yrkesutøvere og har gjerne klart avgrenset fagfunksjoner, som journalist, tekstforfatter, fotograf, designer eller redaktør.

### Arbeidsdeling

De fleste redaksjonelle nettsteder på weben bruker en såkalt publisering løsning, et system der en kan legge inn tekst, bilder og andre elementer. De som lager innholdet, får ofte bare en begrenset tilgang til dette systemet. En journalist trenger for eksempel å kunne bearbeide tekst og legge inn bilder, men det er bare en designer som må kunne bytte ut grafiske elementer. Designeren på sin side trenger ikke tilgang til tekstene. Systemet kan også legges opp slik at ferdigstilt innhold bare kan publiseres av en redaktør.

### Redaksjonell kontroll

Når vi leser aviser, forutsetter vi at tekst og bilder har blitt kontrollert av journalisten og godkjent av en redaksjon, og at innholdet er til å stole på. Dette gjelder for både nett- og papiraviser. Men på Internett er kravet om å være raskt ute med informasjon så sterkt at det som oftest er samme person som både produserer saken og legger den ut på nettet.

På denne måten blir den redaksjonelle kontrollen med innholdet klart svekket. Særlig tydelig ser vi dette i nettavisenes diskusjonsfora: Mens papiravisene har redaksjonell kontroll med innholdet i leserinnlegg, har nettredaktørene frasagt seg det tradisjonelle redaktøransvaret når det gjelder diskusjonsforaene. Her må leserne reagere for at redaksjonen skal gjøre endringer på "uheldig" innhold.



Huskelappen  
**Redaksjonelle nettsteder har profesjonelle avsendere.**

Innholdet er godkjent av en ansvarlig redaktør.

**Eksempler:**

- Nettavis
- Nettmagasiner
- Bedriftsnetsider
- Organisasjonsnettsider



Nettavisen VG Nett er eksempel på et redaksjonelt nettsted.

# Nettaviser

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Nettaviser \(77490\)](#)

De første nettavisene kom i 1995. I programmet Mediemenerne fra 2004 kan du høre mer om nettavisenes historie i Norge.

## Redaksjonelt stoff

Nettavisene har blitt svært sammensatte medieprodukter. For å vise noe av utviklingen har vi valgt ut tre skjermbilder fra VG Nett. VG Nett er Norges største norske språklige nettavis og eies av Verdens Gang, som også gir ut Norges største papiravis. Det første skjermbildet viser en sak produsert av journalister og vurdert av redaksjonen på vanlig måte.

## Innhold skapt av leserne

Ser vi på selve utformingen av sidene med redaksjonelt innhold, skiller de seg lite fra innhold som er produsert av brukerne ( neste bilde). Slik er det ikke i papiraviser, der leserinnlegg har sine spesielle sider og en utforming som klart skiller dem fra redaksjonelt stoff. Innlegg på nettet har riktignok en del til felles med leserbrev i tradisjonelle aviser, men nettpublisering åpner også for helt nye bruksmåter. Det er dette VG Nett utnytter når de velger å fremheve noen innlegg på en forsiden – "Lesernes VG".

## Fra tekst til levende bilder

Det tredje skjermbildet viser hvordan nettavisen til dels fjerner seg fullstendig fra alt som minner om en tradisjonell trykt avis. Vi er fremdeles på VGs nettsider, men her får vi presentert videoklipp med intervjuer, reportasjer osv. i en form som minner om hvordan NRK og TV 2 presenterer sitt audiovisuelle innhold på nett. TV og avis, to publiseringssformer som en gang var klart skilt fra hverandre, møtes dermed på nettet.



## Huskelappen

**Moderne nettsteder inneholder både redaksjonelt stoff og stoff skapt av leserne.**

**Nettavistekster er sammensatte tekster.**



Eksempel på redaksjonelt innhold i VG Nett (klikk for større versjon).



Eksempel på leserkapt stoff i VG Nett.



VG Nett inneholder også levende bilder.

# Nettmagasiner

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Nettmagasiner \(77491\)](#)

## Hva kjenner et nettmagasin?

Nettmagasinene har et mer spesialisert innhold enn nettavisene. Innholdet skal dessuten ha lengre levetid enn vanlig nyhetsstoff. Tekstutforming og grafisk design er to andre punkter der nettavis og nettmagasiner skiller seg fra hverandre. Nettmagasinene har gjerne lengre reportasjer, og de bruker større ressurser på bildelegging. Magasinene forsøker også å opprette en mer gjennomgående designprofil, det vil si klare regler for hvordan tekst, bilder, farger og andre elementer skal brukes på sidene.

### D2 på nett og papir

D2 er Dagens Næringslivs magasinsatsing, der innholdet publiseres både i en papirversjon og på nett. Mens nettavisene publiserer nytt innhold straks dette er klart – altså uten noen tradisjonell deadline, vil magasinene som oftest ha en bestemt utgivelsesdato. D2 kommer i papirutgave om fredagene, og innholdet på nett kommer samtidig. På nett kan imidlertid brukerne komme med kommentarer i tillegg, og innholdet er tilgjengelig lenge etter at papirutgaven er ute av sirkulasjon.

### Faste maler for layout

Siden ovenfor er forsiden fra D2, mens siden nedenfor er en reportasje fra samme magasin. Legg merke til hvor like de to sidene er når det gjelder layout og grafiske virkemidler. Dette kommer av at nettavis og nettmagasiner nesten alltid bruker et malbasert publiseringssystem: De som har ansvar for design, layout og typografi, lager noen få faste maler som alle må bruke når de skriver og legger ut bilder og annet stoff. Journalistene kan stort sett bare påvirke sidens utseende gjennom valg av bilder. Da ender det med at alle sidene formmessig blir svært like hverandre. Vi finner faktisk større variasjon i layouten i papiraviser og -magasiner enn på nettet.

### Salon

Salon er et amerikansk nettmagasin. Magasinet er anerkjent for å levere et godt journalistisk produkt, men fordi det er et rent nettmagasin, har utgiverne hatt problemer med å tjene nok penger. Nettsidene oppdateres daglig, men ikke like kontinuerlig som i en ren nettavis, og innholdet hører klart hjemme i magasinsjangeren.



**Huskelappen**

**Innholdet i et nettmagasin er mer spesialisert enn innholdet i en nettavis.**

**Nettmagasinene inneholder lengre tekster og kvalitetsbilder.**

**Nettmagasiner har en gjennomgående designprofil.**

**Eksempler**



D2 er nettmagasinet til avisen Dagens Næringsliv.

Dagens Næringsliv utgir både papiravis, nettavis og nettmagasinet D2.

- [nettmagasinet D2](#)
- [nettavisen dn.no](#)

Salon er også et eksempel på en publikasjon som henvender seg til et internasjonalt publikum. På nettet spiller det jo ingen rolle om leserne befinner seg på den andre siden av jorda, språket er stort sett den eneste reelle begrensningen.

Magasinet er finansiert gjennom reklame, og fordi leserne kommer fra mange deler av verden, åpner dette for en del nye muligheter og utfordringer når det gjelder reklamefinansiering.

### Vox Publica

Vox Publica er et norsk nettmagasin som blir utgitt av Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen. Navnet Vox Publica er hentet fra latin og betyr "den offentlige stemmen". Dette magasinet er et eksempel på hvordan en organisasjon kan benytte nettet for å formidle et innhold de mener er viktig, uten at de er nødt til å bruke mye penger. Skulle dette magasinet vært gitt ut i papirformat, ville trykking og distribusjon kostet mye.

Sammenlign de to nettpublikasjonene. På hvilken måte skiller nettmagasinet *D2* seg fra nettavisen *dn.no*?



Salon er et amerikansk nettmagasin.



Nettmagasinet Vox Publica utgis av Universitetet i Bergen.

# Bedriftsnettsted

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Bedriftsnetsider \(77492\)](#)

## Informasjon, salg og kundestøtte

Det finnes knapt noen bedrift eller organisasjon i dag som ikke har sine egne nettsider. I de fleste tilfeller brukes denne til presentasjon av bedrift, ansatte og produkter, men den kan også inneholde funksjoner for salg og kundestøtte. Denne typen nettsider kan noen ganger likne på nettmagasiner rent utseendemessig, men åpner sjeldent for brukermedvirkning: Bedriftene vil vanligvis ha full kontroll med det som publiseres.

Vi skal nå se nærmere på tre nettsider for bedrifter, som alle er ganske forskjellige når det gjelder innhold og form:

### Sør-Norge Aluminium AS

Sør-Norge Aluminium presenterer seg på en svært ryddig måte, kanskje litt kjedelig, med fokus på det rent informative. Dette kommer nok av at bedriften henvender seg til en ganske smal målgruppe. De aller fleste som besøker Sør-Norge Aluminiums nettsider, vil være personer som er på jakt etter bestemt informasjon om bedriften.

### StatoilHydro

Nettsidene til StatoilHydro henvender seg til en langt bredere målgruppe, og utgiverne regner tydeligvis med at mange av brukerne vil være interessert i andre ting enn rene faktaopplysninger om selve bedriften. Derfor presenteres innholdet i en form som til forveksling likner et nettmagasin. StatoilHydro innser at de på mange områder er en betydelig samfunnsaktør, og de bruker nettsidene bevisst for å presentere og informere om ulike saker som kan ha allmenn interesse.

### Think!

Det siste eksemplet er nettsiden til den norske elbilprodusenten Think!. Også her vektlegges andre sider enn den rene bedriftspresentasjonen. Vi må faktisk lete grundig for å finne lenker til informasjon om bedriften i det hele tatt.

Think! har et konkret produkt å selge, og i dette tilfellet har bedriften valgt å legge form og innhold tett opp mot en ren reklameside. Det mest opplagte salgsargumentet ville nok vært at elbilen er en miljøvennlig transportløsning. Men i stedet knyttes bilen til en urban og "kul" livsstil som mange ønsker seg. Dette understrekkes gjennom både grafiske virkemidler, animasjoner og lyd.



## Huskelappen

### Formålet med bedriftenes nettsider:

- presentasjon av bedriften
- presentasjon av produktet
- salg
- kundestøtte

## Eksempler

Klikk for å se stor versjon av nettsidene:



SørNorge-nettsiden til Sør-Norge Aluminium AS.



StatoilHydros nettside.



Nettsiden til elbilen Think!



# Organisasjonsnettsted

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Organisasjonsnettsider \(77494\)](#)

**Private og offentlige organisasjoner bruker forskjellige presentasjonsmåter på sine nettsider. Her er tre eksempler på organisasjoner som har valgt ulike løsninger:**

## Norsk Form

Norsk Form bruker svært sparsommelige virkemidler for å fortelle hva nettsiden faktisk handler om. Derfor må de som kommer til denne nettsiden for første gang, bruke litt ekstra tid for å orientere seg. Effekten med at det dukker opp informasjon om de ulike menyvalgene når pekeren føres over menyen, gjør det lettere å få en oversikt over innholdet på nettstedet.

Vi må likevel anta at Norsk Form først og fremst ønsker å henvende seg til brukere som allerede er kjent med hva slags innhold de kan forvente å finne på nettsidene.

## Trondheim kommune

Nettsidene til Trondheim kommune illustrerer hva som kan skje når avsenderen forsøker å fortelle mye på en enkelt nettside. Brukerne av denne nettsiden er kommunens innbyggere. For dem er det viktig raskt å finne fram til den informasjonen eller tjenesten de er på jakt etter. På denne nettsiden er det estetiske av underordnet betydning. All vekt er lagt på funksjonalitet og brukervennlighet.

## Vålerenga fotball

Ingen som besøker nettsiden til Vålerenga fotball, skal være i tvil om hva den handler om. Både fargebruk, logoer og bilder er i samsvar med det brukerne kan forvente å finne, og både design og innhold spiller uhemmet på brukernes følelser.

Nettsiden har en klart definert målgruppe og inneholder informasjon og tjenester som supportere etterspør. Dette er også den eneste av de tre nettsidene som har tatt i bruk levende bilder i form av egen web-tv. En annen effekt er telleren som teller ned minutter og sekunder til neste fotballkamp.



## Huskelappen

**Nettdesignet forteller mye om avsenderen og hva som er formålet med nettsiden.**

## Eksempler

Klikk på bildene for å se sidene i stor versjon.



Nettsidene til Norsk Form.



Nettsidene til Trondheim kommune.



Nettsidene til Vålerenga fotball.

# Kollektive nettsteder

## Kollektive nettsteder

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Kollektive nettsider \(77421\)](#)

### Mange bidragsytere

Det som kjennetegner kollektive nettsteder, er at innholdet blir produsert av mange bidragsytere i fellesskap. De som bidrar på kollektive nettsteder, blir ikke navngitt, i motsetning til tekstforfattere på redaksjonelle nettsteder, som alltid nevnes i en egen by-line.

### Wikipedia

Nettleksikonet Wikipedia er et typisk eksempel på hvordan mange bidragsytere går sammen om å produsere og vedlikeholde en innholdsressurs. Ordet Wikipedia er en sammensetning av det hawaiiske ordet *wiki* (som betyr "rask", "hurtig") og det greske ordet *encyklopedi* (som betyr "i en sirkel av læring"). I nettsammenheng brukes ordet *wiki* om en informasjonsressurs der alle kan redigere innholdet.

Wikipedia blir utgitt av en ideell organisasjon, Wikimedia Foundation i Florida i USA. For noen år siden sa grunnleggeren av Wikipedia, Jimmy Wales, at målet var «å skape og utgi en så god som mulig, gratis, flerspråklig encyklopedi til alle verdens mennesker på deres eget språk». Siden den gang har Wikipedia blitt et av de mest brukte referanseverkene på Internett, og bruken vokser fortsatt kraftig. Den første norske versjonen av Wikipedia ble opprettet i 2001, mens den nynorske utgaven ble opprettet i 2004.

### Norsk nettleksikon under utvikling

Som et resultat av Wikipedia-suksessen valgte også det norske nettleksikonet *Store norske leksikon* å basere seg på en modell der brukerne selv kan skrive og redigere fagartikler. Bak dette prosjektet står Det Norske Videnskaps-Akademiet (DNVA), Institusjonen Fritt Ord (IFO), Nasjonalbiblioteket (NB), Norsk faglitterær forfatter- og oversetterforening (NFF), Sparebankstiftelsen DnB NOR og universitetene.

### Kollektive nettsteder i vekst



### Huskelappen

**Kollektive nettsteder  
har innhold som er  
produsert av  
brukerne i  
fellesskap.**

**Den første norske  
versjonen av  
Wikipedia ble  
opprettet i 2001.**



### Eksempler



Store norske leksikon (klikk for å se nettsiden i full størrelse).

### Digitalt fortalt



**Kollektive  
nettsider /  
fagstoff**

Stadig nye kollektive nettsteder oppstår på Internett. Et eksempel er *lokalhistoriewiki.no* som drives av Norsk lokalhistorisk institutt (NLI). Artikler skrives og bilder lastes opp av frivillige med interesse og kompetanse innen de områdene wikien dekker, og både faghistorikere og amatører er velkomne som bidragsytere.

<http://ndla.no/nb/node/77>

421

Et annet eksempel er nettstedet *Digital fortalt* der brukerne kan publisere kulturminner i form av bilder eller digitale fortellinger.

# Wikipedia som eksempel

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Wikipedia som eksempel \(77496\)](#)

## Et uavhengig nettsted



Nettleksikonet Wikipedia er et typisk eksempel på hvordan mange bidragsytere går sammen om å produsere og vedlikeholde en innholdsressurs. For å forstå mer av hvordan kollektiv innholdsproduksjon fungerer, skal vi kikke nærmere på nettopp dette nettstedet.

Som eksempel bruker vi en av de norske Wikipedia-artiklene. Den handler om den amerikanske fotografen Dorothea Lange.

Før vi kommer inn på selve artikkelen, kan det være verd å merke seg banneret øverst på siden: "Du kan hjelpe Wikipedia å forandre verden!" Klikker du på dette banneret, kommer du til en side der det bes om donasjoner. Wikipedia er nemlig finansiert av penger som enkeltbrukere gir til prosjektet. Derfor kan prosjektet bevare sin uavhengighet, noe som er viktig for et nettsted som skal presentere så korrekt og objektiv informasjon som mulig.

## Pålitelig informasjon?

Alt innhold på Wikipedia er lagt inn av frivillige brukere. Hvem som helst kan legge inn informasjon om hva som helst, noe som har fått mange til å være skeptiske til Wikipedia som en troverdig kilde. I flere år ble ikke Wikipedia ansett som en kilde som man kunne referere til i et skolearbeid. Dette er i ferd med å forandre seg. Kvaliteten på innholdet i Wikipedia er nemlig forbausende bra, ofte like bra som i det anerkjente bokleksikonet Encyclopedia Britannica, i hvert fall når det gjelder oppføringer om vitenskap.

Men uansett må vi huske at alle kilder av og til innholder feil. Å basere seg på bare én kilde er derfor risikabelt, uansett om informasjonen finnes på nett eller papir.

## Retten til å bruke innholdet

The logo for Medieuttrykk, featuring a circular graphic and the text "MEDIETTRYKK".

### Ressurser

A black and white photograph of a woman, identified as Migrant Mother, resting her chin on her hand. She is surrounded by other people, possibly her family, in a moment of quiet exhaustion or despair.

Dette fotografiets, tatt i 1936 og kjent under tittelen Migrant Mother, er trolig det mest kjente bildet tatt av Dorothea Lange.

[Wikipedia-artikkel om Dorothea Lange](#)

### Les mer

Les artikkel i forskning.no

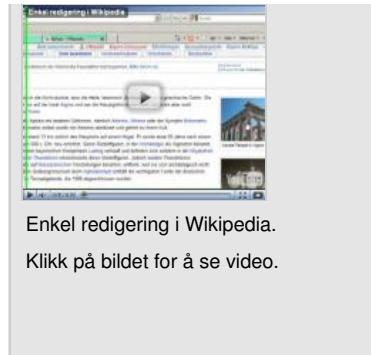
[Wikipedia tar igjen bokleksikon](#)

The Creative Commons logo for "Some Rights Reserved", showing the letters "CC" and the text "SOME RIGHTS RESERVED".

Innhold på Wikipedia kan deles innenfor ulike lisensregimer:

[Delingskultur og opphavsrett](#)

Nederst på alle sidene i Wikipedia står det noe viktig: "All tekst er tilgjengelig under GNU Free Documentation License. Se Wikipedia: Opphavsrett for detaljer." Den første lenken fører oss til en lisens (brukstillatelse) på engelsk. Licensen gir oss lov til å bruke både tekst og bilder gratis til de fleste praktiske formål. Uten en slik (eller liknende) tillatelse kan vi ikke fritt bruke innholdet.



Enkel redigering i Wikipedia.  
Klikk på bildet for å se video.

At Wikipedia gir oss lov til å bruke innholdet i sin helhet, betyr selvsagt ikke at vi kan kopiere alt innholdet og for eksempel levere dette som en egen besvarelse. I en skriftlig besvarelse må vi alltid referere skikkelig til kilden vi har brukt. Dette gjelder uansett om vi bruker Wikipedia eller andre informasjonskilder. Hvordan vi oppgir kildene på korrekt måte, kan du lese om i kapitlet om kildebruk.

### Endringer på Wikipedia-sidene

Etter hvert som tiden går, vil de fleste tekstene på Wikipedia forandres. Brukeren som la inn den opprinnelige versjonen, kommer kanskje tilbake og gjør noen endringer, eller andre brukere kommer til med sine korrigeringer og tillegg.

I denne sammenheng er historikk-funksjonen i Wikipedia svært nyttig: På alle sider kan vi se når de forskjellige versjonene ble lagt inn. Noen ganger står det et brukernavn i forbindelse med endringen. I så fall er det en pålogget bruker som har endret teksten. Andre ganger står det bare et IP-nummer (en adresse til en datamaskin). Da er endringen gjort av en bruker som ikke er pålogget.

### Korrekt referanse

Som sagt kan en artikkel på Wikipedia være i stadig forandring, og dette brukes ofte som et argument mot Wikipedia som kilde. Denne kritikken skyldes nok at mange ikke vet hvordan Wikipedia fungerer. De klarer derfor ikke å lenke og referere skikkelig. Wikipedia har nemlig funksjoner som gjør det svært enkelt å lenke til en bestemt versjon av en artikkel. Dette er såpass viktig at vi beskriver framgangsmåten litt mer detaljert:

Alle artikler i Wikipedia har en kolonne til venstre. Her finner du blant annet to lenker: "Permanent lenke" og "Siter denne artikkelen".

#### 1. "Permanent lenke"

Den permanente lenken kan brukes til å lenke til den versjonen av artikkelen som du ser i nettseseren. Dersom det senere blir gjort endringer i artikkelen, vil lenken fremdeles gå til den versjonen som du så da du laget lenken. Den permanente lenken kan du bruke dersom du refererer i et digitalt dokument:

"Fotografiet med tittelen 'Migrant Mother' er trolig Dorothea Langes mest kjente bilde." (Wikipedia, 2007)

Dersom du har flere referanser til Wikipedia eller en annen kilde i samme tekst, kan du skrive (Wikipedia, 2007a), (Wikipedia, 2007b), osv. I eksemplet ovenfor er referansen lagt inn som en hyperlenke. Alternativt kan du bruke metoden nevnt under punkt 2 nedenfor.

#### 2. "Siter denne artikkelen"

Klikker du på denne lenken, kommer du til en side som viser bibliografiske data. Disse skal du bruke når du refererer til en artikkel som du har brukt som kilde. Hvordan du fører opp informasjonen, blir gjerne opp til læreren din, men med "APA-stil" blir referansen til artikkelen seende slik ut:

Det finnes mange måter å referere på, og du kommer godt i havn dersom du får med artikkelen forfatter (gjelder ikke for Wikipedia, hvor det jo ikke finnes én forfatter), tittel på artikkelen, når den ble skrevet, datoen da du leste siden og hentet referansen, og nettadressen til akkurat denne versjonen av artikkelen.

### Redigering er enkelt

I Wikipedia er det svært enkelt å redigere en artikkel. Selv brukere som ikke er pålogget, kan legge inn eller endre en artikkel. Fordelen med dette er at terskelen for å legge inn eller korrigere informasjon blir svært lav. Dersom vi er inne på en artikkelside, kan vi raskt korrigere eller supplere den ved å klikke på "Rediger". Samtidig er det også svært enkelt å gå tilbake til en tidligere versjon.

Derfor er det ikke så mye hærverk på Wikipedia. Om noen legger inn gal informasjon eller ødelegger det som allerede ligger der, blir dette raskt oppdaget, og det kan fjernes på en svært enkel måte. Å gjøre hærverk på Wikipedia har dermed liten effekt og blir bare dumt.

### Å respektere andres tekster

Når vi er inne og redigerer en artikkel på Wikipedia, står det noe viktig nederst på siden: "Legg aldri inn tekst som er beskyttet av andres opphavsrett, uten deres tillatelse!" Hva betyr dette?

Som nevnt tidligere har all tekst på Wikipedia en lisens som gjør at den kan gjenbrukes fritt. Det betyr at en bruker kan hente en tekst fra en annen språkversjon og oversette den til norsk uten noen juridiske problemer. Eksemplet vårt, artikkelen om Dorothea Lange, begynte med en oversettelse av den engelske utgaven.

Dette kan vi imidlertid ikke gjøre med en hvilken som helst tekst vi finner på nettet. Åndsverkloven gir enhver tekstprodusent rettigheter, og vi kan ikke kopiere tekster ordrett annet enn når vi siterer korte utdrag. Vi kan skrive om en tekst, men uansett må vi oppgi kildene vi har brukt.

## Personlige nettsteder

### Personlige nettsteder

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Personlige nettsider \(77466\)](#)

Fra hjemmeside til weblogg

Personlige nettsteder er som oftest ikke-kommersielle. De rene hjemmesidene, det vil si nettsider med personlig innhold som sjeldent blir oppdatert, finnes det ikke så mange av lenger. I dag har blant annet webloggene (bloggene) overtatt, der innholdet oppdateres mye oftere.

De aller fleste privatpersonene som publiserer på nettet, benytter et publiseringssystem som er driftet av en profesjonell aktør. I noen tilfeller koster dette litt penger, men svært ofte er det helt gratis for brukerne. De som har ansvaret for selve tjenesten, tjener da penger på andre måter, for eksempel i form av annonser eller donasjoner (gaver) fra fornøyde brukere.

Lett å publisere

Det å publisere innhold på weben har blitt svært enkelt. Hvem som helst kan starte en blogg eller laste opp videoer på et av de mange gratisnettstedene. Eksempler på gratis blogger er blogg.no, vgb.no, blogger.com, wordpress.com. Gratis videotjenester får en på youtube.com, video.google.com, metacafe.com, snutter.no, 2play.no med flere.

Selv om det er mulig å legge ut hva som helst på disse nettstedene, må vi alltid vurdere på forhånd om det er greit at hele verden får se eller lese om hva vi har gjort i privatlivet vårt. Er innholdet først offentliggjort, har vi lite kontroll med hvem som får tak i informasjonen seinere.



Huskelappen

**Personlige nettsider**

**har ikke-  
profesjonelle  
avsendere.**

**På personlige  
nettsider ligger  
redaktøransvaret  
hos den som  
publiserer innholdet.**

Les mer

Det finnes mange  
eksempler på hvordan  
innhold produsert av  
enkeltpersoner har fått  
uheldige  
konsekvenser.

[– 15-åringen føler seg  
uthengt som skyldig](#)

# Profilsider

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Profilsider \(77499\)](#)

## Profilsider som sjanger

Profilsiden er en sjanger som ligger et sted mellom nettdagboka (som oppdateres ofte) og hjemmesiden (som oppdateres relativt sjeldent). Vi skal her se på nokså forskjellige profilsider.

## Profilsider som del av et personlig nettsted

Det første eksemplet er en del av et komplett personlig nettsted som også inneholder en weblogg, fotoalbum, gjestebok, lenkesamling, osv. Denne siden er skrevet på en måte som viser at den oppdateres ofte, noe som også understrekkes av overskriften "Akkurat nå", der det listes opp en rekke aktuelle aktiviteter.

## Profilsider på Piczo

Det neste eksemplet er laget ved hjelp av tjenesten Piczo og har mer karakter av hjemmeside. I dette tilfellet inneholder siden en del grafiske elementer som vi kan regne med er nokså faste: et stort bilde av den som eier siden, noen lenker til undersider, og "Russ 2008" satt med stor skrift.

Siden inneholder imidlertid også en gjestebok som blir oppdatert med jevne mellomrom. På den måten får de som kjenner denne personen, en grunn til å kikke innom siden. Her handler det likevel mest om en dialog mellom kjente, noe som ikke har særlig interesse for andre.

## Privat og offentlig samtidig

Mange slike profilsider inneholder en rekke opplysninger om dem som eier sidene. Sidene er både private og offentlige på samme tid: Mange av opplysningsene og tekstene – dikt, frustrasjoner, meninger, bilder og videoklipp – ville vi ellers bare få innblikk i dersom vi kjenner den personen det gjelder, svært godt.

Samtidig er innholdet tilgjengelig for alle som har tilgang til nettet. Sidene kan kanskje være vanskelige å finne fram til, men straks noen har nettadressen, ligger alt innholdet helt åpent. Også folk vi ikke vil skal vite noe om oss, kan ha tilgang til sidene våre. Å vite hva man kan fortelle, og hvordan, er faktisk en ganske vanskelig øvelse.



**Huskelappen**

**Profilsider er en nettsjanger som ligger mellom nettdagbok og personlig hjemmeside.**

**Personlige nettsider er både offentlige og private.**

**Eksempel 1**



Profilsider eksempel 1. Klikk for å se stor versjon av siden.

**Eksempel 2**



Profilsider eksempel 2. Klikk for å se stor versjon av siden.

# Hva er en blogg?

Forfatter: Jostein Saakvitne, Mediesentret ved Høgskolen i Bergen, Kristin Eriksen Vold, Ragna Marie Tørdal  
[Hva er en blogg? \(46103\)](#)

Fakta om blogging / video  
<http://ndla.no/nb/node/84791>



Bloggen er en sjanger som i begynnelsen bare inneholdt tekst og lenker. Sjangeren kan beskrives som en slags dagbok på nett, men inneholder også rester av sjangere som brev, skolestil og fotoalbum. I de siste årene har bloggene blitt mer sammensatte, og i dag inneholder de ofte video og interaktive objekter, som brukerne lager og deler ved hjelp av andre nettjenester.

Ordet blogg oppsto på slutten av 90-tallet. Det er sammensatt av det engelske web og log. De første bloggene var "lenkeblogger", som samlet pekere til steder på nettet, men utviklet seg raskt til en mer personlig sjanger der bloggerne ga uttrykk for egne meninger og følelser. I dag finner du alt fra Marits svært personlige dagbok til kjente politikere som skriver om og kommenterer verdensbegivenheter som de selv deltar i. Men den personlige tonen er beholdt, selv om en blogg kan ta opp alvorlige tema som kan ha betydning for mange mennesker.

De fleste bloggere ønsker tilbakemeldinger og kommentarer på det de skriver, og bloggene er derfor som oftest utstyrt med kommentarfelt. Du oppretter gjerne en blogg for å få kontakt med andre, knytte deg opp mot andres blogger og "snakke" sammen på nettet. Dette er tjenester som Facebook og Twitter nå i stor grad har overtatt, og derfor er det enkelte som mener at bloggen gradvis vil forsvinne som sjanger.

Bloggen fungerer alt fra det å være utløp for den enkeltes uttrykksbehov, dele tanker og følelser med andre, til å være et viktig politisk verktøy med stor betydning for politiske saker og valg.

Utfordringen er å gjøre seg synlig og bemerket, for ellers forsvinner bloggen din blant millioner andre. Derfor ligger det i dag mange "døde blogger" på nettet, og som ikke lenger blir oppdatert.



Huskelappen

**En blogg er en personlig nettekst.**

**Utfordringen er å gjøre seg synlig på nettet slik at teksten kommuniserer med andre.**

Skoleblogger

[Leif Harbos blogg](#)

[Marita Aksnes blogg](#)

[Ingunn Kjøl Wigs blogg](#)

[Sol Låstads blogg](#)

Digitalt



Tips

[15 idiotiske feil begått av bloggere](#)

[Bloggeksperten](#)

# Videoblogger

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Videoblogger \(77500\)](#)



Bloggeren Thomas / video

<http://ndla.no/nb/node/77943>

YouTube handler først og fremst om å publisere videoer. Likevel har sidene også mange trekk som minner om blogger. Derfor kan vi kanskje kalte dem for videoblogger.

Lonelygirl15

Videobloggen vi har valgt som eksempel, er spennende fordi den ble startet av noen som kalte seg Lonelygirl15, tilsynelatende en jente på 16 ved navn Brie, som jevnlig postet video-opptak der hun fortalte om episoder fra sitt eget liv. Videoene var gode, fortalte personlige historier og fikk raskt svært mange seere.

Etter hvert viste det seg imidlertid at Lonelygirl15 slett ikke var en ung jente som satt på rommet og postet videoer på YouTube. Bak navnet skjulte det seg en rekke personer. Ifølge New York Times satte de det hele i gang fordi de "just wanted a film deal".

Fiksjon eller virkelighet?

Lonelygirl15 kunne godt vært 16-åringen Bree, for på nettet er det aldri enkelt å skille mellom dem som oppgir sin rette identitet, og dem som bløffer. Bløff er kanskje ikke det riktige ordet, i alle fall ikke når det gjelder Lonelygirl15. Både effektiv markedsføring og fiksionsfilm er på mange måter like dekkende betegnelser på disse videoopptakene – alt handler om å vise en regissert virkelighet.

Uansett er det opp til oss som leser å være kritiske, enten informasjonen presenteres av en "troverdig" kilde eller av ukjente personer. Det fine med nettet er nettopp at det er mange som er interesserte og mistenksomme, slik at vi faktisk har ganske gode muligheter til å kontrollere om noe er basert på fakta eller ikke.



Huskelappen

**En videoblogg er en personlig nettekst i form av levende bilder.**

**Hvem som helst kan publisere videoblogger på nettsteder som YouTube og Vimo.**

**Noen videobloggere opptrer som spesielle rollefigurer.**

Ressurser

[The New York Times om Lonelygirl15](#)

Eksempler

Se Emelies videoblogg:

[This is my life](#)

Parodi på videoblogg fra programmet *Torsdag kveld fra Nydal* på TV 2.



## **Videoblogger / fagstoff**

[http://ndla.no/nb/node/77  
500](http://ndla.no/nb/node/77500)

Hvilke tanker gjør du  
deg om videoblogging  
etter å ha sett Tina og  
Bettinas videoblogg?

# Reklame og salg på nettet

## Reklame og salg på nettet

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Reklame og salg på nettet \(77468\)](#)

### Reklame og salg på nett

Nettsteder som er opprettet av noen som har et produkt de skal selge, kan vi definere som reklamenettsteder. Slike nettsteder har mye til felles med tradisjonelle annonser og brosjyrer. Interesserte kunder kan få en rekke forskjellige opplysninger om et produkt, men de kan ikke nødvendigvis bestille det direkte slik som i en nettbutikk.

Reklamenettstedene kan selvsgart få en rekke tilleggsfunksjoner. For eksempel er det ganske vanlig å tilby egne sider med kundestøtte og muligheter for netthandel, eller å gi tilgang til nettsamfunn og andre tilbud som først og fremst har en sosial funksjon. Sist, men ikke minst, finnes det også nettsteder som først og fremst fungerer som nettbutikker.

### Bik Bok

Bik Bok koncentrerer seg om å presentere de produktene som selges i butikkene, og de gjør dette på samme måte for alle landene der de er representert. Merkevarebyggingen knyttes dermed direkte til klærne.

Men et firma som Bik Bok jobber vanligvis også med andre former for markedsføring på nettet. Moteklær er et typisk eksempel på varer med kort levetid, og en bedrift som må forholde seg til et marked der trendene skifter hele tiden, lager ofte såkalte mikronettsteder som profilerer spesielle produkter i en kort periode. Disse nettsteder kan være helt atskilt fra selve hovednettstedet.

### Hennes & Mauritz

Hennes & Mauritz endrer utseendet på nettstedet sitt ganske ofte. Hver gang en ny kolleksjon introduseres, får også nettstedet et helt nytt utseende. Hennes & Mauritz konkurrerer om mange av de samme kundene som Bik Bok, men bruker litt andre virkemidler. Også på dette nettstedet profileres klærne, men her finner vi i tillegg muligheter for brukeraktivitet.



### Huskelappen

**Et reklamenettsted  
er et kommersielt  
nettsted. Formålet er  
å selge et produkt.**

**Reklamenettsteder  
kan også tilby  
kundestøtte. Noen  
fungerer også som  
nettbutikk.**



Nettsiden til Bik Bok.

Nettsiden har hovedfokus  
på produktet, men du får  
også lov til å følge Fay og  
Eleni "behind the scenes".  
Klikk for å se større  
versjon.



Nettsiden til Hennes &  
Mauritz. Klikk for å se  
større versjon.

Brukerne kan blant annet stemme på de plaggene de liker, og de kan motta informasjon via SMS. Det finnes også en egen videodel og blogger der en kan møte det som tilsynelatende er vanlige H&M-kunder. På denne måten får brukeren følelsen av å være en del av "H&M-familien". H&M fører også inn et etisk aspekt med videoen *Fashion against AIDS*.

### Bruk av dataspill i markedsføringen

Hos Hennes & Mauritz finner vi også et markedsføringstiltak som en ser stadig mer av, nemlig en kobling mot et dataspill. H&M har fått laget egne versjoner av det populære spillet Sims 2. Spillet promøtes på nettsidene til H&M og selges på samme måte som andre typer Sims-spill.

[Fashion Against AIDS](#)  
[-- H&M Fashion Video](#)



Sims 2 er et virtuelt  
nettspill som reklamerer  
for Hennes & Mauritz.

[Sims 2 Fashion](#)  
[runway](#)

# DJuice

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[djuice \(77504\)](#)



Den internasjonale nettsiden til djuice. Siden er utformet som en avgangshallen på en flyplass. Herfra kan man ta fly til alle land der djuice finnes. Klikk på bildet for å åpne nettsiden.

## Hva er djuice?

Djuice er et produkt fra Telenor, med tilhørende nettsteder. Telenor er et selskap som selger sine produkter i flere land, og vi finner derfor dette merkenavnet profilert på en nettside rettet mot en flernasjonal målgruppe (se [djuice.com](http://djuice.com)). Fra denne siden kan vi igjen gå videre til forskjellige nettsider rettet mot de enkelte landene hvor djuice selges.

Telenor har laget et nettsted ([djuice.no](http://djuice.no)) der de legger vekt på saklig informasjon. Dette nettstedet fremstår som ganske tradisjonelt og retter seg mot en bredest mulig målgruppe.

## Et komplisert nettverk

Djuice.com er et komplisert nettverk av ulike nettsteder. Nettstedene er delvis koblet sammen og presenterer dessuten noen av de samme tjenestene til kunder i forskjellige land. Nettsidene for de enkelte landene kan derimot ha veldig ulik oppbygning, og innholdet kan presenteres på nokså forskjellig vis.

De norske og ungarske nettsidene ovenfor er svært informative, med vekt på produktinformasjon, salg og brukerstøtte, mens nettsidene for Pakistan har en rekke egenskaper som kan minne om et spill. Selve hovedsiden til djuice.com har klare likhetstrekk med fjernsyn, noe som understrekkes av den unge kvinnen som kommer inn i bildet og snakker direkte til brukerne.

MEDIUTTRYKK

### Ressurser

Nettsiden til djuice Norge.  
Klikk for å åpne nettsiden.

Det er stor forskjell på den norske og den pakistanske nettsiden til djuice:

Nettsiden til djuice Pakistan.  
Klikk på bildet for å åpne nettsiden.

Studer innholdet på disse to nettsidene. Hvorfor er de så ulike?

Djuice tar også i bruk sosiale medier. Blant annet har selskapet en egen kanal på YouTube. Her er humor et viktig virkemiddel.

[djuice videokanal](#)

# **Belik**

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Belik \(77505\)](#)

## Fiktive univers

Djuice har også et annet nettsted ([visitbelik.com](http://visitbelik.com)) som er rettet mot det norske markedet. Visitbelik har en helt annen profil enn hovednettstedet. Her har et reklamebyrå rett og slett diktet opp en hel verden rundt det fiktive stedet Belik, blant annet med en lek som kalles Braga Fakit, som også har fått sin egen gruppe på Facebook. Dette er et reklamekonsept som Telenor bruker i alle medier. Det sendes reklame på blant annet TVNorge, TV3 og MTV, samtidig som det annonseres på nettet.

## Nettverksmarkedsføring

Slike teknikker er ellers kjent fra det som gjerne kalles nettverks- markedsføring eller "viral marketing". I praksis går denne markedsføringen ut på å skape en figur, en historie eller liknende, som folk så begynner å snakke om, og som på denne måten begynner å leve sitt eget liv. I utgangspunktet trenger ikke fenomenet (for eksempel stedet Belik og leken Braga Fakit) ha noen verdens ting å gjøre med produktet som skal selges. Produktet presenteres i neste runde, etter at brukerne i målgruppen er blitt interessert.

I tillegg tilbys tjenester som brukerne kan abonnere på via SMS, f.eks. en egen nyhetstjeneste for Belik. Slike tjenester er interessante for et selskap blant annet fordi brukerne som ønsker SMS-nyheter om Belik, må registrere seg, og kan da bli spurta om de også vil ta imot andre tilbud fra selskapet på SMS. Slike tilbud har selskapet ikke lov til å sende uten å spørre først. Nyhetstjenesten for Belik blir altså et påskudd for å opprette en personlig kontakt mellom bruker og selskap.

Reklame av typen Belik kommer nok til å bli stadig vanligere. Den gjør det vanskelig å skille mellom fakta og fiksjon, samtidig som den legger stor vekt på å være underholdende. Ingenting overlates til tilfeldigheten: En representant for reklamebyrået som har skapt Belik-reklamen, kan fortelle at "i tillegg til å benytte spesialformater som kan bidra til høyere oppmerksomhet, har vi vært veldig bevisste på når på døgnet målgruppen benytter ulike kanaler, og lagt opp kommunikasjonen etter det."

## Kritikk mot Belik



Huskelappen

**Belik er en fiktiv verden med egen støttegruppe på Facebook.**

**Poengen er å skape figurer og historier som folk begynner å snakke om.**

**Dette kalles nettverks-markedsføring.**

Ressurser



**Belik / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/77505>

Telenor kritiseres for å spille på fordommer mot andre kulturer. Figurene i reklamen er inspirert av rollefiguren Borat fra Kasakhstan, spilt av Sacha Baron Cohen.

En kritikk mot Belik-konseptet kan være at det spiller på fordommer mot andre kulturer. Her har reklameskaperne valgt ut tradisjoner og væremåter i andre kulturer som mange nordmenn vil oppfatte som litt merkelige, og som dermed lett kan gjøres morsomme. Belik blander elementer fra flere kulturer, men tankene går lett i retning av folkegrupper i grenseområdet mellom Europa og Asia. Det kan se ut til at reklameskaperne henger seg på et fenomen som var svært populært noen måneder tidligere, nemlig film- og fjernsynsfiguren Borat Sagdijev, som også opptrer innenfor et fantasiunivers med koblinger til virkelige hendelser.



Film- og  
fjernsynsfiguren  
Borat Sagdijev  
opptrer også  
innenfor et fiktivt  
univers med  
koblinger til  
virkelige hendelser.

# Barn som nettverkskunder

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Barn som nettverkskunder \(77787\)](#)



I den fiktive verden goSupermodel kan barn bli supermodeller.

GoSupermodel er et virtuelt nettverk rettet mot småjenter. Nettverket er tilgjengelig på flere språk, også på norsk. Slik presenterer leverandøren tjenesten for foreldre:

*goSupermodel er et online fellesskap for jenter og siden har kreative og morsomme aktiviteter og man får lett nye venninner her. Vi tilbyr et gratis og trygt virtuelt miljø hvor jentene bestemmer.*

*Hver bruker begynner med å lage en virtuell motemodell. Med denne modellen kan brukeren delta i spill og konkurranser og oppbygge hennes eget sosiale nettverk på siden. Alt dette er gratis på siden, sponset ved reklame. Brukerne har mulighet for å kjøpe ekstra virtuelle goder via et medlemskap for virkelige penger, men dette er helt frivillig.*

Er nettstedet virkelig gratis?



goSupermodel / video  
<http://ndla.no/nb/node/77620>

  
Huskelappen  
**Nettverksmarkedsfør  
ing spiller på  
brukernes følelser.**  
  
**Barn er lett  
påvirkelige og har  
problemer med å  
identifisere hvilke  
hensikter  
avsenderen egentlig  
har.**  
  
**Nettverksspill  
kombinerer ofte flere  
plattformer, som PC  
og mobil.**  
  
**Ressurser**  
*GoSupermodel er utviklet av det danske firmaet WatAgame. Spillet ble lansert i 2006, finnes i dag i 9 land og har mellom 250 000 og 300 000 brukere i Norge.*  
  
**Målgruppen er barn i  
10–15-årsalderen,  
men i Norge er de  
flest brukerne jenter  
mellan 9 og 13 år.  
(Kilde:  
barnevakten.no)**  
  
[goSupermodel](#)

*GoSupermodel* har også egne videoer på YouTube og egen Facebook-gruppe.

*Habbo Hotel* er et annet onlinespill for barn.

Les Aftenpostens omtale:

[Far vant over Habbo Hotell](#)

# Nettbutikker

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Nettbutikker \(77506\)](#)

"Alle nettbutikkens mor": Amazon.com

Amazon startet i 1995 som et nettsted for salg av bøker, men har utviklet seg til en nettbutikk som i dag selger nært sagt alt mellom himmel og jord. Faktisk må man lete litt for å finne fram til det opprinnelige produktet, bøker. Til gjengjeld finnes det langt flere bøker på Amazon enn i en hvilken som helst bokhandel rundt omkring i verden.

Amazon var svært tidlig ute med et avansert system for å anbefale kundene sine produkter som de trolig ville ha interesse av. De bruker mange forskjellige metoder, for eksempel meldinger som dette: "Brukere som har kjøpt denne boken, er også interessert i ...", fulgt av lenker til tilbud på de konkrete produktene.

Komplett.no

Komplett er en norsk aktør med stor suksess i markedet for elektroniske produkter. Sammenliknet med Amazon er dette en mer tradisjonell nettbutikk, med vekt på oversikt og stort produktutvalg. Komplett har åpnet for at brukere kan registrere seg og skrive anmeldelser av enkelprodukter, men de har ikke utviklet brukermedvirkningen i like stor grad som Amazon.

Rønning Treski

Et ganske annerledes eksempel er bedriften Rønning Treski. Dette er en bedrift som produserer et nisjeprodukt (treski) som sannsynligvis er vanskelig å selge i konkurransen med moderne glassfiberski. Dersom bedriften bare hadde hatt Norge som marked, ville den trolig fått problemer med å overleve. Produktet finnes nemlig ikke i de vanlige sportsforretningene. Men takket være Internett har bedriften hele verden som marked og kan selge direkte til kunder i alle verdensdeler.

Store forskjeller

De tre eksemplene viser alle ulike former for nettbutikker, men de er svært forskjellige: Amazon selger alt mulig over hele verden og legger stor vekt på at brukerne bidrar til innholdet på sidene. Brukerskapt innhold brukes deretter direkte på nettstedet som en del av markedsføringen.

 **Huskelappen**

**En nettbutikk selger varer eller tjenester over nettet.**

**Kundene kan velge produkter de vil kjøpe. Hvert produkt har informasjon om pris.**

**Ressurser**



Ny teknologi for lesebrett har ført til at interessen for e-bøker har økt. Norske forlag har gått sammen om å etablere en norsk nettbutikk som selger norske e-bøker:

[Bokskya.no](#)



Nettsiden til Rønning Ski.  
Klikk for å åpne nettsiden.

Rønning Treski har også verden som marked, men et svært beskjedent produktutvalg. På den andre siden får kunden innsikt i hvor unike disse produktene er, gjennom videofilmer og informasjon om skiproduksjonens historie i skilandet Norge.

Komplett har i praksis bare Norge som marked og fokuserer på et ganske avgrenset produktspekter.

Komplett lar brukerne medvirke, men legger ikke opp til sosiale bruksmåter, slik Amazon gjør.

Se video fra nettsiden  
til Rønning Ski:

[Slik lages Rønning](#)  
[Treski](#)

# Nettsamfunn og nettvett

## Facebook.com

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Facebook.com \(77508\)](#)



Facebook / video

<http://ndla.no/nb/node/78887>

Fra skolekatalog til globalt nettverk

Facebook startet som et nettsamfunn for universitetsstuderter og -ansatte i USA, men har i løpet av kort tid blitt svært populært også i Norge. Navnet "Facebook" viser til skolekataloger i USA. Tjenesten er gratis for brukerne, men finansiert gjennom reklame.

Facebook passerte to millioner norske brukere i 2011. For å få tilgang til Facebook må en skaffe seg brukernavn og passord. Da får brukeren også en profilside hvor det er mulig å legge inn personlig informasjon, bilder, lenker og forskjellige programmer. Alle brukere kan knytte seg til andre brukere (venner) og utveksle private og offentlige meldinger. De kan også selv opprette og/eller knytte seg til en lang rekke grupper.

En av grunnene til at Facebook har blitt så populært, er nok at brukerne enkelt kan følge med på hva vennene gjør. Straks en oppdaterer egen profil, kommer endringene til syne hos alle dem som står på vennelista.

"Social advertising"

Høsten 2007 begynte Facebook med noe de kaller "Social advertising". Dette er en form for markedsføring som gjør det mulig for en annonsør å målrette annonsene sine svært nøyaktig. Annonsørene velger nemlig hvilke egenskaper de ønsker hos sine målgrupper, og deretter vises annonsen kun for de brukerne som samsvarer med annonsørens ønsker. Den nødvendige informasjonen om brukerne finner annonsørene i brukerprofilene på Facebook. En annonse kan da for eksempel vises bare til menn mellom 20 og 25 år, med interesse for fotball, som er bosatt på Vestlandet, og som er i jobb.



Huskelappen

**Facebook er et sosialt nettverk som gjør det enkelt å holde kontakt med venner og bekjente.**

**Medlemmene deler bilder og annen informasjon.**

**Det er enkelt å danne interessegrupper og mobilisere folk på Facebook.**

**Facebook har etter hvert blitt mer kommersiell og brukes nå aktivt i markedsføring av produkter og tjenester.**





Kurer om historien  
til Facebook / audio  
[http://ndla.no/nb/node/77  
938](http://ndla.no/nb/node/77938)

# Flickr.com

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Flickr.com \(77509\)](#)



## Fotoblogger

Flickr er også et slags nettsamfunn, men her er alle de sosiale aktivitetene knyttet til bilder som brukerne poster. I november 2011 rundet Flickr tre milliarder bilder, det er altså enorme bildemengder det er snakk om. Brukerne på Flickr får sin egen fotoblogg der de fritt kan laste opp bildene sine. De kan selv bestemme hvem som skal ha tilgang til bildene: Et bilde kan enten være offentlig (vises for alle) eller privat (vises til venner, eller påloggede brukere).

## Tagging

Bildene kan organiseres på flere måter, blant annet ved å bruke tagger (nøkkelord som beskriver bildet). En interessant ting med Flickr er at bildene kan geotaggges. Det vil si at de kan plasseres på et kart, slik at andre brukere kan se hvor bildet er tatt. I tillegg kan de se andre bilder tatt i det samme området. På denne måten kan vi finne ut ganske mye om et sted uten noen gang å ha vært der.

## Kommentarfunksjoner

Dersom eieren av et bilde tillater det, kan andre brukere legge til kommentarer. Kommentarene kan legges i bloggposten som opprettes til hvert enkelt bilde, eller på delvis usynlige felt som brukeren tegner inn i bildet.

## Creative Commons



Huskelappen

Flickr er en fotoblogg der medlemmene kan dele bilder og andre kan kommentere bildene.

[Kom i gang med Flickr](#)

[Bearbeide et bilde](#)

[Verktøy og muligheter](#)

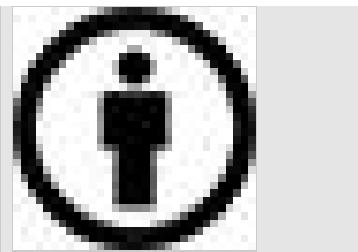


Creative Commons-symbolene nedenfor viser hvilke krav og rettigheter som er knyttet til et bilde:

Navngivelse

Flickr var også tidlig ute med å la brukerne knytte lisenser (bruksrettigheter) til bildene. I utgangspunktet lastes fotografiene opp og merkes med "All rights reserved". Det betyr at vi ikke kan gjenbruke bildet uten å spørre opphavsmannen om tillatelse. Men det er også mulig for brukerne å endre innstillingene sine og laste opp fotografier med en lisens som tillater ulike former for gjenbruk.

Flickr benytter Creative Commons, en form for lisensiering som også NDLA, nettstedet som du nå befinner deg på, bruker på mye av sitt innhold. Det finnes flere forskjellige Creative Commons-lisenser. Noen tillater helt fri bruk, mens andre tar flere forbehold. Alle lisensene forutsetter imidlertid at opphavsmannen krediteres (navngis) på en skikkelig måte.



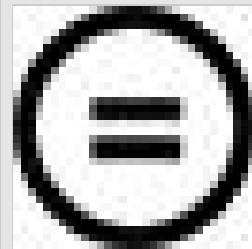
Du skal navngi opphavsmannen til verket slik rettighetshaver og lisensgiver har angitt (men ikke på en slik måte at det ser ut som om disse støtter deg eller bifaller din bruk av verket).

#### Ikke-kommersiell



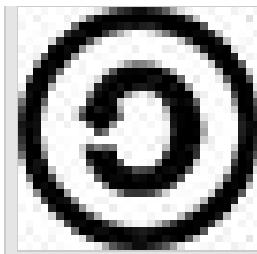
Du kan ikke bruke dette verket til kommersielle formål. Det vil si at du ikke kan tjene penger på bruken.

#### Ingen bearbeidelse



Du kan ikke endre, bearbeide eller bygge videre på dette verket.

#### Dele på samme vilkår



Dersom du gjør  
endringer, skal det  
nye verket gjøres  
tilgjengelig for  
allmennheten på  
samme vilkår som det  
opprinnelige verket.

# Nettkunst

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Nettkunst \(77470\)](#)

## Stor variasjon

Nettkunsten omfatter så mye forskjellig at den knapt lar seg presentere i en kort tekst. Den utnytter Internett til å gjøre ting som ikke er mulig i andre medier: En forfatter kan skrive på en tekst og la leserne avgjøre hvilken vei handlingen skal ta. Andre kunstnere lager kompliserte programmer for å skape bilder av ulik art. Internett gir muligheter til å fremstille store verk uten bruk av dyre materialer, samtidig som nettet gjør det mulig å nå et globalt publikum uten at det behøver å koste mye penger.

## Demo-scenen

Noen nettkunstnere kommer fra tradisjonelle kunstretninger, men mange har bakgrunn fra demo-scenen. Demo-scenen kan følges tilbake til tidlig på 1980-tallet og til folk som brukte de første personlige datamaskinene til å lage dataprogrammer som styrtet hvordan et kunstverk skulle bli seende ut. Demoer altså ikke videoer, men egne programmer der uttrykket styres av datamaskinen.

## Tegnemaskinen til Marius Watz

Et eksempel på nettkunst er Marius Watz sin tegnemaskin, som tegnet bilder basert på enkle regler og tilfeldighet. Tegnemaskinen var et program som begynte på et tilfeldig punkt på en flate. Fra dette punktet spredde det seg en mengde former og farger etter programmerte regler. Programmet, og dermed også tegningene, ble påvirket av hvordan brukerne navigerte på et bestemt nettsted, nemlig Odin (det tidligere navnet på regjeringen.no).



**Huskelappen**

**Nettkunstnere bruker digitale verktøy som redskaper og nettsider som formidlingskanal.**

**Noen kunstnerne bruker sosiale medier til å la publikum følge arbeidet med kunstverket.**

**Eksempler**

[Marius Watz sin tegnemaskin](#)

Se intervju med Marius Watz om:  
[Kunst og kode](#)

Billedkunstneren Ida Julsen bruker 3D-verdenens og sosiale mediers muligheter i sine kunstverk.

På nettsidene hennes kan du følge produksjon av kunstprosjekter og lese om andre kunstnere, utstillinger og inspirasjonskilder.



# Søkemotorer

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Søkemotorer \(77486\)](#)

## Et effektivt hjelpemiddel

En søkemotor leter seg frem til websider og andre dokumenter etter gitte søkeord, og resultatet sorteres etter hva søkemotoren finner mest relevant. Treffene vises vanligvis som en liste med korte tekster og klikkbare lenker. Noen søkemotorer gjør søk på hele Internett. Andre søker bare på et bestemt nettsted eller innenfor et bestemt tema, for eksempel ved produktsøk, søker etter MP3-filer, eller søker etter boliger.

Noen synes det er problematisk at søkemotorene er blitt svært effektive. De kan nemlig søker etter alle typer informasjon, også filer som er lagt ut på nettet ulovlig (for eksempel bilder, musikkfiler og filmer). I all hovedsak blir søkemotorer likevel sett på som nyttige, og de blir mye brukt for å finne fram på Internett. Søk er derfor et forretningsområde som alle regner med vil vokse kraftig i årene som kommer.

Det finnes mange forskjellige firmaer som konkurrerer på dette markedet, men internasjonalt domineres markedet for nettsøk av Yahoo, Google og MSN. Disse tre er store også i Norge, men i denne sammenheng skal vi ikke nærmere på Google og to norske aktører, Finn.no og Gule Siders nettsøk.

## Google.com

Google er den største søketjenesten på nettet. Selskapet tilbyr også en rekke andre tjenester – alt finansiert ved reklame. Hovedgrunnen til at Google har blitt så store, er at de utviklet søkemetoden som tok hensyn til relevans (viktighet) i presentasjonen av søker treffene.

Bak søkerne ligger det mye matematikk og datakraft, men svært forenklet kan vi si at Google vurderer en nettsides relevans ut fra hvor populær den er. Dette gjør Google ved å måle hvor mange andre nettsider som peker til en bestemt nettside. Dersom mange peker til siden, vil den rangeres høyere i søkemotorens treffliste. Google er en av de mest brukte tjenestene, og den er nyttig dersom en er ute etter informasjon fra forskjellige deler av verden.

## Finn.no



## Huskelappen

**En søkemotor er et nettverktøy som gir deg mulighet til å søker etter bestemte dokumenter, databaseposter eller filtyper på Internett.**

**Et søkeord er et ord eller en sammenstilling av ord som brukes til å søker etter informasjon som tilfredsstiller bestemte kriterier.**

## Eksempler på søkemotorer

- Google
- Yahoo
- Finn.no
- Gule Sider

## Ressurser



Søkemotorer som Google gjør det mulig å finne igjen datafiler som svever rundt i nettskyen.

## [Google søk](#)

## Eksempel på kartsøk

Det norske nettselskapet Finn.no ble grunnlagt i år 2000 som en videreføring av en felles annonseportal for regionavisene. På Finn.no kan du søke etter nærmest hva som helst som er til salgs eller til leie. Du kan også legge ut egne annonser dersom du er på jakt etter hybel, eller har ting du ønsker å selge eller gi bort.

I 2010 brukte nordmenn gjennomsnittlig 11,3 timer på å surfe rundt på Finn.no (kilde: Finn.no). Nettjenesten er i dag eid av Schibsted ASA (89,88 %) og Polaris Media (10,12 %).

## Gule Sider

Gule Sider er i utgangspunktet en katalogtjeneste, men på nettet er tilbuddet utvidet med en rekke former for søker. Tjenesten brukes først og fremst for å finne fram til informasjon om bedrifter.

[Slummen i Jakarta.](#)



[FINN.no](#)

[Gule Sider](#)

## Portaler

Forfatter: Jon Hoem, Ragna Marie Tørdal

[Portaler \(77487\)](#)



### Huskelappen

**En nettportal samler  
og kategoriserer  
informasjon fra ulike  
nettilder.**

**Nettportalene har  
ofte egne temasider  
og egen  
nyhetstjeneste.**

### Ressurser



I Norge finnes det en rekke nettsteder i offentlig regi.

### Eksempler:

- [Norge.no](#)
- [kulturnett.no](#)
- [NBdigital.no](#)
- [medienorge.no](#)
- [utdanning.no](#)
- [vibli.no](#)
- [NAVs nettportal](#)

Internasjonal  
nettportal

- [yahoo.com](#)

Til debatt

Mobiler og mediebrett stjeler brukere fra nettportalene, sier kommunikasjonsrådgiver Espen Gimmert:

[Mobilen er døden for nettportaler](#)



Yahoo er både en nettportal og en søkemotor

### Hva er en nettportal?

En nettportal samler innhold fra en lang rekke forskjellige kilder. Innholdet ordnes ved hjelp av faste kategorier og presenteres kort, med pekere til de eksterne nettstedene hvor brukerne kan finne mer informasjon. Portalene har en rekke undersider knyttet til avgrensede emner og interesseområder.

### Yahoo

Yahoo er et av verdens aller mest besøkte nettsteder, med mer enn tre milliarder sidevisninger hver eneste dag. Disse er riktig nok fordelt på mange forskjellige tjenester. Blant annet står Yahoos epost-tjeneste for mye trafikk.

Nettstedet ble etablert i 1994 av noen få mennesker som satt og kategoriserte innhold og laget pekere til andre nettsteder. Dette var før søkemotorene var blitt særlig effektive, og nettbrukerne hadde derfor stor nytte av at noen hadde gjort jobben med å finne fram til gode nettsider innenfor forskjellige emner.

### ABC Startsiden

Den norske portalen ABC Startsiden oppstod på samme måten som Yahoo! Portalen har vokst til å bli et av Norges aller mest brukte nettsteder. Startsiden består av en katalog over hovedsakelig norske nettsider.

Typisk for portaler som Yahoo! og ABC Startsiden er at de etter hvert har utvidet sin virksomhet med en lang rekke forskjellige tjenester. Vi ser også hvor framtredende søkefunksjonene er på disse nettsidene. Dette understreker det faktum at søk nå har fått mye større betydning på nettet enn manuell kategorisering.

### Kulturnett Norge

En mer rendyrket portal er Kulturnett Norge. Her samles nyheter innen kultursektoren, samtidig som en kan finne informasjon om institusjoner, kunstnere, kunstverk, kommende arrangementer osv.

# Oppgavesamling

## Analyser bloggen til Tone Damli

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyser bloggen til Tone Damli \(85441\)](#)



Tidsbruk

1 time

Vanskegrad

lett

Verktøy

PC. Ev. penn og  
papir.



Tone Damli Aaberge

### Oppgave: Analyser en personlig blogg

1. Hvem er Tone Damli?
2. Hvilke tema skriver hun om?
3. Hva kjennetegner bildene som er brukt i bloggen?
4. Hvorfor bruker hun dialekt når hun skriver?
5. Blir bloggen oppdatert jevnlig?
6. Hva kan du som leser gjøre på denne bloggen?
7. Er det noe du savner i denne bloggen?

8. Er dette en personlig blogg eller en promotering av artisten Tone Damli?

# Mediepåvirkning

## Medienes påvirkningskraft

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Medienes påvirkningskraft \(78531\)](#)



Helge Østby / video

<http://ndla.no/nb/node/71921>

– **Mediene opptar en stor del av dagen vår, og det er klart de påvirker oss. Men det er ikke så lett å si nøyaktig hvordan, sier professor Helge Østbye ved Universitetet i Bergen.**

Han er en av dem som forsker på og skriver om medier. – Det vi vet med sikkerhet, er at mediene ikke har den massive og direkte påvirkningskraften som man trodde for 70 år siden.

Hvordan måle mediepåvirkning?

Mediene påvirker oss, men det er det mye annet som gjør også. Det er derfor det er så vanskelig å måle hvilken virkning de ulike mediebudskapene har. Ikke desto mindre har forskerne flere teorier om hvordan slik påvirkning skjer.

– I medienes barndom trodde man gjerne at de mediesendte budskapene gikk ”rett inn” hos folk, at det som ble sagt i radio eller skrevet i avisene, ble oppfattet som sannheter som folk ganske enkelt tok til etterretning, forteller Østbye. – Denne troen forsvant da man begynte å forske systematisk på saken.

Ulike tolkninger

Østbye peker på at folk alltid vil tolke et mediebudskap forskjellig og dermed påvirkes ulikt. Hvordan man oppfatter det som blir sagt eller skrevet, vil være avhengig av hvem man er, hva slags bakgrunn og erfaringer man har, og hva man selv mener om saken fra før.



Huskelappen

**Mediene påvirker oss, men vi reagerer ulikt på mediepåvirkning.**

Vi ”siler” det vi ser og hører i lys av de erfaringene vi har fra før.

**Vi er medlemmer i sosiale nettverk, og det påvirker hvordan vi oppfatter et mediebudskap.**

Eksempel



Med jevne mellomrom presenterer media oppskrifter på hvordan du skal leve for å holde deg sunn og frisk, og oppslag om alt som kan skade oss.

De fleste vil tolke det de ser og hører på en måte som faller sammen med de interessene og holdningene de allerede har. Slik vil en kampanje mot røyking få ikke-røykere til å bli enda sterkere i troen på at det er skadelig å røyke, mens røykere kanskje vil oppfatte kampanjen som en bekreftelse på at staten vil styre privatlivet deres. "Vipperne" vil man ha større hell med. Røykere som allerede hadde tenkt på å slutte, vil muligens påvirkes til å ta affære. Dermed ser vi at slike kampanjer kan ha en effekt, tross alt.

Skaper media sykere mennesker og, ikke minst, skrekkslagne foreldre?

Se video:

[Hvilken virkning har helseoppslag i media?](#)

# Kultivasjonsteorier og læringsteorier

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Kultivasjonsteorier og læringsteorier \(78553\)](#)



Reklamens påvirkningskraft / video

<http://ndla.no/nb/node/56074>

## Påvirkning over tid

Det er vanskelig å påvirke folks holdninger gjennom media, men det nyttet hvis gjentakelsene er mange nok.

– Et enkelt TV-program eller en kampanje vil nok ikke endre holdninger, sier Helge Østbye, – men gjentatte ”drypp” av påvirkning over lengre tid kan ha virkning. Dette er en type påvirkningsteori som medieviterne kaller ”kultivasjonsteori”.

Mediene kan over tid dyrke fram holdninger hos folk. Dette er noe både politiske aktører og reklamebyråer prøver å benytte seg av.

## Utilsiktet mediepåvirkning

– Men de forskerne som jobber med kultivasjonsteori, er først og fremst opptatt av den mediepåvirkningen som skjer uten at noen bevisst har planlagt den. Det er naturligvis denne påvirkningen det er mest av, sier Østbye.

Utilsiktet mediepåvirkning ser vi for eksempel når mange journalister lager nyhetssaker ut fra samme forståelse av virkeligheten. Den siste tiden har vi sett dette i dekningen av konfliktene i Adenbukta. I vestlige medier heter det gjerne at somaliske pirater er griske banditter. Sett med litt andre øyne kunne man forestille seg at somaliske pirater kan betraktes som familieforsørgere under vanskelige kår.

## Læringsteorier

En annen type teori som støttes av forskningsfunn, er såkalt læringsteori. Medieprogrammer kan fungere som undervisning i bestemte typer handling.

– Da jeg første gang skulle sjekke inn på et fly, visste jeg nøyaktig hvordan jeg skulle gjøre det. Jeg hadde sett det på film og TV. Her har Østbye et eksempel fra sitt eget liv som viser hvordan man gjennom mediene kan lære handlingsmønstre som kan komme til nytte.

Man tenker seg altså at mediene ikke så lett kan lære folk holdninger, men at de i større grad kan lære oss handlinger. Det kan være nyttig, som i Østbyes eget eksempel, men det kan også være betenklig. TV-serier kan gi ”oppskrifter” på voldelig oppførsel for folk som allerede mener det er greit å bruke vold.



Huskelappen

**Kultivasjonsteorier  
er opptatt av  
hvordan vi blir  
påvirket av budskap  
som stadig blir  
gjentatt.**

**Denne type  
påvirkning brukes i  
rekklame og  
holdningskampanjer  
, men også i  
krigspropaganda.**

**Ensidig  
nyhetsjournalistikk  
påvirker også folks  
holdninger.**

**Vi blir påvirket til å  
handle på bestemte  
måter av  
rollemønstre som vi  
møter på film og i  
fjernsyn.**

## Mediestemmer



Helge Østbye er professor ved institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen

## Eksempel



Elevtekst: Norsk og engelsk - venner for livet / audio

<http://ndla.no/nb/node/57530>

Hvilke rollemønstre møter vi i TV-serier som *Venner for livet* og *Sex og singelliv*? Hvordan påvirker dette måten vi lever på?

## Hvem setter dagsorden?

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Hvem setter dagsorden? \(78568\)](#)



## Huskelappen

**Mediene er med på å  
bestemme hva  
politikere og folk  
flest er opptatt av.**

**En opinionsleder er  
en person som  
påvirker hva andre i  
samme sosiale  
gruppe mener.**

**Tostegshypotesen  
sier at  
opinionslederne  
påvirker hvordan vi  
tolker et  
mediebudskap.**

## Mediestemmer



*Helge Østbye er  
professor ved institutt  
for informasjons- og  
medievitenskap ved  
Universitetet i Bergen.*



## Medienes dagsordenfunksjon

Det ligger mye makt i å kunne bestemme hva folk er opptatt av og snakker om – kort sagt hva som er ”på dagsorden” blant folk flest. Mye av det vi ser og hører i mediene, vil komme til å oppta oss. Slik kan vi si at mediene har stor innflytelse på samfunnet vårt gjennom sin ”dagsordenfunksjon”.

– Men heller ikke dette er en enkel sannhet, påpeker medieforsker Østbye. – Her går påvirkningen begge veier. Mediene påvirker hva folk snakker om, det er sant. Men når mediene tar opp et tema, er det jo ofte fordi det opptar folk.

## Tostegshypotesen

De sosiale omgivelsene våre er med på å forandre, dempe eller forsterke budskap som formidles gjennom media.

Her er et eksempel som kan illustrere dette poenget: En reportasje i Dagsrevyen konkluderer med at man bør være forsiktig med å oppgi egen identitet på nettet. Dette gjør ikke nevneverdig inntrykk på en som har en kamerat som er ”ekspert” på temaet, og som mener det motsatte.

I den private omgangskretsen vår har vi opinionsledere som vi stoler på, og som mediebudskapene ”siles” gjennom. Slik kan vi si at mediepåvirkning skjer i to trinn.

# Kampen som sannheten

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Kampen om sannheten \(98504\)](#)



## Huskelappen

**Mange oppfatter  
oppslagsverk som  
objektive  
medietekster.**

**Personer på ytterste  
høyre- og  
venstrefløy kjemper  
om å publisere sin  
versjon av  
virkeligheten på  
Wikipedia.**

## Ressurser



Wikipedias grunnlegger Jimmy Wales besøkte Oslo 23. april i forbindelse med arrangementet Wikipedia Academy. Her saman med konserndirektør Kristin Skogen Lund, kronprins Håkon og bistandsminister Heikki Holmås. De ser på hvordan Olav Smestad og Margrethe Gleditch redigerer en artikkel i Wikipedia.



Hvor objektiv er Store  
norske leksikons artikkelen  
om Osama bin Laden?

Store norske leksikon  
omtaler Osama bin  
Laden som *terrorist*.  
Hans tilhengere  
 mente han kjempet for  
rettferdighet.

[Leksikon har lang  
historie som politisk  
våpen](#)



Datalagringsdirektivet  
er et EU-direktiv som  
har som hensikt å  
avdekke  
terrorvirksomhet.

Direktivet krever at  
informasjon om hvor  
og når den enkelte  
bruker telefon, sender  
e-post og søker på  
Internett skal lagres i  
seks måneder.

[Datatilsynet advarer  
mot PST-forslag](#)



SCANPIX

## Hvem eier sannheten?

Er Wikipedia en slagmark der høyreekstremister og kulturmarxister kjemper om å definere hva som er sannheten om samfunnet vårt? Det hevdet Behring Breivik i sitt manifest. Etter 22. juli ble alle artikler om denne hendelsen stengt for vanlig redigering i den norske utgaven av Wikipedia, men debattssidene er fremdeles åpne for alle.

Da Wikipedias grunnlegger, Jimmy Wales, besøkt Norge våren 2012 uttalte han til Dagsrevyen at den beste måten å bekjempe ekstremisme på, er å dokumentere hva som blir skrevet, og imøtegå den informasjonen og de synspunktene som blir lagt ut på nettet.

Jarle Vines, leder for Wikipedia Norge, oppfordrer fagpersoner ved landets universiteter og høgskoler og andre intellektuelle om å delta i en nasjonal dugnad for å sikre kvaliteten i det digitale oppslagsverket.

– *Flere må ta ansvar og bli med og patruljere*, sier han til NRK Rogaland.

## Kan vi stole på Wikipedia?

Wikipedia er i dag det oppslagsverket som er mest brukt blant norske elever og lærere. Wikipedia er basert på artikler skrevet av personer fra hele verden. Kvalitetssikringen skjer hovedsakelig ved at tekstene korrigeres og videreutvikles av brukerne selv, men Wikipedia har også egne moderatorer som følger temaområder som er spesielt utsatt for propagandavirksomhet og sabotasje.

Nettstedet *Fri fagbevegelse* hevder at 105 brukerkontoer i Wikipedia ble stengt høsten 2009 fordi en koordinert brukergruppe brukte felles styrke til å manipulere Wikipedia. Nettverket ble kalt *Tinpac*, og retningen var ensidig mot det ekstreme høyre. Tinpac-nettverket var viktige bidragsytere som redigerte for eksempel artikler om islam, islamisme, terrorisme, krig og ytterliggående partier i Europa.

## Oppslagsverk og objektivitet

Oppslagsverk er ansett som en objektiv tekstsjanger. En objektiv medietekst er basert på fakta, og ikke preget av forfatterens personlige synspunkter på en sak. Det er likevel ikke slik at artikler i alle andre oppslagsverk enn Wikipedia er fullstendig objektive. Det er vanskelig å tenke seg at en tekst ikke på en eller annen måte er preget av forfatterens måte å oppleve verden på. Enkelte hevder derfor at objektivitet først oppstår når flere stemmer kommer til orde samtidig i en tekst.

PST vil registrere IP-adresser

Politiets sikkerhetstjeneste (PST) mener at hatefulle innlegg og trusler som legges ut på debattsider på nettet, bør omfattes av datalagringsdirektivet. Det betyr at eiere av slike nettsteder vil få plikt til å registrere og oppbevare brukernes IP-adresse. EUs datalagringsdirektiv var svært omstridt før Norge sluttet seg til det i 2011. Mange mener at en slik overvåking krenker enkeltmenneskets frihet.

Generalsekretær i Norsk Presseforbund, Per Edgar Kokkvold, er lite begeistret for PSTs forslag.

*– Det berører både kildevernet og retten til å redigere mediene som man vil innenfor norsk lov. Dessuten er det et sentralt poeng for journalister at man må være uavhengige overfor statsmakten. Det må også folk være trygge på, sier Kokkvold til Aftenposten.*

# Kjønn i mediene

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Kjønn i mediene \(110011\)](#)



Likestillingsperspektiv i mediene / video

<http://ndla.no/nb/node/110006>

Kvinner usynliggjøres i mediebildet

Et kinesisk ordtak sier at kvinnene bærer halve himmelen. Dessverre gjelder ikke dette for nyhetsarenaen. *The Global Media Monitoring Project* (GMMP) er et prosjekt som kartlegger hvordan kvinner og menn blir representert i nyhetsbildet. Undersøkelsen som ble gjennomført i 108 land i 2010, avdekket at kvinner er grovt underrepresentert i nyhetsdekningen. Bare 24 % av de personene som vi ser, hører eller leser om i nyhetene, er kvinner.

Denne underrepresentasjonen gir et ubalansert bilde av verden, et bilde hvor kvinner stort sett er fraværende som aktive deltagere i arbeids- og samfunnsliv utenfor hjemmet. Men det går framover. I 1995 var det bare 17 % av personene i nyhetene som var kvinner.

Kjent, naken eller sexy

I GMMP-undersøkelsen ligger Norge på topp i Norden når det gjelder kvinnenes synlighet i mediene. I vårt land er 34 % av de personene vi ser, hører eller leser om i nyhetene, kvinner. Norsk forskning viser det samme bildet; kvinner er underrepresentert, feil framstilt og ofte brukt kun som pynt. Det hjelper å være kjent, naken og sexy for å få spalteplass, ifølge Elisabeth Eide, professor i journalistikk.

En undersøkelse som forskningsleder Åse Fixdal i NRK har gjennomført, viser at tre av fire kilder i NRK-nyhetene er menn. Undersøkelser viser også at innvandrer- og flyktningkvinner i stor grad framstilles som undertrykte og hjelpeøse. Med andre ord er det bildet norske medier viser av menn og kvinner i det norske samfunnet, svært lite preget av likestilling. NRK har derfor satt seg som mål at 40 % av kildene i nyhets- og aktualitetsprogrammene skal være kvinner innen utgangen av 2013.

Mediespeilet lyver

Mediene liker å framstille seg selv som et speilbilde av det som rører seg i samfunnet. Men ifølge professor Jostein Gripsrud er ikke mediene nøytrale formidlere av virkeligheten. Mediene velger ut, behandler og vinkler innholdet. Medieinnholdet blir en slags konstruksjon av det som framstilles.

Professor Elisabeth Eide omtaler "mediespeilet" som et vridd speil som lyver. Vær *Varsom*-plakaten slår fast at "(d)et er god presseskikk å tilstrebe bredde og relevans i valg av kilder". At kvinner i stor grad er usynliggjort i norske medier, fører til at de ser på seg selv som mindre betydelige samfunnsborgere. Det kan i neste omgang dempe interessen for viktige samfunnsspørsmål og demokratisk deltagelse.



Huskelappen

**I 2010 var bare 24 % av personene i mediebildet kvinner.**

**Kvinner brukes ofte kun som pynt**

**Medienes framstilling av kvinner farger måten kvinner ser på seg selv på.**

**Kvinnelige politikere får ofte andre spørsmål enn mannlige kolleger.**



Anniken Huitfeldt

**Magasinet intervjuer Anniken Huitfeldt i 2009:**

*– Mener du fortsatt at kvinnelige statsråder får flere spørsmål om barn og familie enn mannlige?*

## Hvorfor er kvinner underrepresentert?

Det kan være mange grunner til at kvinner er underrepresentert i mediene.

- Menn er i klart flertall blant de som skriver, fotograferer og redigerer i mediene.
- Mediene er elitefokusert, journalistene skriver om ledere i samfunnet.
- Kvinner er mindre offensive og har mindre tilbøyelighet til å bruke mediene som arena.
- Menn har lettere for å snakke det bastante og konkrete språket som mediene ettersør.
- Som journalist er det ofte vanskelig å finne gode kvinnelige kilder.
- Kvinnelige journalister må tilpasse seg redaksjonene de kommer til, og en tradisjonell maskulin tenkemåte.
- Det virker som nyhetskriteriene i sin enkleste form, altså at man velger å skrive forenklet og litt tilspisset, faller litt lettere for menn.

– Ja, helt klart. Bård Vegar Solhjell venter sitt tredje barn. Ingen spør hvordan han skal klare det, men alle spør meg.

– *Kan det være fordi du leder barne- og likestillingsdepartementet?*

– Ja da. Men det er symptomatisk at Bård Vegard ikke får spørsmålet.

– *Blir du irritert?*  
– Nei, jeg er vant til det.

– *Du virker litt irritert.*  
– Jeg var mer irritert før, nå skjønner jeg mer av det.



## Ressurser

[Are Kalvø: Narrespeil](#)

[Mannlig journalistikk?](#)

[Who makes the News?](#)

## Fra husmorfilm til blogg

Forfatter: Inga Ragnhild Holst, NTB

[Fra husmorfilm til blogg \(115859\)](#)



### Fra husmorfilm til blogg / aktualitet

<http://ndla.no/nb/node/115859>

#### Folkeopplysning og reklame

Husmorfilmene fra 50- og 60-tallet var timelange gratis kinofilmer hvor nye produkter for hjemmet ble presentert på en informativ måte. Det var uten tvil reklame, men mellom produktreklamen var det stikk der kremen av norske komikere, sangstjerner og programledere underholdt publikum.

Husmødre kørte opp for å se filmene. Ofte var det moteoppvisninger og alle landets husstander fikk gratisavisa Husmor-nytt i posten med invitasjon til filmen rett før. Ingen har eksakte tall, men det anslås at mellom 150 000 og 250 000 kvinner så hver av filmene. Det ble produsert 28 filmer mellom 1953 og 1972.

#### Kjønnskonserverte

Reklameinnslagene hadde opplysende karakter og dreiet seg om nye varer og arbeidsmetoder i hjemmet; matlaging, rengjøring, stell av klær, innredning og oppussing, husmorens egenpleie og så videre.

– Det ble reklamert for klær, mat og kosmetikk, og de var kjønnskonserverte på den måten at det var en selvfølge at kvinner var husmødre, forklarer Anne Marit Myrstad, førsteamanuensis i filmvitenskap ved Institutt for kunst- og medievitenskap ved NTNU. Hun ga nylig ut boken «Husmora i fokus. Den norske husmorfilmen 1953–1972». Hun sier at enkelte av dagens bloggere har fellestrek med budskapet i de gamle filmene.

– Husarbeidet har vært og synes fortsatt å være et kvinnedomene, faktisk også utover det som handler om omsorg for barn, sier Myrstad.

#### Husmordealene lever videre på internett

– Dagens husmorblogger skiller seg fra husmorfilmer først og fremst når det gjelder vår tids vekt på mammarollen. Barneomsorg var ingen vesentlig del av husmorfilmene, men når det gjelder innredning, design og kakeoppskrifter, er forbindelsen klar.

– Nettet er et ypperlig sted for å gi hverandre råd om oppskrifter og tapetsering. Men ideen om å gjøre husarbeid til karriere er et dristig prosjekt i den grad det handler om å la seg forsørge. Vi har alle, kvinner som menn, viktige oppgaver hjemme, men om disse i større grad oppleves som kvinnens valg og ansvar, sier det en hel del om at husmoridealene har fått lov å leve videre lenge etter at kvinnekampen tok over for husmorfilmen på 1970-tallet.



2013: Tine Solberg blogger om mote, livsstil og interiør og har daglige 3000 unike brukere.

# Dataspill og påvirkning

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Dataspill og påvirkning \(98786\)](#)



Scene fra dataspillet Call of Duty: Modern Warfare 3.

## Spill og virkelighet

I rettssaken etter 22. juli kom det fram at Anders Behring Breivik brukte dataspillet *Modern Warfare* til å øve seg på å skyte og drepe mennesker. Er det slik at dataspill ikke bare inspirerer til, men også er årsaken til slike uforskrlige handlinger som de vi var vitne til 22. juli?

I en kommentar i VG stiller Hanne Skartveit spørsmålet om krigerske dataspill har trukket en gal mann inn i en verden der han ikke lenger har klart å skille mellom spill og virkelighet.

Sven Egil Omdal, kommentator i *Stavanger Aftenblad*, skriver et tilsvær på sin blogg den 23. april. Der påpeker han at forskning viser at det ikke er en sammenheng mellom vold i spill og vold i samfunnet. Og dermed er debatten i gang igjen.

## Dataspill blant barn og unge

I april 2011 kom rapporten *Problemskapende bruk av dataspill*. Tall fra denne rapporten viser at dataspill er en naturlig del av medieverdagen vår, spesielt blant barn og unge. Spilling er underholdende og kan bidra positivt til sosiale ferdigheter og opplevelse av mestring. Medietilsynets undersøkelse *Barn og digitale medier 2010* viser at 9 av 10 unge mellom 9 og 16 år spiller dataspill, og nesten halvparten i alderen 9–16 år spiller mer enn tre timer i uken. Undersøkelsen viser også forskjell på tidsbruk mellom jenter og gutter.

## Hva sier spillforskeren?



### Huskelappen

**Mediene påvirkning  
er avhengig av  
hvordan de brukes.**

**Mediene virker  
sammen med og er  
knyttet til andre  
viktige sosiale  
faktorer.**

**Personlig  
kommunikasjon har  
større  
påvirkningskraft enn  
massekommunikasj  
on.**

**Personlige behov  
styrer måten vi  
bruker mediene på,  
og virkningen er  
derfor forskjellig.**

**Mediene trenger ikke  
nødvendigvis å være  
den primære  
årsaken til bestemte  
problemer**

**Ekstrem mediebruk  
kan være et  
symptom og ikke en  
årsak.**

### Ressurser

En av de fremste forskerne på området er Faltin Karlsen, førsteamanuensis ved Norges Informasjonsteknologiske Høgskole. Han har bidratt til å nyansere samfunnsdebatten om barn og unges bruk av dataspill. Som svar på spørsmål fra Desk.no om en kan avfeie at dataspill har hatt noen betydning for terrorangrepene 22. juli, sier Faltin Karlsen følgende:

*"Alle medier gir folk erfaringer og opplevelser. Dataspill skiller seg ikke fra andre medier i det henseende. Erfaringer fra spill er også en erfaring. Men forskning viser at folk ofte fortolker medier svært forskjellig. Hva slags hensikt en person har for å lese en bok, høre på musikk eller spille et spill, kan være vesentlig for å forstå hvordan mediet fortolkes. Dataspill er ikke drapssimulatorer som lærer ellers fredelige folk å ta liv, som noen synes å tro. Man vet på den annen side at voldelige personer ofte tiltrekkes av voldelig medieinnhold i filmer og spill nettopp fordi det tematiserer noe de har interesse av i utgangspunktet."*

Videre viser han til en svensk studie der det ikke finnes noen klare indikasjoner på sammenheng mellom medievold og faktisk vold. Men studien fant støtte for hypotesen om at aggressive personer ofte oppsøker medier med voldelig innhold. Det klarest funnet var at bakenforliggende faktorer av psykososial karakter og familieforhold påvirker både aggressjon og preferanser for dataspillvold.



Hanne Skartveit,  
redaktør i VG

Har Anders Behring Breivik gått så langt inn i dataspillenes verden at han til slutt trodde det var dette som var livet?

Les Hanne Skartveits kommentar i VG:

[Er dette ekte spillegalskap?](#)

[Utøya-pappa anmelder dataspill](#)



Sven Egil Omdal

Sven Egil Omdal:

[Spillene har skylden?](#)

[Intervju med Faltin Karlsen](#)

Til fordypning



Medietilsynet

Psykolog Atle Dyregrov er uenig med Faltin Karlsen.

### Hva sier psykologen?

Psykolog Atle Dyregrov er uenig med Faltin Karlsen. Han tviler på at en medieforsker er kompetent på dette området.

*“Å ikke se denne sammenhengen er som å avfeie studier mellom røyking og kreft og ingen ved sine fulle fem kan se bort fra all forskningen som påviser at det er en sammenheng mellom barn som ser vold på video og opplever dette i dataspill, og deres voldelige tendenser ellers. De som spiller voldelige dataspill har større sjanse for å utvise aggressiv adferd og tanker,”* sier Dyregrov til Computerworld.

Hvis ikke mediene påvirket oss, hvorfor i all verden brukes det da så store summer på reklame i de samme mediene, spør Dyregrov?

### Hvordan påvirker mediene oss?

Diskusjonen om vold i mediene er ikke ny. En lignende diskusjon gikk allerede på 1920-tallet da tegneseriene dukket opp. Det er forsket mye på sammenhengen mellom vold og mediebruk de siste 50 årene. Medieutviklingen har vært enorm i dette tidsrommet, og mediebruken har blitt en naturlig del av hverdagen vår. Mye av vår kunnskap og mange av våre opplevelser stammer fra mediene.

Beate Johansen fra Høgskolen i Østfold har skrevet en grunnleggende fagartikkel om hvordan mediene påvirker oss. Forskningen har gått i ulike faser. Johansen konkluderer med at det er vanskelig å påvise påvirkning, og det råder uenighet om hvilken betydning mediene egentlig har. En av grunnene er at mediene opptrer i samspill med andre elementer i samfunnet. Egne opplevelser og holdninger i nærmiljøet spiller også inn.

# Tull med tall

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Tull med tall \(93570\)](#)



Bruk og misbruk av statistikk / video

<http://ndla.no/nb/node/93528>

Tall kan lyve

**Mange medienyheter handler om undersøkelser, tall og databaser. Journalister gjør ofte bruk av statistikk som de henter fra ulike kilder.**

– Her gjelder det å holde tungen rett i munnen, for prosentall og søylediagrammer kan lyve om virkeligheten, sier professor Frank Aarebrot ved Universitetet i Bergen.

Har du blitt oppringt av folk som driver med gallup- eller markedsundersøkelser? Det er ikke usannsynlig, for det gjennomføres svært mange slike undersøkelser i løpet av et år. Og resultatene blir til statistikker som journalister gjerne får tilgang til. Slike, og mange andre private og offentlige data, danner grunnlag for mange aktuelle nyheter.

Statistikk kan si mye om det samfunnet vi lever i, om skeivfordeling av ressurser, økonomisk utvikling, forbruk, ulykker og mye annet.



Huskelappen

**Databasejournalistik** k handler om å presentere fakta på en slik måte at folk får et forhold til historien bak tallene.

**Mange journalister tolker statistiske data på en misvisende måte.**

Ressurser

[Databasejournalistikk](#)

[Valg av informanter](#)



[Databasejakt med WikiLeaks](#)

[Maktabsen](#)

Hva sier statistikken?

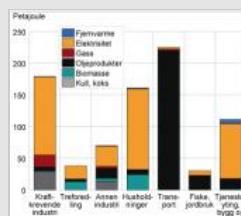
Hva kan du lese ut av disse statistikkene?

Skriv overskriften og ingressen til hver av disse tre sakene:

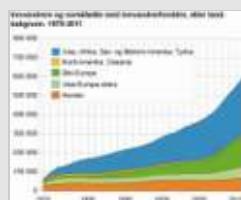
### Det norske bilmarkedet:



### Energiforbruk:



### Innvandring:



### Mediebruk:

[Daglig mediebruk.](#)

[Hovedtall.](#)

Avisen Bergens Tidende tok tak i trafikkstatistikk og laget en reportasjeserie som de kalte "Døden på veiene". Her gikk journalistene inn i virkeligheten bak statistikken og skrev om enkeltmennesker og lokale miljøer på en slik måte at leserne kunne leve seg inn i de skjebnene som ligger bak tallene. Avisen vant en pris for dette arbeidet, og juryen skriver:

*Dette er databasejournalistikks sitt beste! BT lager en viktig sak om ødelagte liv på veiene som ellers ville blitt redusert til ren statistikk. Saken vokste ved at leserne ble invitert til å bidra gjennom å komme med sine erfaringer fra lokalt nivå. Relevansen ble tydeliggjort med interaktive verktøy.*

Data teknologi gjør det mulig å lagre enorme mengder informasjon, og Internett gjør den tilgjengelig for folk flest. Her ligger en kilde til mye kunnskap. Og når journalister øser av disse ressursene, kalles det gjerne databasejournalistikk. Det handler om å presentere data på en slik måte at det gir mening for leserne.

Bergens Tidende valgte å lage en serie artikler da de skulle omtale statistikk over trafikkulykker. Dette er en måte å gjøre data tilgjengelig og forståelig på. I andre tilfeller beveger databasejournalistikken seg i retning programmering. I stedet for å presentere en "fortelling" i tekst og bilder, lager redaksjonen et lite dataprogram der leseren kan søke etter informasjon.

Et godt norsk eksempel på slik journalistikk er "Maktbasen" til NRK, der man har samlet informasjon om de folkevalgte. Her kan du søke etter politikere fra Stortinget eller din kommune og finne ut hvilke verv og næringsinteresser vedkommende har. Du kan også skrive inn navnet på en stortingsrepresentant og finne ut om hun sitter i styret for ulike foretak og om hun driver eget firma, og du kan finne ut hva hun har stemt i ulike voteringer.

### Misbruk av statistikk

Det er mange som driver med forskning og undersøkelser, men ikke alle er profesjonelle forskere, og ikke alle har like edle motiver.

- En journalist trenger mye kunnskap om hvordan statistikk blir til, ellers kan han lett komme til å misforstå eller bli lurt, sier Frank Aarebrot ved Universitetet i Bergen, som selv er valgforsker.
- Jeg kan nevne en vanlig feil som journalister gjør på mitt fagfelt: La oss si at et politisk parti får en oppslutning på ti prosent i én spørreundersøkelse og femten prosent i den neste. Hvor mye framgang har partiet hatt? Noen journalister vil melde fem prosent, men det blir feil. En økning fra ti til femten prosent er en økning på femti prosent! Samtidig er dette en økning på fem prosentpoeng, og det var nok det journalistene mente å si.
- I seriøs forskning stiller det strenge krav til hvordan spørreundersøkelser gjennomføres. Spørsmålene skal ikke være ledende, og svartpersonene skal utgjøre et representativt utvalg, for å nevne noe. Her syndes det i stor stil fra folk som vil tjene penger. Mye av den statistikken som det vises til i reklame, er grovt manipulert, forteller Aarebrot.
- Og mange søylediagrammer og kurver som havner i medieredaksjonene, er tilsvarende "tilrettelagt" fordi noen ønsker å tjene penger, eller kanskje fordi de ønsker å oppnå noe annet, gjerne politisk. Hvis et parti vil begrense innvandring, er det fint å kunne støtte seg på noen meningsmålinger som viser at man har folket i ryggen ...



# Oppgavesamling

## Intervjuteknikk og objektivitet

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Intervjuteknikk og objektivitet \(137155\)](#)



En pro-israelsk demonstrasjon utenfor NRK på Marienlyst, med krass kritikk av NRKs Midtøsten-dekning.



Tid

1–2 timer

Vanskegrad

middels

### Oppgave 1

Studer foredraget [Avansert intervjuteknikk](#) av nyhetsredaktør i NRK Nyheter Per Anders Johansen.

- Johansen sier i foredraget sitt om intervjuteknikk: «Problemet er ofte oss journalister ...». Hvordan begrunner han denne påstanden?
- Gjør rede for det han omtaler som «Sawatskys syv dødelige synder».

### Oppgave 2

Lytt til Sven Egil Omdals utredning om [Objektivitet i journalistikken](#) på NRK Skole.

- Forklar begrepet objektivitet.
- Hvorfor mener Omdal at det er lett å fordreie virkeligheten i en nyhetssak eller en dokumentar på fjernsyn?
- Hvilke virkemidler ble brukt for å styres seernes oppfatning av Bjugn-saken?
- Hvilke skriftlige virkemidler brukes i avisartikler for å styre lesernes oppfatning av en sak?
- Hvorfor er det vanskelig for en journalist å være objektiv?

### Oppgave 3

Les Sven Egil Omdals mediekommentar [Journalisten som ikke ville ha et jeg](#), og studer lenkene som følger saken. I denne kommentaren omtaler Omdal et intervju med den norske legen Mads Gilbert i programmet *Deadline* på dansk fjernsyn.

- Hvordan opplevde Mads Gilbert dette intervjuet?
- Seere og andre journalister var også svært kritiske til dette intervjuet. Søk på Internett. Hva gikk kritikken ut på?
- Hvilke argumenter bruker den danske journalisten Martin Krasnik når han forsvarer intervjuteknikken han brukte i programmet?
- Hvorfor er Omdal kritisk til Krasniks intervjuteknikk?
- Hvordan mener Omdal en journalist bør forholde seg til kravet om objektivitet når han eller hun dekker en krig?



## **Sammenlign oppslagsverk**

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Sammenlign oppslagsverk \(98543\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Ressurser



[Wikipedia.org](#)

[Wikipedia.no](#)

[Store norske leksikon](#)

[Leksikon.org](#)

[Leksikon har lang  
historie som politisk  
våpen](#)



## Oppgave 1

Sammenlign hvordan oppslagsverk som Wikipedia.no, Wikipedia.org, Store norske leksikon på nett og Leksikon.org omtaler disse fenomenene:

- The Pirate Bay
- Hvalfangst
- NDLA (bare Store norske og Wikipedia.no)

## Oppgave 2

Sammenlign hvordan oppslagsverk som Wikipedia.no, Wikipedia.org, Store norske leksikon på nett, Leksikon.org og Startbasen.dk omtaler disse personene:

- Yasser Arafat (eller Yasir Arafat)
- George W. Bush
- Anders Behring Breivik

## Oppgave 3

Hvordan vil du forklare at ulike oppslagsverk omtaler fenomener og personer på forskjellig måte?

## Oppgave 4

Les VG-artikkelen *Leksikon har lang historie som politisk våpen*. Hvordan forklarer tidligere redaktør Petter Henriksen forskjellen mellom oppslagsverkene?

# Blir du påvirket av bloggere?

Forfatter: Inga Ragnhild Holst, Hege Røyert, NTB

[Blogger påvirker \(115858\)](#)



## Rimelig og målrettet markedsføring

- Når vi samarbeider med bloggere så gjør vi det fordi vi ønsker å treffe en målgruppe med et tema som vi ellers har problem med å nå fram til denne gruppen med.

Når vi eksempelvis samarbeider med en blogger som er kjent for å snakke om klær og smykker, så kan vi sørge for at det også snakkes om at det er viktig å ha en økonomisk buffer, BSU-sparing og innboforsikring.

Vi samarbeider med bloggere på temaer som vi vet de er opptatt av, og på den måten kan vi tilføre bloggeren og følgerne viktige temaer som setter i gang diskusjoner. Da oppnår vi engasjement rundt våre temaer, forteller informasjonssjef i DnB Bank ASA.

## Oppgave

Døft i klassen

**NDL Aktuelt**

Dette er saken:

**Undersøkelser viser at vi får lyst på nye produkter etter å ha lest produktomtaler i blogger.**

Ressurser:

[Bloggerne får oss til å kjøpe mer](#)

Historisk tilbakeblikk:

[Fra husmofilm til blogg](#)

Fakta:

[Vi blir påvirket](#)

Forbrukerombudet:

[Veiledering om bloggreklame](#)



**GOD BUTIKK?** Blogger er for lengst blitt millionbutikk, men forbruket bloggene utløser er ofte lite bærekraftig.

**QUIZ** 

Hva vet du om reglene for reklame på blogg?

- Har du kjøpt noe fordi en blogger har anbefalt det? Dersom du blogger selv - har du anbefalt produkter til andre. Hvorfor?
- Hva synes du om at store konsern, som DnB, betaler bloggere for å skrive som deres produkter?
- Stoler du på råd og anbefalinger i blogger? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Har bloggere noen form for makt? Eventuelt hva slags makt?
- Forbrukerombudet mener at denne formen for markedsføring reiser problemstillinger rundt kjøpepress, urimelig påvirkning og skjult markedsføring. Er du enig?

## Fra han til hun

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Fra han til hun \(110044\)](#)


Tid
1 time
Vanskegrad
lett
Ressurser
<a href="#">Onlineaviser.no</a>



### Eksperiment

Hensikten med eksperimentet er å studere hva som skjer nå kjønnsperspektivet i en avistekst endres.

Del klassen i to. Elevene i hver halvdel deles deretter i mindre grupper. Hver gruppe velger en nettavis eller en papiravis som de vil studere nærmere.

Gruppene som tilhører den ene halvdelen av klassen, skal nå bytte ut ordene **han/ham** med **hun/henne** og **mann** med **kvinne** i en eller flere nyhetssaker. Bytt også ut **bilder av menn** med **bilder av kvinner**.

Gruppene som tilhører den andre halvdelen av klassen, bytter ut ordene **hun/henne** med **han/ham** og **kvinne** med **mann** i en eller flere nyhetssaker. Bytt også ut **bilder av kvinner** med **bilder av menn**.

Velg personer som dere mener kan brukes som kilder eller referansepersoner på lik linje med de personene avisene opprinnelig har valgt. Dersom avisen for eksempel har intervjuet en ekspert på et område, bør dere finne en person av motsatt kjønn som også er ekspert på det samme temaet. Bilder bør erstattes med bilder av personer som figurerer på omtrent samme måte.

**Diskuter i klassen:**

Hva skjer når kjønnsperspektivet i en avistekst endres?

## Hvem er det bilde av i avisen?

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Hvem er det bilde av i avisen? \(110056\)](#)



Tid

30 min

Vanskegrad

lett

Ressurser

[SSB: Fakta om Norge](#)



### Oppdrag

Du har trolig tilgang til en eller flere papiraviser. Velg en av disse. Studer de bildene avisens redaksjon har valgt å bruke, både i annonser og i redaksjonell tekst. Hopp over bilder av folkemasser, eller der det er vanskelig å se om personene er kvinner eller menn.

1. Hvor mange menn er det bilde av i avisens redaksjon?
2. Hvor mange kvinner er det bilde av?
3. De fleste aviser deler stoffet sitt inn i avdelinger.
  - I hvilken del av avisens redaksjon er det flest menn?
  - I hvilken del av avisens redaksjon er det flest kvinner?Hvordan vil du forklare at det er slik?
4. Se så på aldersfordelingen. Hvor mange bilder av barn, unge og eldre finner du?
5. Finnes det noen bilder av personer med funksjonshemminger?
6. Hvor mange av personene på bildene i avisens redaksjon har en annen etnisk bakgrunn enn norsk?
7. En riksdekkende avis henvender seg til hele landet. En regions- eller lokalavis henvender seg til leserne i et bestemt geografisk område.
  - Gjenspeiler bildene i avisens redaksjon de ulike gruppene som befolkningen i avisens målområde består av?
  - Hvorfor eller hvorfor ikke?



# Nyhetsartikkel basert på statistikk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Nyhetsartikkel basert på statistikk \(93698\)](#)



Nettrisiko blant barn og unge / flashnode

<http://ndla.no/nb/node/93672>

## Oppgave

1. Hva forteller tallene i denne nyhetsgrafikken om den risikoen barn og unge i Europa utsettes for på nettet?
2. Hvilke nyhetskriterier vil du legge til grunn når du skal lage en nyhetssak basert på disse tallene for regionavisa på hjemstedet ditt?
3. Skriv en nyhetsartikkel på 400 ord med utgangspunkt i de statistiske dataene i nyhetsgrafikken "Nettrisiko blant barn og unge". Husk at overskrift og ingress må være fengende, og samtidig i tråd med fakta i saken.

Tid

1 time

Vanskegrad

middels

# Nyhetsfortellinger som skaper frykt

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Nyhetsfortellinger som skaper frykt \(129753\)](#)



Tid:

2 timer

Vanskegrad

middels



## Oppgave 1

Se Dagsrevyen eller TV 2-nyhetene.

- a. Hvor mange av dagens innenrikssaker handler om mord, ran, trusler, alvorlige ulykker eller naturfenomener som skaper store ødeleggelser?
- b. Hvor mange av dagens utenrikssaker handler om krig, nød, naturkatastrofer eller alvorlige ulykker?
- c. Hva får du vite om bakgrunnen for disse hendelsene?
- d. Hva får du vite om omfanget og konsekvensene av hendelsene?
- e. Inneholder noen av disse nyhetsinnslagene bilder som kan framkalle angst hos barn og unge?
- f. Framstilles det som har hendt, på en måte som kan skape frykt hos folk som bor i Norge?
- g. Hvilken sak vil du si er egnet til å skape mest frykt blant dine venner? Begrunn svaret.

## Oppgave 2

Hver vår har løssalgsavisene Dagbladet og VG store oppslag om at flått, hoggorm og fjesing er en trussel mot liv og helse.

- a. Søk på nettet etter statistiske data for hvor mange personer som årlig mister livet som en følge av at de er bitt av flått eller hoggorm.
- b. Sjekk også om du kan finne statistikk som viser hvor mange som får alvorlige helseplager på grunn av slike hendelser.
- c. Hvorfor tror du disse avisene bruker forsida si på slike oppslag hvert år?
- d. Hvilke oppslag som angår folks liv, helse og sikkerhet bruker de samme avisene spalteplass på i november og desember?

## Oppgave 3

Mange elsker skrekkfilmer og krigsfilmer. Noen av scenene i slike filmer ligner på fjernsynsbilder som du til daglig ser i Dagsrevyen eller TV 2-nyhetene.

Diskuter i klassen:

- a. Hva er grunnen til at mange opplever krigsscener som underholdende når de vises i en spillefilm?
- b. Hvordan reagerer dere på krigsscener i en nyhetsreportasje?
- c. Hvor går grensen for hva som kan vises i film?
- d. Hvor går grensen for hva som kan vises i en nyhetssending på TV?

## Hot. Cool. Yours.

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Hot. Cool. Yours. \(130588\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Kilder

[Offisiell nettside for OL i Sotsji](#)

[OL-eventyret](#)

[Makabert og hysterisk](#)



### Oppgaver

- Slagordet for de olympiske leker i Sotsji i 2014 er "Hot. Cool. Yours." Forklar den dobbelte betydningen av ordspillet *Hot. Cool.*
- Hvilken mottakergruppe tror du dette ordspillet er spesielt rettet mot? Begrunn svaret.
- Sammenlikn slagordet "Hot. Cool. Yours." med tidligere OL-slagord:
  - London 2012: "Inspire a generation"
  - Vancouver 2010: "With glowing hearts"
  - Beijing 2008: "One world, one dream"Hvilke verdier er det disse OL-slagordene forsøker å formidle?
- Studer den offisielle nettsida til OL i Sotsji. Hvordan begrunner arrangørene valget av slagord?

5. Presidenten for organisasjonskomiteen for Sotsji 2014, Dmitri Tsjernysjenko, uttaler følgende på nettsida:  
"The Sochi 2014 slogan demonstrates that it is impossible not to participate, watch, experience and be proud because this is Your Games."  
Hvordan stemmer dette utsagnet med det bildet norske medier tegner av det russiske OL-arrangementet?
6. Forklar begrepene "public relations" (PR) og "propaganda". Hva er forskjellen mellom PR-virksomhet og propaganda?
7. Olympiske leker blir ofte brukt til å promotere nasjonale verdier. Studer sidene 11–13 i heftet "OL-eventyret". Hvilke sider ved det norske samfunnet ble promotert da Norge arrangerte vinter-OL i 1994?
8. Nevn historiske eksempler der OL-arrangementet, etter din mening, ble brukt som propaganda for et bestemt politisk regime. Hvorfor du brukte begrepet "propaganda" nettopp i disse tilfellene?
9. Les artikkelen "Makabert og hysterisk" (Vårt Land 2002). Professor Per Fugelli og Steinar Lem i Framtiden i Våre Hender er begge kritiske til de verdiene som den olympiske bevegelsen promoterer. Hva går denne kritikken ut på?
10. Tenk deg at Norge får tildelt de olympiske vinterlekene i 2022. Formuler et slagord for de verdiene du mener et slikt arrangement bør promotere.

# Mediehverdag

## Fra tradisjonelle medier til nettmedier

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Fra tradisjonelle medier til nettmedier \(91393\)](#)



### Mediestemmer

*Kristine Jørgensen er medieforsker ved Universitetet i Bergen.*

*Hun har spesialisert seg på spillforskning og bruker mye tid både på å spille og på å følge med på hva som skrives om spillbruk og digitale medier.*

### Huskelappen

**Eldre mennesker bruker i større grad en unge tradisjonelle medier, som radio, fjernsyn og aviser.**

**På nittitallet brukte flere menn enn kvinner digitale medier. I dag er forskjellen mellom mediebruka til kvinner og menn mindre.**

**Vi bruker mediene for å skaffe oss informasjon og underholdning.**

### Internettrevolusjonen

– **Ulike mennesker foretrekker ulike medier. For eksempel bruker eldre mennesker tradisjonelle medier i større grad enn det ungdommer gjør, sier medieforsker Kristine Jørgensen ved Universitetet i Bergen.**

– Tradisjonelle medier som TV, radio og aviser er "én til mange"-medier, mens nettmediene i stor grad er "én til én"-medier, sier hun. Dette er også den viktigste forskjellen mellom mediebruk før og etter "internettrevolusjonen":

– Tradisjonelle medier fungerer på den måten at redaksjonen sender innholdet sitt til svært mange mottakere. Tidligere har ikke disse kunnet sende kommentarer tilbake med mindre de har satt seg ned og skrevet brev til redaksjonen. Dette er endret med nettmediene, der leserne enkelt kan kommentere og dessuten publisere medieinnhold selv.

– **Hvilken type mennesker bruker hvilken type medier?**

– Mediebruka i Norge er i endring hele tiden, sier Jørgensen. – Her er et eksempel: Eldre generasjoner foretrekker ofte tradisjonelle medier. De bruker ikke digitale medier i samme grad som yngre, og det er jo naturlig. De unge vokser opp med disse mediene, de blir en naturlig del av livet fra de er små. Om noen tiår vil generasjoner som har vokst opp med nett, ha tatt helt over. Det blir interessant å se hvilke medier som da vil dominere bildet.

– Da digital teknologi og nettmedier gjorde sitt inntog i vanlige norske hjem på nittitallet, var menn ofte

raskere ute med å ta dette i bruk enn kvinner. Men nå er forskjellene små. Likeledes har internettbruk vært mer vanlig blant folk med høy utdanning. Denne tendensen ser vi fremdeles, men forskjellene avtar.

Kristine Jørgensen forteller videre at det samme er tilfelle når det gjelder bruken av spill. På dette feltet ser vi også at gjennomsnittsalderen stiger: – De som startet med spill da de var ganske unge, fortsetter gjerne med denne aktiviteten, og spillene utvikles videre slik at de etter hvert passer for flere. – Spillene på Facebook passer like godt for bestemor som for barnebarnet, sier hun.

#### – Hvordan brukes mediene?

– Mediene tilbyr mye god underholdning, sier Jørgensen. – De gir også mye viktig informasjon og de er viktige redskaper for demokrati og ytringsfrihet. Gjennom mediene kan folk ytre meningene sine, på godt og vondt.

– Oppfinnsom bruk av nettmedier har ført til ulike demokratisk aksjoner både her hjemme og i utlandet. "Den arabiske våren" er et sterkt eksempel. Her brukte man sosiale medier til å planlegge og samordne det som skal skje, og til å nå ut med informasjon, særlig til medier i utlandet, fortsetter hun, og viser samtidig til hvordan nettet gir mennesker i eksil muligheten til å holde kontakt med likesinnede over hele verden og med kulturen i hjemlandet.

– Sosiale fora på nettet kan dessuten være redningen for folk som av en eller annen grunn ikke har anledning til å komme seg ut blandt andre mennesker. Kanskje har de en fysisk funksjonshemmning eller sosial angst. Uansett kan de treffen mennesker i et nettforum eller i et spill.

– Internett brukes også til å spre frykt og hat, slik vi så da 22. juli-saken ble rullet opp. Terroristen Behring Breivik har brukt nettet til å spre sitt fascistiske budskap og til å knytte kontakter med likesinnede.

**Nye medier er blitt  
viktige fora for  
samfunnsdebatt og  
sosialt samliv.**

#### Ressurser



##### Min mediehverdag

1 / video

<http://ndla.no/nb/node/87091>

- [Daglig mediebruk 2006. Hovedtall.](#)
- [Medietrender 2010](#)

#### Studer disse

statistikkene.

Hva har skjedd med  
måten vi bruker  
mediene på i perioden  
2006 til 2010?



For noen år siden  
uttalte Sven Egil  
Omdal følgende til  
NRK om

[medieutviklingen i  
årene framover](#)

(NB! Videoen er i i  
wmv-format).

Har han fått rett i  
spådommen sin?

## Sosiale medier

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Sosiale medier \(134256\)](#)



Sosiale medier / video  
<http://ndla.no/nb/node/134178>

**Se TV 2-videoen om sosiale medier. Sjekk om du fikk med deg det som ble sagt, før du går videre.**



Spørsmål til video om sosiale medier / h5p\_content  
<http://ndla.no/nb/node/134255>



#KORHARDUDETFRÅ

Undervisningsopplegg  
et er laget i samarbeid  
med «Hvor har du det  
fra?» - Kampanjen for  
journalistikken.

Denne kampanjen har  
som mål å bidra til at  
unge blir gode og  
kritiske mediebrukere  
– gjennom kunnskap  
om kildekritikk,  
journalistisk metode  
og medieetikk.

Bak prosjektet står  
Norsk Journalistlag,  
Norsk  
Redaktørforening,  
Norsk Presseforbund,  
Landslaget for  
lokalaviser,  
Mediebedriftenes  
Landsforening og  
Fagpressen, samt  
NRK og TV 2.

### Hva er et sosialt medium?

Et sosialt medium er en nettbasert tjeneste som gjør det mulig for mange brukere å dele informasjon og kommunisere med hverandre. Brukerne skifter på å være sendere og mottakere.

Innhold i et sosialt medium er stort sett skapt av brukerne selv, men mediet kan også brukes til formidling av reklame eller annet innhold fra kommersielle leverandører. De fleste sosiale medier har moderatorer som kan fjerne uønsket innhold, men ikke redaktører som er ansvarlig for at det som formidles er korrekt, eller følger bestemte etiske standarder.

### Eksempler på sosiale medier:

- Facebook
- YouTube
- Wikipedia
- Twitter
- Instagram
- Blogger
- Diskusjonsgrupper

Noen sosiale medier tillater brukerne å opprette vennelister og dele egen profilinformasjon med andre. På den måten kan det bygges store nettverk med personlig informasjon som lett kan brukes (og misbrukes) av andre.

## Digital dømmekraft

*Digital dømmekraft* eller *nettnett* handler om å kunne skille sannhet fra løgn på nett, ivareta personvernet, og behandle andre med like stor respekt online som offline.

Gjennom sosiale medier kan informasjon spres raskere og nå flere mottakere enn gjennom vanlige redaksjonelle medier. Men det er viktig å være klar over at denne informasjonen ofte ikke er bekreftet av flere kilder. Det kan være løse rykter, eller bevisst desinformasjon fra aktører som ønsker å spre propaganda.

I TV 2-videoen møter vi ei jente som sendte et nakenbilde til kjæresten. Kjæresten spredde det videre til sine kamerater, som igjen sendte bildet videre. Publiser derfor aldri noe i sosiale medier som du ikke vil at alle skal se, eller som du ikke kan tåle å bli konfrontert med seinere i livet, for eksempel når du skal söke jobb.

## Les mer

Les mer om nettnett og digital dømmekraft i fagteksten *Safer Internet Day*.

Denne teksten finner du sammen med andre aktuelle fagtekster og oppgaver under "Relatert innhold" nederst på sida.

Husk at du må velge "Vis mer" for å se alt innholdet.

# Mediebruk i 2013

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Mediebruk i 2013 \(97634\)](#)



## Huskelappen

**Vi bruker over en time mer på medier i dag enn vi gjorde for ti år siden.**

**Den ekstra timen bruker vi på Internett.**

**Vi ser mye på fjernsyn, men mindre enn tidligere.**

**Blant unge er Internett i ferd med å overta for fjernsynet som primærmedium.**

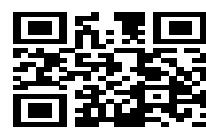
## Min mediehverdag



## ***Mediebruk i 2013 / fagstoff***

<http://ndl.no/nb/node/97634>

*Elever på Elvebakken videregående skole i Oslo forteller om sin mediehverdag.*



Min mediehverdag  
1 / video  
<http://ndla.no/nb/node/87091>

Se nyhetsgrafikken i  
pdf-format:



Slik bruker vi  
massemediene / fil  
<http://ndla.no/nb/node/97631>

På nettsidene til TNS  
gallup kan du lese  
mer om nordmenns  
mediebruk på en  
vanlig hverdag:

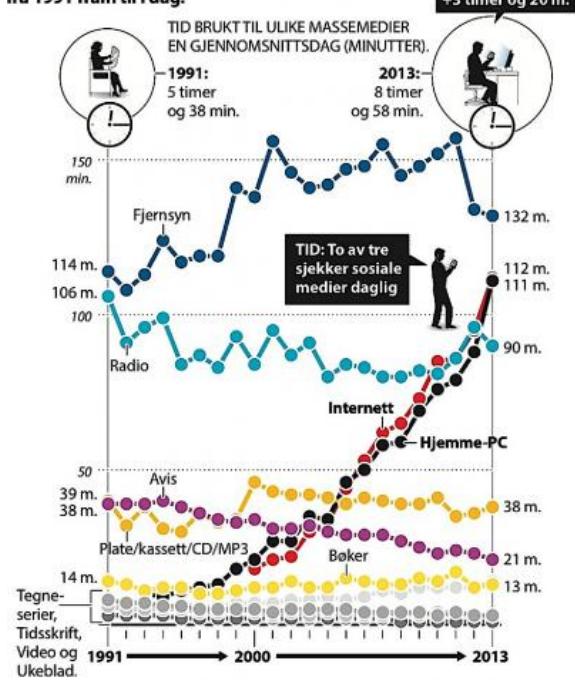
[Nordmenns  
mediebruk gjennom  
døgnet](#)

Norsk  
mediebarometer 2013  
viser hvordan bruk av  
ulike medier har  
endret seg fra 1991 til  
i dag:

[Norsk  
mediebarometer  
2013](#)

## Slik bruker vi mediene

Stadig flere bruker internett hver dag. Vi brukte 112 minutter på nett i fjor, mot 95 minutter i 2012. Nyheter, sosiale medier og nettbank er det vi bruker mest. Slik har utviklingen vært fra 1991 fram til i dag.



Slik brukte vi massemediene i 2013

### Bruk av Internett øker mest

I 2013 brukte vi nordmenn over en time mer i døgnet på ulike medier enn vi gjorde i år 2000. Den ekstra timen brukte vi på Internett. Mange har tilgang til Internett på jobb og skole. Derfor er bruk av Internett fordelt jevnt utover døgnet, med unntak av nattetimene når de fleste av oss sover.

Tiden vi bruker på å lese papiraviser og se på TV, er på vei ned. Trolig går en del av den ekstra timen vi bruker på Internett, med til å lese nettavisar og se på nett-TV. Vi får altså dekket de samme behovene for informasjon og underholdning som tidligere gjennom en ny kanal.

### Fra papiravis til nettavis

Undersøkelsen viser at fire av ti ungdommer mellom 16 og 24 år bare leste nettavisar i 2013. En av fire nordmenn leser fremdeles bare avisar på papir. Det er den eldste delen av befolkningen (67–79 år) som er mest trofast mot papiravisa. Andelen husholdninger som abонnerer på en eller flere avisar, har sunket med 14 % i løpet av fem år. Dette er en utvikling som alle landets avisar nå tar innover seg.

### Fremdeles mest tid på fjernsyn

Ifølge oversikten fra Statistisk sentralbyrå har fjernsynet fremdeles en sentral plass i livene våre. I gjennomsnitt tilbringer vi fremdeles over to timer i døgnet foran TV-skjermen. Fjernsynet er et kveldsmedium og har flest seere i tidsrommet 19 til 23. Men TV-mediet er ikke like populært som tidligere, spesielt ikke i aldersgruppen 16–24 år.

### Radioen er blitt digital

I gjennomsnitt lyttet vi til radio i 1 1/2 time i 2013. Prime-time for radiolytting er tidsrommet mellom klokken 7 og 9 på morgenens, altså fra vi står opp til vi er på plass på jobb og skole.

Stadig flere av oss lytter nå på en digital DAB-radio. En av grunnene til det kan være at NRK har kjørt en kampanje for overgang til DAB-radio. Lanseringen av den nye digitale radiokanalen NRK P1+ har blitt godt mottatt blant eldre lyttere.

## Mediebruk blant barn og unge

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Mediebruk blant barn og unge \(105452\)](#)



Huskelappen

**Medietilsynets rapport fra 2012 viser at barn og unge i stadig større grad bruker nett og mobil til sosiale aktiviteter.**

**Gutter er mer opptatt av spill enn jenter.  
Jenter er litt mer aktive på sosiale medier.**



Ressurser

**Kilde:**

Medietilsynets rapport

[Barn og medier 2012](#)

[Barn og medier 2014](#)



**Barn og unge bruker mer tid på aktiviteter på Internett og mindre tid sammen med venner. Det viser en undersøkelse fra Medietilsynet i 2012 om mediebruk blant barn og unge mellom 9 og 16 år.**

## Nettbruk

- 63 prosent bruker Internett daglig.
- 90 prosent av unge på 15–16 år bruker Internett hver dag.
- 49 prosent besøker daglig sosiale nettsteder.
- 17 prosent er daglig sammen med venner.

## Forskjell mellom kjønnene

- 29 prosent spiller data- og TV-spill daglig
- 41 prosent av guttene spiller flere ganger om dagen
- Bare 14 prosent av jentene spiller daglig. Derimot er de noe mer aktive på sosiale nettsteder enn det gutter er.
- 42 prosent har spilt spill med 18 års aldersgrense
- Flere gutter enn jenter følger med på nyheter, og nyhetsinteressen øker med alderen.

## Krenkende adferd

- 5 prosent har publisert nakenbilder av seg selv på Internett eller på mobil
- 21 prosent av unge i alderen 13–16 år har opplevd å få uønskede seksuelle kommentarer på Internett i løpet av det siste året. Jenter har i større grad enn gutter opplevd å få slike kommentarer.
- 15 prosent har opplevd å bli mobbet via nett eller mobil i løpet av det siste året

### Skrivetips:

[Nyhetskriterier](#)

[Hvordan lage en avisreportasje?](#)



Mal avisreportasje / fil  
<http://ndla.no/nb/node/69661>

## Arbeidsoppdrag

I 2014 utga Medietilsynet en ny rapport om mediebruk blant barn og unge. Lag en nyhetsartikkel eller en nyhetsrapportasje til regionavisa på hjemstedet ditt basert på opplysningene i Medietilsynets rapport *Barn og medier 2014*. Lengde: maks 500 ord

Ta egne bilder eller velg passende illustrasjonsbilder fra bildebasen på ndla.no (søk under fanen Ressurskart - bilder). Husk å oppgi fotograf og leverandør.

# Mediebruk blant innvandrere (jan.13)

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Mediebruk blant innvandrere \(113438\)](#)



**Over en halv million mennesker i Norge er født i et annet land. Vi vet at alder, kjønn, utdanningsnivå og livsfase er viktige bakgrunnsfaktorer når vi skal forklare folks medievaner. Men hva med flerkulturell bakgrunn?**

## Innvanderundersøkelsen 2012

Nylig ble det offentliggjort en undersøkelse om mediebruk blant innvandrere. Den er kalt "Innvanderundersøkelsen 2012" og er et samarbeidsprosjekt mellom Universitetet i Oslo og NRK Analyse. Rapporten ble lagt fram på et seminar i Oslo 16. januar 2013. Hovedfunnene viser at det fremdeles er en del forskjeller i mediebruken blant etniske nordmenn og innvanderbefolkningen.

## TV og nett viktigst

80 % av innvanderne i Norge bruker norske medier daglig. Medievanene deres ligner på mange måter medievanene til resten av befolkningen, men noen store forskjeller er det. Innvandrere lytter mindre på radio og bruker mindre tid på å lese aviser. TV og Internett er de viktigste mediene. 90 % av innvanderne bruker Internett hver dag, både via PC og mobil. Faktisk er bruken av Internett på mobil like stor som bruken av radio i denne gruppen, sier forsker Hilde Thoresen i NRK Analyse til Aftenposten.

## YouTube dominerer

Et interessant funn i undersøkelsen er bruk av YouTube. Hele 53 % av innvanderbefolkningen bruker YouTube daglig. Til sammenligning ser bare 31 % av den totale befolkningen daglig video på YouTube. En forklaring kan være at Internett og sosiale medier er den viktigste portalen for informasjon fra hjemlandet. Blant annet er dramaserier fra Tyrkia og Pakistan på YouTube populær underholdning.

## Lokalavis og radio er tapere

Taperne er radio og lokalavisene. Bare 10 % av innvanderbefolkningen bruker NRK radio daglig, mot 40 % av befolkningen totalt. Når de lytter på radio, velger de stort sett radiokanaler med mye musikk. 67 % av den norske befolkningen leser aviser daglig. I innvandrergruppene gjelder dette under halvparten. VG er den mest populære avisen.

## Vintersport og vær er inkluderende

**NDLAktuelt**

Dette er saken

**En ny undersøkelse viser at etniske nordmenn og innvandrere har ulike medievaner.**

**Interessen for radio og aviser er svak i innvandrermiljøer.**

**Fjernsyn og Internett er derimot populære medier.**

**Internett er en viktig portal for informasjon fra hjemlandet.**

**Innvandrere er stort sett fornøyd med måten de blir omtalt på i mediene.**

## Ressurser



Medievaner / audio  
<http://ndla.no/nb/node/113446>

[Mediebruk blant innvandrere 2012](#)

Et overraskende funn er at etniske nordmenn og innvanderbefolkningen er like opptatt av været. Oppslutningen om nettstedet yr.no er nemlig like stor, 35 prosent, hos begge gruppene. Det samme gjelder vintersport på TV. En skulle tro at personer som kommer fra land uten tradisjon for vintersport, ikke er like opptatt av dette som befolkningen generelt. Undersøkelsen viser tvert imot, slik forskerne skriver i rapporten:

*På mange måter gir intervupersonene inntrykk av at vintersport er med på å skape et oss eller vi – det er "vi" som vinner når Northug eller Bjørgen tar gull. En annen sier følgende om Northug og Ski-VM i Oslo: «Ja, jeg synes det var veldig gøy. Veldig artig. Jeg har stor sans for Northug jeg. Altså, du må ha en sånn eplekjekk primadonna. Det er kult å ha en sånn». Vintersport på tv synes å skape et inkluderende fellesskap som alle føler seg som en del av.*

### Hybride og kosmopolitiske medievaner

Hilde Thoresen og Lotte Andersen analyserer ni dybdeintervjuer og har valgt å dele intervupersonene i to grupper: de med *hybride medievaner* og de som har *kosmopolitiske medievaner*.

#### Kjennetegn ved gruppen med hybride medievaner:

- De bruker en betydelig del av medietiden på innhold fra hjemlandet.
- Det meste av hjemlandsinnholdet finner de på nett.
- De har forkjærlighet for dramaserier fra hjemlandet.
- De er faglærte eller ufaglærte.
- TV brukes som et avslappende medium.
- De foretrekker kommersielle kanaler framfor NRK.
- De har ikke uttalt interesse for nyheter.
- De er aktive nettbukere.
- De har svært mye til felles med den unge og lavt utdannede delen av befolkningen generelt.

#### Kjennetegn ved gruppen med kosmopolitiske medievaner:

- De er internasjonalt orienterte i sine valg av innhold på TV, radio og nett.
- De bruker i langt mindre grad tid på innhold fra hjemlandet.
- Valg av medier er sterkt knyttet til utdanning, profesjon og personlige interesser.
- De er opptatt av å holde seg oppdatert på nyheter.
- De er opptatt av kvalitet og uavhengighet.
- De har høyere utdanning.

Etter hvert som utdanningsnivået øker blant innvanderbefolkningen og befolkningen generelt, kan en forvente at gruppen med kosmopolitiske medievaner vil øke.

### Medievaner og integrering

Forsker Hilde Thoresen er ikke bekymret for at medievanene i innvandrergruppene fører til svak integrering, selv om 20 % av innvanderbefolkningen ikke bruker norske medier daglig. Det er ingenting som tyder på at det å bruke medieinnhold fra hjemlandet står i motsetning til det å bruke norske medier, sier forskeren.

### Fakta om undersøkelsen

- utført blant de 11 største innvandringsgruppene i Norge
- gjennomført på ulike språk
- deltagere mellom 15 og 59 år
- har i snitt bodd i Norge i 11 år
- 16 % født i Norge
- 42 % bosatt i Oslo

### Innvandrere

- personer som er født i utlandet og som selv har innvandret til Norge
- personer som er født i Norge av to foreldre født i utlandet som har innvandret til Norge



Undersøkelsen viser at vintersport på TV skaper et inkluderende fellesskap som alle norske innbyggere føler seg som en del av.

### Quiz

[Hvilket program forbinder du med bildet?](#)

# Kjønnsroller og bruk av Internett

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg, Ragna Marie Tørdal

[Gutter og jenter på Internett \(97647\)](#)



Huskelappen

**Gutter er opptatt av teknologi, spill og underholdning.**

**Jenter er opptatt av å opprette og vedlikeholde sosiale relasjoner.**

**Mange mener at slike kjønnsforskjeller er tillærte. Noen mener at de er biologisk bestemt.**

Ressurser

E-forelesning:

eForelesning:  
Kjønnsroller i endring /  
amendor\_electure  
<http://ndla.no/nb/no/de/11066> NB! Klikk på bildet for å starte e-forelesningen.  
Bruk returknappen i nettseseren for å komme tilbake til denne siden.



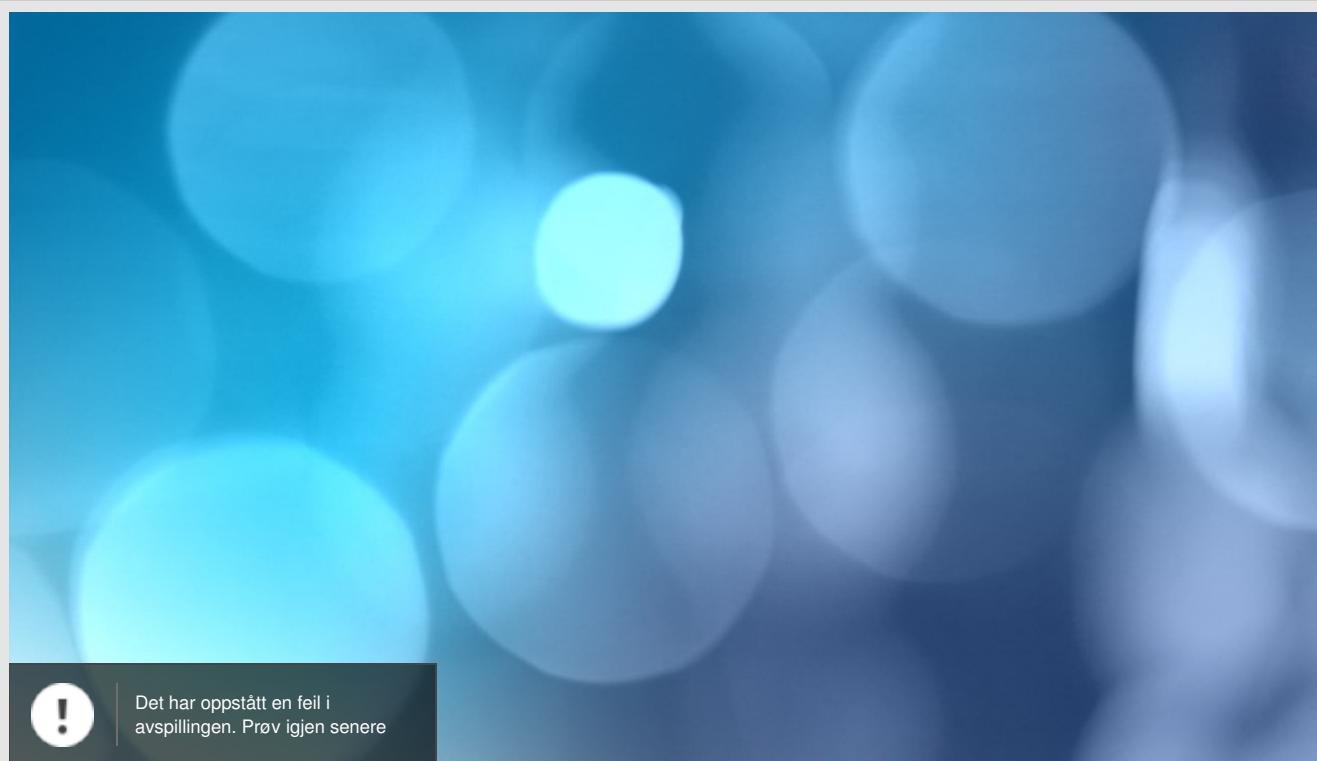
Ole-Martin Ihle og  
Harald Eia om  
*Hjernevask:*  
[Likestillingsparadokse](#)  
[t](#)

Institutt for teknologi i  
opplæringen (ITU):

[Gutter, jenter og IKT i](#)  
[skolen](#)

Bergens Tidende:

[Dette skiller gutter og](#)  
[jenter på nett](#)



*Er kjønnsroller medfødte eller innlærte? Dette ble heftig diskutert på 1970-tallet, slik dette klippet viser. For et par år siden reiste Harald Eia det samme spørsmålet i programmet Hjernevask. Det førte til en heftig debatt.*

## Gutter elsker teknologi og spill

Skjermlivet har en spesiell plass i barn og ungdoms hverdag. Både TV og Internett fyller mye av fritiden deres. Men jenter og gutter bruker Internett forskjellig. Ifølge den danske medieforskeren Kirsten Drotner er kjønn den mest avgjørende faktoren for barn og unges mediebruk.

Guttene var de som tok Internett i bruk først. De er svært opptatt av det teknologiske aspektet. Fremdeles ser gutter på seg selv som mer datakyndige enn jenter. Gutter er også mest interessert i PC-spill, online gaming og underholdning.

#### Jentene bygger relasjoner

Jentene har mer sosiale intensjoner, og omtaler ofte guttene som "data-nerder". E-post, chat og sosiale medier er hovedaktivitetene blant jenter. Deres motiv for å bruke Internett er sosial kontakt. Også når det gjelder spill, er jenter opptatte av sosiale bånd. Spillet SIMS, der man skaper og samhandler i en familie, er populært blant jenter.

Jenter legger også ut mer personlig informasjon enn gutter. Det er flest jenter som oppretter blogger, og som leser blogger. På denne måten lærer også jentene seg funksjoner som krever teknisk innsikt. Jentene bruker i større grad enn gutter PC og Internett til skoleoppgaver. Denne forskjellen gjelder fra barneskolealder til videregående skole.

Selv om det er en statistisk forskjell mellom jenter og gutters databruk, betyr ikke det at forskjellen er dramatisk stor. Mange av guttene er medlem på Facebook og bruker mye tid der, og det finnes mange jenter som spiller PC-spill.

# Det digitale klassekillet

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Informasjonskløfter og digitale skiller \(91434\)](#)



Digitale skiller i skolen / video

<http://ndla.no/nb/node/99948>

## Digitale skiller

De fleste i Norge bruker Internett, og mer enn 80 prosent har bredbånd hjemme. Det betyr at svært mange av oss har tilgang til den enorme mengden informasjon som finnes på nettet, og til selv å ytre seg i denne globale kanalen. SINTEF-forsker Petter Brandtzæg hevder at det å kunne betjene PC og Internett snart er like viktig som å kunne lese. Derfor er digital kompetanse nedfelt som en grunnleggende ferdighet i norske læreplaner.

De nye mediene gir adgang til store mengder informasjon og gjør det enkelt å delta i samfunnsdebatten. Men ikke alle benytter seg av denne muligheten. Vi bruker mediene forskjellig, dermed oppstår det *informasjonskløfter* og *digitale skiller* mellom generasjoner, verdensdeler og mennesker med ulik kulturell kapital.

Tidligere ble begrepet *digitale skiller* brukt for å peke på forskjellene mellom dem som hadde tilgang på datautstyr og nettforbindelse, og dem som ikke hadde det. Både utstyr og oppkobling kostet en god del penger og krevede et minimum av teknisk innsikt. Dessuten var det først og fremst større byer som hadde rask nettforbindelse. Det var altså en skeivfordeling der folk med god inntekt og utdanning hadde de store fordelene, særlig de som bodde i byene.

Et skille viskes ut, nye oppstår



## Huskelappen

**Tilgang til informasjon og mulighet til å uttrykke egne meninger er viktig i et demokratisk samfunn.**

**Informasjonskløfter oppstår når folk har ulik tilgang til informasjon.**

**Utvikling av digital kompetanse er et viktig tiltak for å motvirke at digitale skiller oppstår.**

## Ressurser



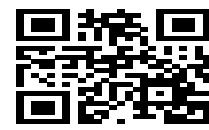
Radiogavefondet, som ble stiftet i 1937, skaffet radioer til gamle og syke.

Nettmagasinet Gemini om [Den digitale kløften](#)

Pers blogg om  
[Det digitale klassekillet](#)

I dag er både datamaskiner og nettforbindelse billigere og enklere å betjene, og stort sett alle befolkede områder her i landet har brukbare oppkoblingsforhold. De som ikke har ordnet seg med utstyr hjemme, kan komme på nett på biblioteket eller på en nettkafé. I velferdsstaten Norge sørges det dessuten for at alle som går på skole, får tilgang til og opplæring i digital mediebruk.

Skillet mellom hvem som har tilgang til nettet og ikke, er altså nesten vistet ut. Likevel er ikke betegnelsen digitale skiller lagt bort. Det viser seg nemlig at det oppstår systematiske forskjeller på hvordan folk klarer å dra nytte av tilgangen til Internett. Noen henter ut mengder med ny kunnskap, andre lar seg oftere spore av med underholdning. Noen kaster seg ut i blogging og lager egne nettsider, andre mangler kunnskap om hvordan dette gjøres – eller lyst til å gjøre det.



Digitale skiller /  
audio  
<http://ndla.no/nb/node/91440>

## Forskningstips

Er det slik at ...

- alle klarer å bruke søkemotorer for å finne svar på ting de lurer på?
- alle ser forskjell på riktig informasjon og ren bløff?
- alle elever blogger og publiserer filmer på YouTube?



Tilgang til informasjon er viktig for verdens fattigste.

## Til debatt

Er du enig i påstanden:

*– Å kunne betjene PC og Internett er like viktig som å kunne lese og skrive.*

En forskergruppe i Bergen har gjort en undersøkelse blant 1784 elever i ulike videregående skoler og funnet at mange bruker sosiale medier og dataspill i timene. På denne måten lar de seg avspore fra det faglige arbeidet. Problemet viser seg å være størst for elever med lavere karakterer. Elever med gode karakterer klarer i større grad å styre unna disse fristelsene.

En undersøkelse blant ungdomsskoleelever viser en klar sammenheng mellom gode karakterer og høy digital kompetanse.

Begge disse studiene peker på den samme tendensen til opphoping av goder som vi finner når vi studerer informasjonskløfter, kunnskapskløfter og sosiale skiller. De som kommer fra såkalt ressurssterke miljøer, har større mulighet til å lykkes i skole og utdanning og få de best betalte jobbene. De som har tilegnet seg mye kunnskap fra utdanning og lesing, kan lettere forstå den informasjonen de finner i mediene – både på nett og ellers – fordi de sitter med bakgrunnskunnskap som de kan bygge videre på.

Denne opphopingseffekten er en tendens vi får øye på når vi studerer statistiske sammenhenger. Ser vi på enkeltmennesker, er det slett ikke alltid slik. Det er ingen automatikk i at man skal være mer digitalt kompetent fordi om man har gode karakterer, men statistisk er sjansene større. Dermed blir dette et viktig spørsmål for politikere som ønsker å legge til rette for at alle får like sjanser til å nyttiggjøre seg de mulighetene som nettet gir, og for forskere som ønsker å finne ut om de politiske tiltakene lykkes.

## Globale skiller

Norge er et av verdens rikeste land, og utjevning av sosiale forskjeller er viktig for oss. Derfor har vi klart å redusere det tradisjonelle digitale skillet som handler om tilgang til datamaskiner og Internett. Men i store deler av verden er dette skillet fremdeles et problem. Det er mange fattige mennesker i verden, og få av dem er på nett. Det er også mange som lever under totalitære regimer. De rammes av sensur og opplever at de blir nektet adgang til store deler av nettet.

Både samfunnsutvikling og økonomisk utvikling er knyttet til det å være på nett. Her ligger muligheter for utdanning og læring, informasjon og nyheter om hva som foregår i verden. Og her ligger muligheten for å opprette kontakter og nettverk, og drive næringsutvikling og politisk arbeid. En FN-rapport slår fast at tilgang til Internett bør være en menneskerettighet. Dette er med andre ord et globalt fordelingsproblem.

## Er du en seriefråtser? (sept. 13)

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Er du en seriefråtser? \(127759\)](#)

**NDLAktuelt**

Dette er saken

**Stadig flere ser TV-serier via strømmetjenester på nett.**

***House of Cards* gikk til topps i Emmy Awards. Serien er bare vist på Netflix.**

Netflix



Netflix er en abonnementstjeneste for streaming av filmer og TV-serier.

Ifølge Dagbladet har Netflix 29 millioner seere i USA. I Norge bruker 150 000 seere Netflix daglig (tall våren 2013).

Seervaner i endring

Se innslag i

[Dagsrevyen 23. sept. 2013](#)

(ca. 29:30–35:00)

Bingewatching



## Er du en seriefråtser? / aktuelt

<http://ndla.no/nb/node/127759>

### Kartlegg seervaner

Hvor mange av  
elevene i klassen din  
ser TV-serier på  
nettet?

Hvor mange ser mer  
enn én episode av  
gangen?

Be gjerne læreren  
gjøre en lignende  
undersøkelse blant  
lærerkollegane.

Er det forskjell på  
yngre og eldre seere?



Kevin Spacey og Robin Wright Penn i TV-serien House of Cards. Serien, som kun er vist på Netflix, gikk til topps i konkurransen om årets Emmy-pris for beste TV-serie.

**Fjernsynsvanene våre er i sterk endring. Stadig flere velger å se TV-serier via nettbaserte strømmetjenester. Og da nøyer vi oss ikke bare med én episode!**

Emmy-pris til House of Cards

I 2013 gikk den amerikanske TV-serien *House of Cards* til topps i Emmy-konkurransen som beste TV-serie. Og det på tross av at serien aldri har blitt vist på TV! Serien er produsert av strømmetjenesten Netflix.

– Fra og med i dag finnes det ikke lenger en tydelig grense mellom TV og Internett. Det eneste som betyr noe, er hva som skjer på skjermen, sier innholdssjef Ted Sarandos i Netflix til Reuters.

Tradisjonell TV-overføring består av et lineært programutvalg som blir komponert av ulike TV-stasjoner. Trenden nå er at TV-seere verden over i større grad velger å komponere sin egen TV-kveld ved hjelp av ulike strømmetjenester på nett.

### Blir TV-stasjonene borte?

I Dagsrevyen 23. september 2013 reiste programlederen spørsmålet om dette kan bety slutten for tradisjonelle fjernsynssendinger slik vi kjenner dem i dag.

Sindre Østgård, sjef for nye medier i NRK, mener at de tradisjonelle TV-stasjonene fortsatt vil spille en rolle i folks hverdag. Mange av oss er rett og slett for late til å velge selv! Dessuten trenger vi fellesopplevelser som vi kan snakke med andre om i kantina, på jobben og på sosiale medier. Hans svar er derfor ikke enten–eller, men både–og.

Som allmennkringkaster har NRK valgt å sende sine TV-programmer både på fjernsyn og nett, slik at folk selv kan velge hva de vil se, og når de vil se programmene.

### Fråtse-seere

I kjølvannet av at TV-serier nå distribueres på nett, er det mulig å se flere episoder av samme serie fortløpende. Da slipper vi å vente i spenning til neste dag eller neste uke.

Det gjenstår å se hva dette vil bety for dramaturgien i TV-serier som kun sendes over nett. Slik det er nå, slutter ofte episodene i en TV-serie midt i et dramatisk høydepunkt, i motsetning til den tradisjonelle fjernsynsfilmene der spenningen langsomt bygges opp mot et endelig klimaks.

Mange barn og ungdommer benytter seg av muligheten til å se mange serieepisoder i løpet av en helg. Slike seervaner kalles nå "fråtse-seing" eller "maraton-seing" (engelsk: *bingewatching*).

Kanskje du er en seriefråtser?

# Vi lever i en filterbølle

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Vi lever i en filterbølle \(107782\)](#)



## Vi lever i en filterbølle / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/107782>

I denne videoen forteller den amerikanske internettaktivisten Eli Pariser om "filterbobler".

### Endringer i nyhetskonsument

Måten vi konsumerer nyheter på, har endret seg radikalt de siste årene. Stadig færre henter informasjon fra tradisjonelle nyhetskanaler som TV, radio og trykte aviser. I dag mottar vi i økende grad nyheter via digitale plattformer som mobil og nettbrett, og via sosiale medier som *Facebook* og *Twitter*.

Den amerikanske internettaktivisten Eli Pariser er bekymret for utviklingen. *Pew Research Center* (PRC) i USA kom nylig ut med en rapport om det nye medielandskapet i USA. Den viser at siden år 2000 har antall personer i USA som leser nyheter via papiraviser, blitt halvert, fra 50 % til 25 %. Den samme utviklingen ser vi når det gjelder radio og TV. Konsumet av nyheter via sosiale medier som *Facebook* og *Twitter* har derimot doblet seg siden 2010, fra 9 % til 19 %. Blant unge under 30 år får 1 av 3 sine nyheter fra sosiale medier.

### Skreddersydde tjenester

Nettbaserte mediebedrifter skreddersyr sine tjenester slik at de tilpasses ulike brukergrupper. Tilpassingen skjer ut fra innsamlet informasjon om brukernes preferanser. Det gjelder både kommersielle tjenester, nyhetstjenester og søker-tjenester. Et godt eksempel er nettbutikken *Amazon*. De vet hva kunden tidligere har kjøpt, og hva andre, som har de samme interessene, har kjøpt. Denne personifiseringen er en bevisst strategi hos de største internetselskapene som *Facebook*, *Google*, *Microsoft* og *Yahoo*. Men en ting er å samle informasjonen for å selge en vare. Det er noe helt annet når denne informasjonen brukes for å styre vår tilgang til informasjon.

**NDLAktuelt**

En "filterbølle" oppstår når en algoritme på en nettside gjør et utvalg av informasjon en bruker søker etter basert på informasjon om brukeren.

Det kan være stedsangivelse, tidligere klick og søking.

Som et resultat av dette blir brukeren utestengt fra informasjon som ikke stemmer med ens egne synspunkter og på den måten effektivt isolerer dem inn i dere egen kulturelle og ideologiske bølle.  
(Wikipedia 2012)

### Ressurser



Big Google brother?

Rapporten til Pew Research Center (PRC):

[Trends in News Consumption: 1991–2012](#)

## Vi er ikke anonyme på Internett

Det som en gang var et anonymt medium "hvor ingen visste at du var en hund", for å bruke tegneren Peter Steiners berømte tegning fra 1993 som eksempel, har blitt et avansert verktøy for å analysere våre personlige data. Ifølge internettaktivisten Eli Pariser har *Google* siden 2009 skreddersydd søker treffet vårt ut fra det som den algoritmen som *Google* bruker, tror er det beste søkeresultatet for oss. Den informasjonen vi får, er derfor tilpasset det *Google* allerede vet om våre interesser og meningsfeller. *Facebook*, *Yahoo* og andre leverandører av innhold på nett gjør det samme.

## Vi lever i en filterboble

Vi beveger oss mot en verden der Internett viser oss det de tror vi ønsker å se, men ikke nødvendigvis det vi trenger å se, ifølge Eli Pariser. Han mener at ved å kombinere alle disse filtrene, alle disse algoritmene, så får vi det han kaller for en *filterboble*, vårt eget begrensede informasjonsunivers. Problemet er at vi ikke selv bestemmer hva vi vil ha av informasjon, og at vi ikke vet hva som blir filtrert bort.

Det blir sagt at det finnes ingen gratis lunsj. Kostnaden ved gratistjenester, som for eksempel *Facebook*, er at den informasjonen vi gir fra oss, isolerer oss som konsumenter. Algoritmene blir de nye portvaktene for informasjon. De erstatter tradisjonelle portvakter som redaktører og journalister, som tross alt er identifiserbare personer.

Søkeren er viktig for søkeret:

[Historien om den redigerede virkelighed](#)



En berømt illustrasjon av Peter Steiner viser to hunder som opptrer anonymt på nettet. Moderne teknologi gjør at nettgiantene nå vet mye om hvem du er, og hva du foretrekker.



Les også

[Nå er du mindre synlig på Facebook](#)

# Medier og identitetsdannelse

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Amendor, Ragna Marie Tørdal

[Medier og identitetsdannelse \(82116\)](#)



## Huskelappen

**Identiteten vår er det bildet eller den oppfatningen vi har av oss selv.**

**Identiteten oppstår i samspill med andre mennesker.**

**I mange samfunn er identiteten til en person bestemt av hvilken gruppe eller familie man tilhører.**

**I samfunn der individet står i sentrum, kan vi i større grad iscenesette vår egen identitet, blant annet gjennom sosiale medier.**

## Mediestemmer



Fagteksten er laget på grunnlag av et intervju med førsteamanuensis Anders Fagerjord ved Institutt for medier og kommunikasjon ved Universitetet i Oslo.

## Ressurser

Noen forskere argumenterer for at identitet ikke bare er noe vi *har*, men også noe som vi *spiller*. Vi er så vant til å tenke at vi skal være oss selv, men vi spiller og fremfører også rollen som oss selv. For å forstå hva som menes med dette, kan vi se på hvordan vi kommuniserer med ulike mennesker. Måten vi snakker til bestemor på, er annerledes enn når vi snakker til venner, kjæresten eller til en fremmed på bussen. Vi har alle følelsen av å være én person, men identiteten vår består av mange sider. De ulike sidene tar vi frem til forskjellige tider og i ulike sammenhenger.

Mennesker er sosiale og har behov for å knytte seg til andre. I møte med andre oppstår det også et behov for å si hvem vi er. Det handler ofte om å signalisere hvem vi vil være lik, og hvem vi vil være sammen med. Alle ønsker å være unike, men vi har et like stort behov for å si hva vi har til felles med de andre.

Les mer om [Identitet](#)

Til fordypning

Jostein Gripsrud om

[mediekultur](#) og

[mediesamfunn](#)

# Å gjøre seg synlig på nettet

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Amendor, Ragna Marie Tørdal

[Å gjøre seg synlig på nettet \(79752\)](#)



Medier og identitetsdannelse: Anders Fagerjord / video

<http://ndla.no/nb/node/69475>

– Vi mennesker er sosiale individer som har lært å oppføre oss forskjellig etter hvem vi er sammen med, og situasjonen vi er i. Men hvilken side av oss selv skal vi vise når vi opptrer i sosiale medier? spør Anders Fagerjord.

## Å gjøre seg synlig på nettet

I det virkelige livet er det et spekter av inntrykk som definerer hvem du er. Når andre ser deg på nettet, eksisterer du kun i tråd med det du legger ut av informasjon. Det kan sammenlignes med å være i et mørkt rom sammen med andre mennesker. Du legger merke til de andre i rommet først når eller hvis de snakker. På samme måte må du gjøre noe for å være synlig i et nettsamfunn. Du må lage lyd for at de andre skal merke at du er der. Og det må du også gjøre jevnt og trutt, for fyller du ikke på med stadige statusoppdateringer eller blogginnlegg, blir du raskt usynlig og glemt.

Som sagt oppfører man seg på ulike måter overfor bestemor og kjæresten. Men på nettsteder som Facebook og Myspace kan både bestemor og kjæresten være vennene dine. Da kan begge se de samme sidene av deg. Dette viser hvordan det er vanskeligere å tilpasse de ulike sidene av oss selv i de sosiale mediene.

Historisk sett er det få kommunikasjonsarenaer som ikke har vært situasjonsbestemte. Men ungdom i dag sier mer om seg selv i de sosiale mediene enn det tidligere generasjoner gjorde i andre kommunikasjonssituasjoner. Samtidig er dagens ungdom tydelig på at det er enkelte ting de aldri vil legge ut i sosiale medier eller nettsamfunn. Forskning ved IMK og studier som er gjort ved SINTEF, viser nettopp at ungdom har et veldig reflektert forhold til dette. De lærer seg tidlig å balansere det personlige og det private.

## Å redefinere hvem man er

Personer som har vært igjennom personlige kriser som sykdom, arbeidsledighet eller skilsmisses, har hatt gode erfaringer med å skrive blogg. De bruker blogging til å bearbeide selvbildet sitt og kanskje redefinere hvem de er. Det er dessuten mulig å bruke nettet til å prøve ut ulike sider ved seg selv, fordi man kan være anonym. Her kan kjønn, handikap og seksualitet skjules. Et eksempel på dette er en mann som publiserte selvskevne dikt på Internett. Det ingen visste, var at han hadde Downs syndrom. Trolig ville mange ha opplevd diktene annerledes dersom de hadde visst hvem som hadde skrevet dem.



## Huskelappen

På nettet er det mulig å redefinere egen identitet. Vi kan få andre til å oppfatter oss slik vi velger å framstille oss selv.

Sosiale medier endrer grensene mellom det som er offentlig, og det som er privat.

## Mediestemmer

Anders Fagerjord er førsteamanuensis ved Institutt for medier og kommunikasjon ved Universitetet i Oslo. Han forsker på nye uttryksformer på nett og mobil.

## Ressurser

Webpsykologen om [online-identitet i sosiale nettverk](#)

Tips når du skal søke jobb:

[Bygg din identitet online](#)

SINTEFs  
undersøkelse

[Privat 2.0: Person- og  
forbrukervern i den  
nye  
medievirkeligheten](#)

Til fordypning

Synnøve Eide har  
skrevet en  
masteroppgave om  
det å regissere sin  
identitet med blogging  
og Facebook som  
scene

[Maskeradeball eller  
maskefall?](#)

# Hviler i fred - på Facebook

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg

[Hviler i fred – på Facebook \(88900\)](#)

Hva er en minnegruppe?



Huskelappen

**En minnegruppe** er en Facebook-gruppe som blir opprettet av en nær etterlatt kort tid etter et dødsfall.

**Minnegrupper** brukes til å uttrykke medfølelse med de etterlatte, og til å dele egne tanker og minner om avdøde.

**Mange har flere Facebook-venner etter sin død enn de hadde mens de levde.**

Til ettertanke



I 2009 tilbød Facebook sine medlemmer at man i stedet for å slette brukerprofilen til en avdød person, kunne gjøre den om til et minnested.

– Hva synes du om det?

Hva tenker du om at  
mange unge har flere  
venner etter sin død  
enn de hadde mens  
de levde?

Minnegruppen til de  
som ble drepte 22. juli  
2011, ble hacket to  
dager etter av folk  
som sympatiserer  
med  
gjerningsmannen.

– Hva synes du om  
det?



I 2010 omkom 55 ungdommer i trafikkulykker i Norge. Mange av disse fikk en minnegruppe tildelt på Facebook. En *minnegruppe* er en Facebook-gruppe som blir opprettet av en nær etterlatt kort tid etter et dødsfall.

I de første dagene etter dødsfallet er det mange som melder seg inn og uttrykker sin medfølelse overfor de som stod avdøde nærmest. Den som opprettet minnegruppen, deler minner om den avdøde og sine tanker omkring dødsfallet. Flere nære etterlatte skriver direkte innlegg til den avdøde. De formulerer seg ofte som om den avdøde fortsatt er i live, forteller om ting som de har gjort, og spør hvordan det går.

#### Flere venner i døden enn i livet

Et interessant trekk ved minneguppene som opprettes på Facebook, er at de avdøde ofte får flere Facebook-venner etter døden enn de hadde mens de fremdeles levde. Mange er nysgjerrige på hva som har skjedd, og noen ønsker nok også fokus på seg selv.

Gjennom aviser, TV, radio og Internett får vi hver dag døden rett hjem i stua. Alle dødsfall er en dramatisk hendelse som tiltrekker seg oppmerksomhet. Men vi reagerer ekstra sterkt når den rammer noen vi kjenner. I slike situasjoner er de nye sosiale mediene et sted der vi kan gi uttrykk for frustrasjon, sorg og savn.

#### Et nytt møtested for de sørgende

Både ritualforskere, medieforskere og fagfolk som arbeider med mennesker i sorg, har merket seg at ungdom i stor grad bruker sosiale medier for å minnes avdøde venner og familie. Det er et felt som det tidligere har blitt forsket lite på. Men etter terrorangrepene 22. juli har det fått mye oppmerksomhet.

Sosiale medier spiller en stor rolle i ungdommers hverdag. Så stor at mange unge mener at det er viktigere enn den fysiske kontakten med venner. Her "lever de livet". De sjekker jevnlig hva venner og bekjente driver med, og hvilke bilder de legger ut.

For mange er derfor sosiale medier et naturlig sted der de kan dele sorg og frustrasjon. I krisesituasjoner er det vanskelig å vite hva man skal si og gjøre i møte med de pårørende og etterlatte. Da velger mange heller å uttrykke medfølelse på Facebook.

# I medienes søkerlys

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[I medienes søkerlys \(130904\)](#)



Mediefjes / video

<http://ndla.no/nb/node/116667>

Idrettsutøver og "mediefjes"

Dagens idrettsutøvere skal ikke bare takle harde fysiske og psykiske påkjenninger i konkurransen mot andre idrettsutøvere. De må også kunne takle å være i medienes søkerlys. Noen utøvere blir mer motivert av å se seg selv brettet ut over en dobbelside i Dagbladet. Andre mister fokus på det de egentlig holder på med.

Det er ikke enkelt å leve opp til egne og andres forventninger. Spesielt unge idrettsutøvere kan stå i fare for å bli mentalt utbrent av å leve konstant i medienes søkerlys. Det finnes leger og psykiatere som hevder at "medieoffer" i dag nærmest kan sees på som en medisinsk diagnose.

Mediepresset øker

Idrett er god underholdning, og underholdning er lønnsomt. Stadig flere mediekanaler konkurrerer i dag om de beste idrettsoppslagene.

Da Håkon Brusveen tok gull på 15 km langrenn i Squaw Valley i 1960, hadde Norge kun én TV-kanal og én radiokanal. Slik var det også da Bjørg Eva Jensen tok gull på 3000 m skøyter i Lake Placid i 1980.

I dag må våre fremste idrettsutøvere stille til intervju med flere norske TV- og radiokanaler etter en konkurranses. I internasjonale mesterskap blir de møtt av en hær av mikrofoner og kameraer, og pressekonferanser før og etter idrettskonkurransene er like obligatoriske som dopingkontroller. Som en følge av dette omgir nå kjente idrettsprofiler som Petter Northug jr. og Magnus Carlsen seg med egne pressetalsmenn og medierådgivere.

Mange vil sole seg i glansen



Dette er saken

Idrettsutøvere  
opplever et stadig  
økende mediepress.

Det er flere årsaker til  
dette:

- Idrettsfolk er vår tids helter.
- Stadig flere mediekanaler konkurrerer om de beste oppslagene.
- Idretten er blitt mer kommersialisert, og arrangører og sponsorer ønsker medieoppmerksomhet.



Idrettsutøvere er vår tids helter. Her tar Mohamed Elyounoussi en "selfie" sammen med fansen etter eliteseriekampen i fotball mellom Sarpsborg og Start i 2013.

Dagbladet har, som ett av flere medier, en egen temaside om Magnus Carlsen. Det gir en pekepinn på omfanget av mediefokuset den unge sjakkmesteren blir utsatt for.

Idretten blir stadig mer kommersialisert, og både arrangører og sponsorer ønsker medieoppmerksomhet. De fleste idrettsutøvere eller idretteslag har i dag egne sponsorer som i stor grad bidrar til å finansiere virksomheten. Disse sponsorene ønsker naturlig nok å få noe tilbake for pengene sine – ikke bare i form av idrettsprestasjoner, men også i form av promotering av bestemte produkter eller verdier.

Markedsføringsverdien av denne promoteringen er i stor grad avhengig av at utøveren stiller opp både i redaksjonelle medier og i sosiale medier også utenfor konkurransen.

Er idrettsprestasjonen stor nok, er det nok av dem som ønsker seg en "selfie" sammen med den store helten – alt fra fansen som møter utøveren på bussen, til politikere som er på jakt etter å styrke eget omdømme.

#### Dagbladet: Magnus Carlsen



Therese Johaug vant Tour de Ski i 2014. For sponsorene er det viktig at logoer og produkter er lett synlig på pressefoto og i TV-intervjuer. Har du lagt merke til at Johaug nesten alltid har en flaske i hånda når hun blir tatt bilde av?

Ikke bare idrettsutøvere, men også trenere og dommere er utsatt for et sterkt mediepress. Se Egil "Drillo" Olsens kommentar til dette på VGTV:

NB! Intervjuet starter og slutter med et reklameinnslag.



#### I medienes søkelys / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/130904>

I gode og onde dager



Hele Medie-Norge var til stede da skiskyterparet Liv Grete Skjelbreid og Raphaël Poirée ble viet i Hålandsdalen kyrkje i år 2000. Da paret gikk fra hverandre sommeren 2013, valgte de, som mange andre mediekjendiser, å sende ut en pressemelding.

[Sommerens mest sjokkerende kjendisbrudd](#)



Erna Solberg og Magnus Carlsen på Norges toppidrettsgymnas i Bærum.

### Mediene bygger opp og river ned

Den heltestatusen mange idrettsutøvere oppnår, er i stor grad medieskapt. Vi elsker Ole Einar Bjørndalen, Therese Johaug og Ole Gunnar Solskjær fordi mediene har tegnet dem for oss som typiske norske helter. De målbærer grunnleggende verdier alle kan samles om, uansett etnisk og kulturell tilhørighet, og styrker dermed vår identitet som norske borgere.

Men mediene har også en egen dynamikk som tilsier at jo større heltestatus en person oppnår, jo mer spennende blir det å rive denne helten ned igjen fra pidestallen. Da blir en fiasko et bedre medieoppslag enn enda en seier, og skilsmissen selger flere aviser enn det bryllupet i sin tid gjorde. Og en "fallen helt" får ikke bare gjennomgå i redaksjonelle medier – han eller hun må ofte også tåle grov skikane i sosiale medier.

I disse OL-tider er det derfor lurt å tenke over at medaljer også har baksider.

# Minoriteteter i mediene

Forfatter: Marte Lindstad Næss, Amendor, Ragna Marie Tørdal

[Minoriteteter i mediene \(79757\)](#)



Minoriteter i mediene: Øivind Fjeldstad / video

<http://ndla.no/nb/node/67682>

– Når journalister skriver om personer i forbindelse med kriminalitet, trekker de ofte fram vedkommendes etniske eller utenlandske bakgrunn. Derimot viser det seg at når innvandrere gjør suksess i Norge, for eksempel innenfor idrett, blir journalistene ofte fargeblinde. Da er innvandreren «nordmann», sier journalist og faglitterær forfatter Øivind Fjeldstad.

*Hvorfor er det viktig med et kritisk blikk på mediernes dekning av minoriteteter i det norske samfunnet?*

Mange medieforskere har påpekt at mediene har stor påvirkningskraft på folks holdninger på ulike områder. Det gjelder særlig der folk ikke har så mye personlig erfaring. Og det er mange som ikke kjenner en somaliere, tyrker eller pakistanner personlig. Hvis mediene omtaler for eksempel somaliere hovedsakelig i forbindelse med kriminalitet eller andre problemer, kan det bidra til negative holdninger til somaliere.

*Mener du at mediene gir et galt bilde av virkeligheten?*

Mediene er særlig opptatt av ting som skiller seg ut fra det vanlige livet. Når et fly ikke styrter, er det ikke en nyhet. Nyheter handler ofte om negative hendelser eller ting som går galt. Det kan da bli slik at mediene skriver om for eksempel somaliere de gangene de gjør noe kriminelt eller på en annen måte er en belastning for samfunnet, men ikke ellers. Dermed får vi presentert et bilde som ikke stemmer med det virkelige livet.

*Er det andre som bidrar til at mediene gir et unyansert virkelighetsbilde?*

Huskelappen

**Holdningene våre til personer som tilhører etniske minoritets-grupper, blir påvirket av omtalen i mediene.**

I dag er ungdom med innvandrerbakgrunn som er født i Norge, med på å prege mediebildet med sin egen stemme.

**Innvandrere som snakker godt norsk, bruker også norske medier.**

Mediestemmer

*Øivind Fjeldstad er journalist og forfatter og har i mange år arbeidet med spørsmål knyttet til massemeldier, innvandrere og flyktninger.*

Ressurser

Mediene opererer ikke i et tomrom. Mye av det de tar opp, er utspill og saker som politikere kommer med. Dersom en politiker uttrykker sterke meninger om for eksempel islamisering eller bruk av hijab, vil mediene omtale det. Mediene vil også gjerne spissformulere en uttalelse, slik at de forsterker det politikerne eller andre sier. Sammen kan politikerne og mediene dermed gi et skjevt bilde av virkeligheten, der motsetninger og problemer dominerer.

*Er det forskjell på medienees dekning av minoriteter i Norge og i andre deler av verden?*

Det kan ha en betydning hvor menneskene som omtales, fysisk befinner seg. Det finnes flere eksempler på at mediene framstiller flyktninger eller andre grupper mennesker med mer sympati når de befinner seg *utenfor* Norge, enn når de oppholder seg *i* Norge. Tenk blant annet på hva du har lest om romfolket. Når de er i Norge, omtaler mediene dem ofte i forbindelse med småkriminalitet og tigging. På den andre siden er mediene medfølende når romfolket behandles dårlig lenger sør i Europa. Da blir de i stor grad framstilt som ofre for samvittighetsløse politikere.

*Kan medienees dekning av ulike innvandrergrupper forandre seg over tid?*

Mediedekningen påvirkes av hvor lenge den etniske gruppen har oppholdt seg i Norge. I 1970-årene kom det mange vietnamesiske flyktninger hit. Denne innvandringen fikk stor plass i mediene. Senere var det mange negative oppslag om vietnamesere som var innblandet i kriminalitet. I dag er det imidlertid sjeldent vi leser eller hører om vietnamesere. Vi kan si det slik at når en gruppe i befolkningen ikke lenger omtales i mediene, tyder det på at de er blitt godt integrert i Norge. Da er de ikke lenger interessante for pressen, ettersom de er blitt til «vanlige» nordmenn.

*Ser du noen positive utviklingstrekk i medienees bilde av innvandrere?*

Innvandrere dukker fortsatt ofte opp i saker om kriminalitet, eller de blir beskrevet som en gruppe som lever på siden av det norske storsamfunnet. Men det har skjedd en gradvis normalisering i medienees innvandrerbilde. Stadig oftere dukker det opp intervjuobjekter med navn som Ibrahim og Kadra i allmenne nyhetssaker og reportasjer.



Medieskapt forbilde: Stella Mwangi vant den norske finalen i Melodi Grand Prix med melodien "Haba haba" og representerte Norge i Eurovision Song Contest i Tyskland i mai 2011.

Ungdom med innvandrer-bakgrunn lar nå sin egen stemme bli hørt i mediene. På den måten er de med på å forme bildet av etniske minoritetsgrupper.



Under Melodi Grand Prix-finalen på Telenor Arena i 2010 stilte NRK med programlederne (fra v.) Haddy Jatou N'jie, Erik Solbakken og Nadia Hasnaoui – et fargerikt trekløver.

## Utrøp

Utrøp er Norges første og eneste nettportal, avis og TV som har fokus på nyheter, underholdning og aktualiteter om det flerkulturelle Norge.

Se UtrøpTV-program om

Samtidig har vi en ny generasjon mennesker med innvandrerbakgrunn som har vokst opp i Norge, og som stadig oftere er å se i mediene med egne meninger i kronikker og innlegg. Det blir dermed flere «innvanderstemmer» i mediene og ikke bare noen få som uttaler seg på vegne av en hel gruppe mennesker.

Flera fjernsynskanaler og aviser er blitt bevisste på å rekruttere journalister med flerkulturell bakgrunn. Det bidrar til et større mangfold i dekningen og til at innvandrere i mindre grad blir framstilt som en ensartet gruppe mennesker.

#### *Benytter innvandrere seg av norske medier?*

Undersøkelser viser at de innvanderne som snakker godt norsk, i stor grad benytter seg av norske medier. De ser på norsk fjernsyn og leser VG. For å holde på denne målgruppen er det i mediernes egen interesse å gi et balansert bilde av ulike grupper i befolkningen og ikke skape et skarpt skille mellom «oss» og «dem».

Hvis du opplever at mediene nesten bare omtaler folk med samme bakgrunn som deg i negative sammenhenger, vil det gjøre noe med din tiltro til mediene. Det kan gi en følelse av at du ikke er akseptert som et fullverdig medlem av samfunnet.

”Ambisjoner” som vil være motstykket til det bildet media og politikere har skapt av etniske minoriteter som samfunnstapere:

[Jobber for holdningsendring og rekruttering til arbeid og utdanning](#)



TV-progammet Migrapolis i NRK har bidratt til et nyansert bilde av personer med minoritetsbakgrunn i Norge.

#### Til fordypning

Integrering- og mangfolds-departementets rapport:

[Medieskapt islamfrykt og usynlig hverdagsliv – IMDI-rapport 2009](#)

# Stigmatisering eller fakta?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Stigmatisering eller fakta? \(88878\)](#)



Medier og minoriteter / video

<http://ndla.no/nb/node/88870>

Hittil i år har politiet i Oslo mottatt ca. 50 anmeldelser av overfallsvoldtekter. Sakene har fått stor oppmerksomhet i media. Mange er naturlig nok opptatt av hvilke tiltak som bør settes inn for å hindre at unge jenter får livet sitt ødelagt på denne måten.

Asylsøkere i fokus

Flere medier har overskrifter som gir uttrykk for at det er asylsøkere som har ansvaret for overfallsvoldtekten.



Huskelappen

**Mediene har ansvar for å fortelle om det som skjer i samfunnet.**

Overskrifter og introer er ofte spisset – de formidler det journalisten mener er viktigst i saken.

I et demokrati har mediene et spesielt ansvar for ikke å stigmatisere bestemte samfunnsgrupper.

Ressurser



Klikk for å se intervju

Amal Aden er kritisk til medienes omtale av mennesker med minoritetsbakgrunn.



Sveinung Sponheim og  
Hanne Kristin Rohde la  
fram rapporten på  
vegne av Oslo  
politikammer.

Innslaget i  
Dagsrevyen baserte  
seg på Oslo-politiets  
rapport i mai 2011:  
"Voldtekts i den globale  
byen".

Aftenposten følger  
saken opp i  
november: [45 av 48  
voldtektsmistenkte av  
utenlandsk  
oppriinnelse](#)



Maren Sæbo,  
redaktør i  
Verdensmagasinet:

[Deres seksualitet.  
våre kvinner](#)

#### **Fabian Stang vil ikke la alle asylsøkere gå fritt**

- Vi må litt på prinsippene for å beskytte jentene våre, sier ordføreren. (VG Nett 29. oktober 2011)

#### **Dette lærer asylsøkerne om voldtekts**

Asylsøkere i Stavanger lærer norske verdier. Planlegger kurs for asylsøkere i hele landet. (Aftenposten 2. november 2011)

### **Asylsøker siktet for tre voldtekter**

*En 19 år gammel asylsøker fra Spania er siktet for to overfallsvoldtekter i Baneheia på forsommelen, og en voldtett ved Otra. Mannens dna-profil knyttes direkte til overgrepene i Baneheia. (Fædrelandsvennen 3. november 2011)*

Direktøren for UDI, Ida Børresen, advarer nå om at slike medieoppslag er med på å stigmatisere alle asylsøkere som potensielle voldtektsmenn.

– At flertallet av gjerningspersonene beskrives som ikke-nordiske, betyr ikke at de er asylsøkere. I det hele tatt er det en tendens til å snakke om asylsøkere og kriminelle i samme åndedrett. Det er veldig bekymringsfullt, sier Børresen til VG.

### **Medienes informasjonsansvar**

En viktig side av medienes samfunnsansvar er å formidle fakta, også når det gjelder forhold som det er ubehagelig å snakke om. Redaktører og journalister hevder at deres dekning av voldtektsakene er basert på opplysninger fra politiet og på utsagn som politikere og fagpersoner kommer med i den debatten som nå pågår.

### **Overskrifter som selger**

Det er imidlertid mange måter å formulere et budskap på. I avisoverskrifter og introduksjoner til nyhetssendinger på radio og TV er mediene opptatt av å fange mottakernes oppmerksomhet. Da er det viktig å spisse formuleringene slik at det oppsiktsvekkende i saken kommer tydelig fram.

De fleste som uttaler seg til media, viser til at saken har flere sider. Men moderate uttalelser er et dårlig blikkfang. Derfor er det lett for journalisten å utelate modererende informasjon, eller skyve den lengre bakover i nyhetsfortellingen.

# Vi morer oss til døde

Forfatter: Trygve Skanding, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen

[Vi morer oss til døde \(116912\)](#)



Huskelappen

**Fjernsynet spiller en sentral rolle i de fleste hjem.**

**Er fjernsynet bare en nøytrale formidler, eller er det blitt en egen ideologi?**

**Neil Postman hevder at fjernsynsmediet tar regien, og gjør den offentlige samtalen om til underholdning.**

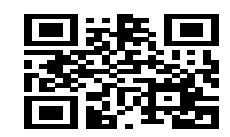
Ressurser



Neil Postman, professor i kultur og kommunikasjon ved New York University.  
Fotografiet er fra 1996.

Er det noe ved dette bildet som viser at det er tatt på 90-tallet?

I intervjuet nedenfor fra 1985 forteller Niel Postman selv om boken *Amusing Ourselves to Death*:



## Vi morer oss til døde / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/116912>

Kuult eller pinlig?



Trekant ble lansert som et seksualopplysningsprogram for ungdom. Mange mente at programmet bare var egnet til å underholde og sjokkere.



I fjernsynsshowet Big bang stilte et forskerpanel opp og lot seg intervju av komikerne Anne-Kat Hærland og Dagfinn Lyngbø. Er dette god forskningsformidling, eller serverer forskerne plattheter i beste sendetid?



Også tidligere statsminister  
Kjell Magne Bondevik (KrF)  
lot seg avbilde i lystig lag  
sammen med Synnøve  
Svabø, her utkledd som  
Elvis.



Synnøve Svabø gjorde lykke med sine mange politikerstunt på  
TV. Her flørter hun på direkten med Jens Stoltenberg.

Mediekritikk og samfunnskritikk

I 1985 utkom en bok i USA som skulle vise seg å bli en av de viktigste mediekritiske bøker som er skrevet. Medieforskeren Neil Postman ved New York University vakte stor oppsikt med sin skarpe kritikk av fjernsynets makt og påvirkning. Etter mange meninger har Postman fått rett i det han den gang forutså: "Vi morer oss til døde".

Bokens tittel var *Amusing Ourselves to Death*, på norsk *Vi morer oss til døde*. Det Postman den gang beskrev som en amerikansk medievirkelighet, er for lengst blitt vår norske virkelighet. Også i vår TV-virkelighet gjøres alt om til underholdning, og fjernsynets plass i samfunnet blir stadig større.

Postmans bok er både medie- og samfunnskritikk, og den er et godt grunnlag for et kritisk blikk på vårt eget samfunn og vår egen hverdag. Hvordan påvirker og former fjernsynet vår virkelighet? Er TV bare den nøytrale formidleren vi gjerne vil at den skal være, eller er TV blitt en egen ideologi?

Dette er spørsmål som Postman stilte, og de er enda mer aktuelle i dag. Ikke alle medie- og samfunnsforskere kan rose seg av å bli mer aktuelle i sine analyser med tiden!

### Telegrafen og fotografiendret verden

Ifølge Postman skjer det store skiftet med telegrafen og fotoet. Det er den raske overføringen av tekst via teleografi og muligheten til å se autentiske bilder som legger grunnlaget for det nye mediet som så omfattende forandret samfunnet vårt.

TV-mediet griper inn i det meste, og det vanskelige spørsmålet er om det er fjernsynet som tilpasser seg vår virkelighet, eller om det er vi som hele tiden passivt tilpasser oss TV-mediet. Mediet er en maktfaktor. I Postmans amerikanske analyse er det først og fremst underholdningsindustrien som er den styrende, med TV-kanaler som gjør alt om til underholdning.

Det er ikke underholdningen i seg selv som er problemet, sier Postman, men at alt stoff – ikke minst den offentlige diskusjon – fremstilles som underholdning. Nyheter, politikk, religion, reklame – alt blir påvirket og styrt av krav til å skulle underholde. Vi har for lengst akseptert at fjernsynet har en dominerende plass i våre hjem, og at andre medier må komme i andre rekke. Aviser, radio, bøker har ikke den gjennomslagskraften som TV har fått.

### Fjernsynet tar regien

Når politikere mer eller mindre frivillig "dummer seg ut" på TV og lar seg bruke i underholdningsprogrammer, så er det helt i tråd med det Postman forutså i sin analyse. Politikere stiller opp i diskusjonsprogrammer der de tildeles roller av en spilleleder, og "kampen" mellom motstanderne foregår i en arena der også publikum får kommentere innsatsen. Store deler av politikernes tid dreier seg om å håndtere mediepresset fra TV.

Nyhetssendinger blir lagt opp etter klare dramaturgiske regler, og reklamen bruker i stadig større grad humor og underholdning i sine budskap. Også andre deler av det som tidligere ble formidlet journalistisk, blir regissert og dramatisert, for eksempel reise- og matprogrammer på TV. De dramatiske elementene kalles gjerne "reality", og deltakere og publikum blir en del av underholdningen, som blir laget som serier.

Fjernsynets rolle og krav til underholdning er tydelig i forbindelse med aksjoner og prisutdelinger. Fredsprisutdelingen blir fast knyttet til en storslått konsert, som formidles via TV, og innsamlingsaksjoner er utenkelig uten fjernsynets underholdningsbidrag.

### Vindu og underholdningsmaskin

TV-skjermen er blitt både vårt vindu mot verden og vår underholdningsmaskin. De store distributørene samler de mest populære underholdnings- og nyhetskanalene i pakker og tilbyr dem via kabel eller satellitt, med mange sportskanaler som på sin egen måte blander underholdning og nyheter.

Distributørene har lenge ønsket – og fått – hånd om distribusjon av både TV, radio, filmleie, spill og bredbånd. Samtidig foregår det en sammensmelting – konvergens – mellom TV-skjermen og vårt andre ”vindu mot verden”, PC-skjermen, som også tilbyr underholdning. Den store og mektige spill-industrien ønsker å være både på TV-skjermen og PC-skjermen.

Postman skrev om underholdning og TV-mediet i sin bok, og han var opptatt av konsekvensen for det trykte ord og det som kalles den ”offentlige samtale”. Hvis vi i fremtiden skal ha en slik ”offentlig samtale” vil et viktig tema der være hvordan TV-mediet påvirker og forandrer oss selv og hverdagen vår.

# Oppgavesamling

## Min mediehverdag

Forfatter: Jan-Arve Overland

[Min mediehverdag \(104568\)](#)



Tid  
1 time

Vanskegrad  
lett

Ressurser

[Personlige blogger](#)

[Slik oppretter du en blogg](#)



Se hva andre elever gjør:



Min mediehverdag  
1 / video  
<http://ndla.no/nb/node/87091>

[Min mediehverdag 2](#)



*Ola, 17 år, våkner av at mobilen hans piper klokka 07.30. Han vekker opp pc-en sin fra dvale før han går på badet. Når han kommer tilbake, leser han tre tekstmeldinger som er kommet på mobilen. På mobilen sjekker han også siste status på Facebook og ser at 138 av vennene er påkoblet. Han ser at bestekameraten har logget inn og utveksler noen ord om matteoppgaver med ham. Før han må logge seg av, får han også tid til å spørre et par fotballkamerater om de skal på trening.*

*Mens han sitter på skolebussen med iPoden på øret – dagen før lastet han ned de siste låtene til favorittbandet sitt fra iTunes – får han en sms fra ei jente i klassen som har planer om å se Kon-Tiki på kino samme kveld. Han får akkurat tastet inn en kort beskjed om at han blir med, før han går av bussen.*

### Oppdrag

Slik er Olas mediehverdag før han kommer på skolen.

Hvordan er din mediehverdag?

Skriv en liknende fortelling om mediebruken din fra du våkner om morgen til du sovner en vanlig dag.

Legg denne fortellingen inn på bloggen din som hypertext og bruk godkjente bilder eller illustrasjoner.

## Virkelighet eller "reality"?

Forfatter: Terranova Media, Ragna Marie Tørdal

[Virkelighet eller "reality"? \(84370\)](#)



Mediepåvirkning / video

<http://ndla.no/nb/node/84315>

Reality-serien "Paradise Hotel" har blitt en stor suksess for fjernsynskanalen TV3. Om lag 250 000 seere benker seg foran tv-en når programmet går på lufta. Serien er kontroversiell. Noen mener at den står for et kvinnediskriminerende kjønnsrollemønster, og at de egoistiske deltakerne er dårlige rollemodeller for ungdom. Andre hevder at "Paradise Hotel" er en ufarlig drømmefabrikk, og at det er positivt at serien flytter på moralske grenser. Men lar ungdom seg virkelig påvirke av "virkelighets-seriene"? Vi har spurt medieviter Elise Seip Tønnessen, kjønnsforsker Jørgen Lorentzen, og noen unge seere.

### Drøftingsoppgave (2–3 timer)

1. Hvorfor tror du mange unge velger å se på realityserier som "Paradise Hotel"?
2. Drøft synspunktene til Elise Seip Tønnessen og Jørgen Lorentzen med bakgrunn i det du vet om mediepåvirkning.

#### Egenvurdering

- Har du klart for deg hva som menes når noen ber deg *drøfte* et utsagn?
- Har du satt deg godt inn i ulike teorier om mediepåvirkning?
- Har du begrunnet standpunktene dine på en måte som viser at du kjenner til disse teoriene?
- Har du brukt begreper fra medieteorien på en riktig måte i drøftingen din?

## Analyser nyhetsbildet

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Analyser nyhetsbildet \(108850\)](#)



Tid  
2 timer

Vanskegrad  
middels

Ressurser

[Norske nettaviser](#)

[Dagsrevyen](#)

[TV2-nyhetene](#)

Et eksempel på  
analyse:

[Saras medieblogg:  
Kvinner i mediebildet](#)



Oppgave

I denne oppgaven skal du analysere nyhetsbildet i Norge en bestemt dag, slik dette kommer til uttrykk i fem ulike nettaviser og i nyhetssendingene på NRK og TV 2. Jobb gjerne to og to sammen. Velg et tema og en problemstilling som dere vil belyse.

Tema dere kan velge mellom:

- Hvordan saker som gjelder kvinner, blir presentert i nyhetsbildet.
- Hvordan saker som gjelder ungdom, blir presentert i nyhetsbildet.
- Hvordan et bestemt land eller en verdensdel blir presentert i nyhetsbildet.
- Hvordan en spesiell nyhet blir presentert i ulike medier.

# Undersøk unges medievaner

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Unges medievaner \(84613\)](#)



Unge i dag har andre medievaner enn foreldregenerasjonen. Ny teknologi har gitt oss nye medier og nye muligheter. Elever på Elvebakken videregående skole i Oslo har undersøkt unges medievaner. I denne oppgaven skal du lage en lignende undersøkelse.



Ungdommens medievaner / video

<http://ndl.no/nb/node/80294>

## Oppgave: Undersøk unges medievaner

1. Se intervjuet med Pia, Benedicte og Thea fra Elvebakken videregående skole under Mediedagene i Bergen våren 2011.  
Hva har de funnet ut om unges medievaner?
2. Gjennomfør en undersøkelse av medievanene i klassen eller på skolen din. Lag et elektronisk spørreskjema ved hjelp av skolens LMS (It's learning, Fronter eller lignende), eller lag en spørreundersøkelse ved hjelp av Google forms. Elektroniske spørreskjema har den fordelen at de oppsummerer resultatet automatisk.
3. Sammenlign dine data med de funnene elevene på Elvebakken gjorde. Er det samsvar? Hva kan grunnen være til eventuelle avvik?
4. Sammenlign data fra elevundersøkelsene med data fra medieforskningen for øvrig. Er det samsvar? Hva kan grunnen være til eventuelle avvik?

Tidsbruk

5 timer

Ressurser

[Ungdom og medievaner](#)

Egenvurdering

– Er informantene dine representative for den gruppen du undersøker (klassen, skolen, unge)?

– Er den undersøkelsen du har laget, sammenlignbar med undersøkelsen som ble gjort på Elvebakken?

– Er konklusjonene dine basert på fakta, ikke på synsing?

## Google forms

Det er enkelt å opprette et spørreskjema i Google forms. Studer veiledningen som elevene ved Vennesla videregående skole har laget. De har brukt Google forms til å undersøke hvordan unge mennesker i Norden bruker sosiale medier:

[Slik lager du en spørreundersøkelse i Google forms](#)

## Studer NRKs profilundersøkelse

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Studer NRKs profilundersøkelse \(132420\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Ressurser

[NRKs  
profilundersøkelse  
2013](#)

Sven Egil Omdal:

*To kill av licence*

(mediekommentar)

### Oppgave 1

**NRK publiserte nylig en profilundersøkelse som tar for seg brukernes oppfatning av ulike sider ved NRKs virksomhet. Studer undersøkelsen og svar på spørsmålene nedenfor.**



NRKs profilundersøkelse / h5p\_content

<http://ndla.no/nb/node/132375>

### Oppgave 2

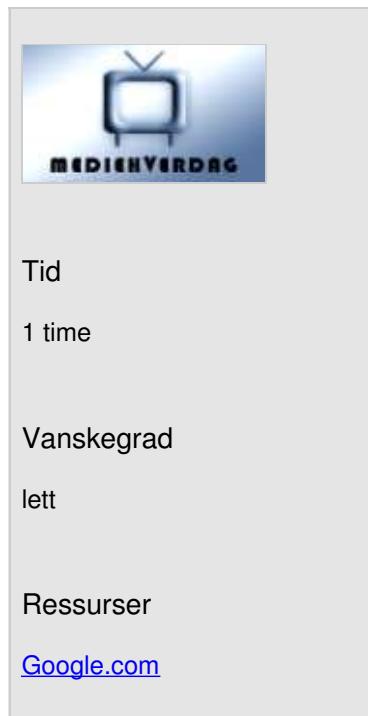
**Les Sven Egil Omdals mediekommentar *To kill å licence*. Teksten finner du under "Relatert innhold" nederst på sida.**

- a. Hvilket politisk parti er det Omdal omtaler som "partiet for folk flest"?
- b. Hvilke argumenter er det, ifølge Omdal, sentrale talspersoner for dette partiet bruker for å grunngi at de ønsker å fjerne NRK-lisensen?
- c. Hvorfor ønsker kulturminister Thorhild Widvey å vurdere om NRK fortsatt skal tilby nettjenesten Yr.no?
- d. Omdal påstår at TV 2 og TVNorge vil bli "feid av banen" dersom også NRK blir reklamefinansiert. Hvorfor tror du han mener at det vil bli slik?
- e. Hva er en allmennkringkaster, og hva er de viktigste argumentene for å beholde en slik ordning?
- f. Hva mener Omdal er den største trusselen mot ordningen med kringkastingslisens?
- g. Er dette en subjektiv eller objektivt tekst? Begrunn svaret med eksempler fra måten Omdal ordlegger seg på.
- h. Hvilket mediepolitisk ståsted tror du Omdal har?

## Lever du i en filterbølle?

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Lever du i en filterbølle? \(107812\)](#)



### Oppdrag: Test teorien

Flere har testet ut teorien til Eli Pariser. Ikke alle har fått bekreftet at det eksisterer en filterbølle.

Klassen deler seg i gruppe på tre eller fire elever. Skriv inn følgende søkeord i Google:

- Syria
- Nettmobbing
- Pizza
- Høstmoter
- Rasisme
- Slanking

Svar på spørsmålene:

1. Hvor mange treff fikk dere for hvert søkeord?
2. Sammenlign de 20 første søkeresultatene. Har noen fått forskjellig resultat?
3. Forklar hva grunnen kan være til at søkeresultatene eventuelt er forskjellige.

Diskuter i klassen

Hvis det eksisterer en "filterboble", hvilke følger kan det få for dere som brukere og for det samfunnet vi lever i?

# Personinformasjon på Facebook

Forfatter: Jan-Arve Overland

[Personinformasjon på Facebook \(107796\)](#)



Tid  
1 time

Vanskegrad  
Oppgave 1 – lett  
Oppgave 2 – middels

Ressurser



[Facebook](#)

[Personvern i Facebook](#)



I tilleggstjensten  
*Digital kompetanse* i  
NDLA finner du en  
artikkel  
[om søketjenesten Wolfram Alpha.](#)



## Oppgave 1

Søk opp profilene til dine beste venner på Facebook.

- Hva har disse ti vennene publisert på sine Facebook-sider det siste døgnet?
- Hvor mye av dette dukker opp på forsiden din i Facebook?
- Hvordan vil du forklare det du her har funnet ut?

## Oppgave 2

Analyser din egen Facebook-profil ved hjelp av verktøyet *Wolfram Alpha*.

### **Slik går du fram:**

Gå først inn på siden [Wolfram Alpha](#) og lag en konto:

Skriv inn "facebook report" i søkerfeltet.

Gi til slutt *Wolfram Alpha* tilgang til Facebook-kontoen din (dataene vil bli slettet innen ett døgn).

- Hva forteller denne analysen om deg selv og dine venner?
- Klikk på dine venners navn i denne rapporten.
- Hva kommer fram da?
- Hvor mye av informasjonen om dine venner kjente du til fra før?
- Hva lærte du av å utføre denne analysen?

# Registrer bruk av nettsamfunn

Forfatter: Hans Petter Overvoll, Ragna Marie Tørdal

[Registrer bruk av nettsamfunn \(82342\)](#)



## Oppgave

1. Lag en oversikt over viktige norske nettsamfunn (med norske eiere) og viktige internasjonale nettsamfunn.

- Hvilken profil har nettsamfunnene (målgruppe, innhold, tjenester)?
- Hvor mange brukere har nettsamfunnene?

Bruk gjerne en slik tabell til å registrere data:

Nettsted	målgruppe	innhold	tjenester	antall brukere
1				
2				
3				
4				
5				

2. Lag deretter en undersøkelse av hvilke nettsamfunn elevene i klassen din er medlemmer av.

- Hvor mange nettsamfunn er gjennomsnittseleven medlem av?
- Hvilket nettsamfunn har flest medlemmer fra din klasse?
- Sammenlign med nyere statistiske data om mediebruk i Norge.  
Skiller klassen din seg ut fra nordmenn flest?



Tidsbruk

2–3 timer

Vanskegrad

middels

Egenvurdering

- Har du funnet pålitelige statistiske data om bruk av nettsamfunn?

- Har du sørget for at undersøkelsen du gjør i klassen, er anonymisert slik at ingen kan finne ut hvem som har svart hva?

Ressurser

[Statistisk sentralbyrå](#)

[Medienorge](#)

[Norsk  
mediebarometer  
2010](#)

[Daglig mediebruk  
2006](#)

[Medietrender 2010](#)



# Iscenesetting på Facebook

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Iscenesetting på Facebook \(140193\)](#)



Tid

1–2 timer

Vanskegrad

lett



Ved hjelp av mobiltelefonen kan vi ta bilde av oss selv i ulike situasjoner og dele det med andre via sosiale medier. Vi bruker «selfies» til å framstille oss selv slik vi ønsker andre skal se oss.

## Iscenesetting i sosiale medier

Facebook er en arena der mennesker iscenesetter sitt eget liv for andre gjennom å ikke seg en spesiell maske eller «profil». Masken kommer blant annet til synne gjennom valg av profilbilder, forsidebilder og annen informasjon som avsenderen velger å dele med andre.

Mange har studert måten mennesker iscenesetter livet sitt på i sosiale medier. Noen forskere hevder at det kan avsløre personlighetstrekk, blant annet hvor narsissistisk (selvopptatt) en person er. En ny studie viser blant annet at menn som poster flere bilder av seg selv enn av andre personer på Facebook og Instagram, skårer høyere på målinger av narsissistiske og psykopatiske trekk. (Kilde: Forskning.no)

Kilde

### Oppgave 1

Les artikkelen *Mange selfies på nett tyder på asosiale trekk*.

- a. Forklar begrepene nedenfor. Søk på Internett etter forklaring dersom du er usikker på hva de betyr.
  - selfie
  - narsissistisk
  - psykopat
  - selv-objektivisering
- b. Lag et kort sammendrag av innholdet i artikkelen og presenter det for klassen. Presentasjonen skal være maks. 2 minutter.



Forskere mener at vi ikler oss en maske når vi iscenesetter vårt eget liv i sosiale medier.

### Oppgave 2

Studer hvordan du selv iscenesetter din person på Facebook. Dersom du ikke har en Facebook-konto, kan du gå sammen med en venn som har en slik konto, når du skal jobbe med denne oppgaven.

- a. Hvor ofte skifter du profilbilde?
- b. Hva er grunnen til at du skifter bilde?
- c. Hva ønsker du å formidle med det bildet du har valgt akkurat nå?
- d. Hva formidler det forsidebildet du har valgt?
- e. Hvilken annen informasjon deler du med andre under menyen «Om» på Facebook?
- f. Hvorfor har du valgt å dele nettopp denne informasjonen?
- g. Gir Facebook-profilen din et sant bilde at den du egentlig er? Hvorfor? Hvorfor ikke?

### Oppgave 3

Studer Facebook-profilen til et eldre familiemedlem (foreldre, besteforeldre eller en annen person du kjenner godt som tilhører samme aldersgruppe).

- a. Hvordan presenterer denne personen seg på Facebook?
- b. Synes du denne profilen gjenspeiler hvem denne personen egentlig er?
- c. Sammenlign måten personen iscenesetter seg selv på med det som er vanlig blant personer på din egen alder. Hva er likt? Hva er

#### Kilde

[Mandela funeral selfie adds to image problem for Denmark's prime minister](#)



Også politikere iscenesetter seg selv i sosiale medier. Her tar partileder i Arbeiderpartiet, Jonas Gahr Støre, en selfie sammen med den svenske statsministeren Stefan Löfven (t.h.) og den danske statsministeren Helle Thorning-Schmidt (t.v.) .

#### Oppgave 4

- a. NTB scanpix kåret dette bildet til «dagens bilde». Hvorfor tror du bildet fikk en slik utmerkelse?
- b. Den danske statsministeren Helle Thorning-Schmidt ble verdenskjent for en annen selfie. Hvem var med på det bildet, og hvorfor oppsto det en debatt i etterkant?
- c. Mange idrettsfolk, artister og politikere bruker Facebook til å markedsføre seg selv og det de driver med. Studer Facebook-profilen til kjente personer. Hva forteller profilen om hvilke verdier og egenskaper disse personene gjerne vil forbindes med?
- d. Er det sider ved disse personens liv eller virke som ikke blir synliggjort?
- e. Studer bildene som er publisert. Hvem er i fokus, personen selv eller andre mennesker?

# Refleksjonsoppgaver om minnegrupper

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg

[Refleksjonsoppgaver \(88901\)](#)



## Oppgaver

1. Hva kan årsakene være til at avdøde får flere medlemmer i minnegruppen på Facebook enn de hadde på vennelista?
2. Hvorfor tror du noen velger å dele sorg på Facebook der også fremmede kan lese det som skrives, og se på bilder av avdøde?
3. Hvordan brukes Facebook, og andre sosiale medier, i sorgarbeidet etter terrorangrepene 22. juli?
4. Tenk over din egen bruk av Facebook og andre sosiale medier. Hvor stor del av livet ditt lever du på Facebook?
5. Har du delt sorg med andre på Facebook? Hvis ja, fortell litt om erfaringene rundt det. Hvis nei, kunne du gjort det? Si noe om hvorfor, hvorfor ikke?
6. Er du enig eller uenig i denne påstanden: "Det at man deler sorgen og minnes på sosiale medier, er ikke lenger noe som er uvanlig, man kan kanskje heller si at det er uvanlig om man ikke gjør det."

Tidsbruk

1–2 timer

Vanskegrad

middels

## Ressurser

Skriv inn søkeord "minnegrupper" i Google og studer nærmere noen av de gruppene som kommer opp.

## Egenvurdering

– Har du studert form og innhold i ulike minnegrupper på Facebook før du svarte på spørsmålene?

## Idrettsutøver og mediefjes

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Idrettsutøver og mediefjes \(130951\)](#)



Tid

1–2 timer

Vanskegrad

middels



Mediefjes / video

<http://ndla.no/nb/node/116667>

### Oppgave 1

Se videointervjuet med svømmeren Sara Nordenstam.

- a. Hvorfor er mediene viktige for dem som driver idrett?
- b. Hvilken virkning har et sterkt mediefokus på idrettsutøvere?
- c. Hvilken type journalistikk liker hun best?
- d. Hva er mest sårende?
- e. Hvilket råd gir hun til andre idrettsutøvere?



Idrettsutøver på kalenderbilde for den svenske femtedivisjonsklubben Skivarp.

### Oppgave 2

I forbindelse med OL i Sotsji sender TV 2 OL-vignetter der utøvere er avkledde. Dette har blitt mer vanlig de siste årene i forbindelse med store idrettsarrangementer. I en artikkel i Aftenposten hevder Gerd von der Lippe at grunnen til at idrettsutøvere vises fram med naken hud, er at sponsorverdien øker. Dette er en utvikling som hun er skeptisk til.

– Når stadig flere toppidrettsutøvere kler av seg, kan unge utøvere få en følelse av at dette er så vanlig, at de bare må følge med. Det blir en slags normalisering av striptease-kulturen. Men noen støtes bort, fordi de ikke vil være med i en idrett der det settes så store krav til en perfekt kropp. Tidligere var det kvinnene som var de lettkledd. Nå er det nesten like vanlig for menn å vise seg frem.

Les Anna K. E.s blogginnlegg [En blanding av Synnøve Solbakken og Rihanna](#).

- Hva signaliserer bildet av Marit Bjørgen og bildet av Rachel Nordtømme som er gjengitt i denne bloggen? Er budskapet det samme?
- Hvorfor vil ikke Christina Vukicevic la seg avbilde avkledt?
- Diskuter i klassen:
  - Er det OK at idrettsutøvere poserer på denne måten?
  - Hvilke positive og negative konsekvenser kan en slik posering ha?



Ole Einar Bjørndalen

### Oppgave 3

Skiskytteren Ole Einar Bjørndalen har oppnådd heltestatus, ikke bare i Norge, men i store deler av Europa, selv om resultatene de siste årene ikke har vært de aller beste.

- Hvorfor tror du Bjørndalen har fått en slik heltestatus?
- Hvilke personlige egenskaper er det som gjør Bjørndalen til en typisk norsk helt?
- På hvilken måte har mediene bidratt til å skape denne heltestatusen?
- Les fagartikkelen "Mediebruk blant innvandrere" som du finner under "Relatert innhold" nederst på sida. Hva kan grunnen være til at mange innvandrere i Norge er opptatt av vintersport på TV?



John Arne Riise leser ofte avisoppslag om seg selv.

### Oppgave 4

Mediene skaper helter, men de er også med på å avkle heltene deres heltestatus. Søk på nettet etter avisreportasjer om fotballspilleren John Arne Riise.

- a. Hvilke egenskaper ble han tillagt som idrettsutøver og som person de første årene mediene skrev om han?
- b. Hvilke egenskaper er han blitt tillagt de siste årene?
- c. Hva tror du grunnen er til at medieomtalen har endret seg?

## Hvilket TV-program forbinder du med bildet?

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Hvilket program forbinder du med bildet? \(113493\)](#)



Tid

10 minutter

Vanskegrad

lett

Resultat

### **9 –10 poeng:**

Du er godt integrert i  
det norske samfunnet!

### **8–4 poeng:**

OK, du er ingen TV-  
slave!

### **3–0 poeng**

Du bruker alt for mye  
tid på kjærosten!

### **NB!**

Bildene i denne  
oppgaven ble brukt i  
forbindelse med de  
dybdeintervjuene  
forskerne  
gjennomførte da de  
undersøkte mediebruk  
blant innvandrere.



Test egne kunnskaper

Hvilke TV-programmer forbinder du med disse bildene?

Du får ett poeng for hvert riktig svar. Ikke juks!

Bilde 1



Dagsrevyen

Bilde 2



Trekant

Bilde 3



Ingen grenser

**Bilde 4**



Beat for Beat

**Bilde 5**



Lillyhammer

**Bilde 6**



Taxi  
**Bilde 7**



Senkveld  
**Bilde 8**



Puls  
**Bilde 9**



Nytt på nytt  
**Bilde 10**

Hurtigruta



# Muslimer i mediebildet

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Muslimer i mediebildet \(108838\)](#)



Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser



[Medieskapt  
muslimfrykt og usynlig  
hverdagsliv - IMDI-  
rapport 2009](#)

**K V a S • R**

[Kvasir nyhetssøk](#)

[Til ettertanke](#)

Da vi søkte i bildebasen til Scanpix etter bilder til denne oppgaven, handlet nesten alle bilder av muslimer om konflikter!



I en meningsytring i Aftenposten 20.07.12 sier Omar Akhtar (15 år) følgende:

*– Ett av problemene for muslimer i Norge, og for så vidt resten av Europa, er at nyhetsartikler som handler om noe positivt ved muslimer, for lengst har druknet i havet av artikler om jihad og terrorisme.*

I 2009 fikk søkeordet "islam" eller "muslimer" nesten dobbelt så mange treff som ordet innvandring i norske medier. Av alle nyhetsoppslag som har innvandring eller integrering som hovedtema, er 71 prosent problemorienterte, 18 prosent ressursorienterte, mens bare 11 prosent av oppslagene er nøytrale. Kriminalitet var det mest omtalte temaet. (IMDI)

### Arbeidsoppdrag

Bruk nyhetstjenesten til Kvasir og skriv inn søkeordet "muslimer".

1. Hva er temaet for de ti første artiklene som vises på denne oversikten?
2. Hvor mange av nyhetsoppslagene er problemorienterte?
3. Hvilke problemstillinger blir omtalt?

### Drøftingsoppgave

I hvilken grad blir våre holdninger til innvandrere påvirket av måten de blir framstilt på i mediene?

# Kan en innvandrer lede Norge rundt?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Kan en innvandrer lede Norge rundt? \(88913\)](#)

Lytt til innslaget fra programmet Mediemenerne (NRK 2003)

## Oppgave 1

Lag et referat av samtalen mellom programlederen og høgskolelektor Henrik Færevåg.

## Oppgave 2

Dette programmet ble laget i 2003. Har innvandrernes plass i media endret seg siden da? Hvordan? Hvorfor?

## Oppgave 3

Lytt til debatten. Hvem av debatdeltagerne er du mest enig med? Hvorfor?

Tid

1–2 timer

Vanskegrad

Middels

Egenvurdering

– Har du begrunnet standpunktene dine skikkelig?

# Hvor går grensen for sex på TV?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[NRK tøyser grensen for TV-sex \(89639\)](#)



NRK-serien Trekant

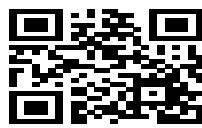
ledes av Benjamin

Silseth, Johanna Djena

Zamble og Even Jørs.

## Ressurser

[Orgasme i Trekant](#)



Innvandrungdom  
snakker om  
seksualitet / video

<http://ndla.no/nb/node/6614>

## Diskuter

– Gir programserien  
"Trekant" et riktig bilde  
av ungdom og  
seksualitet slik du  
kjenner det fra ditt  
eget miljø?

– Er "Trekant" et  
opplysningsprogram  
eller en realityserie?

– Er det Ok at  
nærbilder av  
kjønnsorganer i  
seksuell aktivitet vises  
på TV?



I hvilken grad blir  
unges seksualmoral  
påvirket av TV-serier  
som "Sex og singelliv"?



Første episode av NRK-serien Trekant vises på storskjerm for elever på Fyrstikkalleen skole i Oslo.

### Skriver TV-historie

Denne uka viser NRK3 nærbilder av underlivet til den amerikanske sexologen Carlin Ross mens hun ligger med spredte ben og masturberer til hun får orgasme. Dette er trolig første gang en virkelig orgasme vises på norsk fjernsyn.

Jarle Haugland i den kristne mediebrukerorganisasjonen Familie & Medier synes TV-bildene er spekulative. Sexolog Gro Isachsen mener derimot at det er viktig for unge mennesker å lære om sin egen seksualitet på denne måten.

### Opplysningsprogram eller realityserie?

TV-serien "Trekant" er en av de største satsingene til NRK3. Hensikten med programmet er seksualopplysning for ungdom. Nå er sesong 2 av programserien i gang. Også denne gangen er det flere som reagerer på det som presenteres på TV-skjermen. Flere reagerer også på de utfordringene de tre unge programlederne blir møtt med.

*– I programmet ber NRK ungdommen om å finne sine egne grenser, samtidig som vi ser tre ungdommer som tydeligvis blir pushet til å tøye sine egne grenser. De må fortelle hva slags erfaringer de har med oralsex, de må forsøke å puste seg til en orgasme. Jeg ser jo at programmet presenteres som at disse tre skal være deltakere, og det er min hovedinnvending mot det. For meg så blir det noe hallikaktig over dette. Det virker som om NRK tenker at for å lage et godt program, så må de utlevere og invadere mennesker, sier Ottosen til Side2*

Redaksjonssjef Håkon Moslet i NRK3 sier at "Trekant" hadde blitt kjedelig TV dersom ikke ungdommene utfordret seg selv. Ifølge TV 2 nektet programlederne å utføre flere av de stuntene som NRK ville de skulle være med på under opptakene. Men deltakerne sier at de opplevde at de grensene de selv satte, ble respektert.

# Studer fenomenet "Voe"

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Studer fenomenet "Voe" \(95678\)](#)



Voe / video

<http://ndla.no/nb/node/74282>

## Oppgave 1

I 2010 toppet Voe listen over de mest besøkte bloggene i Norge med opp mot 70 000 daglige besøkere. I januar 2011 bestemte Voe seg for å legge ned bloggen sin. Hvorfor?

## Oppgave 2

1. 31.8 2011 begynte Voe å blogge igjen på sin vanlige blogg. Bruk søkemotoren Kvasir til å sjekke hva nettaviser og sosiale medier har skrevet om Voe siden oppstarten. Hvor mange treff får du? Hva handler sakene om?
2. Hvilke fordeler og ulemper tror du det har å være i medienes søkerlys på en slik måte?
3. Hva synes Voe om Justin Bieber?

## Oppgave 3

Bruk den informasjonen du har funnet, til å lage et personportrett av bloggeren Voe. Publiser det gjerne på din egen blogg.



Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Kvasir nyhetssøk](#)



Voe slutter å blogge  
/ video

<http://ndla.no/nb/node/71174>

[Voes nye blogg](#)

**Om portrettintervju:**

Les Norsk journalistlags oppskrift  
på et godt  
[portrettintervju](#).

# Visuell eller verbal kommunikasjon?

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg, Ragna Marie Tørdal

[Visuell eller verbal kommunikasjon? \(96082\)](#)



## Drøftingsoppgave

De internasjonale undersøkelsene PIRLS og PISA viser at gutter leser mindre enn jenter, og at de guttene som leser, ofte foretrekker tegneserier og illustrerte fagblader. (Kilde: Lesesenterets publikasjon *Gutter og lesing*)

I videoen *Mediebruk før og nå* stiller Berulfsen følgende spørsmål: "Kanskje vi er på vei tilbake til hulemaleriene og helleristningenes tid?"

Drøft denne påstanden i lys av det du vet om lesing blant barn og unge i Norge i dag.

The logo for Medienværdag features a stylized television set with a grid pattern on its screen, set against a blue gradient background. Below the TV, the word "MEDIENVÆRDAG" is written in a bold, sans-serif font.

Tid  
2 timer

Vanskegrad  
vansklig

Ressurser

Mediebruk før og nå / video  
<http://ndla.no/nb/node/90710>

[Gutter og lesing](#)

Denne statistikken viser utviklingen fra 1990 til 2009:  
[Boklesing en gjennomsnittsdag](#)

Du kan sortere dataene ut fra aldersgrupper og kjønn.

# Kjønn og mediebruk

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg, Ragna Marie Tørdal

[Kjønn og mediebruk \(97656\)](#)



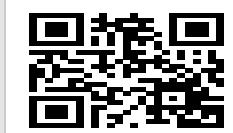
Tid

4–5 timer (inklusiv  
hjemmearbeid)

Vanskegrad

Vanskelig

Verktøy



Lag en  
spørreundersøkelse  
i Google forms / fil  
<http://ndla.no/nb/node/85726>

[Presentasjon: Prezi](#)

Ressurser

[Spørreskjemaer](#)

[Bearbeiding av  
datamaterialet](#)

[Analyse og tolkning av  
det empiriske  
materialet](#)

[Videoklipp om  
presentasjon og  
foredrag](#)



SCANPIX

## Oppgave 1

Gjennomfør en undersøkelse ved skolen din om forskjeller mellom jenter og gutters mediebruk. Lag gjerne et elektronisk spørreskjema i It's learning eller Fronter, eller bruk Google Forms.

Eksempler på spørsmål kan være:

1. Hvor mye tid bruker du Internett hver uke?
2. Hva bruker du Internett til? (Sett gjerne opp alternativer.)
3. Hvor mye bruker du på Facebook hver uke?
4. Hvorfor bruker du Facebook? (Sett gjerne opp alternativer.)
5. Hvor mye tid bruker du på spill? (Alternativer: spillkonsoller og onlinespill)

## Oppgave 2

Presenter resultatene fra undersøkelsen for resten av elevgruppen. Bruk et presentasjonsverktøy til å vise resultatene i form av tabeller og grafiske framstillinger.

- Fant dere noen forskjeller på jenter og gutters mediebruk?
- Om dere oppdager noen forskjeller, hvor store er de?
- Hvordan kan resultatet forklares ut fra teorier om sammenhengen mellom kjønn og mediebruk?

## **Skriv et essay om medieutviklingen**

Forfatter: Øyvind Høie

[Skriv et essay om medieutviklingen \(124259\)](#)



Tid  
2 timer

Vanskegrad  
vanskelig

Ressurser  
Slik skrivet du et  
[essay](#)



**Skriv et essay  
om  
medieutvikling  
en / oppgave**

<http://ndla.no/nb/node/124259>



Valgkamp på ulike mediearenaer / video  
<http://ndla.no/nb/node/78806>

Mediene – en fare for demokratiet?

Avisene spilte en viktig rolle i utviklingen av demokratiet. I dag ligner politiske valg mer og mer på popularitetskonkurranser, og uvesentlig kjendisstoff og underholdning fyller stadig større del av nettavisene.

Medieviteren Neil Postman spissformulerte dette i tittelen på boken *Vi morer oss til døde*.

Skriv et essay på ca. 600 ord med tittelen:

- *Er mediene blitt en fare for demokratiet?*

# Hva kan du nå?

## Repeter kapittelet Mediehverdag

Forfatter: Kevin Alexander Navarsete, Sogndal vgs, Martin Lund

[Repeter kapittelet Mediehverdag \(134051\)](#)

Tips fra Sogndal-elevene

**Elever i 3MIK ved Sogndal vidaregåande skule 2014 har laget videointroduksjoner som du kan du bruke når du skal repetere fagstoffet i kapittelet Mediehverdag.**

Slik kan du jobbe med fagstoffet

Elevene i 3MIK ved Sogndal vidaregåande skule 2014 laget korte videointroduksjoner da de jobbet med dette kapittelet.

Dette er en god måte å bli kjent med fagstoffet på.

Når du selv er produsent, gjør du stoffet til ditt eget.

Informasjonskløfter og digitale skiller

Denne videoen er laget av Martin Lund.



## Repeter kapittelet Mediehverdag / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/134051>

Medier og identitet

Denne videoen er laget av Kevin Alexander Navarsete.



## Repeter kapittelet Mediehverdag / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/134051>

# Hva kan du om digitale skiller?

Forfatter: Amrita Vikoren, Olve Røyrvik, Kevin Alexander Navarsete, Martin Lund, Ragna Marie Tørdal

[Hva kan du om digitale skiller? \(131841\)](#)



Interaktive tester

[Amritas My Task-oppgave](#)

[Martins My task-oppgave](#)

[Kevins My Task-oppgave](#)

[Olves My Task-oppgave](#)

Nå er det din tur!

Bruk My Task-verktøyet til å lage dine egne interaktive oppgaver.

Del oppgavene med noen du kjenner, via e-post.





3 MIK Sogndal vgs. 2014. Fra venstre: Torgeir Grov, Olve Røyrvik, Kevin Alexander Navarsete, Martin Lund, Siri Oppedal, Ida Einemo og Amrita Vikøren.

### Sogndal-elever utfordrer deg!

MIK-elevene på Sogndal videregående skole har laget interaktive oppgaver om digitale skiller ved hjelp av *My Task*.

Les først fagteksten *Informasjonsløfter og digitale skiller*. Teksten finner du under "relatert innhold" nederst på sida.

Ta deretter testene som Sogndal-elevene har laget, og se hvor mye du kan om digitale skiller.

Bruk gjerne *My Task* til å lage interaktive oppgaver til andre fagtekster i NDLA. Del oppgavene med andre via e-post. Du kan utfordre elever i klassen din eller medieelver ved andre skoler til å svare på spørsmålene. Dette er en morsom repetisjonsøvelse før en prøve.

# Mediemakt

## Medienes rolle i samfunnet

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Medienes rolle i samfunnet \(79218\)](#)

**En viktig forutsetning for å delta i et demokrati er at du har informasjon og kunnskap om samfunnet. Her spiller mediene en sentral rolle. De kan gi deg variert informasjon og muligheter til å komme til orde med synspunktene dine.**

Massemediene har mange viktige politiske funksjoner i vårt demokrati. De viktigste er:

- **Massemediene former vår oppfatning av virkeligheten.**

Massemediene gjør et utvalg av det som skjer hjemme og ute, og de vinkler dette på sin egen måte.

- **De gir rom for våre meninger.**

Du kan sende inn leserinnlegg til lokalavisen, kommentere nyhetsartikler på nettet og delta i debatter i ulike medier. Internett har økt dine muligheter til å komme med dine meninger.

- **De setter den politiske dagsordenen.**

Massemedia styrer vår oppmerksomhet mot saker og problemer. Ved å styre vår oppmerksomhet mot enkelte saker tvinger de oss til å mene noe om sakene, og de tvinger politikerne til å ta opp disse sakene.

- **Media – den fjerde statsmakt**

Media overvåker dem som har makt i samfunnet, og dem som styrer oss. Derfor blir de ofte kalt for "den fjerde statsmakt".

- **De gir oss tilgang til store mengder informasjon.**

Men ikke alle i samfunnet utnytter denne muligheten. På den måten kan det oppstå *informasjonskløfter* mellom dem som tilegner seg informasjon, og dem som ikke gjør det. Informasjonskløftene gjør at innbyggerne i et samfunn har ulikt grunnlag for å delta i demokratisk prosesser. Derfor er informasjonskløftene ikke bare et problem for den enkelte, men også for samfunnet som helhet. Resultatet kan bli at de som mangler informasjon, ikke deltar i demokratiet og dermed blir fratatt retten til innflytelse og makt.



Huskelappen

**Mediene er viktige aktører i et demokrati. De setter dagsordenen og overvåker dem som har makt i samfunnet.**

**Mediene formidler informasjon og er en viktig arena for meningsutveksling.**

Eksempel



Klikk på bildet og se en TV-reportasje fra Urix.

– Hvilke spørsmål settes på dagsordenen her?

– Hva forteller bildene fra rettssalen om bruk av hodeplagg?

# Ytringsfrihet og trykkefrihet

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Ytringsfrihet og trykkefrihet \(68240\)](#)



Ytringsfrihet / video

<http://ndla.no/nb/node/109453>

## Ytringsfrihet og trykkefrihet

Et av de viktigste prinsippene i et demokratisk samfunn er at alle borgere har rett til å mene hva de vil, og å gi uttrykk for det i skrift og tale. I et autoritært samfunn vil både enkeltborgere og massemedier være underlagt sensur fra myndighetenes side.

Ytringsfrihet betyr at enhver norsk borger har rett til fritt å gi uttrykk for sine meninger i skrift og tale. Prinsippet om ytringsfrihet er gjennomført i de fleste demokratiske stater.

En viktig side ved ytringsfriheten er trykkefrihet. Store norske leksikon definerer trykkefrihet slik:

*- retten til fritt, uten forhåndskontroll fra noen offentlig myndighet, å offentliggjøre sine tanker i trykt skrift. Virkelig trykkefrihet forutsetter videre ansvarsfrihet for de meninger som fremsettes, forutsatt at de ikke støter an mot straffelovgivningens bestemmelser om ærekrenkelser, sedelighetsforgåeler, brudd på taushetsplikt, oppfordring til å begå straffbare handlinger osv.*

I vårt land ble prinsippet om ytringsfrihet og trykkefrihet nedfelt i [Grunnloven § 100](#) allerede i 1814. Her heter det at ”... Frimodige Ytringer, om Statsstyrelsen og hvilkensomhelst anden Gjenstand, ere Enhver tilladte.”

I 2004 ble grunnloven endret slik at forbud mot forhåndssensur av trykte medier er direkte uttrykt i lovtexsten.

## Ytringsfrihetens grenser

På 2000-tallet har vi fått en ny debatt om ytringsfrihetens grenser i Norge. Kan det tenkes situasjoner der andre grunnleggende interesser og verdier kommer i strid med retten til frie ytringer?

Et eksempel er diskusjonen rundt publiseringen av karikaturtegninger av profeten Muhammed i den danske avisen Jyllands-Posten og norske Magazinet. Muslimer over hele verden reagerer sterkt på det de oppfatter som hånd mot grunnleggende religiøse verdier.



## Huskelappen

**Ytringsfrihet betyr at alle borgere har rett til å uttrykke meningene sine i tale og skrift.**

**Trykkefrihet betyr at myndighetene ikke kontrollerer hva mediene sier og skriver.**

## Internasjonale avtaler

Prinsippet om ytringsfrihet er også nedfelt i

*Den europeiske menneskerettskonvensjonen § 10*

og artikkelen 1 i FN's

[Verdenserklæringen om menneskerettighetene](#)

## Aktører



[Amnestys blogg om ytringsfrihet](#)

Paparazzifotografenes forfølgelse av prinsesse Diana og andre kjendiser aktualiserte en debatt om grensene for privatlivets fred.

Høsten 2010 offentliggjorde WikiLeaks enorme mengder hemmeligstemplede dokumenter. Hvor går grensen mellom ytringsfrihet og nødvendig hemmelighold med tanke på rikets sikkerhet?

[Reporters without borders](#)

Meninger

Aftenposten:

[Ytringsfrihetens grenser](#)

Bloggeren Jan Simonsen om sensur på YouTube:

[Frie ytringer](#)

I Norge er skattelistene offentlige og godt stoff i media. Er denne type tjenester viktig for ytringsfriheten?

# Ytringsfrihet - en menneskerett

Forfatter: Siri Gloppen, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen

[Ytringsfrihet – en menneskerett \(77132\)](#)



Siri Gloppen / video

<http://ndla.no/nb/node/77148>



**Ytringsfriheten er både en fundamental menneskerett i seg selv og viktig som middel for å beskytte og fremme andre menneskerettigheter.**

Å kunne uttrykke seg fritt er et dypt menneskelig behov og viktig for at vi skal kunne utvikle oss som individer og som samfunn, i fellesskap med andre. Dersom ytringsfriheten undertrykkes, fratas vi en viktig forutsetning for verdighet og selvrespekt, og vi mister også muligheten til å utvikle samfunnet vårt på en god måte.

Hvor viktig ytringsfriheten er, ser vi tydelig i tilfeller der den mangler – som for eksempel i dagens Nord-Korea, der både ytringsfrihet og all informasjon er strengt kontrollert.

Ytringsfrihet er en forutsetning for demokrati. Et demokratisk styresett forutsetter at mennesker deltar, og at meninger formes, uttrykkes, brytes og utvikles. På denne måten kan man komme frem til bedre politiske løsninger, og man kan holde til ansvar de som sitter med makt i samfunnet. Man kan forhindre at de misbruker makten, og påtale og straffe dersom det likevel skjer. Ytringsfrihet og rett til å protestere mot mis bruk av makt er nødvendig for demokratiet og hører til de grunnleggende menneskerettighetene.

Kanaler

## Mediestemmer

Siri Gloppen leder Raftopriskomiteen. Til daglig er hun forskningsleder på CMI (Chr. Michelsens Institute) og professor ved Institutt for sammenliknende politikk ved Universitetet i Bergen.

I denne artikkelen ser hun nærmere på forholdet mellom ytringsfrihet og menneskerettigheter.



I 2009 gikk Raftoprisen til journalisten Malahat Nasibova fra Aserbajdsjan. Hun er en modig forkjemper for ytringsfrihet og frie og uavhengige medier i et område der disse står svakt.

Raftostiftelsen

Raftostiftelsen bruker mange kanaler i sitt arbeid med å fremme ytringsfrihet og menneskerettigheter, både etablerte medier som aviser og TV, nye medier og direkte kontakt. Det er viktig for Raftostiftelsen å nå ut til allmennheten, og ikke minst til unge mennesker som skal være med på å forme samfunnet vårt fremover. Det er også viktig å nå dem som har påvirknings- og beslutningsmakt i samfunnet i dag. Her er de tradisjonelle mediene viktige – men også krevende. Det er stor konkurranse om plass, og mange som har viktige og aktuelle budskap. For å nå gjennom er det viktig å bli oppfattet som en troverdig avsender.

Raftoprisen, som har vært delt ut siden 1987, har fått stor oppmerksomhet internasjonalt. Prisen har flere ganger gått til mennesker og organisasjoner som senere har markert seg sterkt for arbeidet med menneskerettigheter i verdenssamfunnet. Vi forsøker å være en pådriver i arbeidet for menneskerettigheter ved å løfte frem mennesker som gjør et modig arbeid for menneskerettigheter, men som ikke får den oppmerksomheten av verdenssamfunnet som kampen deres fortjener. Dette har gjort at vi flere ganger har vært tidlig ute med å sette fokus på modige mennesker og viktig arbeid.

Et kjent eksempel er fredsprisvinneren Aung San Suu Kyi i Burma, som fikk Raftoprisen allerede i 1990. I 2009 gikk prisen til journalisten Malahat Nasibova fra Aserbajdsjan. Hun er en modig forkjemper nettopp for ytringsfrihet og frie og uavhengige medier i et område der disse står svakt. En rekke av prisvinnerne har måttet kjempe for å nå fram med sine budskap, og flere har risikert liv og helse i kampen.

### Sosiale medier

Som organisasjon arbeider Raftostiftelsen på mange plan for å nå frem med informasjon, og man har tatt i bruk sosiale medier, både som en kilde til informasjon om menneskerettigheter og for raskere kontakt med blant annet media. Stiftelsen er for lengst til stede både på Facebook, Twitter og LinkedIn.

Raftostiftelsen har siden starten i 1986 vært et viktig senter i arbeidet for menneskerettigheter, og fra Raftohuset i Bergen drives et omfattende opplysnings- og undervisningsarbeid.

Mest kjent er stiftelsen for utdelingen av den årlige Raftoprisen for menneskerettigheter, en internasjonalt høyt anerkjent pris, som har vært delt ut hvert år siden 1987.



Den katolske biskopen og menneskerettighetsforkjemperen José Raúl Vera López fra Saltillo, Mexico, mottar Raftoprisen i 2010.

### Raftoprisen 2012



Raftopris-vinneren Nnimmo Basso fra Nigeria er kritisk til norsk oljepolitikk.

[Et reelt Rafto-spark](#)

Som kilde er de sosiale mediene blitt viktigere, de kan være en styrke for ytringsfriheten fordi de åpner for ny kontakt og mer åpenhet, også med grasrotsamfunnet og unge mennesker. Nye medier – og Internett – kan raskt bringe videre nyheter om overgrep, konflikter og brudd på menneskerettighetene, og disse kanalene er vanskelige å kontrollere. Vi har sett eksempler på at nye medier har vært medvirkende til store politiske omveltninger, fordi de er hurtige og i utgangspunktet ikke kontrolleres av undertrykkende makthavere. Dessverre ser vi også eksempler på sensur eller nedstenging, for eksempel av Internett og mobilnett. At dette skjer, er i seg selv et tegn på hvor viktige de nye mediene og frie kommunikasjonskanaler er for politisk utvikling og demokrati.

## Misbruk

Men ytringsfrihet kan også misbrukes. Vi er vel alle klar over at Internett og sosiale medier kan misbrukes og være redskap for kriminalitet, undertrykkelse og propaganda. Man er hele tiden nødt til å være forsiktig med hva man legger ut og formidler, og å være kritisk til det man leser.

Men dette gjelder ikke bare de nye mediene. Alle former for ytringer og uttalelser kan skade og skape konflikt, både tilsliktet og utilsiktet. Noen former for ytringer, for eksempel de som oppfordrer til rasistisk vold, må derfor begrenses for å beskytte andre menneskerettigheter, eller ytringsfriheten selv. Samtidig er det viktig å huske at ytringsfriheten er en fundamental rettighet, og at det derfor må være særdeles sterke grunner for å begrense den. Denne balansen er en av demokratiets viktige utfordringer.

Reklamefilmen nedenfor ble laget av studenten Tore Ramstad Urke ved Universitetet i Bergen som en øvingsoppgave våren 2011.

[Reklamefilm for Raftostiftelsen](#)

[Les mer](#)

[Raftosenteret:  
Undervisningsopplegg  
om ytringsfrihet og  
menneskerettigheter](#)

## Tema: grunnlovsjubileet

Forfatter: Ingrid Dokka, Norsk filminstitutt

[Tema: grunnlovsjubileet \(133822\)](#)

200 år med rett til å være menneske

Det finnes flere viktige dokumentarfilmer som på ulike måter beskriver det norske samfunnet i en demokratisk utvikling, hvor verdier som ytringsfrihet, likhet og menneskerettigheter står sentralt. Beate Arnestads dokumentarfilmer tematiserer fravær av menneskeretter og ytringsfrihet i to land der Norge som nasjon har jobbet med fredsmeklinger – i Rwanda og på Sri Lanka.

**Tittel:** Min datter terroristen

År: 2007

Anbefalt alder: 15 år



## Tema: grunnlovsjubileet / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/133822>

Hva fører til at et menneske er villig til å ofre sitt liv for en sak som hun mener er større enn henne selv? Hva er egentlig en terrorist? Hva er forskjellen på en terrorist og en frihetskjemper? Når kjenner det legalt for et menneske å drepe seg selv for å drepe motstanderne? "Skapelsen" av en selvmordsbomber blir beskrevet gjennom nære og personlige intervjuer med to "svarte tigre" i Liberation Tigers of Tamil Eelam, Darshika og Puhalchudar, og med moren til Darshika. *Min datter terroristen* betraktes i dag som et stikkje pionérarbeid fra regissøren Beate Arnestad.

**Tittel:** Sannhetens mange ansikter

År: 2010

Anbefalt alder: 15 år



## Tema: grunnlovsjubileet / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/133822>

Norske Erik Møse er hoveddommer i FNs internasjonale straffedomstol for Rwanda (ICTR). Møse er internasjonalt høyt respektert og anerkjent. Han har i flere år arbeidet med skyldspørsmål etter massakrene i 1994. De siste årene har det blitt innkalt vitner i stort antall – det finnes få bevis, så domstolen må basere seg på vitneutsagn. Beate Arnestads dokumentarfilm *Sannhetens mange ansikter* tar opp ICTRs og Møses arbeid. Hun var en av de aller første uavhengige filmskaperne som har fått adgang til rettsalen i Arusha (Tanzania).

**Tittel:** Tvonget til taushet

År: 2010

Anbefalt alder: 15 år



Logo: Grunnlovsjubileet

2014

Med nedsettelsen av den norske grunnloven i 1814 fikk Norge en av verdens til da mest moderne konstitusjonelle visjoner, retten til å leve som et fritt menneske i en nasjonal stat. Men hva slags rettigheter fikk vi egentlig – og hva slags konsekvenser fikk dette for utviklingen av det norske samfunnet og oss som nordmenn?

Les mer her:

[Grunnlovsjubileet 1814–2014: Ressurser på NDLA](#)

Sri Lanka



Sri Lankas flagg



## Tema: grunnlovsjubileet / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/133822>

*Twunget til taushet* er en film om krigsforbrytelser, ytringsfrihet og om mennesker som er villige til å risikere livet for å få fram sannheten. Filmen følger tre srilankiske journalister som har avdekket krigsforbrytelser begått av regjeringsstyrkene i krigen mot de tamilske tigrene. Journalistene har måttet flykte fra hjemlandet og lever nå i skjul. Filmen viser også helt ukjente og brutale sider ved regjeringsstyrkenes såkalte opprydning på Sri Lanka, hvor særlig den tamilske befolkningen har lidt store tap.

Etter at den 26 år lange borgerkrigen tok slutt i 2009, har situasjonen stabilisert seg på Sri Lanka. Men foreløpig er det lite som tyder på at myndighetene vil ta tak i behovene for forsoning og finne en politisk løsning på konflikten som vil sikre framtidig stabilitet og hindre diskriminering av minoritetsgruppene.

[Les mer om Sri Lanka](#)

## Rwanda



Rwandas flagg

For 20 år siden ble Rwanda rammet av et av de mest grusomme folkemordene verden har sett etter andre verdenskrig. Mer enn 800 000 mennesker ble drept i løpet av 100 dager. Operasjon Dagsverk i 2011 samlet inn penger til ungdom i Rwanda for å gi dem skolegang og mulighet til å lære om sine rettigheter slik at de aktivt kan delta i utviklingen i landet sitt.

[Les mer om aksjonen her: OD 2011: Rwanda](#)



# Hva er makt?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Hva er makt? \(78860\)](#)

## Hva er makt?

De fleste av oss har en oppfatning av hva vi mener når vi sier at noen har makt. Stortinget har makt fordi de lager de lovene som gjelder i Norge. Rektor har makt fordi hun kan utvise en elev som har brutt skolens regelverk. Den kuleste i gjengen har makt til å definere hva som er "in" akkurat nå.

Men når vi bruker ordet makt i faglig sammenheng, må vi være tydelige på hva vi legger i begrepet.

Store norske leksikon definerer makt slik:

- å ha evne til å utøve visse former for sosial innflytelse (potensiell makt) og det å utøve slik innflytelse (aktuell makt). Uttrykket viser altså til et asymmetrisk forhold: noen har makt over andre; noen agerer, andre reagerer.

En enklere definisjon på makt er å få noen til å gjøre noe de ellers ikke ville ha gjort. Det kan vi få til gjennom å true med negative sanksjoner dersom en person ikke gjør det vi ønsker. Men vi kan også få innflytelse gjennom å belønne positiv adferd.

## Mediemakt

Medienes makt kommer til utrykk på flere måter. En avis kan bestemme seg for å fokusere på forholdene i eldreomsorgen. Avisa lager en reportasje om en gammel og syk mann som blir sendt hjem til en kald leilighet uten tilsyn. Samtidig skriver redaktøren en leder om mangel på sykehjemsplasser. Hensikten er da å sette saken på den politiske dagsordenen. Resultatet kan bli at politikerne vedtar å bygge et nytt sykehjem. En slik maktutøvelse kalles *viljemakt*.

Mediene har også *definisjonsmakt*. Mediene setter dagsorden for hva vi er opptatt av, enten det er gårdsdagens fotballkamp eller den siste utviklingen i Midtosten.

Gjennom faktatekster og fiksjonstekster får vi tegnet opp et bilde av hvordan mennesker lever livene sine, og hvilke verdier som gjelder. Medienes beskrivelser av mennesker som tilhører ulike kulturer og religioner er med på å forme vårt bilde av dem, særlig dersom vi ikke har kjennskap til disse miljøene basert på egne erfaringer.



## Huskelappen

**Den som har makt,  
kan få folk til å gjøre  
noe de ellers ikke  
ville ha gjort.**

## Tre typer makt

- **viljemakt**
- **definisjonsmakt**
- **strukturmakt**

## Ressurser



Denne reklamen fra 1970 for Nilfisk støvsuger er eksempel på hvordan mediene kan definere og opprettholde et tradisjonelt kjønnsrollemønster.

Apple har fått kritikk for å sensurere innholdet på sine distribusjonsplattformer.

De som eier mediebedrifter og distribusjonskanaler, har også makt. De som eier en kommersiell TV-kanal, kan for eksempel bestemme hvor stor del av sendeflaten som skal brukes til nyhetsformidling, og hvor mye tid som skal brukes til underholdning.

Distributørene bestemmer hvem som skal få tilgang til innhold på nettet som krever bredbåndstilgang. Slik makt kalles *strukturmakt*.

Det er eksempel på  
det vi kaller  
*distribusjonsmakt*.

# Den fjerde statsmakt

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Den fjerde statsmakt \(79254\)](#)



I Norge er makten fordelt mellom Stortinget, regjeringen og domstolene.

## Maktfordelingsprinsippet

Fra historien kjenner vi "maktfordelingsprinsippet" som ble lansert av statsrettsfilosofen Montesquieu. Hans utgangspunkt var at "den som har makt, er tilbøyelig til å misbruke den". Han foreslo derfor en tredeling av statsmakten, der de ulike statsmaktene skulle operere uavhengig av hverandre og hindre hverandre i maktmis bruk. De tre statsmaktene var

- Den lovgivende makt – hos oss: Stortinget
- Den utøvende makt – regjeringen
- Den dømmende makt – domstolene

Denne tredelingen spilte en stor rolle da grunnloven vår ble utarbeidet i 1814. Men da parlamentarismen ble innført i Norge i 1884, ble den utøvende makt gjort direkte avhengig av den lovgivende, som er Stortinget. Regjeringen må ha stortingsflertallets tillit for å kunne styre.

Vi har altså ikke lenger tre uavhengige statsmakter. Men vi har fremdeles et system der makt stanser makt, eller balanserer makt. Den dømmende makt har for eksempel anledning til å sette den utøvende makt på plass, dersom loven ikke blir fulgt.

## Den fjerde statsmakt

Pressen (mediene) er en makt faktor i samfunnet som har vokst fram etter Montesquieus tid. Og mediene er naturligvis ikke en egentlig statsmakt, fordi mediene drives uavhengig av staten. Men de har stor makt i offentligheten, fordi de er så viktige for at demokratiet vårt skal fungere. Og de er en viktig "motmakt" mot andre typer makt i samfunnet, fordi mediene blant annet har som selvpålagt oppgave å avsløre maktmis bruk. Derfor kalles mediene ofte for "den fjerde statsmakt".

Samtidig har mediene mye makt selv, og de har plikt til å rette kritisk søkelys mot seg selv. I Vær Varsom-plakaten står det:



## Huskelappen

**Mediene skal holde et våkent øye med dem som har makt i samfunnet vårt.**

**Mediene kalles den fjerde statsmakt fordi de skal være "vaktbikkjer" og si fra dersom noen misbruker sin makt og innflytelse.**



## Hjem vokter vaktbikkjene?

Som demokratiets vaktbikkje har mediene et spesielt ansvar for ikke selv å misbruke makten.

Den profilerte Venstre-politikeren Abid Q. Raja anklaget i 2009 avisen VG for misbruk av mediemarkt da avisen publiserte muslimvitser med rasistisk tilsnitt.

*1.4. Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold. Det er pressens plikt å sette et kritisk økelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.*

Dette kan fortone seg litt som å "sette bukken til å passe havresekken". Men siden vi har så mange uavhengige medier, fungerer det gjerne slik at de setter kritisk økelys på hverandre.

[VG beklager muslim-vits](#)

Pressen har opprettet et eget utvalg som skal avsløre slike overtramp:

[Pressens faglige utvalg \(PFU\)](#)

## Journalistikk under press

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Journalistikk under press \(78706\)](#)



Martin Eide video 2 / video

<http://ndla.no/nb/node/71960>

**Mediene har en viktig jobb å gjøre i et demokrati som vårt, noe profesjonelle journalister er svært bevisste på. – Men den samfunnssnyttige journalistikken presses fra mange hold, sier medieprofessor Martin Eide.**

Både i Vær Varsom-plakaten og Redaktørplakaten kan vi lese om de idealene som norske redaksjoner forplikter seg til å følge. Dette er demokratiske idealer. Vær Varsom-plakatens første punkt har overskriften "Pressens samfunnsrolle", og her leser vi blant annet:

*Pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk. (Punkt 1.2)*

*Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre. (Punkt 1.5)*

Tilsvarende finner vi i Redaktørplakaten:

*Redaktøren skal ivareta ytringsfriheten og etter beste evne arbeide for det som etter hans/hennes mening tjener samfunnet.*



Huskelappen

**Mediene blir ofte kalt for demokratiets vaktbikkje.**

**Mediene utøver makt i samfunnet gjennom journalistisk virksomhet.**

**Mediene er samtidig en arena der andre som har makt i samfunnet, opptrer.**

Mediemakt

På de neste sidene kan du lese mer om:

- Mediene som maktaktører
- Kildemakt
- Mediene som maktarena
- Journalistikk og brukermedvirkning

Du får også et innblikk i samspillet mellom politikere og medier i valgkampen i 2009.

# Mediene som maktaktør

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Mediene som maktaktører \(78707\)](#)



VG dekker valgkampen i 2009 / video

<http://ndla.no/nb/node/78803>

**Mediene blir ofte kalt for demokratiets vaktbikkje. Men journalister og redaktører klarer ikke alltid å leve opp til disse idealene, for de utsettes for ulike typer press. Og vi skal se at presset kommer både innenfra og utenfra.**

## Avsløringsidelet

– Avsløringsidelet står sterkt i pressen. Journalister jobber for å avsløre maktmisbruk og stille de mektige til ansvar. Slik vil de være et redskap for den lille mann og kvinne. Dette er vel og bra i passelige doser, men det kan gi journalister et ganske oppblåst selvbiplate, sier Martin Eide, som er professor og medieforsker ved Universitetet i Bergen. Han mener dette kan være problematisk siden mediene har stor makt.

– Avsløringer gir prestisje. Det blir derfor lett til at småsaker blåses opp og tar alt for mye av vår oppmerksomhet. En statsråd som har rotet med noen kvitteringer eller glemt å oppgi en mindre inntekt, blir hengt ut som en forbryter. Underforstått har man avslørt en uredelighet, og den blir koblet til jobben som politiker. Men kanskje er det ikke slik det henger sammen, kanskje kan man være en god og redelig politiker, men likevel komme i skade for å gjøre feil privat.

## Journalistisk logikk

– Journalister har stor makt fordi de rår over "den journalistiske logikk". Blant annet innebærer den at verden kan forstås gjennom enkeltpersoner og sterke følelser. Eide sikter her til at mediene ofte gir sakene sine en personvinkling og bruker enkeltpersoner som utgangspunkt når de tar opp ulike tema og problemer. Slik vinkles alt fra sultkatastrofer til endringer i statsbudsjettet.



## Huskelappen

**Mediene skal avsløre maktmisbruk og stille makthaverne til ansvar.**

**Men mediene har også selv makt. De kan sette dagsorden og bestemme hvem som slipper til i mediene.**

**De fleste medier er kommersielle bedrifter som tjener penger på oppslag som selger.**

## Mediestemmer



Martin Eide er professor og medieforsker ved Universitetet i Bergen

## Til fordypning

– Dette er ikke alltid nok til å belyse en sak skikkelig. Av og til må det analyser til, men slike ser vi mindre av, mener Eide. – Den journalistiske logikken er god til noe, men ikke til alt.

### Krav til inntjening

De fleste av dagens medier har kommersielle eiere. Her er vi ved en annen utfordring som møter mediene i dag, nemlig kravet til inntjening.

– For å få mediedriften til å gå i balanse – og helst med overskudd – må det knipes inn på utgiftene, noe som har ført til nedbemannning i mediene den siste tiden. Samtidig vet vi at god journalistikk koster penger. Gravende journalistikk er spesielt tidkrevende og "dyr i drift", samtidig er denne formen for journalistikk spesielt viktig for samfunnet og demokratiet, forklarer professoren.

På bloggen *medier, makt & kommunikasjon* hevder Kjell S. Rakkenes at journalister selv er en del av maktapparatet.

Minst like ofte som de påtar seg referentrollen, er journalistene aktører med egne agendaer.

Kjersti Thorbjørnsrud har forsket på jorunalisten som aktør.

### [Journalisten som aktør](#)

Om utviklingen av journalistrollen (dansk)

### [Den anden presserevolution](#)

# Mediene som maktarena

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Mediene som maktarena \(78844\)](#)



Valgkamp på ulike mediearenaer / video

<http://ndla.no/nb/node/78806>

Arena for offentlig debatt

I dag er fjernsynet den viktigste arenaen for offentlig debatt i Norge. Det kan være vanskelig å forestille seg hvordan det i det hele tatt gikk an å drive valgkamp før fjernsynet ble en sentral gjest i norske hjem. Hver eneste dag dukker kjente politikerfjes opp på skjermen for å kommentere bestemte hendelser eller utsagn fra andre politikere. Aktiviteten er spesielt stor foran lokalvalg eller Stortingsvalg.

En medievridt virkelighet

Kampen for å slippe til i "primetime" på TV eller få oppslag i de store avisene er hard. Det betyr at de som ønsker å få fram budskapet sitt her, må selge inn en god "story" til redaksjonen. I noen tilfeller ser vi at politikerne inngår i en medieregí som har mer preg av underholdning enn av seriøs debatt. Taperne i dette mediespillet blir ofte de små aktørene og tema som krever dyptgående analyser.

Medierådgiverne tar regien

I vår tid omgir topp-politikere og næringslivsledere seg med egne medierådgivere som konkurrerer med journalistene om å ta regi på mediearenaen. De selger inn historier som de ønsker å få oppmerksomhet om, og tåkelegger områder de helst ikke vil skal komme i offentlighetens søkelys.

Nye medier gir nye muligheter

Valgkampen i 2009 var den første der politikerne for alvor tok i bruk sosiale medier som Twitter og Facebook, inspirert av Barak Obamas mobilisering foran presidentvalget i USA.



Huskelappen

**Mediene er den viktigste arenaen for offentlig debatt i Norge. For å slippe til i media må de ulike aktørene ofte tilpasse seg de rammene mediene tilbyr.**

**Medierådgivernes jobb er å ha kontroll over hvordan budskap presenteres i media.**

**I sosiale medier kan avsenderne bestemme regien selv.**



Programmet For Galleriet (NRK 1991) er eksempel på hvor langt makteliten er villig til å gå for å slippe til i TV-ruta.

Til fordyppning

I sosiale medier kan politikerne ta regien alene. Utfordringen blir å få "venner" som girder å delta i disse nettverksgruppene. Ikke minst fordi de fleste politikere bruker sosiale medier til å formidle egne ideer, ikke til å lytte til velgerne, slik det framkommer i en forskningsrapport som Øystein Sæbø ved Universitetet i Agder har publisert.



Øystein Sæbø veileder elever som forsker på sosiale medier. Se verkstedet Forskerspiren.

Førsteamanuensis Øystein Sæbø har forsket på hvordan politikere bruker sosiale medier:

[Hva titter  
stortingspolitikere  
om?](#)

# Medienes definisjonsmakt

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Medienes definisjonsmakt \(79124\)](#)



Sex og singelliv / video  
<http://ndl.no/nb/node/74105>

Medienes rolle i sosialiseringssprosessen

Familie, skole og medier er de tre viktigste faktorene i sosialiseringssprosessen i et moderne samfunn. **Sosialisering** betyr at vi lærer å tenke og oppføre oss i tråd med de sosiale normene som gjelder i et samfunn. Mediene overfører kunnskap fra en generasjon til en annen, men de er også med å formidle ny kunnskap og sette fokus på bestemte områder. Mediene spiller derfor en viktig rolle for hvordan meninger dannes i et samfunn. Denne makten kaller vi *definisjonsmakt*.

I en valgkamp er de fleste av oss klar over at politikerne som uttaler seg i mediene, prøver å forme meningene våre i en bestemt retning. Vi er kanskje ikke like bevisste på at vi utsetter oss for samme meningspåvirkning når vi ser *Dagsrevyen*, *Ungkaren* eller *Torsdagkveld fra Nydalen*? Populære amerikanske TV-serier som *Venner for livet* og *Sex og singelliv* setter standard for samlivsetikk over hele kloden, ofte på tvers av de sosiale normene som formidles av foreldre og religiøse autoriteter.

Mediene definerer kjønnsroller

Mediene er med på å forme vår oppfatning av kvinne- og mannsrollen i samfunnet. Tydeligst ser vi dette i reklamen. Men TV 2 var også med på å endre kjønnsrollemønsteret i Norge da de i mai 2011 for første gang slapp til en ung dame som fotballanalytiker etter rundens tippeligakamper. Da værtjenesten *storm.no* kom på skjermen i TV 2-nyhetene, ble meteorologi over natten et attraktivt utdanningsvalg for jenter. Og mannlige mesterkokker på TV har fått mange unge menn til å ta på seg forkleet og gi seg i kast med ulike gourmetretter.

Hvem slipper til i media?



Huskelappen

**Sosialisering betyr å lære å tenke og oppføre seg i tråd med sosiale normer.**

**Mediene er en viktig aktør når det gjelder sosialisering og meningsdannelse.**

**Definisjonsmakt betyr å ha makt til å påvirke hvordan folk oppfatter et fenomen, og hvilke meninger de utvikler.**

Unge stemmer



Planking går ut på å legge seg flatt på magen med armene langsetter kroppen på farlige eller uventede steder.

Se video: [Planking](#)

Hvorfor lar vi oss påvirke av slike trender?

Rollemodeller?

Mediene bestemmer i stor grad hvem som slipper til i avisspaltene eller på skjermen. Det førte i sin tid til at Fremskrittspartiets daværende leder, Karl I. Hagen, konsekvent omtalte NRK som "ARK" – en forlenget arm til Arbeiderpartiet som ikke i like stor grad lot opposisjonelle partier komme til orde. NRK har også nettopp gjennomført en undersøkelse av sin dekning av Midtøstenkonflikten, etter beskyldninger fra Israels tidligere ambassadør om at norske medier er pro-palestinske i sin dekning av konflikten.

Et annet utslag er at det er en begrenset gruppe mennesker, den såkalte *eliten*, som slipper til med sine meninger. Ofte går de samme "ekspertene" eller "synserne" igjen i alle kanaler, rett og slett fordi de har medietekke og lever opp til mediernes krav til formidlingsevne og underholdningsverdi.



Meteorolog Kristian Trægde, foran værkartet i NRK i 1986.



Meteorolog Siri Kalvig opptrer i "Skal vi danse" i 2008.

# Kildemakt

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Kildemakt \(78708\)](#)



Politikk og mediestrategi / video

<http://ndl.no/nb/node/77619>

Mediene er avhengig av gode kilder

Gode kilder er en forutsetning for at mediene skal kunne fylle sin samfunnsoppgave og sikre tilgangen på vesentlig informasjon. Derfor har ikke bare journalistene, men også kildene, makt. Vær Varsom-plakaten pålegger journalistene å verne kildene sine, og påpeker at det er et grunnleggende prinsipp i et fritt samfunn.

Samtidig må journalistene være kritisk i valg av kilder og kontrollere at opplysninger som gis, er korrekte. I Vær Varsom-plakaten § 3.2 heter det videre:

*Det er god presseskikk å tilstrebe bredde og relevans i valg av kilder. Vær spesielt aktsom ved behandling av informasjon fra anonyme kilder, informasjon fra kilder som tilbyr eksklusivitet, og informasjon som er gitt fra kilder mot betaling.*

Profesjonelle kilder

Nyhetsmediene skjærer ned på bemanningen. Samtidig vokser det fram en hær av informasjonsarbeidere som tilbyr redaksjonene ferdige pakker med stoff. Mens tallet på journalistjobber synker, stiger tallet på PR- og informasjonsarbeidere.

Kildene er i større grad blitt drevne mediestrateger. Derfor er det viktig at redaksjonene er kildekritiske slik at de ikke blir nikkedokker for dem som har penger til å ansette eller leie inn profesjonelle medierådgivere og PR-folk.

Vær Varsom-plakaten § 2.2 sier følgende om journalistisk integritet:

*Den enkelte redaksjon og den enkelte medarbeider må verne om sin integritet og troverdighet for å kunne oppre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som av ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innhold.*

Huskelappen

**Journalister er  
avhengig av å få  
informasjon fra ulike  
kilder.**

**De som har makt i  
samfunnet, omgir  
seg stadig oftere  
med medierådgivere.**

**Profesjonelle kilder  
prøver å påvirke  
medieoppslag til  
egen fordel.**

Ikke bare politikere,  
men også skikongen  
Petter Northug, har  
egen medierådgiver.



Etter et avisoppslag i VG  
der KrF-nestleder Inger  
Lise Hansen poserte i  
lårkort kjole, foreslo  
nettavisen Kampanje at  
hun burde skaffe seg egen  
medierådgiver.

[Skaff deg](#)  
[medierådgiver](#)

Hva synes du om  
dette forslaget?

# Betalt informasjon

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Betalt informasjon \(116765\)](#)



Laksenæringen / video

<http://ndla.no/nb/node/116461>

Hvem tjener på informasjonen?

Alle voksne mennesker vet at avsenderen bak en reklametekst er en bedrift eller en organisasjon som ønsker å påvirke oss i en bestemt retning. Derfor tar vi det vi ser og hører med en klype salt.

Det er mer problematisk når betalt informasjon dukker opp i det vi kaller *redaksjonell tekst*, for eksempel i en avisartikkel eller et nyhetsinnslag på TV 2. De store PR-byråene fører daglig mediene med informasjon og håper i det lengste at redaksjonene velger å lage en sak på nettopp deres innspill. Ett minutt på Dagsrevyen er nemlig mer verdt enn all verdens reklameoppdrag.

Fristelsen til ukritisk å bruke slik informasjon er spesielt stor i perioder med "nyhetstørke", for eksempel i forbindelse med ferieavvikling eller på søndags formiddag. Informasjonsarbeidere rundt om i landet vet å utnytte disse tidsvinduene til å få budskapet sitt på lufta.

Informasjon og redaksjonell integritet

Også politikere, fagorganisasjoner og andre interesseorganisasjoner ønsker å bruke mediene som talerstol. Det gjelder spesielt i forbindelse med valgkamp, lønnsforhandlinger eller store innsamlingsaksjoner.

Å slippe ulike stemmer til i debatten er en viktig del av mediernes samfunnsansvar. Men mediene må aldri fungere kun som mikrofonstativ for ulike interessegrupper. Derfor er det viktig å møte slik informasjon med kritisk journalistikk og sørge for at de meningene som kommer fram, blir konfrontert av folk som ser saken fra en annen side.

Vær *Varsom-plakatens* § 2.2 sier følgende:

*Den enkelte redaksjon og den enkelte medarbeiter må verne om sin integritet og troverdighet for å kunne oppstre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som av ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innhold.*

Tekstrekklame



Huskelappen

**Betalt informasjon ønsker å fremme bestemte økonomiske eller ideologiske interesser.**

**Redaksjonell informasjon skal ikke la seg styre av slike interesser.**

**Det er alltid viktig å spørre seg selv hvem som er kilden, og hvilke interesser kilden selv har i saken.**

**Tekstrekklame er betalt informasjon som utgir seg for å være redaksjonell tekst.**

Ressurser

Ola Grøvdal, Numedal vgs., har lagt ut flere videoforelesninger om mediestrategi på Vimeo.



Når skillet mellom redaksjonell tekst og betalt informasjon blir usynlig, kalles det *tekstreklame*. Tidligere var det vanntette skott mellom den redaksjonelle avdelingen og reklameavdelingen i et mediehus. Mye kan tyde på at den medieøkonomiske utviklingen gjør at denne barrieren gradvis er i ferd med å forsvinne.

Vær *Varsom-plakatens* § 2.6 sier likevel følgende:

*Avvis alle forsøk på å bryte ned det klare skillet mellom reklame og redaksjonelt innhold. Avvis også reklame som tar sikte på å etterligne eller utnytte et redaksjonelt produkt, og som bidrar til å svekke tilliten til den redaksjonelle troværdighet og pressens uavhengighet.*

## Betalt informasjon / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/116765>

[Mediestrategi 1](#) from [ola grovdal](#) on [Vimeo](#).



## Betalt informasjon / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/116765>

[Mediestrategi 2](#) from [ola grovdal](#) on [Vimeo](#).



## Betalt informasjon / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/116765>

[Mediestrategi 3](#) from [ola grovdal](#) on [Vimeo](#).

# Internett endrer mediebildet

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal

[Internett endrer mediebildet \(99955\)](#)



Internett og demokrati / video

<http://ndl.no/nb/node/99956>

Internett – et demokratisk medium?

**Internett har lagt helt nye betingelser for hvem som kommer til orde i media og hvordan den offentlige debatten foregår.**

Det er ikke lenger bare profesjonelle journalister som lager mediestoff og bestemmer hvem som får delta i offentlig debatt. Digitale medier har endret denne situasjonen. Nå har hvem som helst adgang til å publisere, og mange bruker den.

De profesjonelle var suverene

Tidligere gikk mediekommunikasjon stort sett bare én vei, nemlig fra de profesjonelle medieprodusentene til mediebrukerne. Det var journalister, filmskapere, TV-producenter og andre mediefolk som kunne lage medietekster og distribuere dem til store skarer av mottakere. Og disse hadde liten eller ingen mulighet til å "svare på tiltale". De kunne sende et leserbrev til avisene og håpe å få det publisert. Ellers var det så å si ingen muligheter for kommentarer og feedback. Det var de profesjonelle medieprodusentene som "eide" det offentlige rommet der nyheter ble formidlet, og der offentlige diskusjoner fant sted.

Amatørene kommer til orde



*En fordyppningstekst om forholdet mellom medier og demokrati.*

Huskelappen

**Internett har lagt helt nye betingelser for hvem som kommer til orde i media, og hvordan den offentlige debatten foregår.**

**Sosiale medier gir vanlige mennesker anledning til å ytre seg og kritisere dem som har makten i samfunnet.**

**Men tradisjonelle medier setter ofte dagsordenen for debatten i sosiale medier.**



Hallvard Moe

Mediestemmer

Når de profesjonelle i praksis hadde monopol, var det fordi medieproduksjon krevde dyrt utstyr, og fordi distribusjon var forbeholdt dem som hadde lisens (radio og TV), og dem som hadde penger til distribusjon (til trykking og utsending av aviser og blader). I dag er svært mye annerledes fordi produksjonsutstyret er billig og innen rekkevidde for de aller fleste i rike land som Norge. Hvem som helst kan lage tekster, bilder, film eller lydfiler ved hjelp av datamaskinen eller mobiltelefonen. Og har du nettforbindelse, kan du publisere til hele verden.

Denne nye situasjonen endrer mediebildet – både gradvis og i rykk og napp. En kjent skribent og foredragsholder som stadig analyserer denne prosessen, er professor Clay Shirky. Han viser hvordan mediebrukere ikke lenger bare er passive konsumenter på "hver sin tue". Mediebrukere finner sammen på nettet, og de lager medieinnhold selv.

#### Trosser makten

Borgerjournalistikk er betegnelsen som brukes når vanlige folk opererer på journalistenes domene. Shirky understreker hvordan dette fenomenet får store politiske følger og forskyver makt. Som et eksempel viser han til den nyhetsformidlingen som foregikk da et stort jordskjelv rammet Kina i 2008. Øyenvitner fotograferte og filmet, og de publiserte på nettet. Via sosiale medier nådde bildene ut til hele verden fortare enn kinesiske myndigheter klarte å sensurere det.

Det gjorde også kritikken som kom. Flere skolebygninger hadde rast sammen, og mange mistet barna sine. Foreldrene anklaget lokale myndigheter for å ha latt seg bestikke av byggherrer som bygget billig og brøt sikkerhetsforskrifter. Alt dette ble formidlet til omverdenen til tross for Kinas strenge mediesensur. Kinesiske myndigheter hadde ikke vært klar over hvilken kraft som kunne ligge i de få sosiale mediene de hadde tillatt.

#### Den norske virkeligheten

I denne fordypningsteksten møter du Hallvard Moe. Han er førsteamanuensis på Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen.

Han forsker på hvilken betydning mediene har for medvirkning og demokrati.

Hallvard Moe deltar i et forskningsprosjekt om

[politisk mikroblogging](#)



#### Ressurser

Bare to prosent av nordmenn under 49 år bruker i dag den mye omtalte tjenesten Twitter.

– Twitter er for kjendiser, journalister og politikere. Men dette blir aldri noe for folk flest, sier trendanalytiker Ole Petter Nyhaug til Aftenposten:

[Twitter ikke for folk flest](#)

Shirky og andre viser ofte til dramatiske hendelser når de gir eksempler på hvordan sosiale medier gir vanlige mennesker anledning til å ytre seg og tale makten imot. Men også under fredelige forhold brukes sosiale medier til å diskutere samfunnsspørsmål og politikk. Medieforskeren Hallvard Moe deltar i et forskerteam som har studert bruken av mikrobogtjenesten Twitter i sammenheng med det norske kommunevalget i 2011. De undersøkte 30 000 Twitter-meldinger med utvalgte emneord ("hashtags") knyttet til denne valgkampen.

– Vi ønsket å få vite hvilken type mennesker som var aktive i disse debattene – om det er de samme som dem vi ser i de tradisjonelle mediene. Er det riktig at vanlige mennesker kommer mer til orde i debatt på Twitter enn det vi ser i debatter på TV og i aviser?

Forskerne fant at de som var mest aktive valgvisitere, var vanlige folk, kommunepolitikere uten kjendisstatus, enkelt-journalister og studenter. Dette bekrefter at andre typer mennesker kommer til orde gjennom sosiale medier.

– Men når vi går dypere inn i analysene, ser vi at Twitter-debatter svært ofte triggas av TV-debatter. Og vi ser at selv om kjendispolitikere ikke er så aktive på Twitter, sørger tilhengere der for å spre deres budskap. Hvis for eksempel Erna Solberg siteres på en god måte i Aftenposten, vil det ofte være en eller annen som sprer denne linken, forteller Moe.

– Dessuten ser vi at blant twitrene er det en liten gruppe som står for en stor andel av Twitter-meldingene. Dette er en tendens vi ser i enda sterkere grad i andre land, forteller Hallvard Moe.

– Det er ingen tvil om at de digitale mediene har endret forholdene for offentlig debatt. Men vi ser også at gamle mønstre henger igjen. Tradisjonelle medier setter ofte dagsorden for den offentlige debatten i sosiale medier, og de som har status offline, har status online. Vi ser også en rekke gamle mekanismer som ikke blir opphevet av nye medier. Selv om alle kan komme til orde på nettet, er det ikke alle som blir hørt.



Professor Clay Shirky er opptatt av medieutvikling og samfunnsendringer.

[Clay Shirky om sosiale medier](#)

Clay Shirky om ekstreme meninger på nett:



### Internett endrer mediebildet / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/99955>



Hva husker du fra denne teksten?

# Borgerjournalistikk

Forfatter: Jan-Arve Overland, Trude Løvskar, Ragna Marie Tørdal

[Borgerjournalistikk \(79045\)](#)



## Borgerjournalistikk / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/79045>

### Borgerjournalistikk

I 2006 kåret magasinet Time "Deg" som årets person. Bak dette utsagnet lå "Web 2.0", kallenavnet på den nye utviklingen på nettet. Nå er menneskers kommunikasjon seg imellom blitt den viktigste drivkraften. Vi har fått nett-tjenester som Facebook, YouTube og Flickr. I stedet for at flyten av informasjon går fra én til mange, så går den nå fra alle til alle. Vi laster opp videoer, skriver blogger, legger ut bilder og bygger sosiale nettverk på nettsteder som Facebook og Nettby.

På samme tid dukker det opp nye former for journalistikk, og nyhetene blir presentert på nye måter. Et godt eksempel her er nyhetstjenesten Ohmy News i Sør-Korea, hvor over 40 000 "borgerjournalister" bidrar med redaksjonelt stoff. Slike borgeraviser åpner for politisk meningsutveksling og debatt.

### Journalistikk 3.0

På Mediedagene i Bergen i 2011 lanserte Björn Löfdahl og Cecilia Djurberg fra Sveriges Radio begrepet Journalistik 3.0, en sammensmelting av vanlig journalistikk (1.0) og borgerjournalistikk (2.0). De har selv startet et webbokprosjekt om medieutvikling med tittelen *Medieormen ömsar skinn*, der brukerne skriver videre på den teksten journalistene opprinnelig har laget.

### En trussel mot vanlig journalistikk?

Hva skjer når hvem som helst kan opprette en nettavis eller en blogg og opptre som journalist? Martin Eide tror ikke dette vil true den profesjonelle journalistikken:

Huskelappen

**Borgerjournalistikk betyr at leserne selv opptrer som journalister på nettet.**

**Journalistik 3.0 er en sammensmelting av vanlig journalistikk og borgerjournalistikk.**

**Redaksjonelle medier har en ansvarlig redaktør som garantist for at det som formidles, er sant.**

**Aktive borgersjefjournalister kan sjekke kilder og korrigere det som formidles av etablerte medier.**

### Ressurser

[Journalistik 3.0 - Medieormen ömsar skinn](#)

### Mediestemmer

– Profesjonelle redaksjoner bringer kvalitetssikret informasjon, dermed får de en annen rolle enn frie bloggere. Dessuten kan de stilles til ansvar for det de publiserer, de er forpliktet opp mot Vær Varsom-plakaten og Redaktørplakaten. Når for eksempel Aftenposten bringer en nyhet på en av sine sider, har den en helt annen troverdighet enn en nyhet man finner på en hvilken som helst nettside.

Eide peker på en annen funksjon som Internett har, og som han mener er vel så viktig for "hvermannsen" som det å få være journalist: Nå kan mediebrukerne kikke journalistene i kortene ved å gjøre egne undersøkelser og sjekke journalistenes kilder.

– Dette er av det gode, sier Martin Eide. – På den måten avsløres det om journalisten kutter svinger.



Martin Eide er professor og medieforsker ved Universitetet i Bergen

### Eksempel

I samfunn der mediene er underlagt sensur, har borgerjournalistikk en viktig rolle:

[Egyptisk  
"borgerjournalistikk"](#)

# Aksjonsmakt og mediemakt

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Når aksjonsmakt blir mediemakt \(94147\)](#)



Monstermastene i Hardanger / video

<http://ndla.no/nb/node/92894>

Kraftlinjene i Hardanger

I 2012 bygger Statkraft en 92,3 kilometer lang kraftlinje i luftspenn i Hardanger. Kraftlinja går fra Sima kraftverk i Eidfjord til Samnanger transformatorstasjon i Samnanger.

Lokalbefolkningen i Indre Hardanger er kritiske til strømledninger i luftspenn i dette området. De mener inngrepene i naturen blir for stort. Derfor ble aksjonsgruppa "Hardangeraksjonen" dannet i 2010. I løpet av kort tid klarte de å få drahjelp fra nesten alle riksdekkende medier. Kampen mot "monstermastene" er derfor et godt eksempel på hva som skjer når aksjonsmakt og mediemakt smelter sammen.

David mot Goliat

Nyheten om den planlagte traseen sprakk sommeren 2010, midt i det nyhetsmediene kaller "agurktida". Saken inneholder alle de elementene som skal til i en god nyhetssak. Konfliktlinjene er tydelige og sterke. Det handler om "den lille manns" kamp mot statlige overgrep, og periferiens kamp mot sentrum. Saken er altså en versjon av den gamle historien om David og Goliat, og glir rett inn i norske mediers oppfatning av eget samfunnsansvar: å være talerør for de svake i samfunnet og en kritisk korreksjon til statsmakten.

*1.4. Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold. Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.*

*1.5. Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.*

*(Kilde: Vær Varsom-plakaten)*

Monstermaster eller kraftmaster?



Huskelappen

**Aksjonsgrupper er avhengige av å få mediene på sin side for å oppnå det de ønsker.**

**Vær Varsom-plakaten pålegger journalister å la begge parter i en konflikt komme til orde.**

**Journalister skal opptre uavhengig og ikke la seg utnytte av pressgrupper.**

**Journalisten skal formidle fakta på en objektiv måte.**

**Samtidig skal de avdekke maktovergrep mot svake grupper i befolkningen.**

Ressurser

Et av de viktigste virkemidlene i denne aksjonen var begrepet "monstermast" som aksjonistene, og etter hvert mediene, brukte når de omtalte de planlagte kraftmastene. Begrepet "monstermast" ble etter hvert fulgt opp med grafikk som viste hvordan mastene ville ta seg ut i miljøet. Kombinasjonen av språklige konnotasjoner og manipulerte bilder var i stor grad med på å forme folks oppfatning av saken.

Slike virkemidler er vanlig i propaganda. Et kjent eksempel er president Bushs bruk av begrepet "krigen mot terror" og såkalte "bildebevis" på eksisterende atomvåpenlagre før USA invaderte Irak. Amerikanske medier brukte disse bildene ukritisk i sin nyhetsdekning. I etterkant har det vist seg at bildebeviset var et falsum. I dag kan despoter, som avdøde president Gadhafi, rettferdiggjøre aksjoner mot opposisjonsgrupper i eget land ved å definere dem som "terrorister".

### Objektivitet i mediene

Vær Varsom-plakaten legger vekt på at mediene skal være objektive. De skal gjengi fakta korrekt, sørge for at ulike synspunkter i en sak kommer fram og ikke la seg påvirke av bestemte personer eller grupperinger.

*2.2. Den enkelte redaksjon og den enkelte medarbeider må verne om sin integritet og troverdighet for å kunne oppdre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som av ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innhold.*

(Kilde:Vær Varsom-plakaten)

Det er likevel mange eksempler på at ulike pressgrupper har klart å mobilisere mediene på sin side i en sak. Mange bedrifter og organisasjoner har ansatt egne medierådgivere nettopp for å oppnå positiv medieomtale. Det er også en tendens til at jurister bevisst bruker mediene til å fremme klientenes interesser lenge før en sak kommer opp i retten. Et aktuelt eksempel er rettsprosessen etter 22. juli.



Klikk på bildet for å se nyhetsgrafikk som viser hvor utbyggingen foregår, og hvor høye mastene vil bli.

### Oppslag i VG:

[VG: Regjeringen sier ja til monstermaster i Hardanger](#)

[VG: Her er alternativene til monstermastene](#)

### Bilder



Illustrasjon som viser "monstermastene" i Hardanger

### Partene i konflikten:

[Hardangeraksjonen](#)

[Statnett: Prosjektet Sima–Samnanger](#)

### Andre ressurser:

[Vær Varsom-plakaten](#)



Ta  
monstermastquizen til  
Randaberg  
videregående skole:  
[Monstermastquiz](#)

# Sosiale medier som aksjonskanal

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Kony 2012 \(96900\)](#)



## Kony 2012 / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/96900>

### Hvordan fange en krigsforbryter?

6. mars 2012 publiserte en organisasjon som kaller seg *The Invisible Children* en video på YouTube som viser hvordan Joseph Kony, leder for geriljabevegelsen Herrens motstandsarmé (LRA), i årevis terroriserte 30 000 barn i Uganda. Kony er ettersøkt for krigsforbrytelser av Den internasjonale strafferettsdomstolen, men er foreløpig ikke tatt til fange.

Organisasjonen *The Invisible Children* begynte som en grasrotbevegelse, men har i dag over hundre ansatte. Ved hjelp av en omfattende aksjon i sosiale medier ønsker initiativtakeren Jason Russel å mobilisere massene, slik at Kony blir tatt til fange og stilt for retten innen utgangen av 2012.

Kjente artister som Rihanna støtter aksjonen. I løpet av tre dager lastet over 100 millioner mennesker over hele verden ned videoen. På Twitter og Facebook blir folk oppfordret til å henge opp plakater på eget hjemsted natt til 21. april, og til å donere penger til organisasjonen.

### Sterke virkemidler

Ifølge kommunikasjonsekspert Kjell Terje Ringdal spiller Kony 2012-aksjonen på velkjente virkemidler: Den knytter seg nært opp til populærkulturen, den personifiserer budskapet, og den benytter velkjente propagandaknep. Men dette er neppe hovedårsaken til at vi lar oss rive med. Historien om Barnesoldatene i Herrens motstandsarmé er en av de mest groteske hendelsene i vår samtid.

### Huskelappen

I det representative demokratiet utøves makten av politikere valgt av folket.

I aksjonsdemokratiet blir folkemassene mobilisert til kamp for enkeltsaker.

Sosiale medier er et effektivt redskap for dem som ønsker å kjempe for slike saker.

### Ressurser

Foredrag av Petter Bae Brandtzæg,  
SINTEF IKT:

[Kan sosiale medier redde verden?](#)  
(powerpoint)

### Kony 2012

Mange hevder at Kony 2012 er ren propaganda, og at informasjonen er ensidig. Organisasjonen *The Invisible Children* støtter den sittende regjeringen i Uganda, som selv beskyldes for drap på uskyldige mennesker. Noen mener budskapet er kulturimperialistisk. Nok en gang er det "den hvite mann" som må på banen for å redde lidende mennesker i Afrika. En slik holdning kan åpne for amerikansk militær intervenering.

### Den femte statsmakt?

Mens de redaksjonelle mediene tidligere var alene om rollen som vaktbikkjer og "den fjerde statsmakt", opplever vi nå at folket selv bruker sosiale medier for å endre forhold i samfunnet. Informasjon spres som ild i tørt gress via Twitter, massene mobiliseres på YouTube, og mektige aksjonsgrupper oppstår over natten på Facebook, gjerne fulgt av demonstrasjoner som dekkes av de etablerte mediene.

Forsker Petter Brandtzæg sier til Kulturnytt i NRK P2 at vi her ser starten på en ny form for demokrati, aksjonsdemokratiet, der engasjementet er koblet til bestemte saker eller prosjekter. Ikke uventet appellerer aksjonsdemokratiet sterkest til unge mennesker. Det er mer uforpliktende enn vanlig politisk virksomhet. Det er sentrert rundt enkeltsaker, og ofte basert vel så mye på følelser som på argumenter. Virkemidlene i aksjonsdemokratiet er ofte sterke og "action"-pregede. Ungdom lever store deler av livet sitt på nett. Derfor er det naturlig for dem å bruke sosiale medier som aksjonskanal.

I Norge har vi sett dette demonstrert i mobiliseringen til støtte for at Maria Amelie skulle få bli i Norge. Internasjonalt spiller sosiale medier en viktig rolle i det som omtales som "Den arabiske våren". Unge mennesker i den arabiske verden gjør nå opprør mot egne myndigheter og krever omfattende reformer. Et annet eksempel er WikiLeaks som under Julian Assanges ledelse forsøkte å endre maktstrukturene i verdenspolitikken ved å lekke hemmeligstemplert informasjon.

### Aksjonsmakt kan misbrukes



Tusenvis av ugandiske barn er ofre for Joseph Kony og geriljabevegelsen Herrens motstandsarmé.

Aksjonens nettside

[KONY 2012](#)



Journalist og medieviter  
Jens Barland



Kony 2012 / audio  
<http://ndla.no/nb/node/891>

Stavanger Aftenblad:

[Barnesoldatvideo er blitt en hit på YouTube](#)

De sosiale mediene er ikke underlagt redaksjonell kontroll. Det gir mennesker som lever i et diktatur, mulighet til å ytre seg. Men samtidig er det en arena der personer som ønsker å spre propaganda og mobilisere massene til angrep på andre folkegrupper, har fritt spillerom. I noen sammenhenger kan sosiale medier framstå som en offentlig gapestokk der de som henges ut, ikke har noen mulighet til å forsvare seg.

Både i USA og Europa er det krefter som nå tar til orde for at myndighetene bør ta kontroll over nettet, slik at det ikke brukes til bevisst feilinformasjon eller til angrep på enkeltpersoner og myndigheter. Forslagene er møtt med kraftige protester. Mange hevder at vi trenger frie og uavhengige sosiale medier som vaktbikkjer på lik linje med de etablerte mediene.

Den britiske avisen *The Guardian* har en egen tjeneste for kildekritikk:  
[Kony 2012: what's the real story?](#)

NRK.no om kommunikasjonsstrategi:

[Slik ble "KONY 2012" sett av 55 millioner](#)

# Valgkamp i sosiale medier

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, Tom Knudsen, Jone Nikolai Nyborg  
[Valgkamp i sosiale medier \(84996\)](#)



Politikk og sosiale medier / video

<http://ndla.no/nb/node/84845>

## Obama som forbilde

Stortingsvalgkampen i 2009 var den første valgkampen der norske politikere for alvor tok i bruk sosiale medier som Twitter og Facebook. Inspirasjonskilden var Barak Obamas mobilisering foran presidentvalget i USA. I 2011 anser de fleste norske politikere sosiale medier som viktige redskap i valgkampen.

Norsk valgkamp er forskjellig fra amerikansk valgkamp. I Norge opptrer politikere i større grad som representanter for politiske partier og interessegrupper i befolkningen. Personfokuseringen er derfor mindre enn i en amerikansk presidentvalgkamp.

## Monolog eller dialog?

Sosiale medier fungerer best som kommunikasjon fra individ til individ. Det er derfor spennende å undersøke i hvilken grad politikere behersker denne formen for kommunikasjon med velgerne. En forskningsrapport som Øystein Sæbø ved Universitetet i Agder har publisert om bruk av sosiale medier i valgkampen i 2009, peker på at de fleste politikere bruker sosiale medier til å formidle egne ideer, ikke til å lytte til velgerne.

## Egen medieregi

I tradisjonelle medier må politikere kjempe om å slippe til. Mediene selv styrer i stor grad dagsorden for hva som skal diskuteres til enhver tid. I de sosiale mediene kan politikerne ta regien alene. Utfordringen er da å samle nok "venner" på Facebook og Twitter og mestre det vanskelige samspillet mellom det offentlige og det private som kjenneregner slike sosiale medier.

## Ressurser

[Hva tviser stortingspolitikere om?](#)

[Sosiale medier påvirket få personer i valgkampen](#)

[Valgkampstil og sosiale medier](#)

[Obama kampanje 2012 lansert i sosiale medier](#)

Sjekk Facebook- og Twitter-kontoene til dine lokalpolitikere.

Hør intervju med Øystein Sæbø i Radio sør:



**Valgkamp i sosiale medier / fagstoff**



## Jens og Erna vil bli venn med deg

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Jens og Erna vil bli venn med deg \(125797\)](#)



### Jens og Erna vil bli venn med deg / aktualitet

<http://ndla.no/nb/node/125797>

I innspurten til stortingsvalget høsten 2013 tok sosiale medier for alvor av som valgkamparena. Jens kjørte taxi på YouTube, Knut Arild skiftet bleier på Facebook, mens Erna blogget og tvitret natt og dag.

Journalistene på sidelinja

Fra 1880-årene og fram til 1970 var norske aviser talerør for et bestemt politisk parti. Politikerne kunne fritt bruke lojale medier til å fremme de synspunktene de ønsket skulle komme fram i valgkampen.

På 1970-tallet ble dette endret. Den ene avisen etter den andre sto fram som politisk uavhengige. Det samme gjorde de radio- og TV-stasjonene som vokste fram etter at kringkastingsmonopolet ble opphevet på 1980-tallet. Det journalistiske idealet i de uavhengige mediene var å avsløre det politikerne ønsket å holde skjult. I enkelte TV-debatter ble programlederne tildelt mer taletid enn politikerne.

Medierådgiverne tar regien

Når politikerne nå meddeler seg direkte til oss via sosiale medier, er det uten den kritiske korreksjonen som profesjonelle journalister og redaktører står for. Spørsmålet er om vi som mediebrukere er klar over dette, og om vi selv evner å sette spørsmålstege ved de påstandene og løftene politikerne kommer med.

Gunn Enli, som leder forskningsprosjektet «Sosiale medier og valgkamp» ved Institutt for medier og kommunikasjon ved UiO, peker på tre konsekvenser av denne utviklingen:

- valgkampen er blitt mer personifisert
- valgkampen er blitt mer uavhengig av journalister
- valgkampen er mer styrt av medierådgivere

**NDLAktuelt**

Dette er saken

Valgkampen foregår nå i stor grad på sosiale medier.

Det fører til et større fokus på politikerne som personer.

Medierådgiverne overtar regien.  
Makten overføres fra journalistene til politikerne.



**minstemme.no**

Alle som bor i Norge, bør bruke stemmeretten sin.

Informasjonen du trenger før valget, finner du på nettstedet [minstemme.no](http://minstemme.no).

*– Politikerne og deres rådgivere er med de sosiale mediene inntog selv blitt «redaktører» for informasjonen de deler. De sosiale mediene kan slik sies å ha ført til en maktforskyvning fra journalistene til politikerne og apparatet rundt dem, sier Enli til journalistblogger Kamilla Simonnes ved UiO.*

#### Ulike velgere på Twitter og Facebook

Twitter er fremdeles dominert av de unge og velutdannede, mens stadig flere trauste, eldre velgere har funnet et hjem på Facebook. Det forklarer hvorfor KrF og FrP er mest aktive på Facebook, mens Venstre-politikere er ivrige tvitrende.

Felles for alle sosiale medier er at politikerne må "by på seg selv". Vi forventer noen personlige avsløringer og en ledigere omgangstone når vi møter Jens og Erna på nettet. De er tross alt våre "venner", i hvert fall fram til valgdagen er over!

# Forbrukerjournalistikk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Forbrukerjournalistikk \(109769\)](#)



Forbrukerjournalistikk / video

<http://ndla.no/nb/node/109449>

Forbrukermakt og mediemakt

En av de viktigste samfunnsoppgavene mediene har, er å gi borgerne riktig informasjon til rett tid. I det norske samfunnet er pris og kvalitet på varer og tjenester i stadig større grad basert på at vi bruker vår makt som *forbrukere* til å velge mellom ulike leverandører og tjenesteytere. Slik reguleres prisen på elektrisk strøm, renter på banklån og kvaliteten på helsetjenester. Mediene har derfor en betydelig makt i måten de veileder forbrukere på.

Sett i dette perspektivet er det problematisk når avstanden mellom redaksjonell tekst og produktlansering til tider kan være hårfin. I dag ser vi stadig flere eksempler på kjøpeknapper, nettbutikker og andre kommersielle funksjoner i tilknytning til redaksjonelt forbrukerstoff.

Hva er forbrukerjournalistikk?

*Service- og veiledningsjournalistikk* er journalistikk som henvender seg til mottakerne som konsumenter av varer og tjenester. Ofte omtales slik journalistikk som forbrukerjournalistikk. Men medieforskeren Martin Eide mener at begrepet må forstås på en snevrere måte. Ifølge han er forbrukerjournalistikk en journalistikk som henvender seg til mottakeren kun som forbruker.  
(Eide: *Den fjerde servicemakt*, 1992)

Alle norske borgere er *konsumenter*. Vi handler på nettet, vi går til legen når vi er syke, og vi bruker retten til gratis skolegang. Som kunde ønsker vi å betale riktig pris for riktig vare. Som klienter og rettighets'havere er vi er opptatt av kompetent og rettferdig behandling. Forbrukerjournalistikk er derfor både godt stoff og salgbart stoff for aviser og fjernsynskanaler.

Veiledning eller underholdning?



Huskelappen

**Forbrukerjournalistikk er en journalistikk som henvender seg til mottakeren som forbruker.**

**Som forbrukere er vi med på å styre hva en vare skal koste, og hvilken kvalitet en tjeneste bør ha.**

**Forbrukerjournalistikk gir oss kunnskap til å kunne bruke forbrukermakten vår.**

**Forbrukerjournalistikk kan også være fordekt markedsføring og stimulere til økt forbruk.**

Ressurser



Forbrukerprogrammet TV 2 hjelper deg avslører hvordan du som forbruker ofte blir lurt.

Forbrukerjournalistikken har som hovedmålsetting å veilede forbrukeren. Undersøkelser viser at mediene nesten alltid velger å se saken fra kundens perspektiv. Dette er i tråd med at journalister tradisjonelt ser på seg selv som talsmenn for "den lille mann" i samfunnet. Resultatet er at vi får høre lite om de sakene der leverandørene har rett og forbrukeren faktisk tar feil.

Forbrukerprogrammene på fjernsyn velger ofte en dramaturgi med klare paralleller til fiksjonsfortellinger. Kampen mellom forbrukeren og tilbyderen blir til en kamp mellom det gode og det onde, eller Davids kamp mot Goliat. Etter mye motstand går den lille forbrukeren til slutt seirende ut av kampen, takket være god støtte fra sine "hjelgere" i TV 2 hjelper deg eller Forbrukerinspektørene.

### Intimjournalistikk

Dagen etter nyttår er mediene fulle av "ekspertilråd" om ernæring og slanking. I juni hvert år avslører Dagbladet nye, grufulle detaljer om Norges farligste "rovdyr": flåtten, fjesingen og huggormen. Denne formen for journalistikk har størst verdi som underholdning. Spørsmålet er om alle leserne klarer å skille mellom underholdning og seriøs informasjon.

Typisk for dette stoffet er at journalisten henvender seg til leseren på en fortrolig og intim måte, gjerne i du-form: "– Slik får du drag på damene." Ofte kobles informative tekster sammen med tester der leseren selv kan avsløre sine svakheter. Ved å svare på ti enkle spørsmål får du vite om du er en god elsker, eller hvor stor risiko du har for å utvikle hjerteinfarkt.

Ukebladene har mye stoff som handler om trender, møter og velvære. Mange aviser har også egne trendbilag. Det redaksjonelle stoffet er ofte omkranset av reklame for de samme produktene. Slik er mediene med på å stimulere til økt forbruk.

### [Ungdom betaler flere tusen for «sekk med mørkete fjær»](#)

NRK-programmet *Forbrukerinspektøren* har ofte et samfunnskritisk perspektiv:



Regnskogen og oljefondet (nå: Statens Pensjonsfond Utland) FBI/NRK / video  
<http://ndla.no/nb/node/25799>

Forbrukerinformasjon i FBI:

### [E-boka. Hva og hvorfor?](#)



### [Dagbladet: Lær av de lykkelige](#)

Medieforskere er kritiske til Dagbladets satsing på forbrukerjournalistikk:

### [Mellan lavkarbo og Idol](#)

PFU om grensen mellom veiledning og tekstreklame:

### [PFU-sak 136/09](#)



# Rettsjournalistikk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Rettsjournalistikk \(97796\)](#)



Å intervju Anders Behring-Breivik / video

<http://ndla.no/nb/node/97760>



Huskelappen

**En gjennomtenkt  
mediestrategi er et  
viktig våpen for  
terrorister.**

**Attentater og  
massedrap er godt  
nyhetsstoff.**

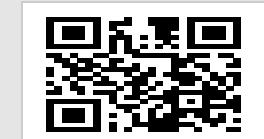
**Mange kriminalsaker  
forhåndsprosederes  
i mediene før  
rettssaken kommer  
opp.**

**En journalist skal  
ikke la seg bruke av  
spesielle  
interesseggrupper.**

**En journalist må ta  
hensyn både til ofre,  
pårørende, tiltalte og  
allmennhetens  
behov for  
informasjon.**

Ressurser

Debatt i NRK om  
medienes håndtering  
av Breivik-saken:



Det som kjennetegner slike saker, er altså at gjerningspersonene har en bevisst og nøye planlagt mediestrategi. Dramatiske og spektakulære hendelser er alltid godt stoff for mediene. Som flere andre terrorister hadde også Behring Breivik på forhånd sørget for å forsyne pressen med informasjon og bilder via Internett. I en hektisk arbeidssituasjon på desken er det lett å ty til slikt materiale, noe også norske medier gjorde de første timene etter hendelsen.

### Prosedyre i mediene

Rettsjournalistikk har alltid vært en viktig del av pressens oppgave i samfunnet. Mediene skal overvåke domstolene, på samme måte som de overvåker Storting og regjering. Det er likevel kritiske røster som hevder at mediene ikke lenger bare er en vaktbikkje, men også en aktør i straffesaker.

Breivik-saken er et godt eksempel på hvordan straffesaker i dag prosederes i mediene før rettssaken starter. Både påtalemakt, forsvarere, bistandsadvokater og sakkyndige har aktivt brukt pressen til å skape forståelse og sympati for sine interesser før saken kom opp i tingretten. Noen har til og med bevisst lekket fortrolig informasjon til mediene.

### Pressens integritet og ansvar

Vær Varsom-plakaten pålegger pressen å verne om ytringsfriheten. En journalist skal ikke gi etter for press fra noen som vil hindre åpen debatt, fri informasjonsformidling og fri adgang til kildene. Men plakaten sier også noe om kriminaljournalistikk og journalistens integritet og ansvar:

*2.2 Den enkelte redaksjon og den enkelte medarbeider må verne om sin integritet og troverdighet for å kunne opptre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som av ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innhold.*

*4.5. Unngå forhåndsdomming i kriminal- og rettsreportasje. Gjør det klart at skyldspørsmålet for en mistenkt, anmeldt, siktet eller tiltalt først er avgjort ved rettskraftig dom. Det er god presseskikk å omtale en rettskraftig avgjørelse i saker som har vært omtalt tidligere.*

*4.6. Ta hensyn til hvordan omtale av ulykker og kriminalsaker kan virke på ofre og pårørende. Identifiser ikke omkomne eller savnede personer uten at de nærmeste pårørende er underrettet. Vis hensyn overfor mennesker i sorg eller ubalanse.*

Presseoppslug i  
Breivik-saka / video  
<http://ndla.no/nb/node/97>  
[757](#)



Medieviter Svein Brurås

Medieviter Svein Brurås ved Høgskolen i Volda har forsket spesielt på presseetikk. Les hans artikkel om

[The Violent Hero Model](#)

Flere aviser har intervjuet ofrene for Breiviks utgjerninger. Men slik medieomtale kan også bli en belastning.

Emma Martinovic forteller her om hvordan hun ble drapstruet på Facebook etter et slikt medieoppslug:



Emma Martinovic om sosiale medier / video  
<http://ndla.no/nb/node/88>  
[595](#)

Debatt om  
bistandsadvokat  
Klomsæts  
medielekkesje:

[Klomsæt ingen varsler](#)  
[og Aftenposten ingen](#)  
[statsmakt](#)

[Vær Varsom-plakaten](#)

# Oppgavesamling

## Journalistrollen i endring

Forfatter: Cecilie Isaksen Eftedal

[Journalistrollen i endring \(130207\)](#)

### Oppgave

Les teksten



Journalistrollen i endring / fil

<http://ndla.no/nb/node/130380>

av Jan-Arve Overland. Overland er lærebokforfatter og medielærer på Kongsberg videregående skole.



1. Hva har påvirket journalistrollen mest gjennom tidene?
2. Gi noen eksempler på de viktigste tendensene når det gjelder medier i endring.
3. Hva ligger i begrepet "konvergens"?
4. Hvordan defineres begrepet "journalistikk" i Overlands tekst?
5. Hvorfor kreves det stadig mer for å være journalist i dagens digitale medieverden?
6. Hvilken oppgave regnes som en av de viktigste en journalist har, og hvorfor?
7. Hvordan har forholdet mellom journalistikken og publikum endret seg i løpet av de siste tiåra?
8. Hvilke krav stiller denne forandringa til dagens journalister?
9. Hvilke nye, journalistiske arbeidsmetoder nevnes i artikkelen?
10. Hvorfor er sosiale medier, som blant annet Facebook og Twitter, viktige for journalister i dag?
11. Hvilke positive og negative sider ved nettbruk i journalistikken refereres det til?
12. Hvilke krav stiller nye kanaler for publisering av journalistisk innhold til nåtidens journalister?

# Ytringsfrihet i 2014

Forfatter: Jone Nikolai Nyborg, Ragna Marie Tørdal  
[Ytringsfrihet i 2014 \(133853\)](#)



Ytringsfrihet / video  
<http://ndla.no/nb/node/133740>

## 200 år med ytringsfrihet

I 2014 er det 200 år siden Norge fikk sin egen grunnlov. I Grunnloven heter det at "... ytringsfrihet bør finne sted". Hvordan står det egentlig til med ytringsfriheten i vårt land og i resten av verden i 2014?



#KORHARDUDETFRÅ

Disse oppgavene er laget i samarbeid med *Kampanje for journalistikk*.

*Kampanje for journalistikk* har som mål å bidra til at unge blir gode og kritiske mediebrukere – gjennom kunnskap om kildekritikk, journalistisk metode og medieetikk.

Bak prosjektet står Norsk Journalistlag, Norsk Redaktørforening, Norsk Presseforbund, Landslaget for lokalaviser, Mediebedriftenes Landsforening og Fagpressen, samt NRK og TV 2.

## Flere fagtekster og oppgaver

På NDLA finner du mye spennende stoff om ytringsfrihet.

Du finner lenker til dette stoffet nederst på denne sida under Fagstoff og Oppgaver. Husk å klikke på "Vis mer"-knappen slik at du ser alt innholdet!

## Oppgave 1

Se videoen om ytringsfrihet som TV 2 har produsert for Kampanje for journalistikk.

- a. Hva er sensur? Forklar begrepet.
- b. Hva sier den norske grunnloven om ytringsfrihet og trykkesfrihet?
- c. Hvem bestemmer hva mediene kan publisere i Norge?
- d. Hvorfor er en fri presse viktig for demokratiet?
- e. Hvorfor er mediemangfold viktig?

## Oppgave 2

Under andre verdenskrig måtte nesten alle familier i Norge levere inn radioapparatene sine. Les fagteksten [Okkupasjon og motstand](#).

- a. Hvorfor var det forbudt for nordmenn å ha radio?
- b. Diskuter i klassen: Hvilke problemer ville dere få dersom de som bestemte i Norge, nektet alle tilgang til radio, TV, Internett og mobiltelefon?

## Oppgave 3

I Tyrkia er sosiale medier som Facebook, YouTube og Twitter sperret for publisering. Finn ut hvorfor.

## Oppgave 4

Les Sven Egil Omdals kommentar [Raseriet over den tomme stolen](#).

- a. Hvem er Liu Xiaobo, og hvorfor sitter han i fengsel?
- b. Hvorfor lurer Omdal på hvordan norske politikere ville ha tatt imot ham dersom han kom til Norge i dag?
- c. I Grunnloven står det at det skal være ytringsfrihet i Norge. Omdal nevner eksempler på at ytringsfriheten likevel har blitt begrenset i ulike historiske perioder. Hvilke eksempler trekker han fram?
- d. Hvorfor mener han at det ikke er så mye igjen av hele grunnlovsjubileet?

## Oppgave 5

Studer de fagtekstene som du finner under "Relatert innhold" nederst på sida.

- Lag en presentasjon for klassen ved hjelp av PowerPoint eller Prezi der du viser hvordan makthavernes syn på medienes rolle i samfunnet påvirker måten journalistene arbeider på.
- Illustrer presentasjonen med konkrete eksempler fra land med ulike politiske regimer i Europa, Asia, Afrika og Nord- og Sør-Amerika



## **Ytringsfrihet i 2014 / oppgave**

<http://ndla.no/nb/node/133853>

### **Oppgave 6**

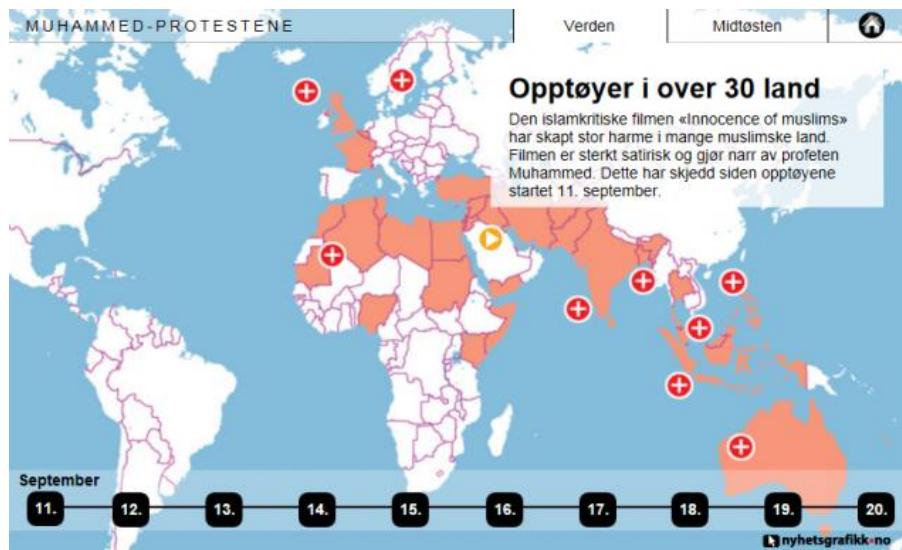
Filmen *Tvunget til taushet* følger tre srilankiske journalister som har avdekket krigsforbrytelser begått av regjeringsstyrkene i krigen mot de tamilske tigrene.

- Se filmen og les fagartikkelen *Tema: grunnlovsjubileet*
- Skriv en avisartikkel om hvorfor undersøkende og uavhengig journalistikk er viktig i vår tid.

# Innocence of Muslims

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, Hege Røyert, NTB

[Innocence of Muslims \(105320\)](#)



**KLIKK PÅ BILDET FOR INTERAKTIV GRAFIKK:** Filmen har skapt stor harme i over 30 land.



**GJEMMER SEG:**  
Amerikansk presse har  
beleiret hjemmet til  
Nakoula Bassely Nakoula i  
Cerritos utenfor Los  
Angeles. Nakoula har gått i  
dekning etter at et utdrag  
av den omstridte filmen ble  
publisert på YouTube med  
arabiske undertekster.



#### VIL IKKE LA SE PRESSE:

YouTube nekter å fjerne «Innocence of Muslims» fra nettet, men har likevel begrenset tilgangen til videoen i land som India, Egypt og Libya.

## QUIZ

Hva vet du om Muhammed og Muhammed-protestene?

#### Dette er saken:

- Den amerikanskproduserte filmen «Innocence of Muslims», som gjør narr av islams profet Muhammed, ble lagt ut på You Tube i juni. Den kristne egypteren Nakoula Bassely Nakoula sto bak.
- Demonstranter angrep USA-s ambassader i en rekke land som protest mot filmen.
- Mest alvorlig var demonstrasjonene i den libyske byen Benghazi 11. september. Et væpnet angrep som skjedde samtidig med demonstrasjonen kostet USA-s ambassadør livet.
- Tross advarsler mot å øke spenningen ytterligere, valgte det franske satiriske magasinet Charlie Hebdo å trykke flere karikaturtegninger av islams profet Muhammed.
- Tusener demonstrerte mot filmen i Oslo.

Les artikkelen: [Tusener demonstrerte mot islamkritisk film](#)

#### YouTube

Saudi-Arabia og Russland truer med å blokkere sine innbyggeres tilgang til YouTube dersom den islamkritiske filmen «Innocence of Muslims» ikke fjernes.

Russisk påtalemyndighet anser videoen, som har utløst voldelige protester i mange muslimske land, som ekstremistisk og har bedt en domstol forby den. En ny lov som trer i kraft i Russland 1. november, pålegger internettleverandører å fjerne tilgangen til innhold som er forbudt i Russland.

– På grunn av denne videoen kan YouTube komme til å bli sperret over hele Russland, sa kommunikasjonsminister Nikolaj Nikiforov i en melding på Twitter forrige uke.

Google, som eier YouTube, har allerede avvist en forespørsel fra regjeringen i USA om å fjerne videoen. Selskapet har imidlertid gått med på å blokkere tilgangen til den i en rekke muslimske land, blant dem Egypt og Libya.

Årsaken skal ikke være amerikansk press, men lokale lover og regler. Den omstridte videoen er blitt erklært ulovlig i landene hvor YouTube har innført restriksjoner. Selskapet henviser i tillegg til «den svært sensitive situasjonen» i Libya og Egypt.

## Oppgave

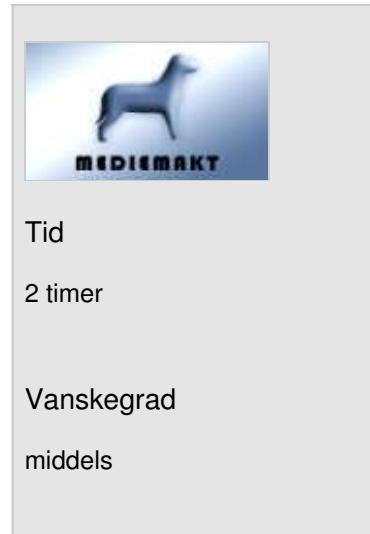
YouTube nekter å etterkomme USAs ønske om å fjerne videoen fra nettet.

- Hvordan begrunner YouTube dette standpunktet?
- Hvordan begrunner YouTube at de likevel har stengt videoen for visning i en del land?
- Studer de [norske retningslinjene](#) for publisering av video på YouTube. Gir disse retningslinjene grunnlag for å fjerne en slik video?
- Studer nettstedet [Slektmeg.no](#). Hvordan går du fram dersom du ønsker å fjerne en video på YouTube?

## Sensur i sosiale medier?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Sensur i sosiale medier? \(90647\)](#)



Tid

2 timer

Vanskegrad

middels



Emma Martinovic om sosiale medier / video

<http://ndla.no/nb/node/88595>

Skriv et debattinnlegg om frie ytringer

Se intervjuet med Emma Martinovic som overlevde Utøya-massakren.

Les deretter Sven Egil Omdals kronikk "Sprekker trollene virkelig?". Du finner begge tekster under overskriften "Faglig innhold" nederst på siden.

Skal vi akseptere alle former for ytringer i nettsteder og sosiale medier, eller bør det innføres strengere kontroll med hva folk får anledning til å publisere offentlig?

Skriv et debattinnlegg til en avis eller en nettavis der du argumenterer for ditt syn på denne problemstillingen.

# Er objektiv journalistikk feig journalistikk?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Er objektiv journalistikk feig journalistikk? \(129002\)](#)



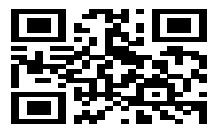
Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Ressurser



Nyhetsankeret /  
video

<http://ndla.no/nb/node/107261>

[NRK skal gjennomgå  
retningslinjene rundt  
bruk av hijab og kors](#)



Edward Snowden har stått fram som kilde for informasjonen om amerikansk overvåking av mobil og Internett. Han har tidligere arbeidet for de hemmelige tjenestene, men har nå søkt asyl i Russland.

## Oppgave 1



Både TV-seere og NRKs ledelse reagerte da NRK Sørlandets nyhetsanker, Liv Kristin Sællmann, viste seg på skjermen med et smykke formet som et kors. Det ble hevdet at dette var et brudd på objektiv journalistikk.

- Hvilke regler gjelder for bruk av symbolske plagg og smykker for dem som jobber som nyhetsankre i NRK?
- Hvorfor er det strengere regler for nyhetsankre enn for andre som jobber i mediene?
- Diskuter i klassen: Er det OK at et nyhetsanker formidler dagens nyheter iført hijab eller med et kors rundt halsen?

## Oppgave 2

Glenn Greenwald hevder at fordi vi alle ser verden gjennom subjektive prisma, er det meningsløst å snakke om en objektiv journalistikk.

- Hva tror du han mener med dette utsagnet? Er du enig med han?
- Hvorfor mener Greenwald at objektiv journalistikk er feig journalistikk?
- Tyske aviser har offentliggjort informasjon om amerikansk overvåkning av tyske politikere. Hva har de funnet ut, og hva er resultatet av denne avsløringen?
- Diskuter i klassen: Bør norske medier fortelle det de vet om utenlandske etterretninger i Norge, og norsk etterretningsvirksomhet i utlandet? Hvorfor? Hvorfor ikke?

## Presseskikk og kildeskikk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Presseskikk og kildeskikk \(137235\)](#)



Hans Geelmuyden er en av gründerne i kommunikasjonsbransjen i Norge. Nå er denne bransjen for alvor i ferd med å passere pressen både i størrelse og inntekt.



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Kilde

[Vær Varsom-plakaten](#)

### Oppgave 1

- Hva sier Vær Varsom-plakaten om «samtidig imøtegåelse» i punkt 4.14?
- Hvorfor tror du dette punktet er tatt inn i Vær Varsom-plakaten?

Kilde

Journalisten. no:

[Journalister kaller dem den mørke siden](#)

### Oppgave 2

- Hvordan har forholdet mellom antall journalister og antall informasjonsmedarbeidere/medierådgivere i Norge endret seg i løpet av de siste årene?  
Søk på Internett etter svar på dette spørsmålet.
- Les artikkelen *Journalister kaller dem «den mørke siden»* i nettavisa Journalisten.  
Hvordan forklarer seniorforsker Trygve Gulbrandsen ved Institutt for samfunnsforskning og Ingunn Eriksen ved Proba samfunnsanalyse årsaken til den store veksten i kommunikasjonsbransjen?
- Hvorfor er mange journalister kritiske til kommunikasjonsbransjen?

Kilde

Mediekomentar av  
Sven Egil Omdal:

### Oppgave 3

- a. Les Sven Egil Omdals mediekommentar *Fabian Stangs metode*.
- b. Hvilken problemstilling er det Omdal tar opp her?
- c. Hvorfor mener PR-rådgiver Anders Cappelen at Stang brøt god «kildeskikk»?
- d. Hvordan begrunner Norsk Presseforbunds generalsekretær, Kjersti Løken Stavrum, at Stangs forhåndsinnrømmelse «kan bidra til å ødelegge hele journalistikken»?
- e. Hva ville du ha gjort dersom du var i ordførerens sko?

# Kraftmast eller monstermast?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Kraftmaster eller monstermaster? \(94255\)](#)

## Oppgaver

Studer de seks bildene i slideshowt nedenfor. Alle bildene viser kraftmaster, sett fra ulike vinkler og i ulike omgivelser. De tre siste bildene er Statnetts egne pressebilder.

1. Beskriv hvilke konnotasjoner som oppstår ved måten begrepet "kraftmast" er visualisert på i hvert av de seks bildene.
2. Hvilke konnotasjoner oppstår når du ser Hardangeraksjonens bilde av en monstermast?
3. Hvilket bilde ville du bruk dersom du tilhørte en aksjonsgruppe som var imot at det skulle bygges kraftmaster på hjemstedet ditt? Begrunn svaret.
4. Hvilket bilde ville du bruk dersom du skulle sende ut en pressemelding om saken på vegne av Statnett? Begrunn svaret.
5. Hvilket bilde ville du bruk dersom du skulle dekke saken for regionavisa i hjemfylket ditt? Begrunn svaret.



**Tid:** 30 min

**Vanskegrad:** middels

## Ressurser

[Vær Varsom-plakaten](#)

[Statnett: Prosjektet Sima–Samnanger](#)

[Hardangeraksjonen](#)

[Hardangeraksjonen – bilde av monstermast](#)

## Egenvurdering

- Vet du hva begrepet konnotasjon betyr?
- Hva sier Vær Varsom-plakaten om bruk av bilder?





## Identifiser kildene

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Identifiser kildene \(116817\)](#)



Tid

1–2 timer

Vanskegrad

middes

Ressurser

Interaktivt verktøy for  
undersøkende  
journalistikk:

[Gravemaskinen.no](#)

Flere verktøy som kan  
avsløre hvem som har  
interesse av hva:

[Maktabasen](#)

Stiftelsen for kritisk og  
undersøkende presse:

[SKUPS verktøykasse](#)

[Vær Varsom-plakaten](#)



Laksenæringen / video

<http://ndla.no/nb/node/116461>

### Arbeidsoppdrag

Del klassen i grupper. Hver gruppe tar for seg en spesiell sak som har fått oppmerksomhet i mediene i løpet av den siste måneden, og hvor det kan tenkes at en bedrift eller organisasjon er leverandør av den informasjonen som saken bygger på.

- Hvilkens egeninteresse kan bedriften eller organisasjonen ha i denne saken?
- Er det informasjon i denne saken som er levert av kilden selv?
- Stiller journalisten kritiske spørsmål til den informasjonen kilden kommer med?
- Bygger den redaksjonelle teksten kun på denne ene kilden, eller er det brukt andre kilder til å belyse saken?
- Er saken utformet på en slik måte at det kan karakteriseres som tekstreklame?
- I hvilken grad er dekningen av denne saken i tråd med  
§ 2.6 og § 3.2 i Vær Varsom-plakaten?

## Velg riktig pressebilde

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Velg riktig pressefoto \(94413\)](#)



**Tid:** 30 min

**Vanskegrad:** middels

Egenvurdering

- Vet du hva ordet "konnotasjon" betyr?
- Har du satt deg inn i de viktigste kriteriene for hva som er en god nyhet?
- Har du brukt faglige begrunnelser i svarene dine, eller er det mest synsing?



Er du allerede ferdig med besvarelsen?  
Klikk på bildet og ta Aftenpostens bildequiz.

Nedenfor ser du seks alternative bilder som ble tatt i forbindelse med konflikten rundt utbyggingen av krafttraseen Sima–Samnanger. To bilder viser statsminister Jens Stoltenberg, to bilder viser daværende olje- og energiminister Terje Riis-Johansen, og de to siste viser daglig leder i Bevar Hardanger, Klaus Rasmussen.

### Oppgaver

1. Beskriv hvilke konnotasjoner som oppstår når du ser hvert av disse seks bildene.

2. Du skal lage et oppslag om konflikten til morgendagens avis. Velg to bilder. Begrunn hvorfor du velger nettopp disse bildene.
3. Lag bildetekst til de to bildene du har valgt.  
Deretter lager du overskrift og ingress som står i stil med bildevalget ditt.





## Intervjuteknikk i valgdebatter

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Intervjuteknikk i valgdebatter \(126567\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

vansklig



Det har oppstått en feil i  
avspillingen. Prøv igjen senere

Svarer politikerne på spørsmålene?

Se valgdebatten om skolepolitikk som ble sendt på NRK 20. august 2013. Her stiller NRK-journalisten Ingunn Solheim spørsmål til næringsminister Trond Giske (AP), kunnskapsminister Kristin Halvorsen (SV), leder i Høyre Erna Solberg og leder i Venstre Trine Skei Grande.

Lytt nøyte til spørsmål og svar i debatten.

1. Hvor mange spørsmål stiller programlederen i løpet av programmet?
2. Hvor mange av disse spørsmålene svarer politikerne direkte på?

3. Hvor mange ganger svarer politikerne på noe helt annet enn det hun spør om?
4. Er det noen av politikerne som utmerker seg når det gjelder "å snakke bort" det programlederen spør om?
5. Hva skjer når journalisten stiller oppfølgingsspørsmål?
6. Formuler ett spørsmål til hver av de fire politikerne i debatten, som du mener programlederen burde ha stilt.
7. Hva ville du ha gjort dersom du ikke fikk svar på det du spurte om?

## WikiLeaks - lovbryter eller demokratiforkjemper?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[WikiLeaks – lovbryter eller demokratiforkjemper? \(97024\)](#)



Tid  
2–3 timer  
Oppgaven kan inngå som en del av en heldagprøve.

Vanskegrad  
middels

Ressurser  


[WikiLeaks offisiell nettside](#)  
– gjenåpnet i 2011

[Databasejakt med WikiLeaks](#)

Nettvarsleren WikiLeaks har som mål å publisere informasjon som styresmakter eller organisasjoner har valgt å holde hemmelig. Kildene informasjonen kommer fra, forblir anonyme. Ifølge WikiLeaks er hensikten å fremme ytringsfrihet og avsløre maktmisbruk. WikiLeaks er under etterforskning av myndigheter over hele verden.

### Skriveoppgave

Søk etter aktuell informasjon om WikiLeaks på nettet.

Gjør deretter rede for hvordan WikiLeaks er organisert, hva formålet er, hvordan organisasjonen arbeider, og hvilke reaksjoner denne arbeidsformen er blitt møtt med.

Drøft i hvilken grad organisasjonens arbeid fremmer ytringsfrihet og demokrati.

# Analyser og vurder filmen Kony 2012

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Analyser og vurder filmen Kony 2012 \(96969\)](#)



Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

[KONY 2012](#)

[Slik ble "KONY 2012"  
sett av 55 millioner](#)

Slik lager du en  
[Filmanalyse](#)



Slik lager du en god  
filmanmeldelse /  
video  
<http://ndla.no/nb/node/74751>

[Slik skriver du en  
filmanmeldelse](#)



## Analyser og vurder filmen Kony 2012 / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/96969>

Filmen Kony 2012 er laget av organisasjonen *The Invisible Children*. Ved hjelp av en omfattende aksjon i sosiale medier ønsker initiativtakeren Jason Russel å mobilisere massene, slik at den ugandiske geriljalederen Joseph Kony blir tatt til fange og stilt for retten innen utgangen av 2012.

### Oppgave 1

#### Analyser filmen Kony 2012

1. Hvilken sjanger tilhører denne filmen?
2. Hvilken problemstilling er det denne filmen ønsker å belyse?
3. Hva er budskapet?
4. Hvordan er filmen bygd opp?
5. I filmen møter vi to barn. Hva har disse to barna til felles? Hva er forskjellig? Hvorfor velger Jason Russel å la sin egen sønn ha en rolle i filmen?
6. Hvilke filmatiske virkemidler er bruk i filmen?
7. Enkelte har hevdet at filmen er ren propaganda. Hvilke trekk ved filmen bygger opp under en slik forståelse?
8. Hvordan er filmen blitt tatt imot rundt om i verden?
9. Hvilken effekt tror du denne filmen vil ha?
10. Tror du aksjonsgruppen vil nå målet sitt?

### Oppgave 2

Skriv en anmeldelse av filmen Kony 2012. Legg anmeldelsen ut på bloggen din.

## Syria "live" på Bambuser

Forfatter: Jan-Arve Overland, Mediekompass.se, Ragna Marie Tørdal

[Syria "live" på Bambuser \(96914\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Ressurser



Amatørvideo -  
angrep på byen  
Homs / video  
<http://ndla.no/nb/node/96915>

[Bambuser rapporterer fra Midtøsten](#)

[Artikkel i Dagens Nyheter](#)

[Kilder og kildekritikk](#)

Bambuser er et verktøy som gjør det mulig for hvem som helst å sende tv-bilder via sin smarttelefon. Verktøyet brukes av journalister og vanlige borgere som trosser myndighetenes sensur og kringkaster levende bilder fra folkeopprøret i Syria.

Se reportasjen om Bambuser i *Nyhetsmorgen* og les artikkelen "Visionen var att skapa ett demokratiserande verktyg" i den svenska avisen *Dagens Nyheter*.

1. Hva er nytt med Bambuser sammenliknet med for eksempel YouTube eller andre nettjenester som publiserer video?
2. På hvilken måte kan Bambuser være et verktøy for demokrati?
3. I hvilken sammenheng kunne du selv tenke deg å bruke Bambuser?
4. Gå inn på Bambuser og let etter klipp fra konfliktområder i Midtøsten. Hvor mange videoer er publisert det siste døgnet?
5. Hvilke hendelser får du informasjon om?
6. Hvilken risiko utsetter senderne seg selv og andre for her?
7. På hvilken måte kan slikt materiale utfylle nyhetsjournalistikken i etablerte nyhetsmedier?
8. Hvilke kildekritiske vurderinger bør du foreta når privatpersoner ytrer seg på denne måten?

# Skriv en tekst om politisk journalistikk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Skriv en tekst om politisk journalistikk \(79833\)](#)



Politisk journalistikk i NRK / video

<http://ndla.no/nb/node/79579>

## Oppgave 1: Skriv et referat

Som journalist har du fått i oppgave å referere debatten om NRKs dekning av valgkampen i 2009. Referatet skal være på maks. 500 ord. Husk at overskiften bør fenge leserne!

## Oppgave 2: Skriv en bakgrunnsartikkel

Lag en bakgrunnsartikkel om politisk journalistikk i Norge, med hovedvekt på hvordan mediene dekket valgkampen i 2009. Husk overskrift og ingress. Lengde: maks. 1000 ord.

## Oppgave 3: Skriv en kronikk

Skriv en kronikk med tittel "Journalistikk eller journalisme?". Lengde: maks. 1000 ord.



### Tidsbruk

2–5 timer.

Oppgaven kan egne seg som som en del av en heldagsprøve.

### Vanskegrad

Middels til vanskelig

### Tips til reseach

- Hva betyr *journalisme*?
- Hvem står bak tankesmia Civita?
- Tekst og videoklipp i kapittelet Mediemakt om politisk journalistikk og stortingsvalget i 2009.
- Hvilke krav som stilles til tekstsjangrene:
  - [Referat av saktekst](#)
  - [Journalistiske sjangre](#)
  - [Eksempel på kronikk](#)

# Sosiale medier i lokalvalgkampen

Forfatter: Jone Nikolai Nyborg

[Bruk av sosiale medier i lokalvalgkampen \(85032\)](#)



Tidsbruk

Oppgave 1: 2 timer

Oppgave 2: 2–3 timer

Ressurser

[pollofpolls.no](http://www.pollofpolls.no)

Egenvurdering

– Er framstillingen din saklig og ikke preget av ditt personlige, politiske standpunkt?



## Oppgave 1

1. Hvilke partier og eventuelt andre lister stiller til valg i din kommune?
2. Lag en 10 minutters PowerPoint-presentasjon av ordførerkandidatene i din hjemkommune.
3. Gå inn på nettstedet <http://www.pollofpolls.no/>
  - Hvordan er den ferskeste meningsmålingen i din kommune?
  - På hvilken måte skiller den seg fra den nasjonale målingen?
4. Hvem av ordførerkandidatene bruker sosiale medier mest aktivt?
  - Er nettsidene preget av monolog eller dialog?

## Oppgave 2

Lag et intervju med en av ungdomskandidatene i din kommune. Hvilke saker brenner hun/han for? Hvordan ser han/hun på det å bruke sosiale medier i valgkampen? Lengde: 250–350 ord.



## Debatt: Breivik-saken i mediene

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Debatt: Breivik-saken i mediene \(97945\)](#)



Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

**pressens faglige utvalg**  
**PFU**

PFU er et klageorgan oppnevnt av Norsk Presseforbund. Organet som har medlemmer fra presseorganisasjonene og fra almenheten, behandler klager mot pressen i pressetiske spørsmål (trykt presse, radio og fjernsyn).  
Adresse: Prinsensgt. 1  
Pb. 46 Sentr 0101 Oslo  
Telefon: 22 41 56 80  
Fax: 22 41 19 80

[Vær Varsom-plakaten](#)



Trond Henry Blattmann,  
leder i støttegruppen 22. juli

[Lørdagsgjest: Trond Henry Blattmann](#)



Lars Helle, tidligere  
redaktør i Dagbladet, nå  
sjefredaktør i Stavanger  
Aftenblad

[Lørdagsgjest: Lars  
Helle](#)



## **Debatt: Breivik- saken i mediene / oppgave**

[http://ndla.no/nb/node/97  
945](http://ndla.no/nb/node/97945)

[Dagbladet ikke felt for  
Breivik-bilder](#)



Elever ved Hellerud vgs.

[Krav til  
argumentasjon](#)



Presseoppslug i Breivik-saka / video  
<http://ndla.no/nb/node/97757>

Se utdraget fra programmet *Debatten* på NRK P1 før du går i gang med oppgavene.

## Oppgave 1

1. Hvem er Trond Henry Blattmann?
2. Hvem representerer han i denne debatten?
3. Hvilke argumenter bruker han for å grunngi hvorfor mediene ikke bør bruke bilder av Anders Behring Breivik?
4. Hvilke paragrafer i Vær Varsom-plakaten støtter opp under synspunktene hans?

## Oppgave 2

1. Hvem er Lars Helle?
2. Hvem representerer han i denne debatten?
3. Hvilke argumenter bruker han for å grunngi hvorfor mediene bør bruke bilder av Anders Behring Breivik?
4. Hvilke paragrafer i Vær Varsom-plakaten støtter opp under synspunktene hans?

## Oppgave 3

1. Hvem er Adrian Pracon?
2. Hvem representerer han i denne debatten?
3. Hvilke argumenter bruker han for å grunngi hvorfor mediene ikke bør bruke bilder av Anders Behring Breivik?
4. Sammenlign argumentene til Blattmann, Helle og Pracon. Hvilke argumenter synes du bør veie tyngst i denne saken?

## Oppgave 4

Programmet "Debatten" er et typisk debattprogram på fjernsyn.

1. Hvordan er panelet sammensatt?
2. Hvordan er rollefordelingen mellom de som sitter i panelet, og de som sitter i salen?
3. Hvorfor er det enkelte personer i salen som får ordet i debatten?
4. Hvilken rolle spiller programlederen i debatten?

## Oppgave 5

Studer innslaget der Adrian Pracon har ordet.

1. Hvordan innledes dette innslaget?
2. Programlederen forholder seg til Pracon på en annen måte enn til paneldeltagerne. Hvorfor?
3. Hvilken funksjon har innklippssbildene av redaktør Lars Helle og bistandsadvokat Mette Yvonne Larsen i dette innslaget?

## Oppgave 6

Debatter pressens dekning av Breivik-saken i klassen.

- Utnevnt en eller to programledere til å styre debatten.
- Utnevnt paneldeltagere som representerer ulike interessegrupper.
- Bli enige om regler for hvordan resten av klassen kan komme med synspunkter underveis i debatten.
- Utnevnt to referenter som noterer de viktigste argumentene som kommer fram i debatten, og deler dem med resten av klassen når timen er slutt.

## Forbrukerinspektørene om e-bøker

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Forbrukerinspektørene om e-bøker \(109936\)](#)



Tid

30 min

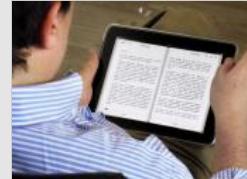
Vanskegrad

lett

Ressurser

[E-bok-revolusjonen som ikke kommer til Norge](#)

[Fra skriftruller til e-bøker](#)





## Oppgave

Innslaget ovenfor er hentet fra NRK-programmet *Forbrukerinspektorene* i 2010.

1. Hvilken informasjon får du som forbruker når du ser dette innslaget
  - om styrker og svakheter ved selve produktet?
  - om pris og hvordan du kjøper produktet?
2. Er informasjonen du får, korrekt?
3. Intervjuobjektene har ulike meninger om e-bøker. Hvem av disse personene virker mest troverdig? Hvorfor?
4. Kan dette innslaget tolkes som reklame for produktet? Hvorfor? Hvorfor ikke?

## Hva kan du nå?

### Lag en videointroduksjon om journalistikk

Forfatter: Siri Oppedal, Sogndal vgs

[Lag en videointroduksjon om journalistikk \(134059\)](#)

#### Tips fra Sogndal-elevene

Elever i 3MIK ved Sogndal vidaregåande skule 2014 har laget videointroduksjoner som du kan du bruke når du skal repete fagstoffet i kapittelet Mediemarkt.

#### Slik kan du jobbe med fagstoffet

Elevene i 3MIK ved Sogndal vidaregåande skule 2014 laget korte videointroduksjoner da de jobbet med dette kapittelet.

Dette er en god måte å bli kjent med fagstoffet på.

Når du selv er produsent, gjør du stoffet til ditt eget.

#### Den nye journalistrollen

Denne videoen er laget av Siri Oppedal.



### Lag en videointroduksjon om journalistikk / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/134059>

# Norsk medieøkonomi og mediepolitikk

## Norsk mediestruktur

Forfatter: Einar Gjærevold, Ragna Marie Tørdal, Terranova Media

[Norsk mediestruktur \(94762\)](#)



Mediestruktur / video

<http://ndla.no/nb/node/94702>

### Et lite land med stort mediemangfold

Til å være et lite land, har Norge et stort mediemangfold. Norske massemedier er eid og finansiert av både offentlige og private aktører. Norsk mediestruktur gjenspeiler derfor den *blandingsøkonomien* hele det norske samfunnet er tuftet på.

Medieforskeren Helge Østby beskrev i 1988 målene for norsk mediepolitikk slik:

1. Styrke demokratiet. (Stikkord: reell ytringsfrihet, tilgang til samme informasjon.)
2. Bevare samfunnsstrukturen. (Stikkord: norsk språk, norsk kultur, felles normsett, legge til rette for beslutningsprosedyrer av typen frie, offentlige valg.)

Endringer i det norske samfunnet de siste tiårene gjør at medieforskere nå også peker på utviklingen av et flerkulturelt samfunn og mediebedriftenes økonomiske inntjening som viktige mediepolitiske mål.

### Norsk medieøkonomi

I Norge er det et viktig prinsipp at mediene skal opptre som frie og uavhengige, og ikke være underlagt statlig kontroll eller økonomiske særinteresser. For å sikre et variert medietilbud og styrke demokratiet gir staten økonomisk støtte til utvalgte aviser over hele landet. Disse støtteordningene kalles *pressestøtte*.

Alle som kjøper et fjernsynsapparat i Norge, blir registrert som lisensbetalere. *Lisensavgiften* er en årlig avgift fastsatt av Stortinget i Statsbudsjettet. Lisensen finansierer drift av Norges største radio- og TV-selskap, allmennkringkastingsselskapet Norsk Rikskringkasting. Som *allmennkringkaster* har NRK et spesielt ansvar for å formidle informasjon og gi et programtilbud som favner alle grupper i befolkningen.

De kommersielle mediene i Norge er avhengige av sterke eiere og reklameinntekter for å overleve. Politikerne er uenige om utformingen av lovene som regulerer eierskap i mediene. Medieforskerne spør seg hvordan eierskap og ulike finansieringsformer påvirker journalistikken og det redaksjonelle arbeidet.

Du kan lære mer om norsk mediepolitikk og eierskap og økonomi i norske medier dersom du jobber videre med fagstoff og oppgaver i dette kapittelet.

# Rødgrønn mediepolitikk i 2011

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Rødgrønn mediepolitikk i 2011 \(79581\)](#)



Intervju med kulturminister Anniken Huitfeldt / video

<http://ndla.no/nb/node/79255>

Lovreguleringer og statstilskudd

**Mediepolitikken gjenspeiler viktige skillelinjer i norsk politikk.** Den rød-grønne Stoltenberg-regjeringen i perioden 2011-2014 ønsket derfor andre mediepolitiske tiltak enn den blå-blå Solberg-regjeringen som tilrådde høsten 2014.

– Politikerne våre er pålagt å drive mediepolitikk, og i praksis har dette ofte handlet om å sørge for at de små mediene ikke skal dø i konkurransen mot de store, forteller professor Martin Eide ved Universitetet i Bergen.

*Det påligger Statens Myndigheder at lægge Forholdene til Rette for en aaben og oplyst offentlig Samtale (utdrag fra Grunnlovens § 100).*

I Norge har vi lovfestet ytringsfrihet. Men Grunnloven går videre, den pålegger myndighetene å sørge for at forholdene ligger til rette for bruk av ytringsfriheten. Folk skal ha adgang til kunnskap som de kan basere meningene sine på, slik at de er "oplyste", som det heter i lovteksten. Våre folkevalgte har dessuten ansvar for at det finnes arenaer for offentlig debatt ("offentlig Samtale"). Begge deler må til for at demokratiet vårt skal fungere.

Skoler og bibliotek driver folkeopplysning. Det gjør også mediene, som samtidig er vår viktigste offentlige debattarena – derfor er mediepolitikk viktig for å oppfylle kravene i Grunnloven.

– Politikerne har to kraftfulle virkemidler i mediepolitikken: penger fra statskassen og lovregulering, forteller Martin Eide, som har skrevet en rekke bøker og artikler om mediernes rolle i det norske samfunnet.

Rød-grønt mediebudsjett



Huskelappen

**I et demokratisk samfunn har staten ansvar for å gi alle borgere mulighet til**

- å få tilstrekkelig informasjon
- reell ytringsfrihet
- ta del i den offentlige debatten

**I tillegg handler mediepolitikk om å bevare det norske språket og sentrale norske verdier.**

**Virkemidler i mediepolitikken:**

- økonomiske støttetiltak
- lovregulering



I september 2012 overtok Hadia Tajik (t.v.) som statsråd i Kulturdepartementet etter Anniken Huitfeldt (t.h.).

Reaksjoner

Mediebedriftenes landsforening var ikke fornøyd med budsjettet:

Regjeringen legger hvert år i oktober fram et forslag til statsbudsjett. Det er Stortinget som vedtar budsjettet. Statsbudsjettet forteller hvor mye penger hvert departement har til rådighet i året som kommer. Støtten til mediebransjen i Norge kommer fra Kulturdepartementet.

I oktober 2012 la den nyoppnevnte kulturministeren Hadia Tadjik fram sitt første kulturbudsjett for den rødgrønne regjeringen. Regjeringens overordnede mål på medieområdet er å sikre ytringsfrihet, rettsikkert og et levende demokrati. Dette uttrykkes i følgende mål:

- mangfold og kvalitet i norske medier
- redaksjonell uavhengighet
- en sterkt allmennkringkasting
- mangfold i medieeierskap
- styrking av norsk filmproduksjon
- likestilling på medieområdet
- beskyttelse av barn og unge mot medieinnhold som kan være skadelig
- modernisering av samfunnet gjennom digitalisering

#### - Svært skuffende statsbudsjett

NRK var fornøyd med regjeringens forslag til statsbudsjett. Høyre og Fremskrittspartiet likte dårlig at NRK-lisensen ble økt.

#### Sterk lisensvekst under Stoltenberg- regjeringen

### Økt produksjonstilskudd

Regjeringen Stoltenberg foreslo at produksjonstilskuddet til avisene skulle økes med 20 millioner kroner til totalt 307,9 millioner kroner i 2013. Produksjonstilskuddet, eller pressestøtten, er en direkte støtte til norske aviser. Nytt av året var at det ikke bare er opplagstallet for papiravisen som skal danne utgangspunkt for tildelingen. Hensikten med produksjonsstøtten er å sikre et mangfold av aviser, både geografisk og med hensyn til innhold og verdiforankring. Slik ønsket regjeringen å sikre at avisene fortsatt kan levere kvalitetsjournalistikk og være en viktig arena for samfunnsdebatt.

### Ingen momsending

Regjeringen ønsket å bidra til en vellykket omstilling i avisbransjen fra papir til digitale produkter. Den indirekte støtteordningen med momsfriftak for papiraviser er den aller viktigste statlige støtteordningen. I 2012 var det ikke moms på papiraviser, men det er full moms (25 %) på nettavis og digitale produkter. Aviseierne har lenge ønsket momsfriftak også for digitale aviser, men Stoltenberg-regjeringen gikk ikke inn for det.

## Blåblå mediepolitikk i 2014

Forfatter: Tarjei Kramviken, NTB scanpix

[Blåblå mediepolitikk i 2014 \(133838\)](#)



Regjeringa Solberg tar til orde for ein blåblå mediepolitikk.

**Oslo (NTB): Etter regjeringskiftet har Høgre og Framstegspartiet tatt til orde for å setje eit tak på pressestøtta, redusere auken i NRK-lisensen og innføre plattformnøytral moms og pressestøtte.**

Allereie før valet tok dei to borgarlege partia til orde for å endre den norske mediepolitikken, blant anna ved å redusere pressestøtta.

– Det er eit mål for regjeringa å gjere pressa mindre avhengig av statlege støttetiltak. Vi ønskjer ein ny mediepolitikk som fremjar innovasjon og støttar opp under den digitale satsinga, sa kulturminister Thorhild Widvey (H), som har ansvaret for mediepolitikken, til NTB i november i fjor.

Hugselappen

**Regjeringa Solberg foreslår store endringar i norsk mediepolitikk:**

- reduksjon i pressestøtta
- plattformnøytral moms og pressestøtte
- kutt i NRK-lisensen og gjennomgang av NRK si verksemد
- kutt i støtta til norsk film

**Regjeringa ønskjer å fremje innovasjon og satsing på digitale løysingar.**

**Det bekymrar kritikarane at mediemangfaldet blir svekt, og at det blir mindre pengar til kvalitetsjournalistikk**

### Tak på pressestøtta

Før valet ville Høgre opphavleg redusere den direkte pressestøtta, også kalla produksjonsstøtta, frå 300 til 200 millionar kroner. Frp ville på si side kutte 180 millionar i første omgang og på sikt fjerne støtta heilt. Det førte til protestar frå meiningsberande riksavisar som Klassekampen, Dagsavisen og Vårt Land, men i statsbudsjettet for 2014 var det ingen store kutt.

Men i ei stortingsmelding som kom i vår, har regjeringa gått inn for å leggje eit fast tak som skal hindre at eit medieselskap kan få meir enn 40 millionar kroner i tilskot i året. Alle dei som får pressestøtte, ligg langt under dette taket med unntak av Dagsavisen og Vårt Land. Dei får rundt 41 millionar kroner kvar.

### Plattformnøytral støtte

Pressestøtte

Under den nye regjeringa har det òg vorte klart at mediehusa no kan få pressestøtte også når dei publiserer innhald på dei elektroniske plattformene. Overgangen til ei såkalla plattformnøytral pressestøtte – det vil seie at pressestøtta er uavhengig av om avisene kjem ut på papir eller på andre måtar – vart helst velkommen av dei fleste i mediebransjen.

Regjeringa må sjekke alt mot EØS-avtalen når dei gjer endringar i statsstøtteordningane, og EFTAs overvakingsorgan må godkjenne endringane. Der fekk regjeringa i mars i år grønt lys for å gå vidare med den plattformnøytrale støtta.

– Mangfald i media er eit samfunnsmål som kan rettferdiggjere bruken av statsstøtte, og ESA har komme fram til at produksjonstilskot framleis er ein tenleg måte å støtte dei norske nyheitsmedia på, skreiv kontrollorganet i konklusjonen sin.

Pressestøtte er eit økonomisk bidrag frå staten til norske aviser i form av subsidiering og produksjonstilskot.

Dei fleste aviser som får produksjonsstøtte, er nr. 2-aviser og minoritetsaviser.

Pressestøtta vart oppretta i 1969 som eit statleg verkemiddel for å halde oppe eit breitt mediemangfold i Noreg.

## Plattformnøytral moms

Når regjeringa legg fram statsbudsjettet for 2015 i haust, kjem framleggget deira truleg til å innehalde ein felles lågmomssats for heile mediebransjen. I dag er det ikkje moms på papiraviser, mens nettavisene må betale full moms til staten, det vil seie 25 prosent.

– Papir og nett er i praksis ofte ulike publiseringssplattformer for eit tilnærma likt redaksjonelt innhald. Det gir då lita mening å forskjells behandle desse i avgiftssystemet, sa Widvey i november.

Men somme fryktar at ein felles, men låg, momssats kan føre til at ein del aviser må stoppe pressene for godt. For med ein slik sats får ein del medium som er store på nettet, lågare moms, mens effekten blir motsett for dei tidlegare momsfrie papiravisene.

## Kutt i NRK

NRK-lisensen vart i år auka med 45 kroner, 10 kroner mindre enn det den raudgrøne regjeringa foreslo og halvparten av dei 90 kronene NRK sjølv bad om. Allmennkringkastaren fekk dermed ikkje kompensert for kostnadsveksten dei har hatt, og har vorte nøydd til å gjere ein del kutt i 2014.

I dei kommersielle media har fleire aktørar sagt at dei uroar seg for den stadig sterke posisjonen NRK har på nettet. Den NRK-drivne nettstaden yr.no var den nest største nettstaden i landet i fjor etter VG Nett. NRK.no kom på ein sjetteplass.

– Det er tydelegare enn før at marknadsposisjonen til NRK kan vere ei utfordring. Og eg er glad for signala frå NRK om at kringkastaren skal fokusere på kjerneoppgåvene, har Widvey sagt.

Frp har programfesta at dei vil avvikle heile lisensen, og at staten skal selje NRK. Høgre vil halde på lisensen, men meiner at NRK ikkje skal utfordre private aktørar utanfor kjerneområdet sitt.



Sven Egil Omdal er kritisk til mediepolitikken til den blåblå regjeringa.

Les mediekomentaren hans:

[To kill a licence](#)

## Kutt i filmstøtta

Kritikken har vore krass etter at regjeringa kutta 36 millionar kroner i produksjonsstøtta til Norsk filmfond og meinte at private kan betale meir. Det betyr at regjeringa vel å kutte løyvingane med tre eller fire filmar i året, meinte bransjen sjølv.

– Eg er ikkje opptatt av at det skal produserast 25 norske filmar i året, slik den førre regjeringa var. Det er ikkje saliggjerande for det å skape god norsk film, sa Widvey til NTB.

– Men dette kjem først og fremst til å gå ut over kvalitetsfilmen. Det er kvalitetsfilmane som er mest avhengige av å få førehandsstøtte, og det er dei det er vanskelegast å finansiere med private pengar, sa filmprodusent Yngve Sæther i ein debatt.

### Kritikk frå bransjen

2014 har vorte året då mange mediehus og aviser har måttu kutte på grunn av opplagsnedgang og lågare annonseinntekter. Derfor åtvarar bransjen mot å redusere pressestøtta i statsbudsjetta framover.

– Økonomisk er det snakk om relativt små beløp, men konsekvensane kan bli svært store, poengterer Paul Bjerke i Norsk medieforskerlag.

– Vi har eit unikt mediemangfald og meiningsmangfald i Noreg. Det er eit viktig bidrag til demokratiet. Og i den vanskelege tida mediehusa er i no, trengst kvar krone, meiner leiar Randi S. Øgrey i Mediebedriftenes Landsforening.

Mediekommunikator Sven Egil Omdal er bekymra for framtida til pressa og etterlyser ein meir ambisiøs mediepolitikk.

– Politikarane burde bekymre seg djupt og inderleg over at den journalistiske overvakinga av lokalsamfunnet forvirrar, over at utanriksjournalistikken skrumpar inn (...), over at det knapt finst kulturredaksjonar igjen i avisene, og over at stadig meir av den journalistiske produksjonen blir utført av menneske som ikkje rører seg utanfor veggene i mediehusa, skreiv han i Stavanger Aftenblad.

# Støtteordninger

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen, Ragna Marie Tørdal  
[Støtteordninger \(79582\)](#)



Mediepolitikk / audio  
<http://ndla.no/nb/node/79667>

Penger fra statskassen

På slutten av sekstitallet ble pressestøtten innført. Dette var en tid med mye avisdød, og hensikten var å redde mindre aviser som ellers ville gått dukken i konkurransen med store og pengesterke konkurrenter. Tiltakene var momsfritak og direkte pengeoverføringer, og målet var å opprettholde mediemangfold.

Mer enn førti år senere er det fremdeles enighet om at mediemangfold er viktig for demokratiet, og tiltakene er omtrent de samme.

– Hadde vi ikke hatt ordningen med pressestøtte, ville nok mediebildet sett helt annerledes ut, sier Martin Eide. – Vi ville ikke hatt på langt nær så mange lokalaviser som vi har i dag. Meningsbærende aviser som Klassekampen, Nationen og Vårt Land ville også hatt store problemer med å overleve. Det samme gjelder for såkalte nummer-to-aviser. Eide forklarer dette siste fenomenet ved å vise til avisbildet i Bergen.

Konkurransen mellom Bergens-avisene

– Avisenes hovedinntekter kommer fra reklame. Det vil alltid være slik at den avisen som har det største opplaget, får mest reklameinntekter. Dette er logisk, for de som skal annonsere, ønsker selvfølgelig å nå ut til flest mulig leser.

Slik har for eksempel Bergens Tidende kommet inn i en god sirkel: høyt opplag gir høye annonseinntekter – inntekter gir muligheter til å lage mer/bedre redaksjonelt innhold – bedre innhold gir høyere opplag, osv. Bergensavisen lå an til å få en motsatt utvikling. De to avisene opererer i det samme annonsemarkedet, og konkurrenten ”stikker av” med de store annonseinntektene.



Huskelappen

**Hovedinntektskilden til mediene er reklame. Avisene får også inntekter fra abonnement og løssalg. NRK er lisensfinansiert.**

**Pressestøtte ble innført på slutten av 60-tallet for å motvirke at de mindre avisene ble borte.**

**Mediestøtten består av momsfritak og direkte pengestøtte fra staten.**

**Flere radio- og TV-kanaler og nye, digitale medier gjør at støtteordningene må endres.**

Mediestemmer

Bergensavisen er nummer-to-avisen som dermed får lite å rutte med. Uten pressestøtte ville dette betydd en ond sirkel med stadig lavere inntekter og mindre opplag. Men fordi Bergensavisen får statstilskudd, lever den og er en viktig stemme i bergenserne s hverdag, i tillegg til Bergens Tidende.

– Slike sirkler oppstår dersom vi overlater til markedskretene å bestemme over de enkelte medienes liv og død. Her i landet er det enighet om at disse kreftene må tøyles litt. Mediemandgjordet er altfor viktig til at vi kan la markedet styre, understreker Eide.

#### Nye medier, nye støtteordninger

Den opprinnelige pressestøtteordningen var tilpasset en mediesituasjon der papiravisene spilte en svært viktig rolle. Men mediebildet endrer seg, derfor må tilskuddsordningene endres. I disse dager foregår en omlegging med tanke på at digitale medier også skal få sin del av kaken.



Martin Eide er professor og medieforsker ved Universitetet i Bergen

#### Til fordypning

I 2009 nedsatte regjeringen et utvalg som skulle foreslå endringer i støtteordningene.

*Mediestøtteutvalgets innstilling*

[NOU 2010:14](#)

# Regulering og uavhengighet

Forfatter: Trude Løvskar, Ragna Marie Tørdal, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen  
[Regulering og uavhengighet \(79584\)](#)



Lars von Triers film "Idiotene" var en av filmene som ble vurdert av Statens Filmtilsyn i 1998. Filmtilsynet konkluderte med at filmen ikke var pornografisk, siden gruppensex-scenen forekom i en naturlig og integrert sammenheng.

## Lovreguleringer

De lovene som gjelder i Norge, er vedtatt av Stortinget. Grunnloven sikrer ytringsfrihet. Ærekrenkelse og spredning av pornografi rammes av straffeloven. Men det finnes flere lover og forskrifter som regulerer medievirksomheten i landet vårt:

- Lov om eierskap i mediene
- Lov om film og videogram
- Lov om kringkasting

## Konsesjonsordninger

Etter kringkastingsloven § 2-1 har Norsk rikskringkasting rett til å drive kringkasting. Andre enn NRK må ha konsesjon for å drive kringkasting eller lokalkringkasting. Kulturdepartementet fastsetter regler og lovverk for konsesjonstildeling. På denne måten settes Stortingets mediepolitiske vedtak om mediemangfold ut i livet.

Konsesjonen gis for en tidsavgrenset periode og inneholder bestemmelser om formål, dekningsgrad, lokalisering og innholdsmessige forpliktelser. Medietilsynet har ansvaret for å føre tilsyn med at de aktørene som har fått konsesjon, følger opp de forpliktelsene de har blitt pålagt.

## Medienes uavhengighet



### Huskelappen

**Norske medier har en fri og uavhengig stilling i forhold til statlige myndigheter.**

**Grunnloven sikrer formell og reell ytringsfrihet i Norge.**

**Men dersom noen sprer pornografi eller krenker privatpersoner eller mennesker som tilhører en bestemt gruppe, rammes dette av straffeloven.**



Formålet med [eierskapsloven](#) er å fremme ytringsfriheten, gi reelle ytringsmuligheter og sikre et allsidig medietilbud.

Norske medier er i liten grad regulert av lover, og en av grunnene til dette er den norske pressens selvjustis. Pressen har sine egne, selvpålagte "lover": Vær Varsom-plakaten og Redaktørplakaten. Og den har sin egen "domstol": Pressens Faglige Utvalg. Slik har pressen selv dannet seg et vern mot at staten skal gripe inn i det de holder på med. Myndighetene trenger ikke blande seg inn og lovregulere det som allerede fungerer godt.

Redaktører og journalister holder altså orden i eget hus. Til gjengjeld garanterer staten for redaksjonenes uavhengighet. Det er vedtatt ved lov at verken eiere eller andre utenforstående har lov til å overprøve de avgjørelsene som redaksjonene tar, prinsippene i Redaktørplakaten er blitt lovfestet. Det skjedde i 2007.

Med ujevne mellomrom er det kommet fram forslag om å opprette et medieombud. Dette ville bety at staten griper inn i pressens anliggender, noe mediene er lite interessert i.

Medietilsynet har fullmakt til å stanse eller sette vilkår for hvor stor eierandel en aktør kan ha i dagspresse, fjernsyn eller radio.

[Kringkastingsloven](#) regulerer hvem som har lov til å drive kringkasting i Norge.

[Lov om film og videogram](#) inneholder bestemmelser rundt forhåndkontroll av innhold, aldersgrenser og regler for framvisning.

# Eierskap i mediene

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Eierskap i mediene \(79586\)](#)



Trine Eilertsen / video

<http://ndla.no/nb/node/71961>

Medieinnhold – en vare?

Medienes rolle som formidler av informasjon og arena for offentlig debatt, er en viktig forutsetning for at et moderne demokratisk samfunn skal kunne fungere. Den norske felleskulturen er i stor grad medieskapt og/eller mediedistribuert. Mediebedriftene produserer og distribuerer derfor offentlige goder som alle borgere i et samfunn er avhengige av. Samtidig dekker mediene også behovet for privat underholdning. Slike tjenester kan sees som en vanlig kommersiell vare i et marked. Dette er grunnen til at vi i vårt land har en kombinasjon av statlig og privat eierskap med ansvar for produksjon og distribusjon av medieinnhold.

I Norge har vi tradisjon for at de som eier mediene, både private og offentlige, har respekt for redaksjonell selvstendighet. Internasjonalt ser vi at medieeiere, som den italienske statsministeren Silvio Berlusconi og Rupert Murdoch, utfordrer dette prinsippet.

Statlig eierskap

Norske medier er i all hovedsak eid av private aktører. Et viktig unntak er Norsk riksringkasting som er eid av staten. I 1996 ble NRK organisert som et aksjeselskap med staten som eneste aksjeeier. Kulturdepartementet er generalforsamling og vedtar vedtekten. Mange land har en slik *allmennkringkasting* der formålet er å ivareta demokratiske, sosiale og kulturelle behov som omfatter alle borgere i samfunnet.



Huskelappen

**Mediebedrifter  
produserer og  
distribuerer  
medieinnhold.**

**I Norge har vi både  
offentlige og private  
medieeiere.**

**Offentlige  
medieeiere skal  
spesielt ivareta  
demokratiske,  
sosiale og kulturelle  
behov som omfatter  
alle borgere i  
samfunnet.**

**De fleste mediene  
eies av store,  
privateide  
mediehus.**

**Utviklingen går i  
retning av økt  
eierkonsentrasjon.**

Ressurser

[Medieregisteret](#)

[Søk i medieregisteret](#)

[Eierskap i norske  
medier 2011](#) (hefte)

Staten har også eierandeler i selskaper som driver med distribusjon. I 1719 overtok staten ansvaret for Postverket, og i 1855 ble Telegrafverket etablert for å gi folk over hele landet tilgang til informasjon. I 1996 ble Posten omgjort til statsaksjeselskap. Det samme har skjedd med Telenor, der staten fremdeles eier 54 % av aksjene, selv om selskapet i dag driver en langt mer omfangsrikt virksomhet enn ren distribusjon.

### Privat eierskap

De fleste avisene var tidligere eid av familiegrupper eller politiske partier. I dag er avisene kjøpt opp av store mediehus som har eierandeler i flere aviser, og ofte også i radio- og TV-kanaler. Aksjeposter kjøpes og selges, slik at det kan være vanskelig å vite hvem som til enhver tid eier hva. Oppdatert oversikt over eierstrukturen i norske medier finner du hos Medietilsynet og på nettstedet medienorge.

Nye, kommersielle distribusjonskanaler spiller en stadig viktigere rolle for hva slags medieinnhold vi får tilgang til. I dag må du abonnere på en kommersiell distribusjonskanal for å se bortekampene til det norske landslaget i fotball eller følge Barcelonas vei til Champions League. Vi ser også at store nettgiganter, som Google, etablerer egne kanaler for innholdsformidling, delvis i konkurransen med etablerte mediebedrifter.

### Eierkonsentrasjon

Både i Norge og internasjonalt øker konsentrasjonen av eierskap innen mediesektoren. Store mediekonsern kjøper opp flere foretak innenfor samme gruppe medier eller i forskjellige mediegrupper. Både foretak som driver med produksjon, og foretak som driver med distribusjon, inngår i samme eierstruktur.

De store omorganiseringene mange mediebedrifter gjennomgår for å møte den digitale utviklingen, krever større økonomiske muskler. Konkurransen fra et globalt mediemarked har også fått norske medieeiere til å samarbeide for å hindre utenlandske oppkjøp.

[Lov om eierskap i  
mediene](#)

[Medienorge](#) (oversikt  
over eierskap,  
mediebruk og  
medieutvikling)

Unge stemmer

Åse er medieelever på Sandvika vg. skole og skriver om eierskap i mediene.

Les

[Åses medieblogg](#)



Hvem eier hvilke medier? / h5p\_content

<http://ndla.no/nb/node/80149>

# Et lite stykke Norge

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Et lite stykke Norge \(93140\)](#)



A-pressen selger TV2 / video

<http://ndl.no/nb/node/93154>

Lov om eierskap i medier

*Lov om eierskap i medier* regulerer eierskap i det norske mediemarkedet, både når det gjelder aviser, radio og fjernsyn. Det er Medietilsynet som passer på at loven blir holdt. Formålet er "å fremme ytringsfriheten, de reelle ytringsmuligheter og et allsidig medietilbud". Loven skal sikre at mediemakt spres på mange hender, slik at ulike meninger og grupperinger i befolkningen kommer til orde.

Det er store endringer på gang i det norske mediemarkedet, og politikerne er uenige om hvordan markedet skal reguleres. Partiet Høyre ønsker å endre lov om eierskap i mediene på en slik måte at norske mediekonserner kan vokse seg større og ta opp konkurransen med utenlandske oppkjøpere.

A-pressen kjøper Edda

Ifølge loven kan ikke et stort avishus, som Schibsted, Edda Media eller A-pressen, eie mer enn 1/3 av det samlede avisopplaget i Norge. I tillegg har loven bestemmelser om begrensninger i regionalt eierskap.

A-pressen er et norsk mediehus som er eid av LO og Telenor. Historisk sett var A-pressen eier av en rekke aviser som var talerør for arbeiderbevegelsen. I dag er A-pressen landets nest største mediekonsern med ca. 3000 ansatte. Konkurrensetilsynet sier at det kan være ulovlig for A-pressen å kjøpe alle avisene til Edda Media uten å selge unna andre. Med samme eiere blir avisene likere, og da vil det ikke nødvendigvis være behov for to aviser i samme region. Medietilsynet frykter derfor at oppkjøpet vil gjøre mediemangfoldet mindre.

Danske Egmont kjøper TV 2



Huskelappen

**Lov om eierskap i  
medier regulerer  
hvor stor del av  
mediemarkedet ett  
mediekonserv kan  
eie.**

**Trenden er at eierne  
blir færre og større.**

**Politikerne er uenige  
i om loven skal  
endres eller ikke.**

Ressurser

**Eierskapsloven:**

[Lov om eierskap i  
mediene](#)



Se debatt i Dagsnytt 18  
om  
medieeierskapsloven.

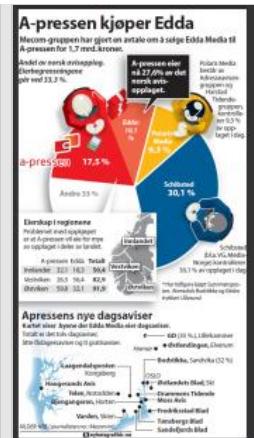
**A-pressen kjøper  
Edda**

9. januar 2012 kjøpte det danske mediehuset Egmont A-pressens aksjeandel på 50 % i TV 2. Egmont eide fra før 50 % av selskapet og blir nå eneeier. Det bekymrer næringsminister Trond Giske, som ønsker at sentrale norske mediebedrifter skal være på norske hender.

- Det er fare for at TV 2 blir en ren kommersiell kanal der nyhetssendingene forsvinner og det kun blir de billigste utenlandske seriene som blir kjøpt inn, sier Giske til NRK.

Det danske mediekonsernet Egmont er et av Skandinavias største mediehus og samler mange ulike mediebedriften under samme paraply. Egmont eier fra før deler av Cappelen Damm forlag og forlaget Hjemmet Mortensen som utgir en rekke ukeblader og tegneserier, for eksempel Se og Hør og Donald Duck. Egmont er også medeier i Nordisk film.

Det spekuleres nå i om Egmont vil slå sammen med det svenske mediekonsernet Bonnier. I samarbeid med norske Telenor vil de kunne bli en dominerende leverandør og distributør av betalingsfjernsyn i det nordiske markedet.



Klikk for å åpne

nyhetsgrafikk om A-  
pressens oppkjøp.

[Større versjon i pdf-format:](#)



## A-pressens oppkjøp / fil

<http://ndla.no/nb/node/93>  
147



Se nyhetsinnslag om A-pressens oppkjøp.

# Trender i medieutviklingen

Forfatter: Trine Eilertsen

[Trender i medieutviklingen \(79585\)](#)

## Mediebilde i endring

Mediebildet har endret seg voldsomt de siste årene, og det skjer i stadig raskere tempo. Et eksempel er fenomenet iPad, som kom fort på oss, og som vi måtte ta stilling til. Nå er iPad på alles lepper, og vi bruker mye tid på å forholde oss til det.

De viktigste trendene vil jeg oppsummere slik:

- Inntektene til mediehusene går ned, fordi leserne i mindre grad betaler for innholdet. Tidligere levde vi av en blanding av leserinntekter og annonseinntekter. På nett er det først og fremst annonseinntekter som holder liv i oss. Det gjør mediene mer sårbare for konjunkturer.
- Den delen av befolkningen som forholder seg til papiraviser, blir stadig eldre, og mediehusene sliter med å rekruttere yngre lesere til papiret.
- De yngre leserne bruker nett i mye større grad.
- Mangfoldet har aldri vært større. Tallet på redaksjoner og plattformer har økt dramatisk. Det er mye mer av den dårlige journalistikken, men også mye mer av den gode journalistikken. Det siste fordi metodene er blitt flere og bedre, ikke minst med bruken av Internett og digitale kilder.
- Deltakelsen fra leserne er sterkt økende. Tidligere var det først og fremst journalister og maktpersoner som ytret seg offentlig. Nå er leserne aktive i en helt annen grad via Facebook, Twitter, blogger og e-post.
- Ingenting er lokalt, alt er globalt. Digitaliseringen av mediene har gjort at enhver ytring kan spres over hele verden i løpet av sekunder. Et eksempel er Muhammed-karikaturene og debatten rundt dem. En sak som ble trykket i Adresseavisen den ene dagen, ble spredt på gaten i Islamabad den neste, og utløste store demonstrasjoner.

## Sammensmelting – og konkurransen

De ulike medieplattformene som papir, nett, lesebrett og TV er i ferd med å smelte sammen. Det gjør at både mediebildet og konkurransesituasjonene endrer seg. Tidligere tok NRK seg av alt av levende bilder, mens vi andre holdt på med tekst og stillbilder. Nå er NRKs nettside like fylt med tekst som BTs, og vi produserer levende bilder hver dag. De nye lesebrettene viser hvordan alt dette smelter sammen, og hører sammen, og formidling og journalistikk er et fag som i liten grad er spesifisert til papir eller TV. Etter hvert må journalistene beherske flere fortellingsmetoder.

## Gratis – eller betaling?

Produksjon av nyheter er kostbart. En god gravesak kan koste både 10 og 12 uker med intens arbeid fra to–tre personer. Det koster også å ha personer på jobb nesten hele døgnet, og levende bilder er dyrt. Jo høyere kvalitet, desto mer kostbar er journalistikken å produsere. De som lager journalistikk, er mer kompetente og er dyrere å lønne, og metodene krever tid og grundighet som også koster.

Dette må vi finansiere. Det betyr at leserne må belage seg på å betale mer for godt innhold. En sak som har kostet oss 200 000 kroner å lage, kan ikke gis bort på nett uten videre, slik det blir i dag. Noen saker kan vi fremdeles gjøre det med, men leserne må belage seg på å betale for kvalitet her, som på alle andre områder i livet. Vi må jobbe for å bevege oss i retninga vi kjenner fra før: en kombinasjon av annonseinntekter og leser- og brukerinntekter. De som klarer å knekke koden, klarer også å lage kvalitet i fremtiden.

## Redaksjonell frihet – finansiering



Sjefredaktør Trine Eilertsen

## Mediestemmer

Bergens Tidende er en av de store regionavisene i Norge, og mediehuset BT har en sterk stilling på Vestlandet.

I likhet med mange andre mediebedrifter har også BT merket den raske utviklingen, og avisens sjefredaktør, Trine Eilertsen, kommenterer her en del av trendene.

Hvordan skal mediehusene opprettholde kvalitet og redaksjonell frihet når publikum forventer gratis nyheter – på nett?

Kvaliteten er avhengig av at mediene har den redaksjonelle friheten vi er vant til at de har. Så snart det sås tvil om den, fordi en eier prøver å påvirke innhold, eller annonsører prøver å påvirke innhold, raser fundamentet for den journalistiske kvaliteten. Derfor er uavhengighet første bud for enhver redaktør som er geniunt opptatt av journalistikk, og det ligger fast uansett hvordan mediene blir finansiert.

# Medieøkonomi i en digital tidsalder

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Medieøkonomi i en digital tidsalder \(122054\)](#)



Huskelappen

**Digitalisering av  
innholdsproduksjon,  
distribusjon og  
konsum endrer  
forretningsmodellen  
e i medieindustrien.**

**Mange  
mediebedrifter sliter  
med å tilpasse seg  
en ny økonomisk  
virkelighet.**

**Situasjonen er  
spesielt krevende for  
nyhetsmediene,  
siden markedet er  
lite villig til å betale  
for  
kvalitetsjournalistikk**



Eksempel

Kostnader ved analog  
avisproduksjon:

- Research, skriving, redigering og layout utgjør 10–20 % av kostnadene.
- Innlegging i produksjonssystemer utgjør 15–20 %.
- Trykking og distribusjon

utgjør 60–70 % av kostnadene.

#### Kostnader ved digital avisproduksjon:

- Research, skriving, redigering og layout utgjør hoveddelen av kostnadene.
- Elektronisk produksjon og distribusjon via Internett og mobil utgjør en liten del av kostnadene, mindre enn 15 %.

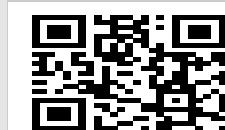
#### Ressurser

Fædrelandsvennen har innført et nytt betalingssystem:

[Vil ha betalt for nettavisa](#)



Kurer 157 om medieøkonomi / audio  
<http://ndla.no/nb/node/122097>



Kurer 158 og medieøkonomi / audio  
<http://ndla.no/nb/node/122098>



## Digitalisering i alle ledd

I løpet av ett tiår på 2000-tallet er store deler av mediebransjen blitt fulldigitalisert. Digitalisering preger alle ledd i produksjonskjeden: innholdsproduksjon, lagring, distribusjon og konsum.

Denne utviklingen utfordrer tradisjonelle medieøkonomiske modeller som bygger på salg av eksemplar, slik som trykte aviser, DVD-er og CD-plater. I dag konsumerer vi filmer og musikk via ulike strømmetjenester på nettet. Mange unge leser kun nettaviser.

Når mediebransjen beveger seg fra analog til digital distribusjon og konsum, blir distribusjonskostnadene lavere. Produsenten har da mulighet til å ta ut en større del av merverdien.

En snakker her om kostnadsreduksjoner på mellom 80 og 90 %. Digitaliseringen forskyver altså kostnadene fra distribusjon til produksjon av innhold. Konsekvensen er at mer innhold kan bli produsert og distribuert av flere tilbydere, også av enkeltindivider.

## Effekten av digitaliseringen på produktet

Digitalisering og konvergens (sammensmelting av ulike medier) gjør at mer innhold blir tilgjengelig, og reduserer kontrollen over distribusjonssystemet. Det utfordrer tilbydere som tidligere nærmest har hatt monopol på distribusjon av medieinnhold. De må tilpasse seg en situasjon der brukeren av innholdet har fått en sterkere posisjon.

Digitaliseringen bringer også nye tilbydere på banen. Medieinnhold er blitt billigere å produsere med lett tilgjengelig teknologi. Dette fører til økt kreativitet blant folk. Mottakerne går i økende grad selv inn i rollen som avsendere. Det fører også til at små land blir mindre avhengig av produksjonskapasitet i større land. Et eksempel er afrikansk film som nå finner stadig nye markeder.

## Kvalitetskontroll viktig

Når mengden ikke-redaksjonelle avsendere øker, ser vi tydeligere verdien av den kvalitetskontrollen av innhold som de tradisjonelle mediene står for.

Men mottakerne kan også være med på å kvalitetskontrollere og videreformidle innholdet gjennom kommentarer og deling på nettet. Denne kontrollfunksjonen er viktig i en ny økonomimodell, fordi den skaper økt trafikk og kan tilføre nytt innhold. Men det er mange stemmer der ute, og ikke alle er det like verdt å lytte til.

## Hvor fører digitaliseringen oss hen?

Digitaliseringen har gjort samfunnet vårt til et nettverkssamfunn. Denne prosessen endrer både tradisjonelle sosiale relasjoner og rollen til tradisjonelle medier. 22. juli-hendelsene viste i all sin gru hvordan normer, verdier og meningsdannelse kan formas gjennom samspill mellom mennesker som aldri fysisk har møtt hverandre. Medieorganisasjoner som før satte dagsorden for den allmenne debatten, mister innflytelse.

Magasiner, bøker, nyhetsbrev, lyd, film etc. som før var forbeholdt en liten elite i den analoge verden, vil trolig bli mer synlig i den digitale verden. Publikum får mer å velge mellom. Nasjonale og internasjonale nyheter og informasjon vil være allestedsnærværende og tilgjengelige på mange ulike plattformer til liten eller ingen kostnad.

#### Kvalitetsjournalistikk i en ny tidsalder

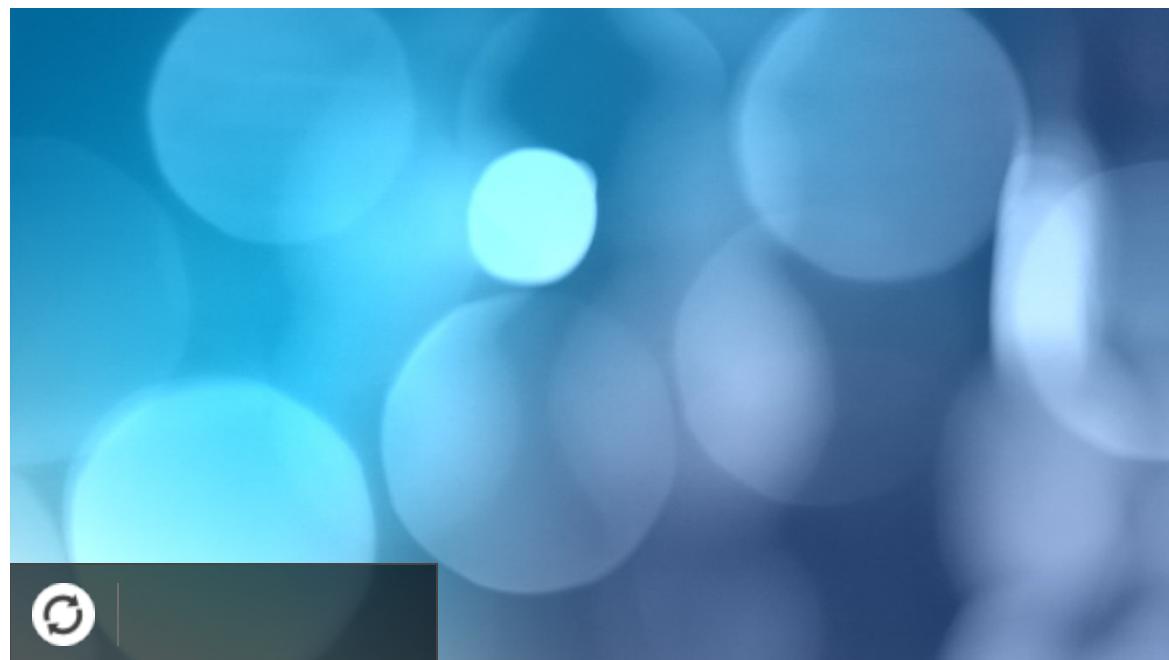
Fremtiden blir utfordrende, ikke minst for nyhetsmediene. Få vil vel være uenig i at tilstrekkelig finansierte, uavhengige og mangfoldige nyhetsmedier er grunnleggende i et demokrati. I disse dager pågår det en verdensomspennende debatt om hvordan kvalitetsjournalistikken skal overleve en heldigitalisert framtid.

Regionsavisa *Fædrelandsvennen* i Kristiansand er en prøveklut for en ny økonomisk modell for distribusjon av avisinnhold. Avisas lesere må betale for papiravisa for å få tilgang til alt innhold på nettavisa. Så langt har dette vist seg å være en lønnsom finansieringsmodell.

## Fra papir til nett

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Fra papir til nett \(104502\)](#)



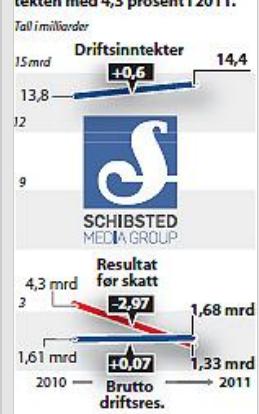
**journalistikk.**



Schibsted Media Group er i økonomisk framgang.  
Konsernsjef Rolf Erik Ryssdal måtte derfor forklare hvorfor konsernet likevel velger å si opp folk da han la fram andre kvartalsrapport i august 2012.

## Schibsted høyner

Mediakonsernet øker driftsinntekten med 4,3 prosent i 2011.



Tallene fra 1. kvartal

viste at Totalt sett er  
Schibsted-konsernet i  
vekst.

Opphavsmann:  
[nyhetsgrafikk.no](http://nyhetsgrafikk.no)

## Meninger



Hilde Haugsgjerd

Les kronikken til  
sjefredaktør Hilde  
Haugsgjerd i  
Aftenposten:

[Inn i en ny tid](#)

Les kronikken til  
professor Johannes  
Roppen:

[Vi treng fleire og betre  
journalistar](#)



## Til ettertanke

Er du villig til å betale  
for å lese de to  
kronikken vi har  
henvist til i denne  
saken?

**I august 2012 ble det kjent at Schibsted-konsernet kuttet budsjettet med 500 millioner kroner de kommende årene. Hva var årsaken til disse drastiske kuttene, og hva kan det ha å si for kvalitetsjournalistikken framover?**

### Fallende opplag

Det skjer dramatiske endringer i avismarkedet. I 2008 gikk Internett forbi papiravisene som kilde for daglig mediebruk i Norge. Det trykkes nå om lag 150 millioner færre aviser enn for 10 år siden. Norges største avis, VG, har nært fått halvert opplaget i denne perioden. Dagspressen har gått fra å være markedsleder til å bli det tredje største mediet i Norge. Så langt har ingen norske papiraviser blitt lagt ned på grunn av Internett alene, og antall papiraviser har holdt seg stabilt. Men leserne flytter seg i stor fart fra papir til nett, mobil og lesebrett.

### Fallende inntekter

Når leserne flytter seg fra papir til digitale plattformer, endres de økonomiske betingelsene. Pengestrømmen beveger seg på andre måter digitalt enn de gjør på papir. Ifølge konsernsjef Didrik Munch i Schibsted tydet prognosene for 2012 på at Aftenposten ville få en nedgang på 10 prosent i annonseinntektene sammenlignet med 2011. Bare i andre kvartal i 2012 tapte norsk dagspresse 150 millioner i annonseinntekter, sammenlignet med samme periode i fjor. Derimot hadde søkemotoren Google alene 1 milliard kroner i annonseinntekter i Norge i 2011. Det viser at selv om nyhetene er lokale, er annonsemarkedet blitt globalt.

Sjefredaktør i Aftenposten, Hilde Haugsjerd, illustrerer avisenes problemer slik:

*Når annonseinntektene er 100 kroner pr. leser, er den 11 kroner pr. leser av nettavisen og bare drøyt 2 kroner for hver mobilleser. En papirleser gir altså like mye inntekt som ni nettlesere, eller rundt 40 mobillesere.*

For avisene handler det derfor om å finne modeller som overfører brukerbetalning for papiraviser til brukerbetalning for det samme produktet på digitale plattformer.

### Hva skjer med journalistikken?

Den økonomiske utviklingen fører til at avisene øker den digitale produksjonen, samtidig som de skjærer ned på kostnadene. Det blir færre journalister, og inntektsmodellene på nett stimulerer ikke til kvalitetsjournalistikk.

Professor Johannes Roppen ved Høgskulen i Volda mener at færre journalister vil føre til mindre bredde i nyhetsdekningen, flere brudd på Vær Varsom-plakaten og at en i mindre grad vil prioritere ressurskrevende undersøkende journalistikk. Medieprofessor Martin Engebretsen ved Universitetet i Agder er redd for at kuttene vil gå ut over lokaljournalistikken: *Å lage god journalistikk krever mye folk. Jeg tror dette kan føre til at det blir mer innkjøpte ting og saker som er lettere å få tak i*, sier Engebretsen til NRK.

Medieprofessor Martin Eide ved Universitetet i Bergen er enda klarere i sitt budskap i en kronikk i Bergens Tidende. God journalistikk er et offentlig gode. Kvalitetsjournalistikk kan ikke drives uten omkostninger. *Det koster penger. Og det koster mer. Det koster ubezag. For i en oppgående offentlighet og i en kritisk kultur, er det noe som står på spill*, sier han.

Journalist Andreas Wiese påpeker i en kommentar i Dagbladet at kvalitetsjournalistikk også kan eksistere på nett, ikke bare i papiraviser. *Utfordringen er hvordan man får virkelig brede grupper lesere til å oppsøke, finne og bruke den*, skriver han.

### Betalingsordninger på trappene

Mange aviser tar seg nå betalt for innhold på nett. Men vil leserne virkelig betale for kvalitetsjournalistikk på nettet? Eller kan det tenkes at vi får en arbeidsdeling mellom nettavisier og papiraviser, der papiravisene blir mediet for kvalitetsjournalistikk? Flesteparten av oss vil trolig velge fragmentert informasjon på nettet, et medium hvor det er lett å bli distraheret av andre tilbud. Slik kan medienes samfunnsoppdrag på lang sikt svekkes, og informasjonskløftene i samfunnet vokse.

# Er papiravisene på vei ut?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Papiravisene på vei ut \(95976\)](#)



Avisopplag 2010 / flashnode

<http://ndla.no/nb/node/95960>

**For åtte av ti store papiraviser fortsatte opplagstallene å synke også i 2011. Verst gikk det ut over VG. Samtidig får nettavisene stadig flere lesere. Nå vil Schibsted Norge innføre brukerbetaling på nettet.**

## Opplagstallene synker

De ti siste årene har de fleste større papiravisene opplevd synkende opplagstall. Trenden fortsatte i 2011. Det samlede opplaget til aviser som er medlem i Mediebedriftenes Landsforening, gikk ned med 3,1 % i fjor. Også for Aftenposten fortsatte nedgangen, men avisas er fremdeles Norges største papiravis.

Verst gikk det ut over løssalgsavisa VG, som hadde en nedgang på 9,3 % fra 2010 til 2011. Konkurrenten Dagbladet har tidligere hatt en tilsvarende nedgang, men fikk en liten økning i opplagstall i 2011. Ukebladene Se og Hør og Her og Nå faller også kraftig. Leserne foretrekker heller spesialblader om sport, helse og interiør.

## Noen papiraviser holder stand

Dagens Næringsliv, Klassekampen og ukeavisen Morgenbladet økte opplagene i 2011. Felles for disse avisene er at de legger vekt på dyptpløyende journalistikk og bakgrunnsartikler. Lokalavisene klarer seg også bedre når det gjelder opplagstall. En grunn er nok at de ikke opplever like stor konkurranse fra nettmediene.

## Nettmediene øker mest

Nettaviser og nyhetstjenester for mobile enheter øker mest. Det nye storkonsernet Schibsted Norge, som omfatter det tidligere MediNorge-konsernet og Schibsted, vil nå innføre brukerbetaling for sine nyhetstjenester på nett. Først ut med å innføre en abonnementsordning for nettavisen er avisas Fædrelandsvennen i Kristiansand.

*– Jeg har sympati med dem som ønsker å få det til, men det er fornuftig å være realistisk. Da må man utvikle noe som det faktisk er betalingsvilje for, og som det ikke finnes gode gratis alternativer til, sier medieforsker Arne Krumsvik til nettavisa Journalisten.no.*

## Antall brukere av nettmedier i 2010 og 2011



Huskelappen

**Opplagstall og antall  
lesere av papiraviser  
er på vei ned, mens  
nettmediene øker.**

**Schibsted Norge har  
planer om å la  
brukerne betale for  
redaksjonelt stoff på  
nettet.**

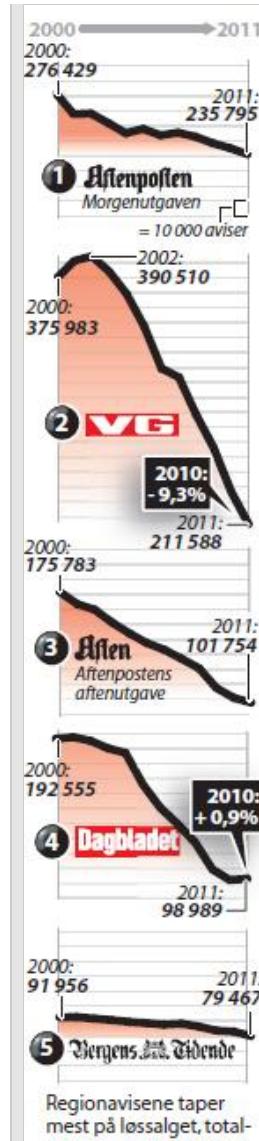
Ressurser

**Opplagstall 2000–  
2011**

	2010	2011	Endring
VG Nett	1 584 000	1 728 000	+ 144 000
Dagbladet.no	1 027 000	1 123 000	+ 96 000
Aftenposten.no	620 000	638 000	+ 18 000
VG mobil	239 000	461 000	+ 222 000
Dagbladet mobil	127 000	251 000	+ 124 000
DN.no	239 000	252 000	+ 13 000
Bergens Tidende	188 000	204 000	+ 16 000
Adresseavisen	168 000	186 000	+ 18 000
Aftenposten mobil	84 000	148 000	+ 64 000

\*NRK.no, Nettavisen og TV2.no er ikke med i oversikten.

[nyhetsgrafikk.no](http://nyhetsgrafikk.no)



Opphavsmann: [nyhetsgrafikk.no](http://nyhetsgrafikk.no)

Opphavsmann:

[nyhetsgrafikk.no](http://nyhetsgrafikk.no)

Se nyhetsgrafikk i stor format:



Avisopplag 2011 / fil  
<http://ndla.no/nb/node/95956>

Les mer på  
[medienorge.no](http://medienorge.no)

[Avisopplaget fortsetter å falle](#)

Les artikkel i  
Kampanje

[Avis-Norge krymper](#)

# Nye redaksjonelle produkter

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Nye redaksjonelle produkter \(105821\)](#)



## Jakten på nye inntektskilder

Forholdene i avismarkedet er turbulente. De økonomiske betingelsene endres når leserne nå med rekordfart flytter seg fra papir til nett, mobil og lesebrett. Resultatet blir fallende opplag, nedgang i annonseinntektene og konkurranse fra et globalt marked.

Avishusene jakter derfor på nye inntektskilder. De har innsett at inntektene fra journalistikk alene ikke er store nok til å holde hjulene i gang. Men journalistiske produkter er populære på nettet. Derfor satser eierne på ikke-journalistiske tilleggstjenester som blir lønnsomme når de kobles til stor nettrafikk. Et godt eksempel på dette er VGs *Vektklubb*, en betalingstjeneste med stoff om slanking og kosthold.

## Vektklubb

Avisen Aftonbladet startet opp med den svenske *Viktklubb* i 2003. VG kjøpte lisens og lanserte sin egen *Vektklubb* i 2005. Det første året solgte VGs *Vektklubb* 50 000 medlemskap, og i dag har klubben over 200 000 medlemmer.

*Vektklubb* handler i korthet om å gå ned i vekt ved å spise sunn mat og drive fysisk aktivitet. Medlemmene i *Vektklubb* får tilgang til reportasjer om dette temaet. Et ekspertpanel gir stoffet faglig tyngde.

I perioden 2005–2010 hadde VG inntekter fra brukerbetaling i *Vektklubb* på omtrent 100 millioner. Dette viser at det er betalingsvilje på nettet når innholdet er nyttig, intimt og nært, samt at det ikke finnes et gratistilbud med samme kvalitet.

## Innovativt konsept



## Huskelappen

**Avismarkedet er i kraftig endring på grunn av overgang fra papir til nett og mobile enheter.**

**Avisene må utvikle nye produkter for å tjene penger.**

**Noen av disse produktene gjør skillet mellom redaksjonell tekst og reklame mindre tydelig.**

## Ressurser



I VGs vektklubb ser du hvordan Mikkel Gaup danser seg i form på Sats med varmesensor på armen. Løp og kjøp!

[vektklubb.no](http://vektklubb.no)

Måten VG har utviklet konseptet *Vektklubb* på, er et eksempel på innovasjon (nyskaping). Avisen tok utgangspunkt i et stoff som allerede fantes, de økte ressursbruken noe, pakket stoffet på nytt og lot leserne bli betalende medlemmer.

*Vektklubb* er også et eksempel på samhandling mellom flere plattformer. Søndagsutgaven av papiravisen, VGs nettsider og *Vektklubb* samarbeider. Når du blir medlem, får du i tillegg din egen personlige dagbok og tilgang til et forum der du kommuniserer med andre i samme situasjon. Denne sosiale arenaen fungerer som et lim som får mange til å fornye medlemskapet.

### Tekstrekklame i en digital tidsalder

Nye aviskonsepter og nye inntektsmodeller gjør nå skillet mellom redaksjonelt stoff og reklame mindre tydelig. I dag ser vi stadig flere eksempler på kjøpeknapper, webshop og kommersielle funksjoner i tilknytning til redaksjonelt stoff.

VG ble klaget inn for *Pressens faglige utvalg* (PFU) for å promotere det nye produktet *Vektklubb* i egne redaksjonelle tekster i 2005. Klageren mente at det ikke var klare nok skiller mellom reklame og redaksjonelt innhold. PFU behandlet klagen og kom med følgende uttalelse:

*Pressens Faglige Utvalg mener at redaksjoner og mediebedrifter må kunne utnytte de mulighetene ny teknologi gir for å tilby publikum nye redaksjonelle produkter og tjenester, og å ta seg betalt for disse.*

Med andre ord ble *Vektklubb* sett på som et journalistisk produkt, og PFU ga på denne måten grønt lys for at aviser kan bruke redaksjonell plass til å selge egne redaksjonelle produkter.



En hold-in-trøye er kanskje løsningen for deg som ikke lykkes med dietten?

### Tekstrekklameplakaten

#### PFU-sak 123/05



I doktoravhandlingen *Journalistikk for markedet* (2012) beskriver forsker og tidligere redaktør Jens Barland hvordan konseptet *Vektklubb* fungerer:

#### Aviser blir salgsmaskiner

## Når helten går i merkeklær

Forfatter: NTB, Hege Røyert

[Når helten går i merkeklær \(136812\)](#)



**AGENT OMEGA:** James Bond-filmene var tidlig ute med produktpllassering. Kjente merkevarer har helt siden den første Bond-filmen i 1962 dukket opp i handlingen - mot betaling. Daniel Craig som James Bond i filmen "Skyfall".

*James Bond lister seg bortover den mørke gangen, trekker sin Walther PPK-pistol, og når kamera skifter vinkel i det han smyger seg gjennom den halvåpne døren, er det første vi får se armbåndsuret - en Omega. Like etter skjønner vår helt at skurken har flyktet, og han springer ut i gaten, der agent Moneypenny venter i en Land Rover.*

*De starter straks jakten på den Audi-kjørende slemmingen, og etter noen fartsfylte minutter gjennom Istanbul fortsetter jakten til fots på taket av et tog. Superagenten klatter fra godsvogn til godsvogn, over og forbi anleggsmaskiner av merket Caterpillar, og i det PPK-en går tom for kuler, ser han ingen annen mulighet enn å starte opp en av disse Cat'ene. Han tar et fast grep rundt girspaken og ser på sin Omega-klokke igjen før han resolutt kjører over et parti med Volkswagen Beetle'er på vei mot skurken.*

*På øret har han hovedsentralen i London, der alle bruker Sony datamaskiner og ulike typer Sony-utstyr. Glemte vi å nevne at han selvfølgelig hele tiden er ulastelig antrukket - i en Tom Ford-designet dress?*

Dette er saken:



- Markedet for produktpllassering i film og tv blir stadig større - også i Norge.

Hva er produktpllassering?

- Produktpllassering er en form for markedsføring der et selskap betaler for at deres produkt vises i ett eller flere medier.
- Produktpllassering er en form for skjult reklame.

Video:



**Når helten går i merkeklær / aktualitet**

<http://ndla.no/nb/node/136812>

«The Greatest Movie Ever Sold».

**P** Inneholder produktpllassering

**Vi blir forsøkt påvirket av annonsører på stadig flere og mer utspekulerte måter. Produktpllassering i film og tv gjør at vi ikke engang legger merke til det.**

I løpet av de elleve første minutene av Skyfall, verdens 9. mest innkasserende film, har ikke en eneste filmrute passert uten et merkevarerprodukt i bildet.

Norsk lov

Fra januar 2013 ble det tillatt med produktpllassering i filmer, dramaserier, lette underholdningsprogrammer og sportsprogrammer på tv i Norge.

Selv om James Bond filmene alltid har vært kjent for nokså hemningsløs bruk av produktpllassering, skapte den siste i rekken ny presedens for hva Hollywood tillater seg av skjult reklame designet for å treffe intetanende filmgåere før de rekker å aktivere et kritisk filter.



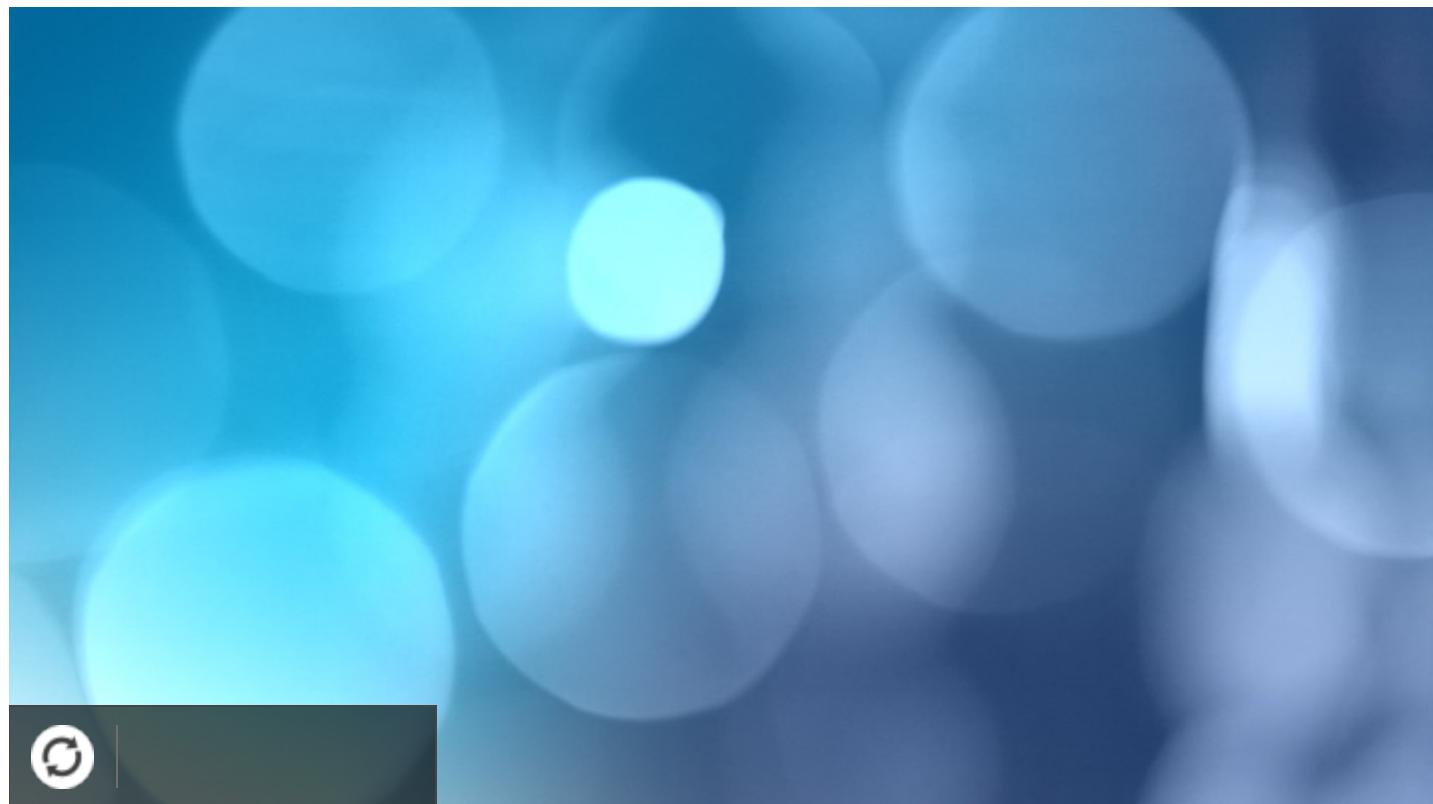
## Når helten går i merkeklær / aktualitet

<http://ndla.no/nb/node/136812>

Produktpllassering av særlig interesse for barn eller av våpen, tobakk og alkohol er forbudt.

Et program som inneholder - produktpllassering skal merkes med en tydelig «P» i starten og slutten av sendingen.

Storbudsjettfilmer som Transformers: Age of Extinction, Supermann-filmen Man of Steel og Iron Man 3 har fulgt etter. Førstnevnte inneholder en endeløs rekke kinesiske produkter rettet mot det asiatiske markedet i tillegg til mer kjente merkevarer. Til og med en norsk-designet high-tech-stol har en "rolle" i filmen.



– Denne typen filmer er utrolig dyre å lage. Det trengs biler, helikoptre og transport til eksotiske innspillingssteder. Filmene ville hatt en lavere kvalitet uten denne inntektskilden, sier sosiolog og reklameguru Trond Blindheim.

### Blir skrevet inn i manus

Produktlassering er langt fra noe nytt. Helt fra radioens glansdager i USA, ja til og med i bøker før det, kunne et produkt plutselig dukke opp i handlingen. Hørespillets detektiv kunne midt under etterforskningen plutselig finne på å si noe sånt som ”Nå ville det virkelig smakt med en Lucky Strike sigarett”, noe som skapte et absurd brudd i historiens flyt.

– Med årene har produktlassering i stadig økende grad glidd umerkelig inn i handlingen på film og tv-serier, slik at man ofte ikke engang tenker over at når hovedrolleinnehaveren slår opp Macbook'en mens hun snakker i sin iPhone, så er det trolig fordi Apple betaler for det, sier Blindheim.

– Men blir ”varen” for påtrengende får publikum følelsen av at noe ikke stemmer. Nå er det vanlig å planlegge produktlasseringen allerede under manusarbeidet. Da kan man skrive produktene inn i handlingen slik at seerne eksponeres for produktene uten at de er klar over det, forklarer Blindheim.



Steven Van Zandt i TV-serien Lilyhammer.

Norsk film lenge har hatt lov til å drive med produktlassering, men det har vært nokså strenge regler innen TV. Reglene ble imidlertid myket opp i 2013.

– Det blir bare mer og mer av denne typen reklame. Og så lenge det opplyses om, for eksempel på rulleteksten, så syns jeg personlig at det er nokså uproblematisk - sett i forhold til de mulighetene det gir film- og tv-skaperne til å lage bedre produksjoner, mener Blindheim.

Andre mener imidlertid at det blir for mye.

– Jeg tror ikke det er alle som vet de blir utsatt for reklame, og jo mindre erfaring og yngre man er, jo vanskeligere er det å forstå at dette er reklame, sier forbrukerombud Gry Nergård.

### Store penger

Markedet totalt sett for produktlassering i Norge blir anslått til å være på mellom 50 og 100 millioner kroner årlig, og ventes å vokse. For det er nærmest ingen grense for hva som kan reklameres for: Én ting er at en skuespiller drikker Coca-Cola i stedet for Pepsi, men sponsoren kan like gjerne være en norsk kommune som ønsker å vise seg fram eller en samfunnsaktør som ønsker at helten skal være ingeniør, fordi landet trenger flere ingeniører.

Hvor effektiv produktlassering egentlig er i å påvirke seere, er imidlertid høyst usikkert.

### Lilyhammer-glipp

#### Suksess-serien

Lilyhammer havnet i trøbbel da Moods of Norway-logoen var litt vel synlige, litt vel mange ganger. NRK, som ikke-kommersiell kanal, er pålagt strengere regler når det gjelder produktlassering enn andre.

– Jeg tror den direkte effekten er overvurdert. Produktplassering kan like gjerne sees på som en slags kultursponsing, der sponsoren får noe igjen for bidraget i form av at produktet vises et kort øyeblikk, mener Blindheim.

# Oppgavesamling

## Medieideologi i Norge

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg, Ragna Marie Tørdal

[Medieideologi i Norge \(106231\)](#)



Liberalismen / audio

<http://ndl.no/nb/node/14353>



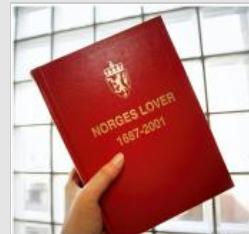
Tid

3–5 timer

Kan inngå som del av  
en heldagsprøve.

Vanskegrad

lett – middels –  
vansklig



Den norske grunnloven fra  
1814 var preget av liberalt  
tankegods.

Ressurser

Artikler om  
liberalisme:

[Wikipedia](#)

[Fakta om  
liberalismen](#)



Mediestruktur /  
video

## Oppgave 1

Lytt til innslaget om liberalismen fra programmet Verdibørsen på NRK.

- Når oppsto liberalismen som politisk ideologi?
- Hva er grunnelementene i liberalismen?
- Hva er forskjellen mellom liberalism og sosialliberalisme?

## Oppgave 2

- Hva er grunnelementene i den liberalistiske medieideologien?
- Studer teksten i [Vær Varsom-plakaten](#). Finner du noen eksempler på liberalt tankegods her? Skriv ned de eksemplene du finner.

## Oppgave 3

På nettsidene til [den norske regjeringen](#) finner du en oversikt over ulike støtteordninger og reguleringer av det norske mediemarkedet.

- Hvilke støtteordninger finnes? Hva er hensikten med dem?
- Hvilke begrensninger legger staten på norske medier? Hva er hensikten med disse reguleringene?
- Diskuter i hvilken grad norsk mediepolitikk i dag er preget av en liberalistisk medieideologi.

## Oppgave 4

I det nye partiprogrammet for perioden 2013–2017 tar Fremskrittspartiet til orde for å fjerne NRK-lisensen og åpne for delvis reklamefinansiering av NRK.

- Diskuter fordeler og ulemper ved en slik løsning.

# Regjeringens mediepolitikk i 2013

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Regjeringens mediepolitikk i 2013 \(107235\)](#)



Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

Omtale av  
medieområdet i  
*Stortingsproposisjon 1*  
2012-2013:

[Kulturdepartementets  
budsjett for 2013](#)



## Oppdrag

Studer regjeringens omtale av medieområdet i forslaget til statsbudsjett for 2013 (*Stortingsproposisjon 1 2012-2013*).

I denne framstillingen finner du svar på spørsmålene nedenfor.

1. Hvilket område i budsjettet har økt mest?
2. Studer den grafiske framstillingen av mediebruk. Hvilket medium har økt mest i perioden 2007–2011? Hvilket medium har gått mest tilbake?
3. Hvordan har forholdet mellom den tiden vi bruker på papiraviser og den tiden vi bruker på nettaviser, endret seg fra 2001 til 2011?
4. Hvordan har bruk av innhold på mobile enheter utviklet seg fra 2006 til 2012?

5. Hvor stor del av inntektene i mediebransjen kommer fra reklameinntekter?
6. Hvorfor risikerer papiravisene at inntekter fra reklame går ned i årene som kommer?
7. Hvor stor del av befolkningen går på kino i løpet av ett år?
8. Kvalifikasjonskriteriene og fordelingskriteriene for mediestøtte endres. På hvilken måte?
9. Ønsker regjeringen å oppnevne et medieombud? Hvorfor? Hvorfor ikke?
10. Hvorfor ønsker regjeringen å sikre NRK som en avgiftsfinansiert, reklamefri allmennkringkaster?
11. Hvordan vil regjeringen sikre at store sportsarrangementer blir sendt på betalingsfritt TV?
12. Hva gjør regjeringen for å øke mangfoldet av norskprodusert film og TV?

# Kampen om TV-sporten

Forfatter: Hege Røyert, Jan-Erik Sveum, NTB

[Kampen om TV-sporten \(116906\)](#)



**PÅ LISTEN:** Regjeringen vil unngå at Marit Bjørgen og Therese Johaug havner på betalingskanaler. Derfor er en av idrettene regjeringen ønsker skal gå på åpne kanaler, nettopp ski-VM.

Tenk litt over dette:

- Hvorfor blar TV-kanalene opp millionbeløp for å sikre seg rettighetene til de store idrettsbegivenhetene?
- Er sport en viktig del av norsk kultur?

## Olympiske leker til TV 2

NRK, som har sendt levende bilder fra olympiske leker siden 1960, så seg ikke i stand til å være med på OL-leken lenger. Nå har TV 2 sikret seg TV-rettighetene til olympiske leker i 2014 og 2016.

– Vi kommer sikkert til å gjøre det noe annerledes enn NRK. Reklamepauser blir det fordi reklame finansierer det hele, men reklameplakater er det mye av også på NRK, sier Bjørn Taalesen, sportssjef i TV 2.

Norsk suksess får stor betydning for TV 2 under OL. Blir norske håndballjenter for eksempel slått ut i kvartfinalen, taper kanalen store inntekter på semifinale og finale. Seertall avgjør hva reklamebitene koster.

Dyr moro

TV 2 går ikke ut med prislappen på TV-rettighetene. Ifølge avtalen med Den internasjonale olympiske komiteen (IOK) kan ikke kanalen gjøre det. Men det er iallfall dyr moro. Tidligere er det antydet at det koster mellom 50 og 80 millioner kroner for rettighetene i Norge.

IOK tar trolig inn seks milliarder norske kroner på TV-rettigheter på de fire olympiske leker til og med 2020. Rettighetene for 2018 og 2020 er foreløpig ikke solgt.

Oppgave

**NDLAktuelt**

Dette er saken:

**TV 2 har kjøpt  
rettighetene til OL i  
2014 og 2016 og til  
Premier League.**

**Regjeringen ønsker  
at store  
sportssendinger  
skal sendes på  
«gratis»-TV.**



**TV 2 TAR OVER:** Mange OL-bilder har filmret over de norske TV-skjermene siden innmarsjen i Roma 1960. Nå tar TV 2 over sendingene etter at de vant kampen om TV-rettighetene.



Rettigheter til  
sportssendinger på  
fjernsyn / video  
<http://ndla.no/nb/node/93499>

Test deg selv!

## QUIZ



Hva vet du om fotball-TV?

Interaktiv grafikk:



TV 2 tar over stadig mer av sportsrettighetene.

Ressurser:

NDLAktuelt:

[TV-revolusjonen skynder seg langsomt](#)

Fakta:

[Engelsk fotball på norsk TV](#)

Kampanje:

[Regjeringens liste-sport drøyer](#)

Regjeringen går inn for at det skal vedtas en liste over utvalgte idrettsbegivenheter, som skal vises på TV uten ekstra kostnad ut over lisens og grunnpakkeavgift. Saken har skapt stor debatt i mediene.

- Finn ut hvem som er imot regjeringens forslag? Hvilke argumenter bruker de?
- Hva synes dere om regjeringens forslag? Begrunn svaret.

Disse idrettsbegivenhetene mener regjeringen bør sendes på åpne kanaler:

- OL, sommer- og vinterlekene
- VM og EM i fotball for menn, herunder kvalifiseringskamper med norsk deltagelse
- VM og EM i håndball for kvinner, samt kvalifiseringskamper med norsk deltagelse
- Cupfinalen i fotball for menn
- VM på ski, nordiske grener
- VM i alpint
- Holmenkollen skifestival
- VM i skiskyting

# Sportssendinger på betalings-TV

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Sportssendinger på betalings-TV \(93769\)](#)



Trine Eilertsen / video

<http://ndla.no/nb/node/71961>



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Lov om eierskap i medier](#)



Rettigheter til sportssendinger på fjernsyn / video

<http://ndla.no/nb/node/93499>



Se nyhetsinnslaget i Dagsrevyen.

1. Hvorfor har vi en kombinasjon av statlige og private medieeiere i Norge?
2. Hva mener sjefredaktør Trine Eilertsen kjennetegner en god eier?

Oppgave 2

Facebookgruppa "Vi som synes det er HÅPLØST at TV2 sender landslagskamper på betalingstv" har engasjert seg i denne saken.

1. Hvem er initiativtaker til denne gruppa?
2. Hva er formålet med gruppa?
3. Hvor mange medlemmer har gruppa?
4. Hva mener medlemmene i denne gruppa om saken?
5. Hvor stor påvirkningskraft tror du slike grupper har i saker som dette? Begrunn svaret, gjerne med eksempler.

Egenvurdering

– Har du satt deg grundig inn i fagteksten "Eierskap i mediene" og videoklippet med sjefredaktør Trine Eilertsen?

– Har du en klar formening om hva begrepet "betalings-TV" betyr?

– Er argumentene dine godt underbygd faglig sett, eller er de preget av synsing og følelser?

– Har du funnet eksempler på aksjonsgrupper som har klart å få TV-kanaler til å endre praksis?

# Bør lov om eierskap i medier endres?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Bør lov om eierskap i medier endres? \(93334\)](#)



Debatt om medieeierskap / video

<http://ndla.no/nb/node/93153>

Oppgave: Diskuter medieeierskapsloven

Se debatten om endringer i lov om medieeierskap i Dagsnytt 18.11. januar 2011.

1. Hvilket standpunkt har partiet Høyre i denne saken?
2. Hvordan argumenterer Thommesen for sine synspunkter?
3. Hvilket standpunkt har partiet SV i denne saken?
4. Hvordan argumenterer Barstad for sine synspunkter?
5. Hvem er du mest enig med? Begrunn hvorfor.

Diskuter deretter saken i klassen.

Etter debatten kan dere lage en liste over argumenter som taler for, og argumenter som taler mot å endre loven. En slik liste er fin å ha med seg på eksamen i Medie- og informasjonskunnskap!

Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Lov om eierskap i  
mediene](#)

Egenvurdering

- Har du satt deg grundig inn i synspunktene til partiene Høyre og SV?
- Er din egen argumentasjon klar og saklig?

# Mediegiganten Egmont

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Mediegiganten Egmont \(93718\)](#)



Dette eier Egmont / flashnode

<http://ndla.no/nb/node/93714>

## Oppgaver

Denne nyhetsgrafikken viser hvilke norske medier som er eid av det danske mediekonsernet Egmont.

1. Når ble mediehuset Egmont etablert?
2. Når kom Egmont første gang inn som eier i det norske mediemarkedet?
3. Hvilke norske ukeblader eier Egmont?
4. Hvilke norske tegneserier eier Egmont?
5. Egmont eier et norsk forlag. Hvilket?
6. Egmont eier en norsk TV-kanal. Hvilken?
7. Egmont eier Nordisk film. Hvilke tjenester leverer denne mediebedriften?

Tid

1 time

Vanskegrad

lett

Ressurser

[egmont.no](http://egmont.no)

# Meninger om mediepolitikk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Meninger om mediepolitikk \(94777\)](#)



Tid

1–2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser



[Politiske partier i Norge](#)



Se debatt i Dagsnytt 18 om medieeierskapsloven.

I 2009 nedsatte regjeringen et utvalg som skulle foreslå endringer i støtteordningene:

*Mediestøtteutvalgets innstilling: NOU 2010:14*



Mediepolitikk / audio  
<http://ndla.no/nb/node/79667>

Oversikt fra Norsk Journalistlag:

[Hva mener partiene om mediepolitikk?](#)

### Oppgave 1

Hva mener disse partiene om fortsatt lisensfinansiering av NRK?

- Fremskrittspartiet
- Høyre
- Kristelig folkeparti
- Venstre
- Arbeiderpartiet

### Oppgave 2

Hva mener disse partiene om produksjonstøtte (pressestøtte)?

- Senterpartiet
- Høyre
- Fremskrittspartiet
- Venstre
- Arbeiderpartiet

### Oppgave 3

Hva mener disse partiene om regulering av eierskap i mediene?

- Høyre
- Sosialistisk Venstreparti
- Fremskrittspartiet

### Oppgave 4

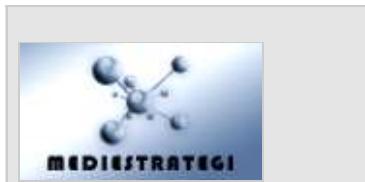
Tenk deg at du skal plassere de politiske partiene i to blokker med tanke på at de skal kunne danne regjering sammen etter valget i 2013.

Hvordan er det naturlig å gruppere partiene ut fra de standpunktene de har i viktige mediepolitiske spørsmål?

# Journalistikk eller tekstreklame

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Journalistikk eller tekstreklame \(105872\)](#)



Tid  
1 time

Vanskegrad  
middels

Ressurser



[Tekstreklameplakaten](#)

[Trine Eilertsen om tekstreklame \(powerpoint\)](#)

Tekstreklameutvalgets rapport 2012:

[Tekstreklame i en digital tid \(PTF\)](#)



Regler som regulerer skille mellom redaksjonelt stoff og reklame/sponsing, har Norsk presseforbund formulert i *Tekstrekklameplakaten*. Publikum skal være trygge på at det redaksjonelle stoffet springer ut av en selvstendig og uavhengig journalistisk vurdering, og at innhold og presentasjon er uten bindinger til utenforstående interesser.

### Oppgave 1

Hva sier Tekstrekklameplakaten om forholdet mellom redaksjonelt stoff og reklame/sponsing?

### Oppgave 2

Gi en vurdering av denne nettsiden fra nettavisen.no:

[Derfor svekkes hjernen](#)

- Er dette en redaksjonell artikkel? Hvorfor/hvorfor ikke?
- I hvilken grad bryter den med *Tekstrekklameplakaten*?

### Oppgave 3

Gå inn på følgende nettsteder og gi en vurdering av i hvilken grad det er et tydelig skille mellom redaksjonelt stoff og ulike tjenester:

- [www.vg.no](#)
- [www.nettavisen.no](#)
- [www.budstikka.no](#)

# Kjøpeknapper og betalte lenker

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Kjøpeknapper og betalte lenker \(105896\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

lett

Ressurser



Artikkeli VG

[Oscar-vinner til  
Poppe-film](#)

Artikkeli  
Morgenbladet

[Sensur er noe de har i  
California](#)

Bokanmeldelse  
Dagbladet

[Den andre  
verdenskrig](#)

[Tekstreklameplakaten](#)



Ny teknologi gir nye inntektsmuligheter i de digitale mediene. Dette gjenspeiler den framvoksende digitale økonomien i mediehusene.

### Oppgave 1

Lenking mot betaling foregår i samarbeid mellom Schibsteds regionaviser og VG. Det fungerer slik at de får betaling for å skaffe hverandre trafikk via disse lenkene. Tilsvarende lenking har også de samarbeidende regionavisene.

Studer to sider fra nettavisene til VG og Aftenbladet:

- Hvor er disse lenkene plassert?
- Blir du informert om at dette er lenker mot betaling, og om at dette er samarbeidende nettsteder?

### Oppgave 2

Dagbladet.no har egne litteratursider. Der har de også egne bokanmeldelser. Studer anmeldelsen av boka *Den andre verdenskrig* av Anthony Beevor. Under bilde av boka til høgre vil du finne en kjøpeknapp.

Del klassen inn i to grupper.

- De som tilhører gruppe A, skal finne argumenter for at denne tjenesten er i tråd med *Tekstrekklameplakaten*.
- De som tilhører gruppe B, skal finne argumenter som taler for at tjenesten er i strid med *Tekstrekklameplakaten*.
- Del argumentlistene med hverandre på klassebloggen eller skolens LMS.

# Brukermedvirkning og produktplassering

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Brukermedvirkning og produktplassering \(105910\)](#)



Tid

1–2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser

Reiselivsseksjonen i  
Tønsberg blad

[tb.no Reiseliv](#)

[Tekstrekklameplakaten](#)

[VGtv](#)



Når redaksjonelle produkter trekker inn brukerskapt innhold fra blogger og andre sosiale medier, blir grensene mellom redaksjonell tekst og reklame utsydelig.

## Oppgave 1

Flere av avisene i Vestfold og Grenland har gått sammen om en reiseseksjon med leserbidrag på nett.

Studer reiselivsseksjonen i Tønsberg Blad: [tb.no Reiseliv](#)

- Hva mener du er journalistisk stoff i denne reiselivsseksjonen?
- Hva mener du er brukerskapt innhold?

### Oppgave 2

Gå inn på lesernes reisetips på tb.no og les artikkelen om Georgia.

- Er dette redaksjonelt stoff eller brukerskapt innhold? Begrunn svaret.
- Vurder om denne tjenesten oppfyller *Tekstplakatens* formuleringer om "selvstendig journalistisk vurdering" og "uten bindinger til utenforstående interesser".

### Oppgave 3

Med Web-TV går mediehus med tradisjoner fra papiraviser inn i kringkastingens verden der sponsoring og produktlassering er oppfattende.

Gå inn på nettsidene til VGTv og søk opp disse reportasjene:

- SMS-rulett sesong 2: Finale!
- Ukens Hot: Her scorer han fra avspark
- Andrew W.K.: Her intervjuer partykongen slopestylevinneren

Hvilke samarbeidspartnere og produktlasseringer finner du i disse eksemplene?

# Produktplassering i film

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Produktplassering i film \(137072\)](#)



Tid

1–2 timer – inklusiv  
ca. 30 minutter til å se  
utdrag fra tre filmer.

Vanskegrad

middels



## Produktplassering i film / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/137072>

### Oppgave 1

Produktplassering er en form for skjult reklame der et selskap betaler for at deres produkt vises i ett eller flere medier.

- Se åpningsscenen fra James Bond-filmen *Skyfall*. Hvilke merkevarer får du øye på i løpet av de to minuttene dette filmklippet varer?



## Produktplassering i film / video

<http://ndla.no/nb/node/93483>

### Oppgave 2

Se innslag i Dagsrevyen og les saken *Når helten går i merkeklær* som du finner under relatert innhold nederst på sida.

- a. Hvorfor er Filmforbundet kritisk til produktlassering i film?
- b. Hvorfor er sosiolog og reklameguru Trond Blindheim positiv til produktlassering i film?
- c. Hva mener Blindheim fungerer best når et produkt skal plasseres inn i en film?
- d. Hvordan regulerer norsk lov produktlassering i norske filmer og TV-serier?



## Produktlassering i film / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/137072>

### Oppgave 3

Se de første 25 minuttene av dokumentarfilmen *The Greatest Movie Ever Sold*. Se gjerne resten av filmen hjemme.

- a. Hva ligger i begrepet «integrert markedsføring»?
- b. Mange amerikanske fiksionsfilmer finansieres ved produktlassering. Hvor mange merkepartnere hadde filmen *Iron Men*?
- c. Hvilke merkevarer benyttes mest i forbindelse med produktlassering i amerikanske filmer?
- d. I filmen gjennomfører filmregissør Morgan Spurlock en pitch i møte med aktuelle samarbeidspartnere. Hva er en pitch, og hvordan foregår den?
- e. Beskriv plottet i den filmen Spurlock ønsker å lage.
- f. Hvordan definerer advokaten han konsulterer, begrepene «fiksjon», «fakta» og «faksjon», og hvilken betydning mener han dette har for måten produkter markedsføres på i film?
- g. Hva er merkepartnerne mest opptatt av når de vurderer om de skal inngå en samarbeidsavtale med Spurlock?
- h. Hvilke forslag har filmregissøren til måten merkevaren POM kan synliggjøres på i filmen?
- i. Hvordan ville du ha reagert dersom merkevarer ble synliggjort på denne måten i en vanlig fiksionsfilm?
- j. Hvilket tilbud har Spurlock til filmens hovedsponsorer?
- k. Ca. 24–25 minutter ute i filmen er det lagt på et musikkspor. Hva slags musikk er dette?
- l. Hva tror du Spurlock ønsker å formidle når han velger nettopp denne bakgrunnsmusikken?
- m. Filmen *The Greatest Movie Ever Sold* omtales som en «metafilm». Hva ligger i det begrepet?

## Studer en faglig rapport

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Studer en faglig rapport \(122183\)](#)



Tid

1–2 timer

Vanskegrad

vanskelig

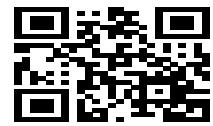
Ressurser

Fritt Ord nedsatte høsten 2012 en arbeidsgruppe som fikk i mandat å skrive personlig formede artikler i bokform om konsekvensen av den digitale medierevolusjonen i Norge.

Gruppen besto av Sven Egil Omdal (redaktør av rapporten), Anders Bjartnes, Paul Bjerke og Ragnhild Kristine Olsen.

[Journalistikk og demokrati](#)

Sven Egil Omdal la fram rapporten på Mediedagene i Bergen i 2013.



## Studer en faglig rapport / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/122183>

NB! Videoen kan bli fjernet uten forvarsel.  
Oppgavene kan besvares uten å se videoen.

Se gjerne også intervju med redaktøren i Fædrelandsvennen:

[Vil ha betalt for nettavis](#)



Artikkelforfatteren Sven Egil Omdal er tidligere leder av Norsk journalistlag og Pressens Faglige Utvalg. På bildet har han nettopp mottatt Riksmålforbundets mediepris Gullpennen for fremdragene journalistikk.

### Gruppeoppgave

Lag grupper i klassen med tre elever i hver gruppe. Gruppen skal i fellesskap finne svar på ni spørsmål med utgangspunkt i kapittel 1 "Demokratiseringens dilemma" (s. 13–30) i Fritt ords rapport *Journalistikk og demokrati* (2013).

Fordel spørsmålene mellom dere. Skumles innholdet i rapporten slik at dere danner dere et bilde av omtrent hvor i rapporten dere kan finne svar på spørsmålene. Skriv utfyllende svar, gjerne med henvisning til den siden dere har brukt som kilde.

Deretter legger dere fram svarene på spørsmålene for de andre i gruppen. Dersom et svar er uklart, kan de andre i gruppen stille spørsmål. Fortsett til alle i gruppen har klart for seg hva svaret innebærer.

### Spørsmål

1. Omdal sier at avisbransjen er rammet av tre kriser samtidig. Hva er bakgrunnen for disse krisene?
2. Hva mener Omdal når han sier at "nettet truer det journalistiske økosystemet"?
3. Hvordan beskriver Omdal det som omtales som "den postindustrielle journalistikken"?
4. Nevn eksempel på ulike tjenester som norske avishus tjener penger på ved siden av nyhetsjournalistikk.
5. Hvorfor er betalingsløsninger for digitalt innhold spesielt interessant i Norge?
6. Hva er forskjellen på betalingsløsningen i Fædrelandsvennen og Dagsavisen sammenlignet med Østlandets Blad og Mørenytt?
7. Hva menes med "plusskonsept" som betalingsmodell?
8. Hvorfor er forskerne Anderson, Bell & Shirky kritiske til den økonomimodellen Fædrelandsvennen har valgt?
9. Det hevdes at makt nå flyttes fra mediene (og publikum) til institusjonene som skal overvåkes. Hva er begrunnelsen for denne påstanden?

# Ut i verden

## Mediesystemer

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Mediesystemer \(103107\)](#)



I 2011 protesterte ungarske aktivister mot nye lover som innskrenker pressefriheten.

### Autoritære og demokratiske samfunn

En *medieideologi* eller et *mediesystem* er en modell som beskriver medienes rolle i et samfunn. Denne rollen henger nøye sammen med hvordan makten er fordelt. I et *autoritært samfunn* har makthaverne enten blitt utpekt av sin forgjenger, eller de har tilranet seg makten gjennom statskupp eller revolusjon.

I autoritære samfunn har makthaverne kontroll over det meste, også mediene. Mediene blir brukt som tjenere og talerør for myndighetene og deres allierte. Mediene kan være underlagt forhåndssensur, eller de kan drive selvsensur av redsel for represalier. Men den teknologiske utviklingen har ført til at statlige myndigheter i dag, i mindre grad enn tidligere, klarer å hindre borgerne i å dele informasjon og meninger.

I et *demokrati* får myndighetene sin makt av folket gjennom frie valg. En av de viktigste forutsetningene for et demokrati er kanaler for fri meningsutveksling. I alle demokratiske land finnes det derfor lover som omhandler pressefrihet.

Mediene er en del av maktbalansen i samfunnet og opptrer ofte som kritikere og vaktbikkjer i forhold til andre grupper som utsøver makt. Noen har pekt på farene i at mediene som frie, uavhengige aktører kan få for mye makt, siden de i liten grad selv kan stilles til ansvar av folkevalgte organer.

### Arven fra den franske revolusjonen

Avisene spilte en stor rolle i utviklingen av de europeiske demokratiene på 1700- og 1800-tallet. I liberalistisk ånd stilte pressen seg kritisk til statsmakten og definerte sin egen rolle som talerør for enkeltmennesket – den lille mannen i gata. Denne oppfatningen gjenspeiles fremdeles i den norske *Vær Varsom-plakaten*.

En annen viktig liberalistisk idé var at mediene skulle være økonomisk uavhengige. Vestlige medier opererer i dag som store kommersielle aktører og tjener mye penger. Enkelte hevder at hensynet til inntjening kan gå på bekostningen av medienes rolle som kanaler for fri meningsutveksling og informasjonsformidling.

### Ulike modeller i vestlige demokratier



### Huskelappen

**Et mediesystem er en modell som beskriver medienes rolle i et samfunn.**

**I et autoritært samfunn er mediene et talerør for myndighetene.**

**I et demokratisk samfunn er mediene en viktig kanal for informasjon og meningsutveksling.**

**Mediene har også en kontrollerende funksjon.**

### Ressurser



Du kan lese mer om ulike mediesystemer i Mathias A. Färdighs avhandling:

[Mediesystem i Europa](#)

.

Mange har forsøkt å klassifisere de ulike medieideologiene. Den siste klassifiseringen som har fått gjennomslag i medievitenskapen, kom i 2004 og ble gjennomført av Daniel C. Hallin og Paolo Mancini. De tok utgangspunkt i 18 vestlige demokratier. Hallin og Mancini hevder at medieinstitusjonene ikke bare gjenspeiler samfunnet, men også selv er en aktør som påvirker sosiale strukturer i samfunnet de er en del av.

1. **The Mediterranean / Polarized Pluralist Media Model** finner vi i Hellas, Portugal og Spania. Disse landene har en eliteorientert presse og en sterk statsmakt.
2. **The Northern European / Democratic Corporatist Media Model** finner vi i de nordiske landene og Tyskland og Østerrike. Disse landene er preget av en sterk stat og konsensus (enighet) og benytter markedsjusterende tiltak som pressestøtte.
3. **The North Atlantic / Liberal Media Model** finner vi i Storbritannia, USA, Canada og Irland. Karakteristisk for disse statene er en gjennomgripende og omfattende pressefrihet med en sterk individualisme. Mediene er styrt av kommersielle krefter, og journalistikk'en er profesjonalisert.
4. **The Eastern European / Post-Communist Media Model** finner vi i landene i det tidligere Øst-Europa. Medieideologien i Øst-Europa er fremdeles preget av arven fra Sovjet-tiden. Aviser og tidsskrift har en uavhengig rolle, mens radio og TV støtter opp om makthaverne.

### Medienes rolle i Norge

Det norske samfunnet bygger på blandingsøkonomi. Det betyr at tilbud og etterspørsel styrer mye av økonomien i landet vårt, men at vi også har statlig eierskap, og at myndighetene griper inn med regulerende tiltak for å sikre en jevn fordeling av godene i samfunnet.

I Norge bestemmer staten hvilke kanaler som skal få konsesjon til å sende radio og TV. Aviser får pressestøtte for å sikre et bredt mangfold av meninger. Ut over dette er det mediene selv som definerer sin rolle i samfunnet gjennom reglene i *Vær Varsom-plakaten* og *Redaktørplakaten*.

Journaliststudentene på Høgskolen i Oslo har laget videoer om pressefrihet i ulike land i verden:

### Ingen pressefrihet til Bangladesh:



### Mediesystemer / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/103107>

### Pressens rolle i Indonesia



### Mediesystemer / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/103107>

### Ungaren på 1-2-3:



### Mediesystemer / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/103107>

**Lina Ben Mhenni**  
er Tunisiens mest  
kjente blogger og var  
pådriver for  
Jasminrevolusjonen  
vinteren 2011. På  
besøk i Oslo i mai  
2012 forteller hun om  
den nåværende  
situasjonen i landet:



## **Mediesystemer / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/103107>

Til fordypning

I denne artikkelen fra  
1999 problematiserer  
Magne Lindholm  
pressens frihet i  
Norge:

[De fristilte fortolkerne](#)

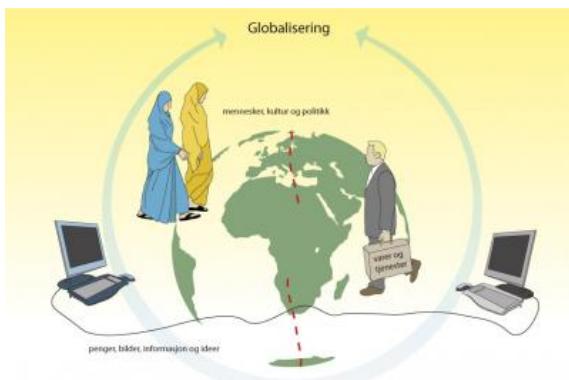


Hva kan du nå? Klikk på My  
Task-ikonet og test deg  
selv!

# På vei mot en global landsby?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[På vei mot en global landsby? \(103235\)](#)



Huskelappen

**Den teknologiske utviklingen fører til at ulike medier smelter sammen.**

**Internasjonal mediestruktur er preget av kommersialisering og globalisering.**

**Mediestrømmer krysser landegrenser.**

**Hver enkelt stat har ikke lenger full kontroll over informasjon og meningsutveksling.**

**Mediene blir mindre opptatt av informasjon og mer opptatt av underholdning.**

Ressurser

Intervju med Marshall McLuhan:



**På vei mot en**

## Globalisering og kommersialisering

NOU 2001: 6 peker på fem utviklingstrekk i dagens internasjonale mediestruktur:

- **Konvergens:** Grensene mellom ulike medier og mellom medier og tele- og IT-systemer blir borte.
- **Kommersialisering:** Medier blir i større grad oppfattet som varer på et marked, ikke som viktige samfunns- og kulturinstitusjoner.
- **Globalisering:** Medieproduksjon og -distribusjon retter seg mer og mer inn mot det globale marked.
- **Standardisering:** Nye serier, såpeoperaer og filmer blir stadig gjort som samproduksjoner eller produsert med tanke på at folk innen ulike kulturer skal kunne håndtere formatene og kodene.
- **Eierkonsentrasjon:** Et lite antall aktører eier det som er verd å eie av verdens produksjon og distribusjon innen film, tv, avis, magasiner, bøker, musikk og annet. Det gir disse aktørene en enorm mulighet til å påvirke mennesker over hele verden.

## Den globale landsby

Utviklingen av informasjonsteknologien har ført til at mennesker fra ulike deler av verden i dag er knyttet tettere til hverandre enn tidligere. Denne utviklingen har skjedd parallelt med utviklingen av en global økonomi.

Den canadiske filosofen og medieviteren Marshall McLuhan brukte begrepet *den digitale landsby* om en framtid der mennesker over hele verden blir eksponert for den samme kulturelle påvirkningen. I dag ser vi at TV-underholdning i stor grad er blitt en globalisert bransje som er med på å forme menneskers tanker om det gode liv over hele kloden.

## Mediebruk som fritidssyssel

Medieviter Trine Syvertsen hevder at norske medier i dag beveger seg fra å være en viktig demokratisk arena til å bli et *opplevelsесmarked*, som en følge av en stadig sterkere kommersialisering av mediebransjen og utstyrbsbransjen. Medieprodukter er noe vi aktiviserer oss med i fritiden ved hjelp av de elektroniske plattformene vi til enhver tid har tilgjengelig.

Forskere påpeker at denne type mediebruk skaper informasjonskløfter i et samfunn der alle ellers har samme tilgang til viktig informasjon.

## **global landsby? / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/103235>

I 1964 lanserte Marshall McLuhan sin teori om *den globale landsbyen*. Det var lenge før Internett og digitale plattformer så dagens lys.

Trine Syvertsen:

[Fra resonnerende offentlighet til opplevelsesmarked](#)

Offentlig utredning om den internasjonale medieutviklingen:

[NOU 2001: 6](#)

# Internasjonal medieøkonomi

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Internasjonal medieøkonomi \(121767\)](#)



## Medieindustriens del av BNP

I 2008 utgjorde medieindustriens andel av bruttonasjonalproduktet (BNP) i India bare 0,5 %. Til sammenligning utgjør den 2,73 % av BNP i Storbritannia.

Medieindustrien spiller altså en mer sentral rolle i rike land, som Storbritannia, USA og Japan. I USA utgjør medieindustrien en like stor del av BNP som klær og drivstoff. Medieindustrien får stadig større betydning i land som Brasil, Kina, India og Russland.

De største sektorene innen medieindustrien er publisering og fjernsynsformidling via kringkasting og kabel.

## Drivkraftene

Fire viktige drivkrefter påvirker medieøkonomien både i Norge og internasjonalt.

### • Globalisering

Medieindustrien opptrer på tvers av landegrensene. Medieinnhold spres over landegrensene. Store mediekonserner eier mediebedrifter på flere kontinenter.

### • Regulering

Medieindustrien reguleres av statlige bestemmelser. Hensikten med slike reguleringsvedtak er å øke konkurransen og beskytte de som arbeider i bransjen, og egen befolkning som konsumenter.

### • Teknologisk utvikling

Den teknologiske utviklingen har både vært til gagn og ugagn for medieøkonomien. Gamle økonomiske modeller basert på eksemplarframstilling av innhold fungerer ikke lenger i en digitalisert tidsalder. I sum er likevel fordelene mye større enn ulempene. Ny teknologi tilbyr raskere og lettere verktøy for å levere underholdning og informasjon.

### • En ny type mottakere

Publikum er ikke lenger passive konsumenter, men aktive produsenter av innhold. Dette er en ny virkelighet som utfordrer tradisjonell arbeidsdeling. Konsumentene er heller ikke lenger en enhetlig gruppe. Ulike aldersgrupper, etniske grupperinger og folk med ulik utdanningsbakgrunn har forskjellige preferanser. Mediene bruker derfor flere ressurser på å kartlegge publikums medievanner slik at innholdet kan skreddersys til målgruppen, noe som igjen gir fornøyde annonsører.

## Huskelappen

I rike land utgjør medieindustrien en større del av BNP enn i fattige land.

## Fire drivkrefter påvirker internasjonal medieøkonomi:

- økt globalisering
- statlige reguleringer
- teknologisk utvikling
- endret konsumentadferd

## Begreper

*Bruttonasjonalproduktet (BNP)* er summen av alle varer og tjenester som produseres i et land i løpet av et år.

## [Begrepet globalisering](#)

## Ressurser

Amerikansk valgkamp er lønnsom for mediene:

[Drar inn milliarder for Murdoch](#)

[Så viktig er Facebook for EU](#)



Tanja Storsul er leder for institutt for medier og kommunikasjon på Universitetet i Oslo.

Se hennes foredrag om

[Medieøkonomi](#)

# Eierskap og marked

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Eierskap og marked \(121920\)](#)



## Eierformer og eirkonsentrasjon

I internasjonal medieøkonomi er det to dominante eierformer:

- statlig eierskap
- konsentrert privat eierskap, eid i stor grad av private familier.

I USA, Storbritannia og Japan er det den private medieindustrien som dominerer. I Russland og Kina er offentlig eierskap vanlig.

Eirkonsentrasjon er ikke noe nytt. I USA dominerte ABC, CBS og NBC både radio- og TV-nettverkene på 1980-tallet. Og tidlig på 1900-tallet utgjorde de tre store nyhetsbyråene Reuters (Storbritannia), Havas (Frankrike) og Wolff (Tyskland) et stort nyhetskartell.

Det nye er at digitaliseringen har satt fart i utviklingen. I 1987 dominerte 29 mediebedrifter den amerikanske medieøkonomien. I 2004 er antallet redusert til fem. Den samme utviklingen ser vi over hele verden.

## De syv store

Innen internasjonal medieøkonomi snakkes det ofte om «de syv store». Det er medieselskapene Time Warner, Disney, News Corp., Bertelsmann, NBC Universal, Viacom og CBS.

Forskerne har studert disse store selskapene og funnet følgende innbyrdes utviklingstrekk:

- Eierskapet er konsentrert.
- Medieselskapene er i stand til å levere et mangfold av produkter over én plattform og ett produkt over mange ulike plattformer samtidig.
- Denne flyten av produkter på tvers av plattformer gjør det enklere for selskapene å tilpasse seg et segmentert publikum.
- Det igjen fører til etablering av internasjonale medienettverk som gjør at de oppnår optimale driftsfordeler i et stadig skiftende mediemiljø.

## Nye plattformer utvider markedet

De store medieselskapene eier ikke bare mer, men de produserer også stadig mer innhold som blir levert på et økende antall plattformer som de også har eierinteresser i.

## Huskelappen

**Det finnes to former for medieeierskap:**

- offentlig eierskap
- privat eierskap

**Det er store endringer på gang i den internasjonale medieindustrien.**

**Digitalisering fører til at færre eier mer.**

**Distribusjon på nye plattformer utvider markedet til å omfatte hele verden.**

**Mediebedriftene vokser og samarbeider i tette nettverk.**

## Begreper

Begrepet *vertikal integrasjon* brukes om en eier som eier flere ledd i produksjonskjeden, for eksempel både bedrifter som produserer innhold, og bedrifter som distribuerer innhold.

## Ressurser

News Corporation er et godt eksempel. De eier 47 TV-stasjoner i USA, det sosiale mediet Myspace, har interesser i satellittselskaper i fem verdensdeler, kontrollerer filmselskapet 20th Century Fox Studios og eier flere regionale TV-selskaper.

På samme måte inngår internettsselskaper partnerskap med andre medieselskaper, blant annet investeres det nå mye i video- og lydfunksjonalitet.

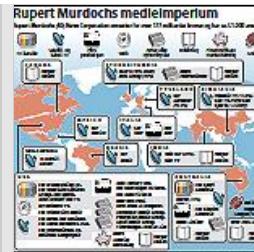
### Segmentering og tilpasning

Nye publiseringssplattformer utvider markedet for salg av innhold og reklame. Mediemarkedet er i dag langt på vei et globalt marked. Men når forbruken kan velge mellom 1000 TV-kanaler, blir mediekonsumet splittet opp (segmentert). I 1995 var det 225 TV-programmer som oppnådde over 15 millioner seere. I 2005 var det ingen.

### Verdensomspennende nettverk

Det er store endringer på gang i den internasjonale medieindustrien. Digitaliseringen av alle former for kommunikasjon fører til at mobil, media og Internett smelter sammen. Overgangen fra fysisk til digital distribusjon og konsum gjør det mulig å redusere kostnadene og øke inntektene. Men da må medieselskapene utnytte fordelene ved stordrift. Derfor etablerer de store selskapene medienettverk både globalt og regionalt. Et eksempel er tyske Vox Televison. Her eier News Corporation 49,5 %, franske Canal Plus 24,9 % og tyske Bertelsmann 24,9 %.

Mange av de store medieselskapene har de samme aksjeeierne, de eier deler av hverandre, og de har samarbeidende styreselskaper. Samtidig er de tett knyttet til andre nettverk innen finans, teknologi, kultur og politikk. De fleste av de store internasjonale selskapene har hovedkvarter i USA. I 2007 var ett av fem selskaper på Financial Times' liste over de største selskapene knyttet til media, telekommunikasjon og Internett.



Murdoch's  
mediaempire. Klikk  
på bildet for å se større  
versjon.

### Slik styrer Murdoch mediebransjen

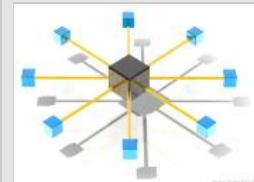


Det amerikanske Disney-konsernet har erobret en hel verden med sine underholdningsprodukter.

De store selskapene etablerer nettverk både globalt og regionalt.

Visuell oversikt over verdensomspennende mediekonglomerater.

Visuell oversikt over medienettverk.





# Mediepolitikk i EU

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Mediepolitikk i EU \(119698\)](#)



## Huskelappen

### EUs mediepolitikk har til hensikt

- å styrke det europeiske fellesskapet
- å ta vare på den europeiske kulturarven
- å fremme europeisk økonomi
- å være et alternativ til amerikansk medieindustri
- å verne innbyggerne mot overgrep

### EUs mediepolitikk omfatter:

- støtteordninger
- direktiver
- standardisering

## Ressurser



EUs mediepolitikk styrer medievirksomheten både i medlemslandene (blå farge) og i de EFTA-landene som omfattes av EØS-avtalen (grønn farge).

[Mediepolitikk i EU](#)

[Hva er EU?](#)

## AMT-direktivet

[Hva er AMT-direktivet?](#)

I Norge har mange vært skeptiske til at AMT-direktivet åpner for produktpllassering og reklame for alkohol på TV.

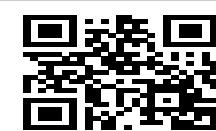


Alkoholreklame på fjernsyn / video  
<http://ndla.no/nb/node/93482>



Produktpllassering i film / video  
<http://ndla.no/nb/node/93483>

Som et viktig tiltak for å verne barn og unge mot overgrep på nettet foreslår EU å gi mediekunnskap en større plass i skolen!



Quiz: nettvett / flashnode  
<http://ndla.no/nb/node/115466>



## Kulturvern og konkurranseevne

*Den europeiske unionen* (EU) er en sammenslutning av europeiske stater som har som hovedmål å sikre fri flyt av varer, tjenester, personer og kapital på tvers av landegrensene i Europa. EU mottok i 2012 Nobels fredspris for sitt arbeid for å sikre freden og øke samarbeidet mellom europeiske stater.

EU har over tid utviklet en felles mediepolitikk for medlemslandene. Denne er nedfelt i et omfattende regelverk som regulerer produksjon og distribusjon på medieområdet. Hensikten er dels å styrke det europeiske fellesskapet og sikre den europeiske kulturarven, men også å sette europeiske mediebedrifter i stand til å ta opp konkurransen med den amerikanske medieindustrien.

## EUs medieprogram

EU har et eget medieprogram som gir finansiell støtte til medieproduksjoner. Målet for EUs medieprogram er å styrke de europeiske film-, fjernsyns- og spillbransjene, samt å medvirke til et sterkere felles europeisk marked for audiovisuelle tjenester. Slik forsøker EU å demme opp mot den stadig sterkere amerikanske dominansen på det audiovisuelle området. Norge deltar også i dette samarbeidet, selv om vi ikke er medlem av EU.

## EUs audiovisuelle medietjenestedirektiv

Det første fjernsynsdirektivet i EU ble utformet i 1989. Et direktiv er en bestemmelse som gjelder for alle medlemslandene. Det såkalte *AMT-direktivet* ble utvidet og revidert seinest i 2007, og omfatter nå også *on-demand-tjenester* (betalingsstjenester).

Medlemslandene kan i noen sammenhenger vedta strengere regler enn det direktivet tilskier.

Ifølge direktivet skal en virksomhet som tilbyr medietjenester, være underlagt reglene i det landet tilbyderen er etablert. Direktivet reserverer om lag halvparten av sendetiden på fjernsyn til europeiske produksjoner.

Det innføres tiltak som skal beskytte barn mot overgrep og hindre publisering av diskriminerende innhold.

På grunn av EØS-avtalen mellom Norge og EU får direktivet også innvirkning på mediepolitikken i vårt land. I Norge har direktivet vært omstridt, blant annet fordi det åpner for produktpllassering i visse typer fjernsynsprogrammer, og tillater reklame for alkohol.

## Ønsker standardisering

For brukerne er det irriterende når ulike produsenter utvikler tekniske standarder som gjør at innhold frysес fast til bestemte produkter. EU jobber blant annet for å få til faste tekniske standarder for IT og HD-TV.

Mer kontroversielt er forslaget om at nasjonale tilsynsorganer for pressevirksomhet skal legges inn under EUs kontrollorgan. Mange hevder at et slikt kontrollregime er i strid med prinsippet om en fri og uavhengig presse.

### Overvåker mediegigantene

IT- og mediegiganter som Microsoft, Apple og Google har etter hvert fått en verdensomspennende maktposisjon. EU har flere ganger stilt seg kritisk til de retningslinjene som brukere av maskinvare og datatjenester må forholde seg til. Blant annet kritiserer EU Google for å oppbevare opplysninger om folks søkerespons for lenge, og for kommersiell utnytting av persondata. EU-kritikerne på sin side peker på at EUs eget datalagringsdirektiv åpner for å loggføre all data- og teletrafikk i inntil seks måneder.

Apple sensurerer i dag innhold som publiseres på nett. For eksempel fjernes bilder av personer uten klær, det være seg nyfødte babyer eller toppløse solbadere. Den danske kulturministeren har bedt EU ta affære mot det han mener er brudd på ytringsfriheten og kunstneres mulighet til digital distribusjon av kontroversielle kunstverk.

EU har også stilt seg kritisk til at Microsoft og Apple tilsynelatende bevisst undergraver posisjonene til andre leverandører av datatjenester og digitalt innhold.

# Kampen om nyhetsbildet

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Kampen om nyhetsbildet \(103686\)](#)



Al Jazeera / video

<http://ndla.no/nb/node/103651>

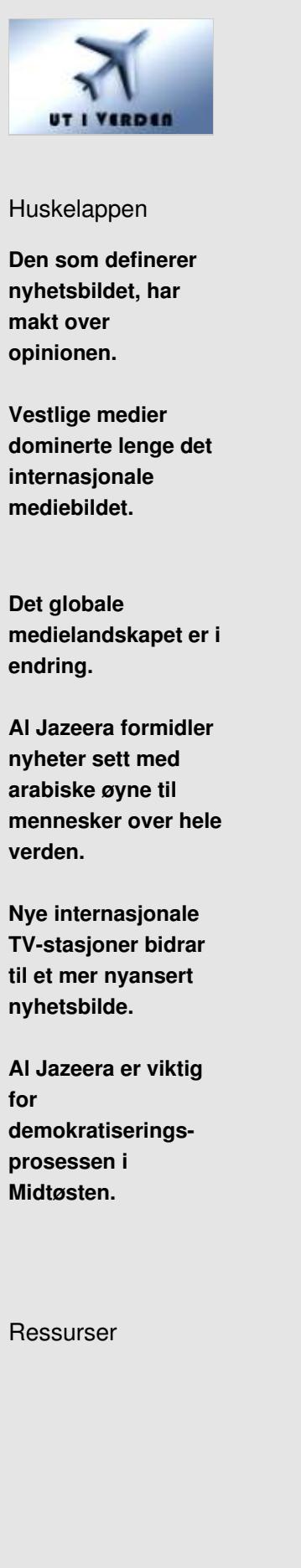
Al Jazeera endret nyhetsbildet

Angloamerikanske nyhetskanaler som BBC og CNN har i mange år dominert det internasjonale nyhetsbildet. Nyhetsbyrået Inter Press Service (IPS) var lenge den eneste alternative kilden til nyheter fra "den tredje verden". I dag slåss flere internasjonale TV-stasjoner om å definere hva som er sannheten om det som skjer. Mye tyder nå på at det globale mediebildet er i ferd med å endre seg radikalt.

En av de viktigste aktørene er den arabiske TV-kanalen Al Jazeera som ble grunnlagt i 1996. Den 16. november 2006 ble den engelske versjonen av Al Jazeera lansert. Al Jazeera eies av Qatar Media Corporation, som igjen eies av Qatars overhode Sheikh Hamad bin Khalifa al Thani. Hovedsetet er i Doha, hovedstaden i Qatar, men TV-stasjonen har 45 lokalkontorer verden over. I dag har Al Jazeera 100 millioner seere, like mange som BBC.

Brobyggere og misjonærer

– Alle nyheter presenteres med det kulturelle perspektivet som den som rapporterer det, har, sier Alain de Pouzilhac, toppsjef i TV-kanalen France 24 til avisas The Guardian. Dekningen av Irak-krigen i 2003 fikk mange journalister til å våkne opp. Nyhetskanaler som BBC og CNN var enerådende i formidlingen av det som skjedde. Journalistene fulgte de amerikanske troppene på slagmarken, og nyhetsdekningen var sterkt preget av militær propaganda. Det viste for fulle at den som rår over nyhetsstrømmen, kan forme opinionen.



I 2006 brakte Al Jazeera et arabisk perspektiv inn i nyhetsdekningen. Bare tre uker etter, den 6. desember 2006, ble den franske nyhetskanalen France 24 lansert. Også franskmenne ønsket å få fram sitt perspektiv på konflikten og formidle "franske verdier" i det internasjonale mediebildet. USA, Saudi-Arabia og Russland har svart på utfordringen fra Al Jazeera ved å lansere de nye TV-kanalene Al Hurrah, Al Aarabyia og Rusiya Al Yaum. Tallet på internasjonale TV-kanaler har eksplodert. I dag finnes det over 450 TV-kanaler i den arabiske verden.

Den russiske senatoren Vladimir Sloutsker erklærte at han ønsket å etablere en ny, global jødisk TV-kanal, blant annet for å utfordre Al Jazeera International. Før det hadde Russland i 2005 startet sin Russia Today TV, mens Kina siden 2000 har formidlet sine nyheter via CCTV-9. Begge kanaler presenterer verdensbegivenhetene på engelsk, 24 timer i døgnet, gratis på nettet, og med en tilsynelatende objektivitet – vel å merke verden slik den ser ut fra Russland eller Kina.

### TV-sendinger på YouTube

Kampen om det globale TV-publikummet har så vidt begynt. Våren 2007 lanserte den ene kanalen etter den andre de mest populære TV-sendingene sine på YouTube. Først ute var Al Jazeera, så kom France 24 og like etter fulgte de andre etter. Sendingene blir lagt ut på både arabisk, engelsk og morsmålet. Kampen går ut på å vinne fram med sitt perspektiv, sitt verdensbilde. Og det er den yngre generasjonen som er hovedmålgruppen for disse nye nettbaserte globalkanalene.

### Verden sett fra sør

Den 7. juni 2007 offentliggjorde den sørafrikanske statskanalen South African Broadcasting Corporation (SABC) at de ville satse på å etablere en panafransk TV-kanal som et svar på lanseringen av den amerikanske CNBC Afrika. Slik ville de bygge en afrikansk identitet der afrikanere kommuniserer med hverandre over landegrensene, og gi resten av verden tilgang til afrikanske nyheter som ikke bare handler om krig, sykdom og katastrofer.

Den samme utviklingen ser vi i Latin Amerika. I Venezuela har president Hugo Chavez vært drivkraften bak La Nueva Television del Sur (Telesur), en latinamerikansk satellittkanal etter modell av Al Jazeera. Telesurs direktør begrunner opprettelsen av denne TV-kanalen slik:

– *There is an urgency to see ourselves through our own eyes and to discover our own solutions to our problems.*



Nyhetsanker Rola Ibrahim i Al Jazeeras engelskspråklige TV-kanal formidler nyheter til hele verden.

### Internasjonale nyhetskanaler

[CNN](#)

[Al Jazeera på arabisk](#)

[Al Jazeera på engelsk](#)

[France 24](#)

[Russia Today TV](#)

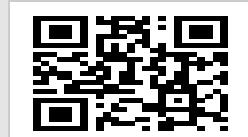
[South African Broadcasting Corporation](#)

[Telesur TV](#)

### Norge sett fra verden

Hvordan ser utenlandske medier på det som skjer i Norge?

Vidar Eldhorn var i New York 22. juli:



Intervju med Vidar Eldholm / video  
<http://ndla.no/nb/node/103725>

## Utfordrer det tradisjonelle nyhetsbildet

Den amerikanske utenriksministeren Hillary Clinton uttalte i 2011 til avisa Le Monde at USA taper informasjonskrigen, fordi de store amerikanske fjernsynskanalene sender millioner av reklamer og ekspertdebatter, mens Al Jazeera stadig får flere seere i USA fordi kanalen formidler virkelige nyheter. Hun tilføyde:

*– Enten dere liker det eller ei, er den virkelig mektig. Den er i ferd med å endre måten folk tenker og handler på.*

Men Al Jazeera utfordrer ikke bare folk i Vesten. Kanalen har gitt opposisjonen en talerstol og slik sett åpnet den arabiske verden for arabere. Et av de mest sette programmene til Al Jazeera er programmet *Motsatt retning*. Det har på det meste hele 40 millioner seere. Programmet ledes av Dr. Faisal al Qasim. Han har sluppet til nye tanker og ideer og brutt tabuer som aldri ble diskutert før. TV-kanalen spiller derfor en sentral rolle ved å gi rom for meningsytringer og debatt.

Al Jazeera dekket rettssaken etter 22. juli. Fra et arabisk perspektiv blir hendelsen sett på som én av mange voldelige aksjoner rettet mot globalisering.



I dette klippet hører du tidligere topsjefen i Al Jazeera, Wadah Khanfar. Han leder nå en tankesmie som jobber for langsigkt politisk, økonomisk og sosial utvikling i Midtøsten.

Test deg selv



Hva kan du nå? Ta testen!

# Storebror ser deg!

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Storebror ser deg! \(123424\)](#)



## Storebror ser deg! / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/123424>

### Overvåker nett og mobil

I juni 2013 avslørte den britiske avisa *The Guardian* at den militære amerikanske etterretningstjenesten NSA har overvåket telefontrafikken til flere millioner telefonabonnenter. Senere har det kommet fram påstander om at etterretningen har tilgang til serverne til selskaper som Microsoft, Yahoo, Google, Facebook, PalTalk, AOL, Skype, YouTube og Apple.

President Barack Obama forsvarer virksomheten. Han hevder at tiltaket er et helt nødvendig verktøy i kampen mot terror.

### Overvåker journalister

En måned tidligere avslørte det amerikanske nyhetsbyrået Associated Press (AP) at deres telefonlinjer hadde blitt overvåket av de amerikanske myndighetene. Over 100 AP-journalister skal ha blitt kartlagt. Like etterpå kom neste skandale: En journalist hos Fox News, James Rosen, hadde blitt overvåket ved at de amerikanske myndighetene skaffet seg tilgang til journalistens private e-post og telefon.

Obama-administrasjonen anklages nå for å stå bak den verste overvåkingsskandalen i USA siden Watergateskandalen for snart 40 år siden.

### Bakgrunnen

7. mai 2012 kunne AP avsløre at CIA hadde fått stoppet et forsøk på å plassere ei bombe på et fly på vei mot USA. Senere kom det fram at bombemannen var en spion for USA. Dette førte til at det amerikanske justisdepartementet startet overvåkningen av Aps journalister for å få tak i hvem som hadde lekket denne informasjonen.

### Jakten på lekkasjer

**NDLAktuelt**

Dette er saken

**President Barack Obama forsvarer at den amerikanske etterretningstjenesten overvåker telefon- og internetttrafikk.**

**Han hevder at dette er et nødvendig tiltak i kampen mot terror.**

**Kilder hevder at etterretningen også har tilgang til serverne til selskaper som Microsoft, Google, Facebook og YouTube.**

Ressurser



Obama-administrasjonen beskyldes for å overvåke sosiale medier som Facebook og YouTube. De store amerikanske mediegigantene vil ikke bekrefte dette.

Siden angrepet på World Trade Center 11. september 2001 har USA innført en rekke overvåkingstiltak som også rammer egne borgere. I løpet av Obamas presidentperioder har seks personer blitt tiltalt for å ha lekket informasjon til mediene.

Dette er ikke nytt i amerikansk politikk. I forbindelse med Watergateskandalen tidlig på 1970-tallet forsøkte myndighetene under ledelse av president Rickard Nixon å straffeforfølge Daniel Ellsberg og Anthony Russo for å ha lekket hemmeligstemplede dokumenter om utviklingen i Vietnamkrigen.

### Pressefriheten krenkes

Den amerikanske regjeringen hevder at det er straffbart for en journalist å akseptere gradert informasjon fra en kilde. Kritikere har lenge advart om at å slå ned på såkalte "leakers" er skadelig for frie medier.

I artikkelen *Pressefrihet under press* i Dagbladet 24. mai skriver journalist og kommentator Andreas Wiese følgende til disse sakene:

*Når myndighetene overvåker journalister på det viset, blir pressefriheten krenket. Da lever man i et samfunn der storebror kan kikke deg i kortene når han selv ønsker.*

*I et åpent demokrati er det pressens oppgave å avsløre hemmeligheter maktmennesker ikke ønsker avslørt. Det ligger nærmest i kontrakten mellom medier og myndigheter at myndighetene skal prøve å holde sine hemmeligheter hemmelige, mens mediene skal prøve å avsløre dem.*

### Kildevern

Kildevernet er et sentralt yrkesetisk prinsipp for pressen, og det er et kategorisk prinsipp. I henhold til *Vær Varsom-plakaten* har en kilde en ubetinget rett til beskyttelse. Når en kilde først er lovet anonymitet, skal journalister og redaktører aldri røpe kildens identitet, heller ikke når domstolen pålegger dette.

Retten til kildevern står sterkt i Norge etter Grunnloven, § 100, Den europeiske menneskerettighetskonvensjonen, artikkel 10 om ytringsfrihet, og FN-konvensjonen om sivile og politiske rettigheter, artikkel 19.

Oppslaget i *The Guardian*:

[NSA collecting phone records of millions of Verizon customers daily](#)

Amerikansk overvåking rammer mennesker over hele verden.

Magne Lerø,  
ukeavisen Ledelse:

[Grenseløs overvåking](#)



Edward Snowden har stått fram som kilde for informasjonen om amerikansk overvåking av mobiler og Internett. Han har tidligere arbeidet for de hemmelige tjenestene og kjenner saken innenfra.

Vær Varsom-plakaten

*3.4. Vern om  
pressens kilder.  
Kildevernet er et  
grunnleggende  
prinsipp i et fritt  
samfunn og er en  
forutsetning for at  
pressen skal kunne  
fylle sin  
samfunnsoppgave og  
sikre tilgangen på  
vesentlig informasjon.*

*3.5. Oppgi ikke navn  
på kilde for  
opplysninger som er  
gitt i fortrolighet, hvis  
dette ikke er  
uttrykkelig avtalt med  
vedkommende.*

# Kritisk presse - et tegn på demokrati

Forfatter: Trude Løvskar, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen

[Kritisk presse – et tegn på demokrati \(102961\)](#)



Journalist i Russland / video

<http://ndla.no/nb/node/102957>

Frihet til å kritisere statsmakten

- Jo bedre et samfunn fungerer, dess verre kan det se ut på nyhetene, sier Siri Lill Mannes, tidligere nyhetsanker i TV 2.
- Der man har fri presse, ser vi ofte at medieoppslagene er preget av avsløringer og kritikk av egne myndigheter. Dette ser vi ikke i land der pressen er underlagt sensur.

Mannes peker på Hviterussland for å illustrere poenget sitt: – Der er pressen et redskap for myndighetene. En typisk oppgave for journalister vil være å følge presidenten på reiser rundt i landet og rapportere om hvor fint alt fungerer under regimets gode ledelse. På denne måten blir nyhetsbildet preget av idyll og harmoni. Kritisk journalistikk tolereres ikke.

– Dette står i sterk kontrast til nyhetsbildet i levende demokratier, sier Mannes. – Her er kritikk av myndighetene en viktig oppgave for journalistene, og nyhetene er fulle av avsløringer, analyser av ordninger som ikke fungerer, og reportasjer om mennesker med makt som tar tvilsomme avgjørelser.

– Når hviterussiske medier gjengir nyheter fra den vestlige verden, brukes nettopp avsløringer og kritiske nyhetsoppslag for å vise hvor dårlig det politiske systemet fungerer her. Slik snur de bildet på hodet og gjør det til propaganda for eget styre.

Frihetsforkjempere eller terrorister?



Huskelappen

**En kritisk presse er et viktig kjennetegn på demokrati.**

**I autoritære regimer fungerer mediene som talerør for statsmakten.**

**Land som Russland, Hvite-Russland og Ukraina har formelt sett pressefrihet.**

**Men journalister har vanskelige arbeidsforhold, og noen frykter represalier dersom de kritiserer myndighetene.**



Mediestemmer

Siri Lill Mannes behersker russisk og har vært særlig opptatt av hvordan myndighetene i Russland håndterer mediedekningen av konflikten i Tsjetsjenia. I denne regionen har sterke krefter kjempet for uavhengighet fra Russland. Selv kaller de seg frihetsforkjemper, mens russiske medier omtaler dem som terrorister.

– I vår del av verden har vi hørt lite om konflikten i Tsjetsjenia, sier Mannes. – Det har vært to kriger der, og fremdeles er situasjonen spent. Arbeidsforholdene for uavhengige journalister ble etterhvert helt håpløse. Vil du inn i området som reporter, får du tilbud om beskyttelse fra russiske militære, men da får du bare se det de finner for godt å vise deg. Reiser du på egen hånd, risikerer du med ganske stor sannsynlighet å bli fengslet eller til og med drept.

#### Anna Politkovskaja brøt tausheten

Russiske myndigheter holder pressen i et jerngrep. Likevel finnes det aviser som kjører en regimekritisk linje. Den mest kjente er Novaja Gazeta, som var arbeidsplassen til journalisten Anna Politkovskaja. Hun er kjent over hele verden for sine kritiske artikler om forholdene i Tsjetsjenia. Hun avslørte stygge brudd på menneskerettighetene ved å dokumentere konkrete saker. Og i 2006 ble hun funnet skutt og drept i heisen i bygningen der hun bodde. Drap og mystiske dødsfall har skjedd så mange ganger med journalister i Novaja Gazeta at det av mange blir sett på som det rene selvmord å jobbe der.

Medier har stor innflytelse på folkeopinjonen, derfor er det viktig hvordan de framstiller virkeligheten. Under totalitære regimer har pressen svært liten frihet og brukes som et maktredskap i myndighetenes hender. I demokratier omtales pressen som ”den fjerde statsmakt”, og som ”vaktbikkje” for de tre andre statsmaktene – den dømmende, den utøvende og den lovgivende makt. Det er forpliktende å spille en så viktig rolle i samfunnet. Det krever mye av både yrkesmoral og integritet hos journalister.

Siri Lill Mannes arbeidet som journalist og nyhetsanker i TV 2 fra 1992 til 2010. Hun snakker flytende russisk, og hun har også studert historie og statsvitenskap.

I år 2000 ble Mannes tildelt Kringkastingsprisen for fremragende journalistikk.

#### Ressurser



Menneskerettighetsforkjemper Anna Politkovskaja i samtale med en tsjetsjensk kvinne som har en sønn i fengsel.

[Russisk journalist skutt og drept](#)

Se TV 2-dokumentaren om Anna Politkovskaja:

[Makten og frykten](#)



Lag spørsmål til denne teksten og del dem med klassen din!

# Medienes rolle i demokratiseringsprosesser

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Pressefrihet, veien til demokrati \(103056\)](#)



Democratic Voice of Burma / video

<http://ndla.no/nb/node/102956>



Democratic Voice of Burma

– Innbyggerne i et land uten pressefrihet opplever seg selv som blinde og døve, sier Aya Chan Naing i reportasjen ovenfor. Han er sjefredaktør i den uavhengige radiokanalen Democratic Voice of Burma, som er en viktig brikke i demokratiseringsprosessen i Myanmar.

Radiokanalen Democratic Voice of Burma startet i enkle lokaler i Oslo i 1992. Informasjon og radioopptak ble smuglet ut av hjemlandet og kringkastet fra Norge via satellitt og kortbølgesendere. Fra og med 2005 har redaksjonen også overført TV-sendinger til hjemlandet via Internett.

Et lukket diktatur

Burma, eller Myanmar som landet i dag offisielt heter, innførte pressefrihet i 1949. Men da militærjuntaen overtok makten i 1962, ble alle medier underlagt staten. Journalister som formildet informasjon myndighetene ikke likte, ble kastet i fengsel. I mange år var Myanmar et av verdens mest lukkede diktaturer.

Myanmar består av mange ulike folkegrupper som delvis er i konflikt med hverandre. Men i vår del av verden har fokuset vært rettet mot kampen mellom myndighetene og opposisjonen. En uredd talskvinne for opposisjonen er Aung San Suu Kyi. Hun har sittet fengslet i mange år og mottok i 1991 Nobelprisen for sitt ikke-voldelige opprør mot diktaturet.

Demokratiseringsprosessen i gang

Huskelappen

**Siden 1962 har  
Myanmar (Burma)  
vært et lukket  
diktatur uten  
pressefrihet.**

**Democratic Voice of  
Burma er en  
uavhengig  
mediekanal som  
sender radio- og TV-  
sendinger til det  
burmesiske folk fra  
Oslo.**

**I dag er det krefter i  
Myanmar som  
arbeider for et mer  
demokratisk  
styresett.**

Ressurser



Aung San Suu Kyi er  
symbol for alle som  
kjemper for demokrati i  
Myanmar. Hun fikk Nobels  
fredspris i 1991.

I dag er demokratiseringsprosessen i Myanmar i forsiktig utvikling. Da Aun San Suu Kyi besøkte Norge i 2012 for å holde sitt Nobel-foredrag, lovte Myanmars viseinformasjonsminister at det i løpet av kort tid vil bli innført pressefrihet i Myanmar, slik at Democratic Voice of Burma etter hvert kan etablere seg i sitt eget hjemland.

Sjefredaktør for Democratic Voice of Burma, Aya Chan Naing, mener at pressefrihet vil være svært viktig for demokratiseringen i Myanmar.

– Det vi trenger i landet vårt, er meningsmangfold og mediekritikk, sier han til nrk.no.

### Burma VJ

Dokumentaren Burma VJ viser arbeidsforholdene for journalister i Myanmar under diktaturet. Her kan du se de fire første minuttene av den prisbelønte dokumentaren.



Burma VJ / video  
<http://ndla.no/nb/node/102955>

### [Democratic Voice of Burma](#)

#### Burma VJ

Filmen *Burma VJ* ble i 2009 nominert til Oscar for beste dokumentarfilm. Filmskaperen Anders Østergaard gir oss et innblikk i livene til burmesiske videojournalister.

Med fare for eget liv og helse lager de reportasjer om forholdene i sitt eget lukkede land.

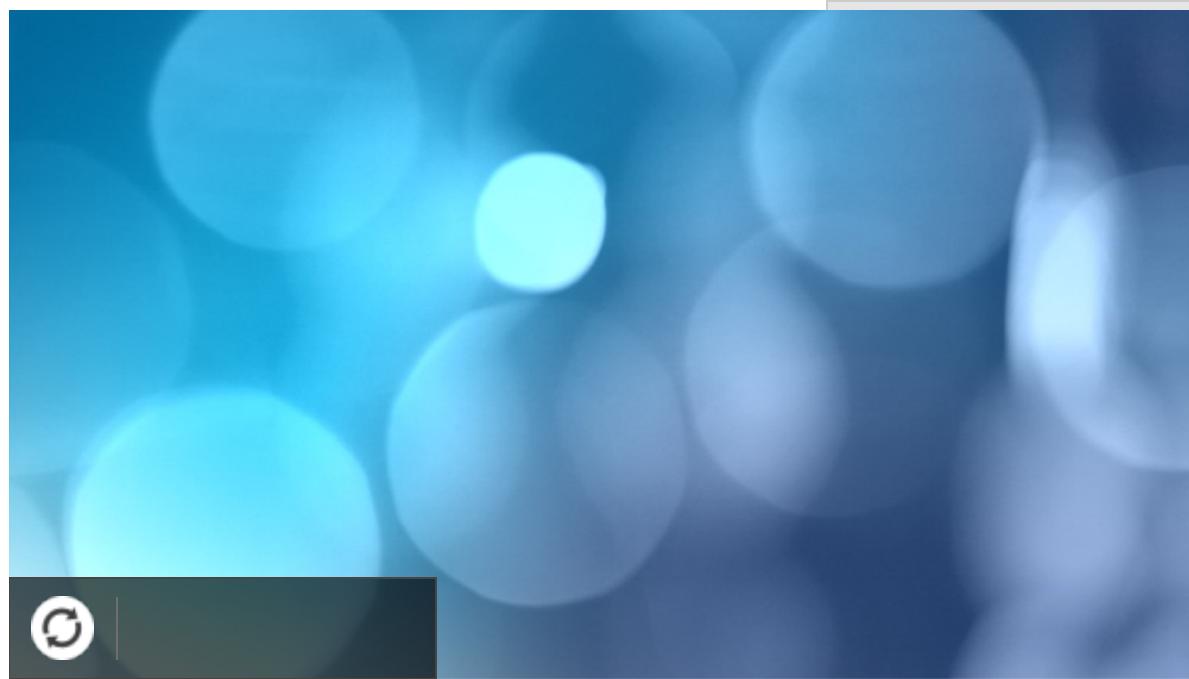
Materialet blir smuglet ut av landet og kringkastet via satellitt tilbake til det burmesiske folk.

Les mer og se smakebiter fra filmen på nettstedet [Burma VJ](#).

# Sosiale medier i folkets tjeneste

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Sosiale medier i folkets tjeneste \(92082\)](#)

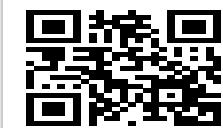


[Ungdommens  
maktutredning: Økt  
makt til unge](#)



Maria Amelie

Husker du hvordan  
norsk presse reagerte  
på den aksjonen som  
ble satt i gang for at  
russiske Maria Amelie  
skulle få bli i Norge?



Kurer om Maria  
Amelie og  
journalistene / audio  
<http://ndla.no/nb/node/92084>



Tawakul Karman leder en protestmarsj mot president Ali Abdullah Saleh i Jemen i juni 2011.

*Opprørerne i Tyrkia mobiliserte massene på Facebook og Twitter. Det samme skjedde i Brasil våren 2013.*

### Facebook – den femte statsmakten

Mens mediene tidligere var alene om rollen som "den 4. statsmakt", opplever vi i disse dager at vanlige folk selv tar regien. Massene mobiliseres raskt til store demonstrasjoner ved hjelp av Facebook og Twitter, og de etablerte mediene følger så opp med store oppslag på TV og i aviser.

Unge mennesker over hele den arabiske verden startet Facebook-opprøret, noe som til nå har ført til regimeskifte både i Tunis, Egypt, Libya og Jemen. I Syria raser borgerkrigen fremdeles. I 2013 ser vi også et gryende middelklasseopprør både i Europa og Latin-Amerika.

På sikt kan denne formen for politisk påvirkning komme til å erstatte mer tradisjonelle påvirkningskanaler som medlemskap i politiske partier eller ad hoc-organisasjoner.

### Gjelder også Norge

*Ungdommens maktutredning* viser at også norske ungdommers sosiale og politiske engasjement i dag tydeligst kommer til syne via sosiale medier som blogger, Facebook og Twitter.

Forsker Petter Brandtzæg sier til Kulturnytt i NRK P2 at vi her ser starten på en ny form for demokrati, aksjonsdemokratiet, der engasjementet er koblet til bestemte saker eller prosjekter. Som et eksempel nevner han Maria Amelie-saken som etter hvert fikk stor oppmerksomhet i mediene våren 2011.

## Aksjonsmakt kan misbrukes

En av utfordringene framover vil være å sikre at sosiale medier ikke misbrukes til bevisst feilinformasjon og til målrettet angrep på demokratisk valgte regimer. Da kan mediene lett bli et våpen i hånden på en elite som ønsker å tvinge sine interesser igjennom på bekostning av andre grupper i samfunnet.

I et demokratisk samfunn er det derfor viktig å sørge for at alle får lik tilgang til å bruke denne kanalen for politisk påvirkning, slik at alle stemmer blir hørt.

# Mediehverdag i Etiopia

Forfatter: Kristin Skare Orgeret

[Mediehverdag i Etiopia \(99746\)](#)



## Mediehverdag i Etiopia / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/99746>

### Etiopisk hverdagssensur

På min første reise til Etiopia for noen år siden var det som om alle taxier og fortausboder spilte den samme sangen. Som om hovedstaden Addis Abeba hadde sitt eget soundtrack. Jeg lærte raskt at det var folkehelten *Teddy Afro*, eller Tewodros Kassahun, som er hans egentlige navn, som sang.

*Teddy's Jah Yasteseryal* lød alle steder. Skopussere og kafégjester sang med på refrenget, og Teddy ble omtalt som musikeren som hadde brakt det lokale språket amharisk tilbake til etiopisk byungdom. Sangene var fulle av håp om en lys fremtid, stolthet over en rik historie og oppfordring til fred og kjærlighet.

Etiopiske helter som legendariske langdistanseverdensmester Haile Gebreselassie og tidligere keiser Haile Selassie ble hyllet, mens noen av tekstene indirekte kritiserte dårlig lederskap. Derfor var *Teddy bannlyst* – sangen *Yasteseryal* kunne spilles verken på radio eller på fjernsyn. Tekstlinjer som "when will the daybreak come" kunne tolkes som et ønske om politisk endring.

Min nysgjerrighet vokste, og jeg intervjuet journalister og DJ-er i den nasjonale radioen. De fortalte at det ble hengt opp lister i redaksjonen med navnet på de sangene de ikke kunne spille. Men offisielt var ikke *Teddy Afros* sanger sensurert, man "spilte dem bare ikke". Selv sensurprosessen var det lagt lokk på. Populærkulturens kraft og makt ble tydelig i et land som fremdeles har et stykke igjen før det kan kalles demokratisk.

Statskontrollerte medier

*Fordypningsartikkelen om mediestruktur i utviklingsland.*

### Huskelappen

**I Etiopia eier regjeringspartiet EPRDF landets to avispresser, 95 % av kringkastingen og 6 av 10 aviser.**

**Etiopiske medier sensureres regelmessig.**

**Journalister og redaktører sensurerer seg selv av redsel for represalier.**

**Mange journalister er fengslet, eller har rømt fra landet.**



Kristin Skare Orgeret

I Etiopia har regjeringspartiet EPRDF 546 av 547 seter i nasjonalforsamlingen. EPRDF eier landets to avispresser og har kontroll over all medieregulering, 95 prosent av kringkastingen og 6 av 10 aviser.

Som det første landet i verden stanset regjeringen all sms-bruk i forbindelse med valget i 2005. Ytringsfriheten har generelt relativt dårlige kår. Statskontrollerte medier er talerør for regimet. Det ble for noen år siden åpnet for privateide aviser. Mange av disse var lite profesjonelle og publiserte en del useriøse sladder i tillegg til rutinemessig kritikk av regjeringens politikk. De mer seriøse sliter i et vanskelig landskap.

#### Antiterrorlover

Det er neppe en enkel oppgave å styre et fattig jordbruksland som Etiopia med 88 millioner innbyggere, til dels store indre spenninger og utfordrende nabolandsrelasjoner. I 2009 innførte Etiopia strenge antiterrorlover som medførte en direkte innskrenkning av det demokratiske rommet og ytringsfriheten. Det er ulovlig å omtale deler av den politiske opposisjonen, og journalister som overskridt grensen, blir fengslet.

Som et resultat skyter selvsensuren i været. Journalister og redaktører sensurerer seg selv av redsel for represalier. Mest oppmerksomhet utenfor Etiopia har kanskje de to svenske journalistene som tok seg inn i landet ulovlig og ble arrestert i Ogaden, sørøst i landet, fått. De to svenskene ble dømt for terrorisme.

Det er også fem andre etiopiske journalister som sitter i fengsel. Ifølge *Comitee to Protect Journalists* ([www.cpj.org](http://www.cpj.org)) toppt Etiopia listen over land som har tvunget journalister i eksil. 79 har flyktet de siste årene, og aviser som Addis Neger og Awramba Times er nedlagt etter at journalistene deres rømte landet i 2009. Etiopiske nettavisar sensureres regelmessig.

Og Teddy Afro? Han ble selv arrestert angivelig for å ha kjørt ned og drept en fotgjenger i 2008, men slapp ut året etter på grunn av god oppførsel. I april 2012 kom hans nye album *Tikur Sew*. Det satte nye salgsrekorder allerede den første uken. Det er lite som tyder på at populærkulturen har mistet sin kraft i landet som er noe så uvanlig som et afrikansk land uten kolonihistorie.

#### Mediestemmer

Kristin Skare Orgeret er førsteamanuensis på Institutt for journalistikk og mediefag ved Høgskolen i Oslo. Hun har forsket spesielt på medienes rolle i konflikter og demokratiseringsprosesser.

Kristin har bodd i Norge, Frankrike, Elfenbenskysten, Zimbabwe og Sør-Afrika. Hun har jobbet i land som Bangladesh, Etiopia, Indonesia, Irak, Kurdistan, Mozambique, Namibia, Nepal, Pakistan, Sri Lanka, Sør-Sudan og Zambia.

Les mer om spennende prosjekter på

[bloggen til Kristin Skare Orgeret](#)

#### Ressurser

[Comitee to Protect Journalists](#)

[Teddy Afro - Tikur Sew](#)

#### Til ettertanke

Sensur av  
populærmusikk skjer  
også i det vi kaller  
*demokratiske*  
*samfunn*. Under den  
første gulfkrigen ble  
Roberta Flacks *Killing*  
*me softly* bannlyst på  
britiske BBC.

# Mediehverdag i Iran

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Mediehverdag i Iran \(119253\)](#)



Pressesensur i Iran / video

<http://ndla.no/nb/node/116663>

## Reportere i eksil

Sheida Jahanbin og Madyar Samienejad er to aktive iranske journalister som har valgt å sette sørkelys på maktovergrep og brudd på menneskerettigheter i hjemlandet sitt. Reportere uten grenser omtaler bloggen til Madyar som verdens beste nyhetsblogg.

Madyar ble fengslet og torturert av iranske myndigheter for sin virksomhet som journalist, og sammen med Sheida valgte han derfor i 2010 å rømme fra landet og søke politisk asyl i Norge. Herfra fortsetter de to unge journalistene å blogge om brudd på menneskerettigheter og situasjonen for politiske fanger i Iran. Drømmen er en gang i framtida å kunne vende tilbake til et fritt og demokratisk Iran.

## Pressefrihet og menneskerettigheter

FN deler menneskerettighetene inn i to hovedgrupper:

- Økonomiske, sosiale og kulturelle rettigheter handler om retten til å få dekket grunnleggende behov.
- Politiske og sivile rettigheter handler om rettssikkerhet, likebehandling og ytringsfrihet.

De aller fleste land i verden, også Iran, har sluttet seg til menneskerettighetskonvensjonene. I artikkel 19 i FNs menneskerettighetskonvensjon heter det blant annet:

*Enhver skal ha rett til ytringsfrihet; denne rett omfatter frihet til å søke, motta og meddele opplysninger og tanker av alle slag, uten hensyn til landegrenser, enten i muntlig, skriftlig eller trykt form, eller ved kunstneriske eller andre uttrykksmidler etter eget valg.*

Ytringsfrihet anses altså som en sentral rettighet som alle mennesker har, uansett styreform.

## Medienes rolle i et teokrati

Ifølge *World Wide Press index* er Iran blant de landene i verden som skårer lavest på pressefrihet, bare slått av Eritrea, Nord-Korea og Turkmenistan. Rangeringen er basert på kriterier som sensur, vold mot journalister, undertrykkende lovverk og statlige mediemonopol.



## Huskelappen

**Ytringsfrihet og  
pressefrihet er  
nedfelt i FNs  
konvensjon om  
menneskerettigheter**

-

**I Iran blir journalister  
fengslet og torturert,  
selv om landet  
prinsipielt har  
pressefrihet.**

**I land med streng  
sensur hender det at  
borgerne selv  
opptrer som  
journalister og  
informerer  
omverdenen om det  
som skjer.**

## Ressurser

[World Press Freedom  
Index 2013](#)

[Ingen fengsler flere  
journalister enn Iran](#)

Eksiljournalisten  
Madyar Samienejad  
har publisert en rekke  
videoopptak fra Iran  
på YouTube:

Styreformen i Iran er en blanding av demokrati og teokrati. Et annet ord for teokrati er prestestyre. Selv om de politiske lederne velges av folket for fire år av gangen, er det den åndelige lederen som er landets øverste leder. Han kontroller både politi- og militærvesenet, rettsapparatet og massemediene. Den religiøse loven, *sharia*, er overordnet landets lover.

Grunnloven av 1979 garanterer i prinsippet pressefrihet. Men aviser må ha offentlig lisens, og journalister og redaktører som publiserer artikler som krenker religionen, ledende religiøse ledere og den offentlige moral, eller som fornærmer navngitte personer, kan bli straffet. (Kilde: Store norske leksikon)

Ingen land i verden fengsler flere journalister enn Iran. Mange av dem som fengsles, blir utsatt for tortur. I praksis er det derfor ingen pressefrihet.

Men når myndighetene fjerner de profesjonelle journalistene, hender det at folket selv inntar rollen som "borgerjournalister". Ved hjelp av mobiltelefoner og sosiale medier sørger de for at verden likevel får innsikt i det som skjer i landet. Det samme gjør mange av de iranske journalistene som har valgt et liv i eksil.



## Mediehverdag i Iran / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/119253>

Les mer om Madyar Samienejad:

[Rømte fra slag, spark og elektrosjokk](#)



Sheida Jahanbin har laget radiodokumentar for NRK om hvordan det er å komme som politisk flyktning til Norge.



Min bit av himmelen / audio  
<http://ndla.no/nb/node/119236>

# Mediehverdag i Chile

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Mediehverdag i Chile \(119383\)](#)



Pressefrihet i Latin-Amerika / video

<http://ndla.no/nb/node/116666>

Demokrati i skyggen av militærdiktaturet

Chile ble en selvstendig, demokratisk stat i 1818. Landet har derfor en historisk tradisjon for demokrati på linje med Norge.

I hele Latin-Amerika er det store forskjeller mellom rike og fattige. Chilensk historie er derfor preget av sterke politiske motsetninger mellom mennesker som tilhører ulike sosiale klasser, slik som landeiere og arbeidere.

I 1973 ble den demokratisk valgte presidenten, sosialisten Salvador Allende, styrtet gjennom et USA-støttet militærkupp. General Augusto Pinochet overtok makten, og landet ble styrt av de militære helt fram til 1990. I denne perioden ble opposisjonelle fengslet, og mange forsvant spørlost.

I dag har landet igjen en demokratisk valgt president og en lovgivende forsamling. Presidenten utnevner regjeringen.

Markedsliberalisme og eiermakt

Chilensk politikk er preget av privatisering og markedsliberalisme. I mange land i Latin-Amerika er det et lite antall familier som har store eiendommer og mye makt. Dette kalles *oligarki* (fåmannsvelde).

To familier eier 90 % av chilenske medier:

- Copesa-familien eier 7 aviser og de 10 viktigste radio- og fjernsynskanalene.
- Edwards-familien eier de 20 største avisene.

Det finnes andre medier, men disse har dårlig økonomi og vanskelige arbeidsforhold. Noen opposisjonelle aviser får tilskudd fra eksilchilenere eller andre støttespillere i utlandet.

Medieeierskap og demokrati



Huskelappen

**I perioden 1973 til 1990 var Chile et militærdiktatur.**

**I denne perioden ble mange journalister drept fordi de kritiserte regimet.**

**Chile er i dag et demokrati med ytringsfrihet og pressefrihet, men mediemakten er samlet på få hender.**

**To familier eier nesten alle mediene i landet. Derfor kommer ikke alle samfunnsgrupper til orde i media.**

Ressurser



[World Press Freedom Index 2013](#)

[Kampen om ordet i Latin Amerika](#)

Chile har i prinsippet en fri presse, og er rangert på topp blant landene i Latin-Amerika når det gjelder pressefrihet. En årsak til dette er at rangeringen legger liten vekt på eierstruktur. Et reelt demokrati forutsetter at makten deles, og at alle grupper i befolkningen kommer til orde. I Chile eier et fåtall personer alle viktige medier. Det fører til at stemmen til ulike befolkningsgrupper ikke i like stor grad blir hørt.

Den interamerikanske kommisjonen for menneskerettigheter (CIDH) problematiserer dette forholdet i en prinsipperklæring om ytringsfrihet som gjelder for alle stater i Sør- og Nord-Amerika. Her heter det:

*«Monopoler og oligopoler i medieeierskapet og mediekontrollen [...] konspirerer mot demokratiet ved å begrense mangfoldet som må til for å sikre den fulle utøvelsen av borgernes rett til informasjon».*

(Kilde: Kampen om ordet i Latin Amerika.)

#### [Mapuchene sulter og mediene tier](#)



Mannen til Ana Rojas var en av de mange som forsvant da de militære hadde makten i Chile. I år 2000 kunne chilenske aviser fortelle at høyesterett hadde opphevet immuniteten til general Augusto Pinochet, slik at han kunne bli straffedømt for sine ugjerninger mot det chilenske folket.

# Journalist - et risikoyrke

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, Kristin Skare Orgeret, Amendor AS  
[Journalist – et risikoyrke \(99741\)](#)



Afrikansk journalist / video

<http://ndla.no/nb/node/99712>

## Pressefrihet – kjennetegn på demokrati

Et av de viktigste prinsippene i et demokratisk samfunn er at alle borgere har rett til å mene hva de vil, og å gi uttrykk for det i skrift og tale. *Pressefrihet* betyr at en journalist fritt kan publisere informasjon i aviser, radio, TV og på nett uten forhåndskontroll fra offentlige myndigheter. I et autoritært samfunn vil både enkeltborgere og massemedier være underlagt sensur fra myndighetenes side. I totalitære regimer er det å være journalist et risikoyrke.

De fire første månedene av 2012 ble i gjennomsnitt en journalist drept i verden hver 5. dag. Det er en viss sammenheng mellom graden av demokrati i et land og hvordan landet behandler sine journalister. I 2011 ble 66 journalister drept, 1044 satt i fengsel, 1959 fysisk angrepet eller truet, 71 kidnappet, mens 73 journalister måtte flykte fra sine land.

Organisasjonen *Reportere uten grenser* rapporterer jevnlig om overgrep mot journalister over hele verden. Her er tre eksempler:

- I april 2012 ble den syriske journalisten Mohammed Abdelmawla Al-Hariri dømt til døden for "høyforræderi og kontakt med fremmede makter" etter at han ble intervjuet av nyhetskanalen Al-Jazeera om situasjonen i hjembyen Deraa.
- Den somaliske radiojournalisten Ahmed Ado Anshur ble myrdet 24. mai 2012 på vei hjem til Mogadishu. Han var den sjette journalisten som ble drept i Somalia i 2012. Mogadishu er blant de ti farligste stedene i verden å oppholde seg på for en journalist.
- 20. mai 2012 blokkerte pakistanske myndigheter tilgangen til Twitter i 12 timer.

## Fatullajev kjemper for ytringsfrihet

Aserbajdsjan er et eksempel på et autoritært regime. Her blir mange journalister kastet i fengsel, og aviser og kringkastingsstasjoner risikerer å bli stengt dersom de våger å kritisere makthaverne. Den kjente avisredaktøren Ejnulla Fatullajev er en av dem som kjemper for ytringsfrihet i Aserbajdsjan. I mai 2012 mottok han UNECOs ytringsfrihetspris, *World Press Freedom Prize*.

Ejnulla Fatullajev ble arrestert av myndighetene i 2007. Han ble anklaget for å spre falsk informasjon om den såkalte Khojali-massakren i 1992, der hundrevis av azerbajdsjanere mistet livet. Amnesty International, Den norske Helsingsforskomiteen og en rekke andre menneskerettighetsforkjemperne aksjonerte for å få Fatullajev satt fri. I mai 2011 ble han endelig en fri mann, etter å ha blitt fullstendig renvasket av menneskerettighetsdomstolen i Strasbourg.

Huskelappen

I et land med pressefrihet kan journalister fritt publisere informasjon i aviser, radio, TV og på nett uten forhåndskontroll fra offentlige myndigheter.

I totalitære regimer er journalis et risikoyrke. I snitt drepes en journalist hver femte dag.

Ressurser

Pressefrihetsbarometeret til [Reportrar utan gränser](#)

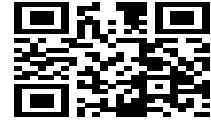
Se kart som viser tilstanden for pressefrihet i verden:

[Freedom of the Press Worldwide in 2012](#)

Fokus på Azerbajdsjan



Ejnulla Fatullajev kjemper for ytringsfrihet i Azerbajdsjan.



Intervju med  
redaktør Eynullah  
Fatullayev / video  
<http://ndla.no/nb/node/99522>

I 2010 laget den  
norske journalisten  
Erling Borgen en  
dokumentarfilm om  
Ejnulla Fatullajev:

[Fangen fra  
Aserbajdsjan](#)

Filmen viser hvilke  
forhold journalister  
arbeider under i  
Aserbajdsjan.



Test hva du kan nå!

## Medieutvikling i nord-sør-perspektiv

Forfatter: Kristin Skare Orgeret, Amendor AS

[Medieutvikling i nord-sør-perspektiv \(99765\)](#)



Huskelappen  
Ikke-industrialiserte  
land med behov for  
utviklingshjelp blir kalt  
*utviklingsland*.

I dag er det mer  
vanlig å snakke om  
*land i sør*.

Mediestrømmen går fra  
nord til sør. Men nye  
multinasjonale TV-  
nyhetsskanaler på  
arabisk og kinesisk er i  
ferd med å endre det  
globale mediebildet.

Ressurser

[Globalis – FN's  
interaktive  
verdenskart](#)



Kampanjen Kony  
2012 bekrefter på  
mange måte bildet vi  
har av det afrikanske  
kontinentet.

Se filmen: [KONY  
2012](#)

Damenes  
detektivbyrå



## **Medieutvikling i nord-sør- perspektiv / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/99765>

HBOs TV-serie om Precious Ramotswe detektivbyrå i Botswana gir et annet bilde av det afrikanske kontinentet.

Serien er spilt inn i Botswana med amerikanske Jill Scott i hovedrollen.

## **Nyhetsformidling fra den 3. verden**



## **Medieutvikling i nord-sør- perspektiv / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/99765>

Nyhetsbyrået IPS formidler nyheter fra den 3.verden. Det norske avdelingskontoret ble lagt ned i 2005.



Test hva du kan nå!



Biafra-krigen 1969 på TV / video  
<http://ndla.no/nb/node/99783>

### Utviklingsland eller majoritetsland?

Det er ofte lettere å snakke om fattige og rike land enn om utviklede og mindre utviklede land. Men det er ikke alltid rikdom og utvikling henger sammen. Noen land er veldig rike uten at det kommer befolkningen til gode. Begrepet *utviklingsland* ble introdusert etter andre verdenskrig som en samlebetegnelse på alle ikke-industrialiserte land med behov for utviklingshjelp. Begrepsbruken har gått gjennom forskjellige faser, fra underutviklede land via utviklingsland til den 3. verden, og i dag benytter mange betegnelsen *sør* eller også *det globale sør*.

Merkelappene vi bruker som sorteringsmekanismer, kan forme våre oppfatninger. Den prisbelønte fotografen Shahidul Alam fra Bangladesh tar til orde for at vi heller bør benytte begrepene *majoritets-* versus *minoritetsverden*. De fleste mennesker lever i majoritetsverdenen eller sør, og minoritetsverdenen og dens erfaringer er nettopp det – mindretallets.

Mediestrømmen går fra nord til sør

Likevel går svært mye av mediestrømmene fra nord til sør. Mye medieinnhold, ikke minst nyhetsstoff, produseres i noen rike land i nord og spres til resten av verden.

De store nyhetsbyråene som Reuters (engelsk), AFP (fransk) og UP (USA) har fremdeles stor makt over hva som når folks oppmerksomhet. Nyhetsredaksjoner verden over er ofte avhengige av materialet fra de store, transnasjonale nyhetsbyråene. Bare Reuters forsyner for eksempel 521 000 redaksjoner over hele verden med innhold og leverer noe slikt som 30 000 overskrifter og 3 millioner ord per dag. Da er det naturligvis av betydning hvilke begivenheter nyhetsbyråene fokuserer på. Gjennom å profilere seg som nøytrale leverandører av fakta og ikke meninger spiller nyhetsbyråene en viktig og ofte ubemerket rolle som agendasettere på verdensplan.

K-stoffet dominerer

Det afrikanske kontinentet møter noen særlige utfordringer i mediene. Afrikanske land setter sjeldent dagsordenen økonomisk eller politisk, og mange utenfor kontinentet har problemer med å skille de 52 landene fra hverandre. Det må ofte såkalt K-stoff til for at afrikanske hendelser får nyhetsverdi: krig, krise, konflikt og katastrofe – eller det kuriøse, som når en baby blir født i toppen av et tre. I økende grad kan vi snakke om en sjette K for kjendis: Legg til en Angelina Jolie, Bono eller Madonna, og vips blir Afrika en nyhet.

### "Oss" og "de andre"

Folk langt borte, i kulturell og sosial eller økonomisk betydning, representeres gjerne i mediene som stereotype grupper uten individuell verdi. "Den andre" blir ofte fremstilt som dyrisk, barnslig og usivilisert. Implisitt her ligger et "vi" som har nettopp de positive egenskapene "de andre" mangler.

### Kan mediestrømmen snu?

Samtidig ser vi at de tradisjonelle mediestrømmene fra nord til sør utfordres, ikke minst med spredningen av Internett. Filmindustrien i Nollywood i Nigeria og Bollywood i India produserer nå flere filmer enn Hollywood i året.

Billigere teknologi og det at stadig flere ønsker å ha en stemme med i den internasjonale diskusjonen om verdensmakt, har også ført til stor vekst i globale tv-nyhetskanaler som sender hele døgnet hele uka. Spesielt Al Jazeera English basert i Qatar har tilført verdenspublikummet nye perspektiver. Flere multinasjonale tv-nyhetskanaler på arabisk og på kinesisk gjenspeiler endringer. Samtidig er mediemarkedene fremdeles aller mest nasjonale. De fleste foretrekker lokale medier dersom de kan velge mellom medieinnhold av samme kvalitet.

# Mediestruktur i utviklingsland

Forfatter: Kristin Skare Orgeret, Amendor AS

[Mediestruktur i utviklingsland \(99743\)](#)



Nord-koreansk fjernsyn 2010 / video

<http://ndla.no/nb/node/100102>

## Utviklingsland

*Utviklingsland* er en sekkebetegnelse for en rekke svært forskjellige land, men det er allikevel mulig å finne en del fellestrekks ved mediesystemene i disse landene. En stor del av det vi kaller utviklingsland, er tidligere koloniland og har overtatt den tidligere kolonimaktens til dels svært kontrollerende medielover.

Land med svake statsstrukturer har en tendens til å mistenkliggjøre medienes nærvær og å oppfatte frie medier som en trussel. Som et resultat forsøker statsmakten på forskjellig vis å kontrollere medienes uttrykk og oppfordrer ofte til respekt, nasjonsbygging og patriotisme. Mediene ses som et redskap for å hylle de ledende politikere med "solskinnsjournalistikk" der det positive ved politikerne og deres prosjekter hylles, mens uenighet eller kritikk ofte er fraværende. Dette gir lite spillerom for ytringsfrihet og uavhengige, kritiske medier som kan fylle en demokratisk samfunnsrolle.

Utviklingsland er ofte sammensatte land med mange språk, kulturer og etniske grupper. Dette kan gjøre det utfordrende å skape en mediestruktur som tar vare på alle behov hva informasjon og oppmerksomhet angår.

Ikke alle har tilgang til mediene



Huskelappen

**Land med svak  
statsstruktur  
oppfatter ofte frie  
medier som en  
trussel.**

**Det er vanskelig å  
skape en felles  
mediestruktur i en  
stat som omfatter  
flere etniske  
grupper.**

**Mange fattige har  
ikke tilgang til  
mediene, og  
innholdet er ofte  
rettet mot eliten.**

**Sosiale medier gir  
flere mulighet til å  
ytre seg, men kan  
også brukes til å  
overvåkning og  
kontroll.**

Ressurser

Medietilgang er ofte en utfordring i utviklingsland. Fattigdom medfører at mange ikke har strøm, tv eller datamaskiner. Vi kan snakke om en informasjonskløft mellom rike og fattige land, men også veldig ofte innenfor et land. En liten elite har medietilgang, mens det store flertallet ikke har det. Aviser er ofte dyre, og i mange utviklingsland er graden av analfabetisme høy.

Tilgjengelighet handler også om tilgang til medieinnhold som er tilpasset den målgruppen man tilhører. I mange utviklingsland har allmennkringkastere en svak posisjon, og markedet domineres av medieeiere som er mest opptatt av å tekkes de rike de kan tjene reklamepenger på. Dermed blir interessene til de mindre velstående oversett. De siste årene har man i stadig større grad fått øynene opp for at det ikke bare er tilgang til informasjon, men også for at retten til å bli representert gjennom mediene, og på den måten hørt, er viktig.

### Ny teknologi

Ny teknologi som Internett og mobiltelefoni har revolusjonert kommunikasjons- og mediestrukturen i mange land. Den arabiske våren i Nord-Afrika og Midtøsten viste hvordan Internett har muliggjort informasjonstilgang og skapt utsikter for ytringsfrihet. Opprøret ble også kalt en sosial mediarevolusjon – men det er viktig å huske at det fant sted i samspill med tradisjonelle medier og folkebevegelser.

Nye medier kan virke frigjørende, men kan også brukes undertrykkende. Mange digitale nettverk og kritiske nettsteder sensureres av autoritære regimer, som også kan bruke digitale spor til kontroll og overvåkning.



I 1997 lånte denne kvinnen i Bangladesh penger til mobiltelefon gjennom kvinnekonserten Grameen Telcom. Nå leier hun den ut til de andre innbyggerne i landsbyen Phatira, noe som har forandret livet i landsbyen.

Gjennom mobilnettet er det mulig å komme i kontakt med mennesker over hele verden, selv i land med dårlig infrastruktur.



I flere afrikanske land har bankjenester via mobiltelefon gjort kjøp og salg enklere.

### Hva kan du nå?



Hva kan du om dette nå?

# Hvem skal redde Afrika?

Forfatter: Kristin Skare Orgeret, Amendor AS, Ragna Marie Tørdal

[Hvem skal redde Afrika? \(100023\)](#)



Hvilket bilde av det afrikanske kontinentet møter de tre jentene fra Mosambik når de ser på TV?

Yes, we know it's Christmas!

Rett før jul 2011 svarer en gruppe afrikanske musikere på Bob Geldofs 28 år gamle sang *Do they know it's Christmas?* Svaret de gir er: "Yes, we know it's Christmas!" Den blir ifølge en sør-africansk nettside gitt ut med sangeren Boomtown Gundane i spissen. Gundane fortalte at inntektene fra sangen skulle gå til å lære britiske skolebarn disiplin, å lese og om prevensjon.

Det viste seg ganske snart at det hele var en spøk, men da hadde sosiale medier verden rundt spredd nyheten. Gundane sa at han håpet dette ville gjøre ham til ekspertkilde på britisk politikk og økonomi, slik Bob Geldofs sang nesten 30 år tidligere gjorde ham til en av verdens sentrale mediestemmer om det meste som angår det afrikanske kontinentet.

Fordummende stereotyper?

Spøken traff tilsynelatende en nerve. Vi kan se den som en parallel til diskusjonene om de årlige norske innsamlingsaksjonene på TV. Er de samfunnsviktige, eller skaper de fordummende stereotyper? TV-aksjonene er utvilsomt velmente, men mediebildene – både de visuelle og de språklige – kan være med på å opprettholde skillet mellom "oss" og "dem", og ikke minst: ideen om afrikanere som passive trengende.



*Fordypningsartikkel  
om nord-sør-  
problematikken i det  
internasjonale  
mediebildet.*

Huskelappen

**Vestlige medier  
forsterker stereotype  
oppfatninger av  
afrikanske land.**

**Ofte handler  
historiene om hvite  
som skal "redde  
Afrika".**

Ressurser



Bob Geldof er en av mange hvite menn som ønsker å hjelpe barn i Afrika.

I 1984 spilte en rekke kjente artister inn sangen *Do they know it's Christmas?* Formålet var å skaffe nødhjelp til sultne barn i Afrika.



Felles for mange TV-innsamlinger, hollywoodfilmer eller nettkampanjer som Kony 2012 er forestillingen om at den hvite, modige, ofte mannlige, helten skal "redde" Afrika. Noen av disse mediebildene kan si mye om Norges nasjonale selvbielde, og vi hører et ekko av Terje Tvedts begrep "godhetsregime". Eller som Tvedt hevder, NRKs TV-aksjon speiler "journalistikkens absolute sammenbrudd og verden omskapt til kulisser for Den Gode Intensjon". Kilde: [Dagbladet: TV-aksjonen har utspilt sin rolle](#)

I tillegg kan slike forestillinger om menneskegrupper som passive og ute av stand til å gjøre noe med egne livsbetingelser være til direkte hinder for handel og samarbeid, langsiktig utvikling og endring.

### Afrika er ikke et land

Det afrikanske kontinentet består av 52 land med enorm spennvidde i kultur, sosiale forhold, historie og økonomi. Allikevel skjer det jevnlig, for eksempel når de nye NRK-korrespondentene kunngjøres i mediene: Én skal til Washington, én til Brussel, én til Stockholm og én til "Afrika".

6 av 10 av verdens raskest voksende byer er afrikanske, og her skjer også en teknologivekst nesten uten sidestykke. For noen år siden snakket man om at det var flere fasttelefoner på Manhattan i New York enn på hele det afrikanske kontinentet til sammen. Millioner av afrikanere har hoppet bukk over fasttelefonen og gått rett til mobiltelefoni. En rekke avanserte systemer som pengeoverføring fra mobil til mobil og oppfølging av HIV-/aidssyke skjer nå via mobiltelefonen.

### "På vegne av"-journalistikk

Fremdeles preges mediene i svært stor grad av en ovenfra-og-ned-holdning og "på vegne av"-journalistikk når de rapporterer fra det afrikanske kontinentet. Ekspert fra nord forteller oss på vegne av afrikanerne selv om hva som skjer. Hvorfor kommer vanlige folk så sjeldent til orde som det som Elisabeth Eide kaller *konsekvenseksperter*, eller kvinnen i gata? Hvorfor får vi aldri se afrikanere diskutere politikk på TV?

Det er langt på vei de samme nyhetskriteriene som styrer utvalget av nyheter fra sør som fra resten av verden, men det er muligens ikke nok siden vi mangler det brede bildet. Ser vi for eksempel et nyhetsinnslag om en orkan i USA, har vi mye annen kunnskap om landet som vi kan flette nyheten sammen med. Kanskje trenger vi mer populærkultur fra sør til nord?

## Hjem skal redde Afrika? / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/100023>

Etter 28 år kom svaret fra afrikanske musikere:

[Yes, we know it's Christmas](#)



Dette er også afrikansk virkelighet. Her utfører ugandiske kirurger en komplisert operasjon.



Kristin Skare Orgeret

### Mediestemmer

Kristin Skare Orgeret er førsteamanuensis ved Høgskolen i Oslo. Les hennes artikkel om [vårt bilde av det afrikanske kontinentet](#).



# Den internasjonale skandalepressen

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Skandalepressen i skammekroken \(95766\)](#)



Arrestasjoner i The Sun / video

<http://ndla.no/nb/node/95845>

I fjor ble medieimperiet til Rupert Murdoch rystet av avsløringen av kriminelle arbeidsmetoder i den britiske avisen News of the World. Nå er det skandaleavisen The Sun som står i skammekroken.

Tabloidaviser og skandaleaviser

Begrepet "tabloidavis" blir brukt om løssalgsviser som benytter sensasjonelle overskrifter og store bilder i kampen om kundene. I Norge er Dagbladet og VG typiske tabloidaviser. Enkelte britiske og tyske tabloidaviser går svært langt for å sikre seg de beste skandalehistoriene om kjente artister, kongelige, politikere eller sportsutøvere. Slike aviser blir omtalt som "skandaleaviser". Eksempel på en slik "skandaleavis" er den britiske avisen The Sun.

Kriminelle arbeidsmetoder

I 2011 ble det kjent at avisen News of the World avlyttet telefonene til en rekke kjendiser. Men det viste seg etter hvert at avisen brukte samme metode for å skaffe seg informasjon i kriminalsaker. De avlyttet telefonene til ofre, pårørende og advokater, og også pårørende til soldater som ble drept i Afghanistan og Irak. Da dette ble kjent, ble presset på eierne så stort at avisen ble nedlagt.

Murdochs medieimperium

Avisen News of the World var en del av det verdensomspennende medieimperiet News Corporation, eid av Rupert Murdoch. News Corporation hadde i 2011 over femti tusen tilsatte over hele verden, og en omsetning på 177 milliarder kroner.

Bestikkelselser av kilder



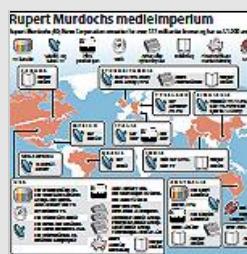
Huskelappen

Rupert Murdoch eier en rekke mediebedrifter over hele verden.

Flere mener at Murdoch setter hensynet til inntjening høyere enn presseetiske prinsipper.

De britiske avisene News of the World og The Sun er under etterforskning for kriminell virksomhet.

Ressurser



Nyhetsgrafikk:



Rupert Murdochs medieimperium / fil  
<http://ndla.no/nb/node/95775>

Skandalen i News of the World rokkes ved troverdigheten til en av verdens mektigste medieeier. Og det viser seg nå at flere av Murdochs aviser har handlet i strid med loven. I februar 2012 ble fem sentrale medarbeidere i den britiske avisa The Sun arrestert for å ha betalt offentlige tjenestemenn penger for tilgang til fortrolig informasjon. The Sun ble etablert i 1964 og kjøpt opp av Rupert Murdoch i 1969.



Avisoppslug om prins

Harry i den britiske  
skandaleavisen The  
Sun.

# Amerikanske TV-serier erobrer verden

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg, Ragna Marie Tørdal  
[Seriemesteren Home Box Office \(99607\)](#)



It's not TV – it's HBO

Slik lyder slagordet til den amerikanske betal-TV-kanalen *Home Box Office*. Siden oppstarten i 1972 har HBO produsert serier, filmer og dokumentarer av høy kvalitet. Ifølge Simon Sutton, president for *HBO International and Content Distribution*, er HBO opptatt av kreativitet, originalitet og å finne den beste historien.

I utgangspunktet trodde ikke HBO på konseptet til TV-serien *Mad Men*. Men at serien viste seg å nå ut til 15 millioner seere, fikk TV-kanalen til å tenke nytt. "Det som ingen før har sett, er unikt, og det er nettopp det unike HBO er opptatt av", sa Sutton i sitt foredrag på Mediedagene i Bergen i 2012.



## Seriemesteren Home Box Office / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/99607>

Scene fra TV-serien *Game Of Thrones*.

### Verdenskjente TV-serier

*The Sopranos*, *The Wire*, *Six Feet Under*, *Sex and the City* og *The Boardwalk Empire* er bare noen eksempler på HBO-serier som har blitt kjent verden over. TV-serien *The Sopranos* startet i januar 1999, og siden da kan man si at HBO har vært symbolet på amerikansk kvalitetsdrama. Serien er særlig kjent for den høye kvaliteten på produksjonen, manusarbeidet, skuespillerprestasjonene og den kinematografiske stilens. Det første i neste omgang til at man begynte å se på TV-innhold som kunst.

HBO lager ofte komplekse serier som krever en del bakgrunnskunnskap for å forstå plotet. Noen seere hevdet at de måtte se de tre første episodene av *The Wire* hele ni ganger før de forstod hva serien egentlig handlet om. Ifølge Sutton er seerne ofte på jakt etter noe som er litt mer krevende og innviklet enn det dagens TV-producenter ofte tror.

Samme innhold på ulike plattformer

**HBO:**  
SERIEMESTEREN  
MEDIEDAGER

Produksjonsselskapet *Home Box Office* har laget TV-seriene

- *The Sopranos*
- *The Wire*
- *Six Feet Under*
- *Sex and the City*
- *The Boardwalk Empire*
- *Game Of Thrones*

Boardwalk Empire

[Scener fra TV-serien](#)  
[Boardwalk Empire på](#)  
[HBOs YouTube-kanal](#)

Simon Sutton

HBO tilbyr i dag sine kunder innhold på forskjellige plattformer som mobil, Internett og betalkabel-TV. Det spiller mindre rolle hvilken plattform kundene benytter seg av. Målet er å få seerne hektet på innholdet slik at selskapet kan finansiere og produsere flere og bedre programmer. Ifølge Sutton er det seernes smak og etterspørsel som til enhver tid endrer innholdet i programmene, ikke hvilken distribusjonskanal man benytter seg av.



## Sex og singelliv / video

<http://ndla.no/nb/node/74105>

### Forteller historien om vår tid

En utviklingstrend i vår tid er at de gode historiene flyttes fra filmlerretet til TV-skjermen. De store, amerikanske TV-seriene blir i dag sett av mennesker over hele kloden. TV-fortellingene former unge menneskers normer og de forestillingene de har om det gode liv, enten de bor i Japan, Palestina, Kenya eller i Norge.

TV-seriene er derfor en viktig eksportør av kulturelle verdier. Når TV-kanalene velger å distribuere innhold også på nett og mobile enheter, er det vanskelig for de statlige myndighetene å kontrollere hva innbyggerne mottar av kulturelle impulser fra verden utenfor. Noen velger å kalte dette for *kulturimperialisme*, siden amerikansk underholdningsindustri er dominerende på verdensbasis.



Artisten og skuespilleren

Little Steven er kjent fra TV-serien The Sopranos. Han spilte også i den norske TV-serien Lillyhammer.



TV-serien Sex og singelliv (Sex and the City) er populær over hele verden.

Film og kino har laget et spennende undervisningsopplegg om

[Amerikansk TV-drama](#).

Her finner du informasjon om ulike serier og forslag til analyseoppgaver.

Lykke til!

# Oppgavesamling

## Sammenlign internasjonale nyhetsskanaler

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Sammenlign internasjonale nyhetsskanaler \(104213\)](#)



Tid:

2 timer

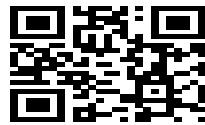
Vanskegrad:

middels

Ressurser

- [Al Jazeera English](#)
- [France 24](#)
- [Russia Today TV](#)

Bruk gjerne et



Registreringsskjema  
nyhetsskanaler / fil  
<http://ndla.no/nb/node/104215>

når du studerer nyhetsdekningen  
i de tre nyhetssanalene.



Det 540 meter høye  
Ostankino-tårnet i Moskva  
sender radio- og tv-  
signaler.



Daværende president Dmitrij Medvedev i Russia Today TV

Nyheterne er vårt vindu mot verden. Nyhetene bringer verden til oss. Opplevelsen av å være øyenvitne gir en spesiell tillit til nyhetssendinger på TV. Vi tror på det vi ser – fordi vi ser det selv.

Men hvem er egentlig kildene? Hvor kommer bildene fra? Hvorfor er akkurat denne formen for framstilling valgt?

I denne oppgaven skal du studere nyhetsdekningen i den arabiske nyhetskanalen Al Jazeera, franske France 24 og russiske Russia Today. Alle disse tre nyhetskanalene har sine egne verdensomspennende nyhetskanaler på TV og nett.

### Oppgave

Registrer og sammenlign gårdsdagens 10 viktigste nyheter i disse tre nyhetskanalene.

Analysen skal gi svar på følgende spørsmål:

1. Hvilke deler av verden handler nyhetene om?
2. Hvordan er nyhetene vinklet?
3. Hvilke nyheter er felles for alle tre kanaler?
4. På hvilken måte skiller nyhetskanalene seg fra hverandre?

5. Studer spesielt nyheter fra Midtøsten. Hvordan vinkles nyheter fra dette området i de tre kanalene?
6. Hvordan vil du forklare likheter og forskjeller?

# Mediestruktur og demokrati

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Mediestruktur og demokrati \(119561\)](#)



Tid

2 timer

Vanskegrad

middels

Ressurser



Registreringsskjema  
pressefrihet / fil  
<http://ndla.no/nb/node/119564>

Nyttige oppslagsverk:

[Store norske leksikon](#)

[Globalis: statistikk](#)

[World Press Freedom Index 2013](#)



I kapittelet *Ut i verden* møter du journalister fra ulike deler av verden. De forteller om mediestruktur og pressefrihet i det landet de kommer fra.

Du skal nå sammenligne styreform, mediestruktur og graden av pressefrihet i land fra flere verdensdeler. Bruk registreringsskjemaet i kartleggingsarbeidet.

- Hvilket land skåret lavest på World Press Freedom Index i 2013? Hvilket land skårer høyest?
- Hvilken sammenheng finner du mellom mediestruktur og graden av demokrati og ytringsfrihet?

## Illusjonen om en fri presse

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Illusjonen om en fri presse \(134281\)](#)



Amerikansk karikaturtegning fra 1912 som viser hvordan kommersielle aktører påvirker pressen.

I den amerikanske medieverdenen styrer de store kommersielle selskapene det meste av informasjonsstrømmen. Slik har det vært i flere tiår.

Se den britiske dokumentaren [Illusjonen om ei fri presse](#) som ble sendt på NRK2 17.03.2014. Dokumentarfilmen varer i 50 minutter og er tilgjengelig på nrk.no til 31.12 2016.

### Oppdrag

- Skriv en avisartikkel på ca. 1000 ord med tittelen:  
**Er pressefrihet en illusjon?**
- Artikkelen skal ha ingress, byline og mellomtitler.
- Du skal også ha med et passende hovedbilde og minst ett eller to mindre bilder med bildetekst.

## Pressesensur i Aserbajdsjan

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg, Ragna Marie Tørdal  
[Pressesensur i Aserbajdsjan \(106086\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

lett

Ressurser

[NRK-team holdt tilbake og truet](#)



Intervju med redaktør Eynullah Fatullayev / video  
<http://ndla.no/nb/node/99522>



Grafikk:  
Aserbajdsjan / flashnode  
<http://ndla.no/nb/node/98830>



En mann blir kontrollert av politiet i Aserbajdsjan.

### Oppgave 1

Les artikkelen *NRK-team holdt tilbake og truet* og hør intervjuet med komiker Amir Asgharnejad på nrk.no

- Hva var årsaken til at journalistene fra NRK ble holdt tilbake?
- Hva kan grunnen være til at azerbajdsjanske medier omtalte dette P3-oppdraget som en hånd mot landet?
- Hvordan reagerte Amir Asgharnejad på det som skjedde?
- Hvordan reagerte NRK på måten journalistene ble behandlet på?

### Oppgave 2

I artikkelen finner du en lenke til artikkelen *Journalister banket bevisstløse*.

- Hva forteller denne artikkelen om arbeidsforholdene for journalister i Azerbajdsjan?
- Hvilket ansvar har internasjonal presse når de dekker begivenheter i land som Azerbajdsjan?

## Burma VJ

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg  
[Burma VJ \(105978\)](#)



Tid

3 timer

Vanskegrad

lett

Ressurser

For å løse denne oppgaven må klassen ha tilgang til den prisbelønte dokumentarfilmen *Burma VJ* på DVD.

Les mer om dokumentarfilmen

[Burma VJ](#)



Burma VJ / video  
<http://ndla.no/nb/node/102955>

### Oppgave

Se dokumentaren *Burma VJ*.

- Hva forteller denne filmen om arbeidsforholdene for journalister i Myanmar under militærdiktaturet?
- For oss som bor i Norge, er ytringsfrihet og pressefrihet en selvfølgelighet. Hvordan ville du ha reagert dersom du ble utsatt for de restriksjonene som militærjuntaen påførte det burmesiske folk?
- Hva har skjedd i Myanmar etter at denne dokumentarfilmen ble laget?
- Hvordan er situasjonen i Myanmar nå?
- Diskuter hvor viktig arbeidet til videojournalistene og Burma-radioen har vært i demokratiseringsprosessen.



## Pussy Riot i nyhetsbildet

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Pussy Riot i nyhetsbildet \(103914\)](#)



Tid  
1 time

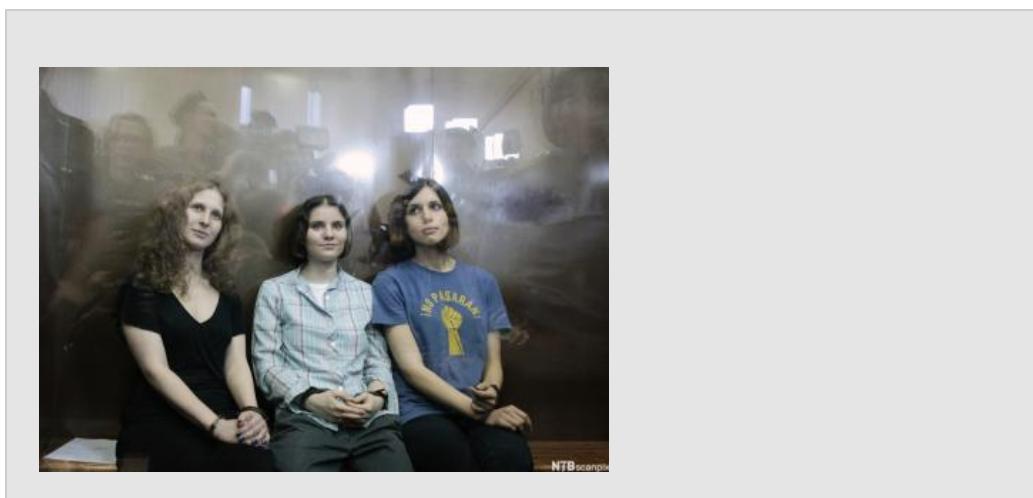
Vanskegrad  
middels

Ressurser  
Internasjonale  
nyhetskanaler:

- [CNN](#)
- [Russia Today TV](#)



Pussy Riot i Moskva



## Oppgave 1

Sammenlign dekningen av saken mot punkbandet Pussy Riot på nyhetskanalene CNN og Russia Today. Gå inn på kanalenes nettside og skriv inn søkeordet "Pussy Riot".

1. Hvem har flest artikler om Pussy Riot?
2. Hvordan vinkles saken på kanalen Russia Today?
3. Hvordan vinkles saken hos CNN?
4. Hvordan vil du forklare forskjellene?

## Oppgave 2

Pussy Riot er ikke de eneste artistene som har blitt nektet ytringsfrihet. Søk på nettet for å finne informasjon om disse artistene:

- Charlie Chaplin
- Victor Jara
- Inger Lise Rypdal

# Ytringsfrihet i terrorens tidsalder

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Ytringsfrihet i terrorens tidsalder \(123485\)](#)



Tid

2 timer

Vanskegrad

vanskelig

Ressurser



[Watergate.info](#)

[WikiLeaks offisiell nettside](#)

[Grenseløs overvåking](#)

[Obama defends internet surveillance programs](#)



## Finn informasjon

1. Hva handlet Watergate-skandalen om?
2. Hva ble konsekvensene av Watergate-skandalen?
3. Organisasjonen WikiLeaks skapte stor oppmerksomhet for et par år siden da de avslørte hemmelig informasjon. Hvordan jobber WikiLeaks, og hvilke reaksjoner har de som jobber for WikiLeaks blitt møtt med?
4. Hvem er Edward Snowden, hvilken bakgrunn har han, og hvilke opplysninger har han kommet med til pressen?
5. Hva skjedde med Snowden etter at det ble kjent at han var kilden til pressens informasjon?
6. Hvordan begrunnet president Barack Obama amerikansk overvåking av telefon- og internetttrafikken?

## Diskuter i klassen

- Finnes det situasjoner der det er riktig av myndighetene å overvåke journalister?
- Er det noen situasjoner der det kan være riktig å overlate sensitiv informasjon som angår rikets sikkerhet, til mediene?
- Er det noen situasjoner der det er galt å gjøre det?
- Bør mediene beskytte kilder som formidler informasjon som kan true rikets sikkerhet?

# Utviklingsland i mediebildet

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal  
[Utviklingsland i mediebildet \(114823\)](#)



Tid

Inntil 5 timer

Vanskegrad

lett

middels

vanskelig

Ressurser

[Globalis.no](#)

På nettstedet *Globalis* finner du informasjon om globale utviklingstendenser, informasjon om ulike land, informasjon om pågående konflikter og et interaktivt verdenskart.

[Nyhetskriterier](#)



[Google Maps](#)

[Slik lager du kart ved hjelp av Google Maps](#)



## [Avisartikkelen](#)

## [Digitale verktøy for reportere](#)



I denne oppgaven skal du undersøke hvordan norske nettmedier dekker nyheter fra utviklingsland. Gå inn på FN-sambandets side *Globalis*. Gjør deg kjent med nettstedet og bildet *Globalis* gir av tilstanden i verden.

### Oppgave 1

Ta for deg dagens utgave av tre store norske nettsteder. Registrer de nyhetene som handler om det vi kaller land i sør eller utviklingsland.

- Hvilke nyhetskriterier har vært avgjørende når avisene har valgt å skrive om nettopp disse hendelsene?

### Oppgave 2

- Velg en større norsk nettavis. Lag et skjema der du registrerer alle utenlandssaker som avisen skriver om i løpet av en uke. I skjemaet noterer du hvilket land nyhetene stammer fra, og hva de handler om. Noter også hvem som har levert nyheten til avisen. Er det et nyhetsbyrå eller nettavisens egne reportere? Ta vare på de artiklene du synes er mest interessante.
- Opprett et kart på Google Maps og legg til en stedmarkering for hvert av de landene nyhetene kommer fra. For hver stedmarkering kan du legge inn en beskrivelse av nyheten. Hvis dere er flere som jobber med oppgaven, kan dere legge inn informasjon på det samme kartet. Del kartet med de andre i klassen. Det gjør du ved å la kartet være offentlig og dele lenken.
- Sammenlign nyhetene dere har registrert, med informasjonen på nettstedet *Globalis*.

- Er nyhetsdekningen i nettavisene preget av positive eller negative nyheter?
- Hvilke opplysninger kommer ikke fram i nettavisene?
- Hvorfor er det slik?
- Hvilke konsekvenser kan det få for vårt bilde av disse landene?

### Oppgave 3

Skriv en nyhetsartikkel om et av landene eller områdene i sør. Artikkelen skal inneholde 1800–2000 tegn. Bruk *Globalis* og de artiklene du har tatt vare på, som kilder. Følg instruksjonen under. Ut fra disse faste reglene kan du gå videre og improvisere.

- Velg minst tre kilder som du vil bygger artikkelen din på.
- Sjekk kildene. Er dette pålitelige kilder?
- Velg ut et tema du vil belyse ut fra informasjonen disse kildene formidler.
- Velg ut den nyheten du synes er viktigst å skrive om.
- Legg vekt på å vinkle saken positivt.
- Lag en kort overskrift som fanger lesernes oppmerksomhet, og som gir dem lyst til å lese videre.
- Følg opp vinklingen i ingressen. Ingressen skal være kort, helst ikke lengre enn 200 tegn eller 20 ord.
- Skriv artikkelen med fallende nyhetsverdi. Det vil si det viktigste først, det minst viktige sist.

## News of the World-skandalen

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Drøft konsekvenser av News of the World-skandalen \(95799\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad

vanskelig

Verktøy

Internett

Egenvurdering

– Brukte du saklige  
argumenter i  
debatten?

– Lyttet du til de  
andres argumenter?



News of the World-skandalen / video

<http://ndla.no/nb/node/95774>

**Lytt til debatten om konsekvensene av News of the World-skandalen i Dagsnytt  
18, NRK, 13. juli 2011.**

### Oppgave 1

1. Hvilke konsekvenser mener paneldeltagerne skandalen i News of the World vil kunne få for britisk presse?
2. Hvilke konsekvenser mener paneldeltagerne skandalen i News of the World vil kunne få for norsk presse?

## Oppgave 2

Diskuter følgende problemstilling i klassen:

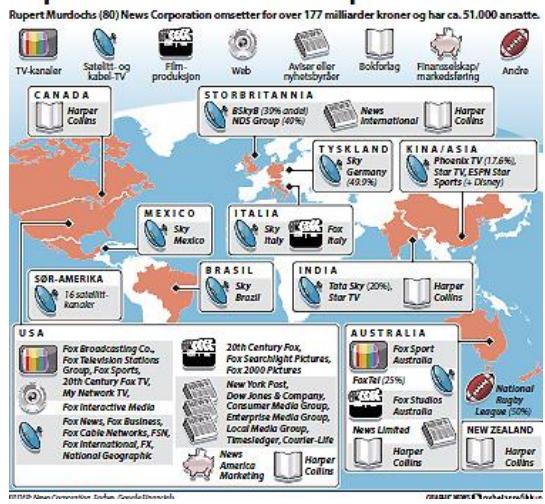
- Finnes det situasjoner der det er riktig av journalister å bruke ulovlige arbeidsmetoder?

# Murdochs medieimperium

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Medieimperiet til Rupert Murdoch \(95806\)](#)

## Rupert Murdochs medieimperium



Tid

1 time

Vanskegrad

lett

Ressurser

Se nyhetsgrafikken i stort format:



Rupert Murdoch's  
medieimperium / fil  
<http://ndla.no/nb/node/95775>

Les artikkelen på  
nrk.no:

[Slik styrer Murdoch  
mediebransjen](#)

Skrivetips:

[Skriveskolen - slik  
skriver du en biografi](#)

## Vertikal integrasjon

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Vertikal integrasjon \(122027\)](#)



Tid

15 min

Vanskegrad

middels

Ressurser

[Mediekonglomerater](#)

[Horisontal og vertikal integrasjon](#)



Mer enn 90 % av omsetningen i bokhandelen kommer fra bedrifter tilknyttet kjeder eller sammenslutninger. Ark-kjeden er eid av Gyldendal Forlag, Tanum eies av Cappelen Damm, mens Aschehoug forlag eier halvparten av Libris-kjeden. I bokbransjen finner vi altså både horisontal og vertikal integrasjon.

Oppgave

1. Hva betyr begrepet "vertikal integrasjon"?
2. Hva betyr begrepet "horisontal integrasjon"?
3. Hva er et konglomerat?
4. Studer figuren fra ijoc.org som viser mediekonglomerater. Hva forteller denne figuren om den vertikale integrasjonen som skjer mellom medieselskapene i dag?

## **Informasjon eller underholdning**

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg  
Informasjon eller underholdning (105180)



Tid

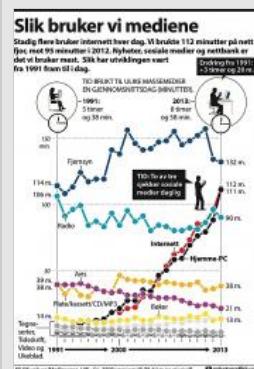
## Oppgave 1: 4 timer

## Oppgave 2: 3 timer

Vanskegrad

middels

## Ressurser



Mediebruk 2011



Lag en  
spørreundersøkelse  
i Google forms / fil  
<http://ndla.no/nb/node/85726>

## Mediebruk 2011 - Statistisk årbok

## Fra resonnerende offentlighet til opplevelsesmarked



### Oppgave 1

Lag en spørreundersøkelse blant et utvalg av lærere og elever på skolen din.

I spørreundersøkelsen skal du finne svar på hvilken gruppe (elever eller lærere) som bruker mediene mest til underholdning, og hvilken gruppe som bruker mediene mest til informasjon.

Presenter resultatene i form av en tabell og en grafisk framstilling. Diskuter resultatet i undervisningsgruppa.

- Hva er grunnen til de forskjellene dere ser?
- Er det grunn til å tro at forholdet vil endre seg når elevene blir like gamle som lærerne?

### Oppgave 2

Skriv en kronikk med følgende tittel:

- **Demokratisk arena eller opplevelsesmarked?**

## HBO etablerer seg i Norge

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg

[HBO på norsk \(104192\)](#)



Tid:  
1 time

Vanskegrad  
middels

Ressurser

I denne artikkelen fra Kampanje kan du lese mer om hvordan HBO skal etablere seg i Norge:

[Slik blir "norske" HBO](#)

Eksempler på TV-serier fra produksjonsselskapet Home Box Office:

- The Sopranos
- The Wire
- Six Feet Under
- Sex and the City
- The Boardwalk Empire
- Game Of Thrones



Scene fra TV-serien True Blood.

Den amerikanske seriemesteren HBO ble høsten 2012 tilgjengelig for norske seere, både som egen TV-kanal og som streaming-tjeneste på PC-en din.

### Oppgave 1

Diskuter hvilke konsekvenser HBOs etablering i Norge kan få for norske TV-kanaler og norske seere.

### Oppgave 2

Ta utgangspunkt i en av HBOs kritikerroste TV-serier og lag en presentasjon på 15 minutter som du holder for undervisningsgruppa.

Viktige punkter som du kan ha med, er handling, plott, miljø, tema og beskrivelse av de viktigste karakterene.

Illustrer serien med bilder og videoklipp. Denne oppgaven kan utføres i grupper på to eller individuelt.

## Hva kan du nå?

### Repeter kapittelet Ut i verden

Forfatter: Torgeir Grov, Amrita Vikøren, Ida Einemo, Sogndal vgs

[Repeter kapittelet Ut i verden \(134050\)](#)

Tips fra Sogndal-elevene

**Elever i 3MIK ved Sogndal vidaregåande skule 2014 har laget videointroduksjoner som du kan du bruke når du skal repetere fagstoffet i kapittelet *Ut i verden*.**

Slik kan du jobbe med fagstoffet

Elevene i 3MIK ved Sogndal vidaregåande skule 2014 laget korte videointroduksjoner da de jobbet med dette kapittelet.

Dette er en god måte å bli kjent med fagstoffet på.

Når du selv er produsent, gjør du stoffet til ditt eget.

Internasjonalt medieeierskap

Denne videoen er laget av Amrita Vikøren.



### Repeter kapittelet Ut i verden / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/134050>

Medier og demokratiutvikling i internasjonalt perspektiv

Denne videoen er laget av Torgeir Grov.



## Repeter kapittelet Ut i verden / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/134050>

Medier i utviklingsland

Denne videoen er laget av Ida Einemo.



## Repeter kapittelet Ut i verden / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/134050>

# **Journalistikk og informasjonsarbeid**

## **Journalistikk**

### **Med sannheten som rettesnor**

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Med sannheten som rettesnor \(125903\)](#)



### **Med sannheten som rettesnor / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/125903>

Klipp fra filmen *En helt vanlig dag på jobben*.

Journalistikk må bygge på fakta

Da en amerikansk radioreporter i 1938 avbrøt et musikkprogram for å melde om kraftige eksplosjoner på Mars etterfulgt av merkelige observasjoner på jorden, strømmet folk ut i gatene i panikk. Sjeldent har en journalist opplevd en slik spontan reaksjon på en radioreportasje. Problemets var bare at den informasjonen som ble formidlet, ikke var sann, men derimot innledningen til den fiktive radiofortellingen *The War of the Worlds* (*Klodenes kamp*).

Journalistikk er informasjon om noe som faktisk finnes, eller noe som faktisk har hendt. Journalisten må derfor alltid ha som rettesnor å formidle det som er sant.

I mange tilfeller er folk uenige om hva som er den virkelige sannheten. Da er det journalistens oppgave å informere på en objektiv måte om de ulike oppfatningene som finnes.

Det kan likevel være situasjoner der en slik objektivitet ikke er på sin plass. Når militære styrker meier ned hundrevis av uvæpnede sivile demonstranter, må det være lov for journalisten å stille seg på ofrenes side i konflikten.

Vurder kildenes troverdighet

Kilder kan lyve eller fordreie sannheten. Da er det journalistens oppgave å vurdere kildenes troverdighet. Det kan du blant annet gjøre ved å oppsøke ulike kilder og holde det de sier opp mot hverandre.

Huskelappen

**Journalistikk er informasjon om noe som faktisk finnes, eller noe som faktisk har hendt.**

**Du er selv ansvarlig for at det du publiserer, er sant.**

**Dersom du ikke er helt sikker på den informasjonen kilden kommer med, må du kryssjekke informasjonen mot andre kilder.**

**Sørg for at begge parter i en konflikt kommer til orde.**

**Egne og andres interesser bør ikke påvirke den jobben du gjør som journalist.**

**Vern om kildene dine.**

Vanligvis oppgir du navnet på de kildene du bruker. Men av og til sitter kilden inne med informasjon som kan true kildens eget liv og sikkerhet. Da kan du referere til en anonym kilde. Men du må kunne gå god for den informasjonen kilden kommer med. Det som kommer på trykk, eller går på lufta, er det uansett du som står ansvarlig for.

Alle fakta må sjekkes nøyne. Husk at informasjonen du finner på Internett, ikke nødvendigvis er korrekt. Bruk sikre kilder, og kryssjekk den informasjonen kildene kommer med.

### Journalistisk integritet

Som journalist skal du opptre som uavhengig, både i forhold til ulike grupperinger i samfunnet, og i forhold til egne, private interesser. Ikke opptre som mikrofonstativ for alle som ønsker publisitet. Det er ikke alle historier som fortjener å bli fortalt. *Vær Varsom-plakaten* har et eget kapittel om journalistisk integritet.

Det er lett å la seg friste til å gjøre en god historie enda litt bedre. I filmen *En helt vanlig dag på jobben* er vi blant annet vitne til hvordan journalistene i skandalepressen "regisserer" situasjoner som siden formidles gjennom helsides reportasjer.

Mange TV-debatter og pressebilder er et resultat av journalistisk regi. En viss regi er viktig for å få en god debatt eller et godt bilde. Men den virkeligheten du formidler, må være sann. Menneskene den handler om, må kunne kjenne seg igjen i den.

### Ord kan drepe

Dersom du har lovet en kilde at navnet ikke skal bli kjent, må du ikke la deg presse til å offentliggjøre dette. *Kildevern* er et viktig prinsipp i all journalistikk.

Det du sier eller skriver som journalist, og de bildene du publiserer, blir sett og hørt av mange mennesker. Negativ omtale kan få store konsekvenser for folks omdømme, og for tilliten til en institusjon eller en bedrift. Du må derfor være helt sikker på at det du formidler, er riktig. Ikke tillegg en person meninger vedkommende selv ikke har gitt uttrykk for. En korreksjon i etterkant går de fleste hus forbi.

Journalistikk er et mektig våpen som kan ødelegge menneskers liv. Tenk derfor gjennom hvordan du selv ville reagert dersom saken handlet om deg og dine nærmeste før du trykker på publiseringssknappen.

## Husk at ord og bilder kan drepe!

### Ressurser

#### Journalistikkens "grunnlov"

- [Vær Varsom-plakaten](#)
- [Redaktørplakaten](#)
- [Tekstreklameplakaten](#)

Nyttige tips når du skal prøve deg som journalist, finner du i NRK skoles

#### [Journalisthandbok for elevar](#)

#### Personportrett i media



I denne videoen nevner Sven Egil Omdal to viktige stikkord for hva som er god journalistikk:

- respekt
- gjenkjennelse

#### Vær varsom-plakaten

Husk at ord og bilder er mektige våpen. Misbruk dem ikke!

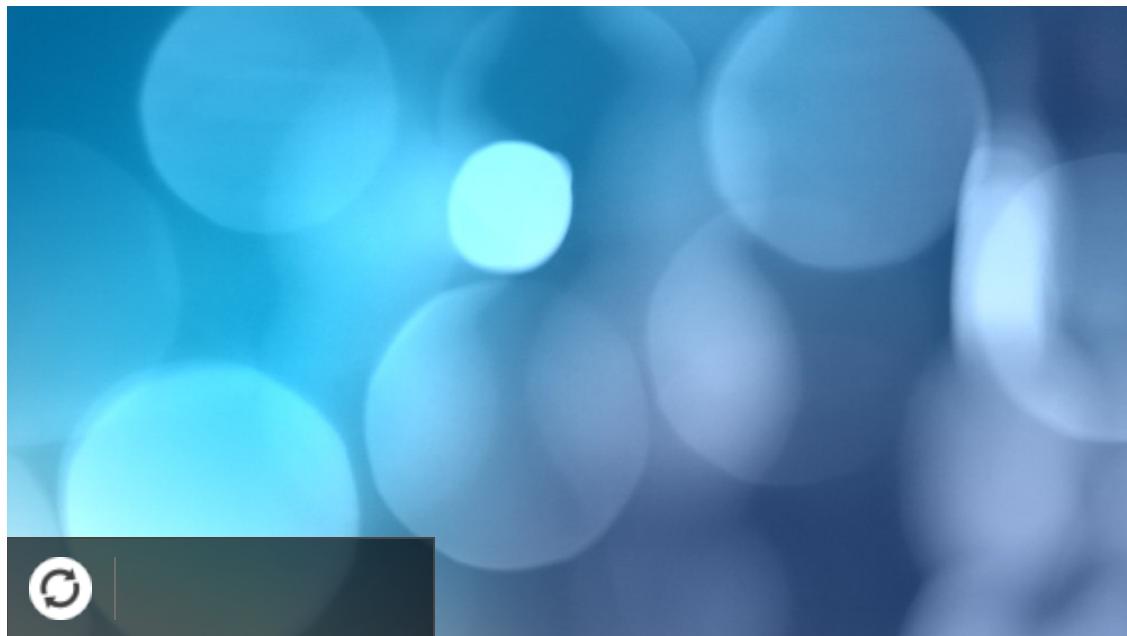




# Research og intervjueteknikk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Research og intervjueteknikk \(125727\)](#)



**Velg riktig  
intervjuobjekt.**

**Formuler åpne  
spørsmål og still  
oppfølgingsspørsmå  
l.**

**Sjekk at den  
informasjonen du  
videreformidler, er  
korrekt.**

## Ressurser

NRK skole har laget  
en egen håndbok for  
journalister:

[Journalisthandbok for  
elevar](#)

Her finner du blant  
annet tips til hvordan  
du kan lage  
videointervju med  
mobiltelefonen.



Svein Tore Bergestuen har følgende tips i artikkelen [Klare spørsmål er halve jobben:](#)

- Still åpne, nøytrale og presise spørsmål.
- Spør om hvem, hva, hvorfor og hvordan.
- Lytt nøye og frigjør deg fra manus.
- Spør om eksempler, detaljer og bilder.
- Hvis du ikke får svar – gjenta spørsmålet til du får svar.

Lær mer om

[Avansert intervjuTeknikk](#)

I et portrettintervju kan du stille helt andre spørsmål enn i et saksintervju.

Se eksempler på [Tennfjord's Blog](#).



Skriv ned spørsmålene du vil stille i intervjuet, på forhånd, men ha alltid øyekontakt med intervjuobjektet.

## Research

*Research* (undersøkelse) er en viktig del av forberedelsen til et intervju. Sett deg godt inn i det temaet eller den saken intervjuet skal handle om. Hvilke fakta finnes? Hvilke problemstillinger er aktuelle? Hvem mener hva? Hvordan kan man forvente at saken utvikler seg?

Deretter må du lete etter intervjuobjekter som kan kaste lys over saken. Det kan være en ekspert som vet spesielt mye om temaet, en person som mener bestemte ting om temaet, eller en person som har personlige erfaringer med temaet. Avtal intervjuet pr. telefon eller e-post på forhånd. Da må du fortelle i hvilken sammenheng intervjuet skal brukes, og hvor det eventuelt skal publiseres.

Før du intervjuer en person, bør du skaffe deg forhåndskunnskaper om intervjuobjektet. Hvilken rolle har personen i den saken du skal belyse? Hvilke kunnskaper sitter vedkommende inne med?

Noter hvordan navnet skrives, og hvilken tittel personen har. Be intervjuobjektet bekrefte at det du har notert, er riktig. Dersom du gjør lyd- eller videooppakt, bør du også sjekke hvordan navnet uttales.

## Vinkling

En sak har mange sider. Du må bestemme deg for hvilken side dette intervjuet skal kaste lys over. Hold deg til den vinklingen du har valgt! Andre sider av saken kan du belyse i en annen sammenheng.

Forbered spørsmålene du vil stille. Tilpass dem slik at de passer til den informasjonen du kan forvente at intervjuobjektet sitter inne med. Det er ikke noe poeng å stille vaktmesteren spørsmål som bare rektor kan svare på.

## Åpne og lukkede spørsmål

Et lukket spørsmål har ofte ja eller nei som svar. Det hender at vi ønsker å tvinge fram et tydelig ja eller nei, for eksempel fra en politiker. Men som oftest ønsker vi at intervjuobjektet skal gi oss mest mulig informasjon. Åpne spørsmål er spørsmål som inviterer intervjuobjektet til å fortelle med egne ord.

I klippet fra NRK skole illustrerer Sofie forskjellen på de svarene man får når man stiller åpne og lukkede spørsmål:

- Er det morsomt å jobbe i NRK skole? (lukket spørsmål)
- Hvordan er det å jobbe i NRK skole? (åpent spørsmål)

## Oppfølgingsspørsmål

Det er viktig å skrive ned de spørsmålene man har tenkt å stille, på forhånd. Men av og til kommer intervjuobjektet med informasjon du ikke hadde tenkt på da du forberedte intervjuet. Da må du være klar til å stille spontane oppfølgingsspørsmål. Jo mer du vet om saken på forhånd, jo enklere er det å følge opp det informanten sier.

Be gjerne om forklaring dersom du ikke forstår det intervjuobjektet forteller om. Det er vanskelig å gjengi noe man ikke helt har forstått.

## Notatteknikk og ferdigstilling

Mange journalister noterer stikkord fra intervjuet på en blokk. Du kan også bruke en lydopptaker som støtte for hukommelsen. De fleste har en slik funksjon på mobiltelefonen. Skriv ned eller rediger intervjuet som fort som mulig etter at det er ferdig.

Noen intervjuobjekter ønsker å lese gjennom intervjuet før det går på trykk, eller se innslaget før det blir sendt. Det er vanlig å imøtekomme slike ønsker når du tillegger en person bestemte meninger. Men husk at intervjuobjektet ikke kan "ta tilbake" det vedkommende faktisk har sagt og formulere det på nytt. Alle må stå for det de sier i et varslet intervju.

## Kildekritikk

Forfatter: Jone Nikolai Nyborg

[Hvor har du det fra? \(133191\)](#)



Kildekritikk / video

<http://ndla.no/nb/node/133437>

**Hver dag mottar du haugevis av informasjon fra foreldre, lærere, venner, ukjente, samt ulike medier. Men hvordan vurderer du kvaliteten på opplysningene du får servert? Er alt du får vite, riktig?**

### Kildekritikk

Medieredaksjoner og journalister jobber daglig med vurdering av informasjon. Det kalles *kildekritikk*. Mange profesjonelle nyhetsformidlere lever av sin troverdighet. Da er det svært viktig at det de publiserer, er korrekt.

Du trenger ikke å jobbe i media for å vurdere kvaliteten på informasjon. I skolesammenheng er det svært vanlig at man blir bedt om å forske på, skrive om eller presentere ulike tema for lærer eller klasse. Da kan det være lurt å kjenne til hvordan man kan vurdere kvaliteten på informasjon man finner på nett, biblioteket eller gjennom andre kilder.



### Hvor har du det fra? / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/133191>

Gode råd i jakten på informasjon

- Finn ut hvem som er avsender.
- Hvorfor er nettsiden etablert?
- Bruk alltid mer enn én kilde!



Denne våren har NDLA samarbeidet med *Kampanje for journalistikk*.

*Kampanje for journalistikk* har som mål å bidra til at unge blir gode og kritiske mediebrukere – gjennom kunnskap om kildekritikk, journalistisk metode og medieetikk.

Bak prosjektet står Norsk Journalistlag, Norsk Redaktørforening, Norsk Presseforbund, Landslaget for lokalaviser, Mediebedriftenes Landsforening og Fagpressen, samt NRK og TV 2.

Flere fagtekster og oppgaver

I faget medie- og informasjonskunnskap på NDLA finner du mye spennende stoff om journalistikk, kildekritikk og presseetikk.

Du finner lenker til  
dette stoffet nederst  
på denne sida under  
Fagstoff og Oppgaver.  
Husk å klikke på "Vis  
mer"-knappen slik at  
du ser alt innholdet!

## Oppgave 1

Har du blitt presentert for en nyhet som senere viser seg å ikke være sann?

- a. Hvordan avslørte du bløffen?
- b. Hvordan kan man unngå å bli lurt? Del dine opplevelser og tanker med sidemannen.

## Oppgave 2

Facebook kjøpte vinteren 2014 opp meldingstjenesten WhatsApp. Hvorfor gjorde de det?

- a. Hva slags søkeord vil du bruke for å finne informasjon om dette?
- b. Hvilke treff mener du er relevante og troverdige kilder?

# Nyhetskriterier

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Nyhetskriterier \(6288\)](#)



## Nyhetskriterier / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/6288>

*Denne videoproduksjonen er laget av Sara Skaar Næss,  
MIK-elev ved Kongsberg videregående skole.*

### Hva er en nyhet?

En *nyhet* er noe som nettopp har skjedd, eller noe vi nettopp har fått vite om. Avisredaksjonene oversvømmes hver dag av informasjon om ulike hendelser. Deskens jobb er derfor å velge ut hva som skal presenteres som nyheter på nett og papir. I dette arbeidet legger de vekt på flere *nyhetskriterier*.

### Aktuell

En nyhet må være aktuell. En hendelse kan godt være mange tusen år gammel, men dersom den skal presenteres som en nyhet, må ingen ha hørt om den før. Det kan ta opptil ett døgn før papiravisen er hjemme i abonnementenes postkasse. Derfor har papiravisene i dag en ekstra utfordring når det gjelder å presentere aktuelle nyheter.

### Vesentlig

En nyhet må være vesentlig og ha informasjonsverdi. 22. juli 2011 satt alle i Norge klistret foran PC-en eller fjernsynsskjermen for å få med seg siste nytt. Informasjon som er viktig for liv og helse, er vesentlig for alle norske borgere. Men ellers er det slik at det som er vesentlig for en person, ikke nødvendigvis er vesentlig for alle andre.

Synet på hva som er viktig, påvirkes av samfunnsendringer eller motebølger. Nyheter er derfor en god målestokk på hva som blir sett på som viktig i samfunnet. I kommunikasjonsteorien blir dette kalt *statusoverføringsfunksjonen* – massemediene gir status til dem eller de som får oppmerksamhet. Dersom du virkelig er noe, vil du få mediernes oppmerksamhet, og dersom du får oppmerksamhet, da må du virkelig være noe.

### Nærhet



### Huskelappen

**Nyhetskriteriene sier noe om hvilken nyhetsverdi en hendelse har.**

### Nyhetskriterier

- aktualitet
- vesentlighet
- nærhet
- identifikasjon
- sensasjon
- konflikt
- eliteperson/kjendis

**Jo flere nyhetskriterier en hending dekker, jo større sannsynlighet er det for at den blir en nyhet.**

**Noen dager er terskelen for å få en nyhet med i avisas eller sendingen høyere enn andre dager.**

En nyhet må oppleves som nær. Vi leser gjerne en halv side om en ulv som er blitt observert i nabologet, men hopper over en artikkel om isbjørnenes skjebne i polarhavet. Psykisk nærlheten er vel så viktig som geografisk nærlhet. Det vi blir følelsesmessig berørt av, er en god nyhet.

### Identifisering og personifisering

Det er bare én ting som interesserer alle mennesker, og det er mennesket selv. En ulykke, en naturkatastrofe eller en krig blir en bedre historie hvis vi får møte et av ofrene. Journalister er derfor ofte opptatt av å finne et "case" – et ansikt som kan fronte historien.

### Sensasjonell

Sensasjoner handler om det merkverdige, det kuriøse, eller det vi aldri hadde ventet skulle skje. Det klassiske eksempelet i journalistikken er at nyheten "Hund biter mann" har lav nyhetsverdi, mens derimot overskriften "Mann biter hund" får oss til å sperre øynene opp.

### Tydelige konflikter

Konflikter skaper oppmerksomhet og interesse. Tydelige konflikter er viktig i all mediedramaturgi, også i nyhetstekster. Journalister er derfor alltid på leting etter motsetninger og klare fronter når de velger sine kilder. Noen hevder at konfliktstoff på denne måten fortrenger alle "gladsakene" fra avisspaltene.

### Elite

Personer er lettere å få øye på enn strukturer og prosesser. Ekspertkilder gir tyngde til nyhetsfortellingen. Derfor velger journalister ofte å intervju ledere og politikere. Mediene prioriterer også ofte stoff som angår supermakter, som for eksempel USA. Det er kanskje ikke så rart, når vi vet at vi får det meste av nyhetsstoffet fra amerikanske telegrambyrå. Stoff fra den tredje verden blir sjeldent prioritert.

### Nyhetsstorsk

Selv om en nyhet tilfredsstiller alle disse nyhetskriteriene, er det ikke sikkert at den kommer på trykk i avisene. Den dagen prinsesse Diana døde, ble alle andre nyhetssaker slettet på avisenes forsider. Men i "agurktida" i fellesferien opplever vi ofte oppslag om hendinger som normalt ellers ikke ville fått plass, fordi redaksjonen trenger stoff. De som ønsker å få ut en pressemelding i nettavisene, har for lengst oppdaget at søndag morgen er en dag da journalister lett tør til informasjon som er for hånden der og da.



Sjefredaktør Bernt

Oulfsen i VG med  
dagens VG i hendene



Avisoppslag i The Sun.

Hvilke nyhetskriterier  
har avisen lagt til grunn  
her?

### Til fordypning

[All makt hos  
journalisten?](#)

Masteroppgave av  
Astrid Lund Engen  
(UIT 2006)

# Gravejournalistikk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Yrke: Researcher \(96733\)](#)



Om research i Brennpunkt 1 / video

<http://ndla.no/nb/node/96334>

## Gravejournalistikk

En *gravejournalist*, eller *researcher*, er som oftest en del av et redaksjonsteam. Researcheren kommer med ideer til artikler eller programmer, og forslag til hvilke kilder som kan belyse saken.

En viktig del av arbeidet er å hente inn og verifisere informasjon fra ulike kilder. Å verifisere betyr å sjekke at informasjonen er riktig. Ofte er det andre journalister eller programledere som er ansiktet utad når saken publiseres.

Store mediebedrifter har mulighet til å tilsette egne personer som har som jobb å grave fram informasjon til bruk i bakgrunnsartikler, reportasjer eller dokumentarer. Jo større en mediebedrift er, jo mer spesifikke arbeidsoppgaver har en researcher.

## Researcher i Brennpunkt

NRK Brennpunkt er Norges største redaksjon for undersøkende journalistikk. Redaksjonen formulerer mandatet sitt slik: "Vår oppgave er å fortelle deg ting du bør vite om, men som noen forsøker å skjule."

Per dato jobber fem journalister i redaksjonen med tittelen researcher. I tillegg består redaksjonen av redaktør, prosjektleder, programleder og produsenter.



## Slik jobber en researcher

- Deltar i redaksjonsmøter
- Utvikler ideer
- Brifer andre
- Skaffer fakta fra kontorer og arkiver
- Kontakter kilder
- Sjekker kildenes troverdighet
- Gjør avtaler
- Henter inn informasjon
- Verifiserer informasjon



Gravejournalistikk i NRK:

[Brennpunkt](#)

[Brennpunkt vant gull for "Operasjon sjøbris"-dokumentar](#)

# Kampanjen for journalistikken

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Kampanjen for journalistikken \(137384\)](#)



## Demokratiets vaktbikkjer

Et demokratisk samfunn er avhengig av dyktige journalister som formidler betydningsfulle nyheter og holder makthaverne i ørene.

– Uten journalister hadde samfunnet vært fattigere. Vi ønsker å oppnå større oppmerksomhet rundt journalistikken som en viktig bærebjelke i et fullverdig demokrati, sier prosjektleder Arnt Sommerlund i Kampanjen for journalistikken til nettavisen journalisten.no.

## Journalistikken er under press

I dag er kvalitetsjournalistikken under press fra flere kanter. Overgangen fra papiravis til nettavis gjør at mange mediehus ser seg tvunget til å redusere antall journalister i redaksjonene. Samtidig øker tallet på kommunikasjonsmedarbeidere og medierådgivere. Betalt informasjon vinner fram på bekostning av journalistikk som har allmennheten som oppdragsgiver. Informasjon flyter fritt i sosiale medier uten at noen har mulighet til å etterprøve holdbarheten i det som blir formidlet.

#KORHARDUDETFRÅ

Dette er saken  
NDLA har innledet et samarbeid med Kampanjen for journalistikken.

Kampanjen setter fokus på journalistikk som en viktig bærebjelke i et demokrati.

Bak kampanjen for journalistikken står et samlet medie-Norge:

- Norsk Journalistlag
- Norsk Redaktørforening
- Norsk Presseforbund
- Landslaget for lokalaviser
- Mediebedriftenes Landsforening
- Fagpressen
- NRK
- TV 2

Grethe Melby

I en slik situasjon er det behov for å stille spørsmålet «Hvor har du det fra?», slik Kampanjen for journalistikken gjør. Bak Kampanjen for journalistikken står et samlet medie-Norge: Norsk Journalistlag, Norsk Redaktørforening, Norsk Presseforbund, Landslaget for lokalaviser, Mediebedriftenes Landsforening, Fagpressen, NRK og TV 2.

## Samarbeid med NDLA

På vegne av Kampanjen for journalistikken tilbyr NDLA nå spesielle opplæringspakker for elever i samfunnssfag og mediefag. Opplæringspakkene tar utgangspunkt i tematikk rundt kildekritikk, ytringer i sosiale medier, journalistikk og presseetikk, og vises i fagmenyene under menypunktet «Prosjekt Hvor har du det fra».

– I en stadig mer kompleks og fragmentert mediehverdag ønsker vi å bidra til at unge blir bedre og mer kritiske mediebrukere gjennom kunnskap om kildekritikk – både i sosiale og redigerte medier, sier Arnt Sommerlund.

Kampanjen for journalistikken har hyret inn medielærer Grethe Melby fra Laksevåg videregående skole til å hjelpe til med å utarbeide de undervisningsoppleggene som nå publiseres på ndla.no. Opplæringspakkene består i tillegg av fagtekster og oppgaver produsert av NDLA selv.

Til nå har TV 2 bidratt med tre undervisningsvideoer. Vi håper at flere av mediebedriftene som støtter kampanjen, etter hvert kommer med egne bidrag.

## Flere markeringer

Kampanjen for journalistikken har til nå i år hatt flere markeringer i regi av lokale journalistlag, mediehus og samarbeidspartnere, som markering av pressefrihetens dag 29. april, arrangementet Ungdommens PFU 6. mai og MBLs konferanse om unge leser 18. september.

Flere mediehus inviterer nå elever og lærere til åpent hus. Samtlige 13 distriktskontorer i NRK har satt som mål at hver region/fylke skal arrangere minst ett tiltak i løpet av høsten, som er knyttet til målene i «Hvor har du det fra?» – Kampanjen for journalistikken.

Grethe Melby fra Laksevåg videregående skole utarbeider undervisningsopplegg for kampanjen, og publiserer disse på ndla.no

En bevisst mediebruker vil alltid stille spørsmålet:

*Hvor har du det fra?*

Kampanjen har sin egen blogg:

[Kampanjen for journalistikken](#)

Her kan du lese mer om de ulike arrangementene i regi av kampanjen.



Arnt Sommerlund er prosjektleder for Kampanjen for journalistikken.

# Ungdom usynlige i nyhetsmediene

Forfatter: Kampanjen for journalistikken, Ragna Marie Tørdal

[Ungdom usynlige i nyhetsmediene \(137515\)](#)



**Ungdom i alderen 15–19 år er så godt som usynlige i nyhetsmediene. Det viser et av hovedfunnene i en fersk medieanalyse som «Hvor har du det fra?» – Kampanjen for journalistikken har fått gjennomført.**

Medieanalysen ble presentert torsdag 18. september, på UNG-konferansen til Mediebedriftens landsforening / Avis i skolen – i samarbeid med Kampanjen for journalistikken.

– De redigerte mediene vil gjerne at ungdom skal engasjere seg i nyhetsmedier, men da må vi i nyhetsmediene bli flinkere til å engasjere oss i ungdom, sier prosjektleder Arnt Sommerlund, som leder medienes eget prosjekt «Hvor har du det fra?» – Kampanjen for journalistikken.

Denne saken er laget av Kampanjen for journalistikken for NDLA.

Kampanjen setter fokus på journalistikk som en viktig bærebjelke i et demokrati.

Bak prosjektet står Norsk Journalistlag, Norsk Redaktørforening, Norsk Presseforbund, Landslaget for lokalaviser, Mediebedriftenes Landsforening og Fagpressen, samt NRK og TV 2.

## Få saker – få stemmer

Medieanalysen er gjennomført av medieforsker Rune H. Krumsvik. Hovedfunnene viste at det er få saker i nyhetsmediene med ungdom i alderen 15–19 år. I de få sakene som er, dominerer gladsaker fra sport og kultur.

– Når man følger den daglige nyhetsdekkningen systematisk med blikket til en ungdom, framstår den som oppsiktsvekkende irrelevant, sier Krumsvik.

Ungdom får sjeldent oppslagssakene, men må nøye seg med sidetopper og notiser. Ungdom er noe mer til stede i lokale medier enn i riks- og regionale medier. Dessuten viste det seg at unge selv ikke bestandig får komme til orde. I 42 prosent av sakene var det voksne (foreldre, lærere, trenere, korps-/korledere og lignende) som talte på vegne av de unge.

## Glemmer nettutgavene

## Undersøkelse

### [De usynlige](#)

En studie av aldersgruppen 15–19 år i norske nyhetsmedier

Et av de overraskende funnen fra denne medieanalyesen var at mediehusene har så få nyhetssaker om ungdom i sine nettutgaver.

– Norske medier satser på nett for å nå ungdommen, men ser ut til å ha glemt at noe også må gjøres med innholdet på nettutgavene, sier Krumsvik.

Mediehusene har betydelig færre ungdomssaker på nett enn i sine papirutgaver. Som eksempel kan nevnes at det mediehuset med flest ungdomssaker på papir, hele 23 saker, brukte bare 3 av disse nyhetssakene om ungdom i sin nettutgave.

Dette funnet er overraskende fordi andre undersøkelser viser så tydelig at ungdom bruker Internett-medier i langt større grad enn papir. SSBs «Mediebarometer» viste at 26 prosent av unge i alderen 16–24 år leser papiravis, men det tilsvarende tallet for nyheter på nett er hele 64 prosent.

SSBs  
mediebarometer  
[Norsk  
mediebarometer  
2013](#)



Spørsmål til rapporten De usynlige / h5p\_content  
<http://ndla.no/nb/node/137533>

Les rapporten

[De usynlige](#)

En studie av  
aldersgruppen 15–19  
år i norske  
nyhetsmedier

# På jobb i Fædrelandsvennen

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, Tom Knudsen, Kristin Eriksen Vold

[På jobb i Fædrelandsvennen \(72144\)](#)



Reporter på jobb / video

<http://ndla.no/nb/node/72142>

Birgit Klækken er journalist i regionavisa *Fædrelandsvennen*. I 2000 mottok hun Sørlandets pressepris for en nyhetssak der hun som første norske journalist kunne avsløre at kronprins Haakon og Mette-Marit Tjessem Høiby var kjærester. Den nyhetssaken hadde naturlig nok stor allmenn interesse.

Les Birgittes nyhetssak: [Kronprinsens nye kjærlighet](#)

## Morgenmøte

Birgittes dag som reporter starter med morgenmøtet i redaksjonen. Det er fredag og morsdag på søndag, og et naturlig tema for morgendagens avis er en reportasje om morsdagen. Utfordringen er å finne en vinkling som ikke allerede er oppbrukt. Morsdagen kommer jo igjen, år etter år.

Birgitte bestemmer seg for å få svar på spørsmålene:

1. Hva betyr morsdagen for deg?
2. Hvorfor bør mor hedres med en egen dag?

## Ut i felten

Birgitte bestemmer seg for å ta turen ned til Kristiansand sentrum og snakke med tilfeldige mennesker som hun møter på gata. Hun velger å stille samme spørsmål til en rekke ulike personer. Det kalles en *enquête*.

En reporter bør ha gode evner til å komme i snakk med folk og til å få dem til å fortelle sin historie. Kanskje dukker det opp informasjon som gjør at saken får en litt annen dreining enn det reporteren i utgangspunktet hadde tenkt.

Viktige arbeidsredskaper er presseblokk og fotoapparat. Navn og sitater noteres nøyaktig. Ingen ønsker å bli feilslidert i avisas. Bilder av personer er alltid godt stoff. Da er det enklere for leserne å identifisere seg med det saken handler om.

## Tilbake på kontoret

Når intervjurunden er ferdig, drar Birgitte tilbake på kontoret. Nå må hun skrive ut saken.

Hun velger å lage en tekst som setter morsdagen inn i en historisk sammenheng. Så renskriver hun intervjuene med personene hun møtte på gata, og laster de portrettbildene hun vil bruke, ned på harddisken. Nå er det om å gjøre å holde tunga rett i munnen, så bilder og sitater blir knyttet til riktig person.

Når dette arbeidet er gjort, sender Birgitte saken over til desken for redigering og ferdigstilling.

## Morgendagens avis er i postkassa

Slik ble Birgittes reportasje om morsdagen:



Birgitte Klækken

## Reporter på jobb

Vi fulgte reporter Birgitte Klækken på jobb i avisas

Fædrelandsvennen en vinterkald fredag i februar.



Morgenmøte i redaksjonen



Birgitte intervjuer to gutter på Markens



God notatteknikk er viktig



Reporteren må ofte være fotograf også



Tilbake på kontoret



Bilde og tekst kobles sammen



Avisa er gått i trykken

## På jobb som frilanser

Forfatter: Grethe Melby, Kampanjen for journalistikken

[På jobb som frilanser \(138936\)](#)



Morten Strøksnes og Erika Fatland

Når frilanserne Erika Fatland og Morten Strøksnes deltar på Norsk sakprosafestival, går jobben ut på å snakke om bøker. Men dette er bare en liten brøkdel av hva frilanslivet har å by på.

- For tiden er jeg nok mer forfatter enn journalist, sier Erika Fatland. Hun er i Bergen for å delta på Norsk sakprosafestival der hun er invitert for å snakke om den siste boken sin *Sovjetistan*.
- Boken dokumenterer en reise gjennom Turkmenistan, Kasakhstan, Tadsjikistan, Kirgisistan og Usbekistan, forteller Fatland.
- Dette er land som er ganske ulike, men de har det til felles at de alle har vært en del av det gamle Sovjet.

### Masteroppgave ble bok

Erika Fatland har studert ved universitetene både i København og i Oslo:

- Jeg skrev en masteroppgave i sosialantropologi om terroraksjonen i Beslan i 2004. Der mistet 186 barn og 147 voksne livet. Etterpå skrev jeg om oppgaven til boken *Englebyen*, sier Erika, som også har jobbet som frilansjournalist og skrevet artikler som hun har solgt til ulike aviser.

- Men det er nok dokumentarbøker jeg kommer til å jobbe mest med, fortsetter Erika, som forteller at hun også holder på med sin andre skjønnlitterære barnebok.

### Bøker, debattartikler, reportasjer og foredrag

Morten Strøksnes har studert idéhistorie, men ønsket seg ikke en akademisk karriere.

- Jeg hadde lyst til å være i verden, sier Morten, som også har skrevet flere sakprosabøker. En av dem heter *Et mord i Kongo* (2010) og tar utgangspunkt i hendelsene rundt Joshua French og Tjostolv Moland i Kongo og Uganda. For denne og boken *Hva skjer i Nord-Norge* fra 2006, samt *Rett Vest* (2009), fikk han Språkrådets språkpris for fremragende bokmål i sakprosa. Bøkene hører hjemme i den litterære reportasjesjangeren.



Denne artikkelen er laget av NDLA for Kampanjen for journalistikken.

I dag har Morten sin faste kommentarspalte i Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og avisen Nordlys. I tillegg skriver han lengre reportasjesaker for tidsskrifter, og aviser som Dag og Tid. Men i tillegg til å skrive, hører det også med til frilanstilværelsen å intervju på direkten.

### Grundig forarbeid

Når Morten er på jobb på sakprosafestivalen i Bergen, er oppdraget å snakke med den israelske historikeren Ilan Pappé, som har skrevet en bok om sionisme, mens publikum hører på.

– En slik samtale krever mye forarbeid. Også for meg som selv har skrevet en bok om Midtøsten, sier Morten.

– Jeg må ikke bare lese boken. Jeg må også sette meg grundig inn i hvordan boken har blitt mottatt i Israel og i resten av verden. Det krever research, forklarer Morten, som forklarer at nøkkelenkunnskapen i yrket er å kunne jobbe med kilder og kildekritikk.

### Formell og uformell kunnskap

– Du har den formelle kunnskapen, som egentlig er ganske enkel. Dobbeltsjekk kildene, sammenlikne ulike kilder, les mye og grav mye. Alt det der. Men så har du det jeg vil kalle den mer uformelle kunnskapen, sier Morten.

– Det går mest på magefølelsen eller intuisjonen. Den kunnskapen som blir utviklet gjennom erfaring. Etter hvert lærer man seg å kjenne igjen mønstre i måten folk svarer på, bestemte typer retorikk, og man lærer seg å kjenne igjen tegn på at noe ikke er helt som det skal, sier Morten, som også har noen tips til kommende journalister:

– Det kan lønne seg å gå sakte frem, slik at du har en mistanke om hva folk kommer til å svare om du konfronterer dem med noe. Da kan folk selv bli dine ufrivillige kilder, siden bare de aller frekkeste greier å lyve deg rett opp i ansiktet.

– Du kan selvsagt også selv være frekk, og late som om du vet mer enn du gjør. Det er mye å lære av hvordan folk reagerer, smiler Morten, som er rask til å understreke:

– Men det er ikke noe romantikk i dette. Av og til må du jobbe mye og likevel ikke få noe ut av det. Enten fordi du ikke slipper inn, eller rett og slett fordi det ikke er noe å hente.

### Krevende økonomisk

Både Erika og Morten foretrekker livet som frilanser selv om det ikke alltid er like trygt økonomisk. Når de store redaksjonene kutter i budsjettene, kan det virke som om de kutter frilanserne først.

– Det er vanlig at redaksjonene forsøker å prute på prisen om man forsøker å selge dem enkeltsaker, sier Morten.

– Det vil du spesielt oppleve om du er ung og ennå ikke har et navn. Men for å få det må du jo være på trykk, og dette vet de som sitter og tar imot, sier han.

– Ja, for som frilanser er du selvstendig næringsdrivende, forklarer Erika.

– Det vanlige er å ha et enkeltmannsforetak. Da er det en fordel med en viss økonomisk sans. Det gjelder å kunne holde orden på tall og regnskap. For Erika er ikke det et problem:

– Jeg er i grunnen en person som liker å holde orden og ha oversikt.

### Foretrekker friheten

Morten er ikke like begeistret for selve regnskapsjobben:

- Men jeg lengter ikke tilbake til livet som fast ansatt, sier han. I mange år jobbet han fast i avisens Morgenbladet.
- Jeg slipper å ha en sjef. Jeg har frihet til å velge prosjekter jeg mener er viktige, og jeg blir ikke presset til å gå med på kompromisser.
  
- Jeg har ikke snudd meg tilbake et sekund. Nå lever jeg av forfatterskapet og tror jeg har tjent mer penger enn jeg ville gjort som fast ansatt, forklarer Morten.
- Men å komme fra ingensteder og så forsøke å selge noe du allerede har skrevet, kan være nokså tøft. Du vil garantert ikke få betalt for alt arbeidet du har lagt ned i artikkelen din. Mitt råd er å få solgt inn ideen til saken først, og så gjøre den, om du har fått napp. I begynnelsen må man drives av en viss idealisme, sier Morten.
- Men man kan ikke leve fra hånd til munn hele livet, heller, spesielt ikke om man får familie. Inntekt må alle ha, selv frilansere.

# Journalister trues til taushet

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Journalister trues til taushet \(108803\)](#)



Nina Johnsrud beskutt i sitt eget hjem / video

<http://ndla.no/nb/node/108800>

(12.11.12 ) Nina Johnsrud ble truet av fanatiske islamister og fikk huset gjennomboret av kuler. 3. november mottok hun Fritt Ords honnørpris for modig journalistikk.

De siste ukene har nyhetsbildet vært dominert av overskrifter om en ung norsk muslim som har truet jøder og journalister på Facebook og e-post. Dagsavisens journalist Nina Johnsrud har stått fram og fortalt om de truslene hun har mottatt. Hun lar seg ikke kneble.

– *Fordi hensikten med den trusselen er å true oss til taushet. Men jeg mener at vi journalister har et samfunnsansvar når det gjelder å holde fokus på denne gruppen*, sier hun i et intervju med NRK.

Fire av ti norske journalister truet

Nina Johnsrud er ikke alene om å ha blitt truet. I de siste fem årene har 60 journalister blitt fysisk angrepet og utsatt for vold i Norge, ifølge en undersøkelse gjort for Norsk Journalistlag (NJ).

Krimjournalister og fotografer er spesielt utsatt, hele åtte av ti krimjournalister har opplevd trusler de siste årene. Og undersøkelsen viser at fire av ti norske journalister er blitt sjikanert, trakassert eller truet. Tallene viser at sjikane, trusler og vold er et vesentlig større problem enn presseorganisasjonen har vært klar over.

Påvirker journalistikk

**NDLAktuelt**

Dette er saken

**Ifølge Norsk Journalistlag har 40 % av norske journalister blitt truet eller utsatt for vold de siste fem årene.**

**Undersøkelsen ble gjennomført av Arbeidsforskningsinstituttet (AFI) i juni 2012. 3697 medlemmer svarte.**

Ressurser



Nina Johnsrud i samtale med Egzon Avdyli fra Profetens Ummah.

I november 2012 mottok Nina Johnsrud Fritt Ords honnørpris. Hun har flere ganger blitt truet av ytterliggående muslimer.

[Trusselen var som et slag i magen](#)

[Fritt Ords Honnør til Nina Johnsrud](#)

Det er hovedsakelig kilder som ønsker å stoppe eller hindre journalisters arbeid, som står bak, men også fra publikum rettes det alvorlige trusler mot journalister. Det dreier seg om drapstrusler, trusler mot familie, hærverk på bil og fast eiendom og ikke minst ærekrenkelser og trusler via sosiale medier, sier rådgiver Trond Idås i Norsk Journalistlag til *Aftenposten*. Det er ofte vanskeligere å vurdere om trusler som formidles via sosiale medier som Facebook og Twitter, representerer en reell fare.

Hensikten med sjikanen og volden er gjennomgående å skremme journalistene fra å publisere saker, eller å hevne oppslag som kilden er lite fornøyd med. Og en tredel av journalistene sier faktisk at truslene har påvirket måten de dekker sakene på.

#### Et demokratisk problem

Trusler mot pressefolk rammer ikke bare den enkelte journalist, eller den redaksjonen journalisten er en del av. Et velfungerende demokrati forutsetter ytringsfrihet og en fri og uavhengig presse. Kritisk journalistikk avdekker overgrep og maktmisbruk. Derfor er trusler som har til hensikt å skremme journalister fra å publisere saker, en trussel mot det norske demokratiet som vi alle er en del av. Riksadvokaten har signalisert at han tar dette på alvor, og har bedt politiet om å prioritere anmeldelser av trusler mot journalister.

#### NJ om vold mot journalister:

[Norsk journalistlags rapport om vold mot journalister](#)

Rapporten ble lagt fram i juni 2012 (17 min):



#### Journalister trues til taushet / aktualitet

<http://ndla.no/nb/node/108803>

#### Et risikoyerke

Så langt i år har *Reportere uten grenser* registrert 53 drap på journalister rundt om i verden. Journalist er blitt et risikoyerke.

[Reportrar utan gränser](#)

## Den dagen Facebook gikk i svart

Forfatter: Grethe Melby, Kampanjen for journalistikken

[Den dagen Facebook gikk i svart \(137205\)](#)



Stillbilde fra videoen som viser henrettelsen av journalisten James Foley.

**Pressefolk fra hele verden reagerte da ekstremistgruppen IS, Den islamske staten, sendte ut en video som viste halshuggingen av den amerikanske journalisten James Foley. Mange valgte å bytte ut profilbildet sitt med et svart sørgebilde.**

### Frilansjournalist

James Foley arbeidet som frilansjournalist. Det betyr at han ikke er fast ansatt i en redaksjon, men arbeider på egen hånd og selger sakene sine til de redaksjonene som er interessert. Det gir journalisten større frihet, men man tar også større risiko, med fare for eget liv.

### Ikke den eneste

Det er mange journalister i verden som utsetter seg selv for fare på oppdrag. De to svenske journalistene Martin Schibbye og Johan Persson ble dømt til elleve års fengsel for ulovlig innreise og angivelig støtte til terrorvirksomhet i Etiopia. Til slutt ble de benådet i forbindelse med etiopisk nyttår og kunne reise hjem.

– Det er veldig fint å være i et land hvor man kan snakke fritt, sa Schibbye da han kom hjem.

Her i Norge har ikke familien til Moheeb Al-Nawathy hørt noe fra faren siden 5. januar 2011. Moheeb Alnawathy fra Gaza skrev en Hamas-kritisk bok og fryktet for sin og familiens sikkerhet etter at Hamas vant valget i Gaza. Al-Nawathy hadde reist til Damaskus i Syria for å oppdatere boka om Hamas' indre liv. Der ble han antagelig fengslet.



Undervisningsopplegg  
et er laget i samarbeid  
med Kampanjen for  
journalistikken –  
«Hvor har du det  
fra?».

Denne kampanjen har  
som mål å bidra til at  
unge blir gode og  
kritiske mediebrukere  
– gjennom kunnskap  
om kildekritikk,  
journalistisk metode  
og medieetikk.

Bak prosjektet står  
Norsk Journalistlag,  
Norsk  
Redaktørforening,  
Norsk Presseforbund,  
Landslaget for  
lokalaviser,  
Mediebedriftenes  
Landsforening og  
Fagpressen, samt  
NRK og TV 2.

### Huskelappen

En **frilanser** er en  
person som ikke har  
fast arbeidsgiver, men  
som tar oppdrag for  
forskjellige  
oppdragsgivere.

Norsk Journalistlag og Norsk PEN har sendt et felles brev til Syrias ambassade i Stockholm med krav om at han løslates.

Ikke alle land har samme regler for ytringsfrihet og pressefrihet.



Kjersti Løken Stavrum

Les innlegget på NRK  
Ytring fra **Kjersti Løken Stavrum**,  
generalsekretær i Norsk Presseforbund  
[Truslene mot budbringerne](#)

## Oppgave 1

Gjør et søk på nettet etter flere eksempler på journalister som enten er eller har vært utsatt for stor fare i arbeidet sitt.

Velg deg ut ett eksempel og forbered en presentasjon på fem minutter for en medelev eller hele klassen.

## Oppgave 2

Den russiske journalisten Elena Kostjutsjenko (Kostyuchenko) begynte å jobbe som journalist da hun var 14 år, i en avis som ble kontrollert av lokale myndigheter. Les artikkelen [Tøffere for russiske journalister](#).

a) Hva forteller artikkelen om arbeidsforholdene for journalister i Russland?

b) Denne artikkelen er publisert i oktober 2012. Finn ut om forholdene har endret seg til det bedre eller det verre.

## Oppgaver

### Kriminalreporter på jobb

Forfatter: Jostein Saakvitne, Senter for nye medier, Høgskolen i Bergen

[Kriminalreporter på jobb \(92108\)](#)



Pressekonferanse Anne-saken / flashnode

<http://ndla.no/nb/node/92105>

Dette er saken

Den 17 år gamle Anne har i 14 dager vært savnet fra hjemmet i Ålandsbygda, hvor hun bor sammen med foreldrene og to yngre søsknen. I det som mediene nå kaller "Anne-saken", har politiet gjennomført et intenst etterforskningsabeid. Politiet har stadig trappet opp arbeidet med det som man etter hvert har fryktet skulle bli en alvorlig kriminalsak. Hele bygda har vært preget av denne hendelsen, som har fått stor oppmerksomhet i mediene. Nå er det skjedd et gjennombrudd i saken, og det er innkalt til pressekonferanse kl. 10 hos politiet i Ålandsbygd.

Du er journalist og skal dekke saken sammen med en fotograf. Dere overværer pressekonferansen og bruker resten av dagen til å drive research i bygda, blant annet intervjuer du ulike mennesker med tilknytning til de impliserte.

**Intervju personer som kjente Anne:**



Informanter i Anne-saken / flashnode

<http://ndla.no/nb/node/92106>

Oppgave 1

Skiv en kort nyhetssak fra pressekonferansen til nettavisa i dag.

Oppgave 2

Skriv en nyhetsmelding til avisas neste dag.

Oppgave 3

Skriv en tosiders reportasje til lørdagsutgaven.

Velg selv overskrifter, ingress og bilder til alle tre sakene. Velg bilder fra [Bildegalleri Anne-saken](#).

## Tips

- Velg hvilken avis du vil skrive for.
- Tenk gode overskrifter.
- Velg interessante bilder med relevant bildeinnhold.
- Bruk en vinkling som treffer avisas målgruppe.
- Belys saken fra flere sider.
- Ivaretak det menneskelige element ("human touch").
- Ta med nødvendige saksopplysninger (faktaboks).
- Balanser subjektive og objektive synspunkt.
- Gjengi korrekt det intervjuobjektene sier.
- Sjekk at innholdet er i samsvar med Vær varsom-plakaten.

## Overordnede problemstillinger som du bør tenke på:

- Etiske prinsipper
- Kildekritikk

## Du bør først ha lest følgende artikler (se relatert innhold i høyrespalten):

- Avisreportasje
- Journalistiske sjangre
- Hva er en reportasje?

## Nyhetsdrama på E18

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, NRK, Øyvind Høie

[Nyhetsdrama på E18 \(103442\)](#)



Tid

1–2 timer

Vanskegrad

vanskelig

Verktøy

PC, høyttaler/headset,  
notatblokk og penn.

Nettleser: Firefox,  
Crome eller Safari.

Ressurser

Oppgaven er basert  
på et case som ble  
brukt på NRKs fagdag  
høsten 2011.

Ekspertpanelet består  
av:



Redaktør Silje  
Hovland, TV 2.



Redaktør Torry  
Pedersen, VG



Nyhetsredaktør  
Stein  
Bjøntegård,  
NRK



Redaksjonssjef  
Solveig Tvedt,  
NRK



Redaktør Frank  
Gander, nrk.no.



Klikk på bildet for å starte simuleringssoppgaven.

Du er på jobb i nyhetsredaksjonen. Plutselig tikker det inn meldinger om at noe har skjedd på E18. Din jobb er å tolke det som skjer, og avgjøre hva som skal sendes ut som nyhetsmeldinger på TV eller nettavis.

**NB! Anbefalt nettleser nyeste versjon av Firefox, Crome eller Safari. Fungerer foreløpig ikke i Explorer .**

## Slik løser du oppgaven

I denne simuleringsoppgaven følger du utviklingen av en nyhetssak.

Oppgaven er bygd opp slik:



simuleringsoppgave

Du starter et nytt videoklipp når du trykker på "play" i videovinduet. Når videoklippen med ekspertpanelet er ferdig, klikker du igjen på "play" i videovinduet. Da vises en ny sekvens av nyhetsdramaet i et stort videovindu.

- Et stort videovindu formidler korte nyhetsmeldinger om hva som skjer, og hvordan 1. dramaet utvikler seg.
2. Etter hver sekvens vil du bli konfrontert med avgjørelser du som deskmedarbeider må ta. Dette skriver du ned i tekstfeltet. Mens du svarer på spørsmålene, kan du lytte til diskusjonen i ekspertpanelet som vises i videoruten i venstre hjørne.
  3. Når ekspertpanelet har uttalt seg, går du videre til neste sekvens i nyhetsdramaet ved å trykke på play-knappen i videovinduet.
  4. Når oppdraget er endt, kan du åpne en side som viser det du har skrevet underveis. Denne teksten kan du kopiere inn i et vanlig tekstbehandlingsprogram, eller sende som en e-post til læreren din.

## Læringsutbytte

For å få utbytte av denne oppgaven er det viktig at du

- lytter nøyde til den informasjonen du får i de ulike sekvensene
- har notatblokk klar og skriver ned stikkord underveis
- bruker god tid på å skrive ned svarene på de oppgavene du får underveis
- lytter nøyde til de vurderingene som medlemmene i ekspertpanelet gjør

Oppgaven kan løses alene, men du lærer kanskje mer av å løse den sammen med en annen elev. Da kan dere diskutere de valgene dere gjør underveis.

## Etterarbeid

Som etterarbeid kan du skrive en nyhetsartikkel eller reportasje om denne saken og levere den til læreren din. Velg de bildene du vil bruke, fra [Bildegalleri: Pressefoto - busskapring på E18](#).

# Krig på TV-skjermen

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Krig på TV-skjermen \(109089\)](#)



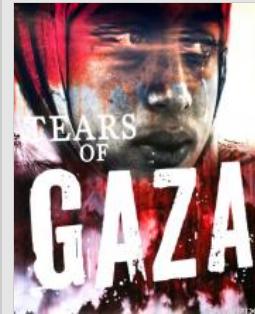
Tid

2–5 timer

Vanskegrad

Vansklig

Ressurser



Filmplakat Gazas tårer



Om research i  
Brennpunkt 1 /  
video

<http://ndla.no/nb/node/96334>

[Filmskaperen som  
deltager eller tilskuer](#)



Raketter fra Gaza treffer  
den israelske byen  
Beersheva.

- [Jerusalem Post](#)
- [Al Quds](#)
- [dagbladet.no](#)
- [www.bt.no](#)



Palistinske barn drepes i  
Gaza.



Tysk propaganda fra 1.  
verdenskrig. Også her blir  
det fokusert på barnas  
trygghet,

Fienden



Jøder som fiende på en  
tysk proagdaplatk fra  
1942.



Propagandagalleriet  
/ flashnode  
<http://ndla.no/nb/node/74152>



## Krig på TV-skjermen / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/109089>

### Oppgave 1

Se traileren til Vibeke Løkkebergs film *Gazas tårer*.

Løkkeberg omtaler selv filmen som en dokumentarfilm. Enkelte kritikere mener perspektivet er så ensidig at filmen må karakteriseres som ren propaganda.

- Beskriv det perspektivet som er brukt i filmen.
- Hvilke grep bruker Løkkeberg for å skape sympati for hovedpersonen?
- Hvorfor tror du noen føler seg provosert av denne filmen?
- Forteller denne filmen en sann historie? Begrunn svaret ditt.

### Oppgave 2

Se Tine Andersens musikkvideo [Look for me - The children of Gaza](#).

- Hva er budskapet i denne musikkvideoen?
- Hvilke virkemidler er brukt for å få fram dette budskapet?
- Tror du denne filmen provoserer like mye som Løkkebergs film? Begrunn svaret.

### Oppgave 3

De fleste journalister velger en *observerende rolle* når de formidler hva som skjer under en krig. Noen journalister og filmskapere velger en *deltagende rolle*.

- Hva går forskjellen ut på?
- Hvorfor er objektivitet viktig i journalistikken?
- Finn eksempler på medietekster som er sett ut fra et deltagende perspektiv. Hva oppnår den som velger et slikt perspektiv?

#### Oppgave 4

Sommeren 2014 raste det en debatt i sosiale medier om måten NRK-journalisten Sissel Wold og TV2-reporteren Fredrik Græsvik dekket krigen i Gaza på. Les artikkelen [TV2-reporter fikk over 2000 hatmeldinger](#)

- Hva gikk kritikken ut på?
- Hvordan reagerte Wold og Græsvik på hatmeldinger i sosiale medier?
- Bør det være tillatt for en journalist å ytre personlige følelser på Facebook og Twitter samtidig som man rapporterer for etablerte nyhetsmedier?

#### Oppgave 5

*Propaganda* er bevisst manipulering av folks følelser og tanker ved hjelp av sterke virkemidler for å fremme bestemte oppfatninger og handlingsmønstre. Propaganda er en viktig del av moderne krigføring.

Les artikkelen [Gaza-krigen: Slik prøver partene å påvirke deg](#) .

- Hvilke retningslinjer inneholder mediemanualene til Israel og Hamas for hvordan sannheten skal framstilles i denne krigen?
- Studer valg av bilder og videoklipper fra Gaza-krigen i dagens nettutgave av den israelske avisen *Jerusalem Post* og den palestinske avisen *Al Quds*. Hvilket motiv er valgt som hovedbilde? Hvilke historier forteller videoklipplene?
- Hvilke bilder eller videoreportasjer fra konflikten brukes som hovedoppslag i norske nettsteder?
- Hvorfor tror du norske aviser har valgt nettopp disse bildene?

#### Oppgave 6

Studer bildene nedenfor fra krigen mellom Israel og Hamas i Gaza. Hvorfor velger partene å fokusere på nettopp slike motiver i denne konflikten?



En fortvilt palestinsk far på vei til sykehus med et lite barn som er alvorlig skadet etter et israelsk bombeangrep over Gaza.



Israels forsvarsminister Ehud Barak trykker hånden til USAs ambassadør til Israel, Dan Shapiro, under et møte på en israelsk militærbase.



Et medlem av den islamistiske grupperingen Jihad poserer i Gaza.



Israelsk soldat i bønn før hæren rykker inn i Gaza.

NB! Klikk på bildene for å se en større versjon.

## Oppgave 7



Bilde av den amerikanske presidenten Barak Obama i en demonstrasjon utenfor den amerikanske ambassaden i Bangkok.

Sammenlign måten *fienden* fremstilles på i denne plakaten med fiendebildene fra 1. og 2. verdenskrig (se for eksempel plakater i *Propagandagalleriet*).

- Hvilke egenskaper tillegges fienden?
- Finnes det noen likheter mellom disse fiendebildene?

# De ubezagelige spørsmålene

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[De ubezagelige spørsmålene \(140721\)](#)



Tid

30 min

Vanskegrad

middels



## Bakgrunnsstoff

Før du svarer på oppgavene, bør du lese de tre tekstene som er relatert til denne oppgaven:

- mediekomentaren «Anundsens metode»
- fagteksten «Den fjerde statsmakt»
- fagteksten «Research og intervjueteknikk»

## Oppgave 1

- a. Forklar hvorfor pressen ofte omtales som «den fjerde statsmakt».
- b. Journalister stiller ofte ubezagelige spørsmål til politikere. Hvorfor er dette en del av pressens samfunnssoppdrag?
- c. Forklar forskjellen mellom åpne og lukkede spørsmål.
- d. Som oftest velger journalister å stille åpne spørsmål, men av og til stiller de et lukket spørsmål til en politiker. Hva kan grunnen være til det?
- e. I mediekomentaren «Anundsens metode» gjør Sven Egil Omdal et poeng av at journalister ikke får anledning til å stille oppfølgingsspørsmål til justisministrer Anders Anundsen (Frp). Hvorfor er slike spørsmål spesielt viktige når man intervjuer en politiker?
- f. Hvordan svarer Anundsen på beskyldningene om at han gjør seg utilgjengelig for pressen?

## **Oppgave 2**

Tenk deg at du er journalist. Formuler to åpne og to lukkede spørsmål til justisministeren om regjeringens asylpolitikk.

## **Oppgave 3**

Tenk deg at du er medierådgiver for justisminister Anders Anundsen. Hvilke råd vil du gi ham når det gjelder håndtering av kritiske journalister?

## Rollespill om kildekritikk

Forfatter: Kristin Eriksen Vold, Ragna Marie Tørdal

[Rollepill om kildekritikk \(138345\)](#)



Denne oppgaven er laget av NDLA for Kampanjen for journalistikken.

Tidsbruk og roller sak 1

45 min pr. rollespill, inklusiv oppsummering i klassen.

Start med å fordele følgende roller i gruppa:

- journalister
- bonde
- hundeeier
- politibetjent
- nabo 1
- nabo 2

### Rollespill

Elevene i klassen får tildelt roller som journalister eller kilder.

#### Oppdrag journalister:

Dere er journalister i lokalavisa. På morgenmøtet i redaksjonen får dere tildelt to saker. I første fase skal dere samle inn informasjon fra disse kildene. Deretter skal dere vurdere om kildene er troverdige. Er det førstehåndskilder eller andrehåndskilder? Velg hvilke kilder dere vil bruke, og hvilke dere ikke vil bruke. Begrunn valget. Når dere har gjennomført intervju med alle de involverte, skal saken oppsummeres og presenteres for klassen.



## Sak 1

### Case:

To naboer er i konflikt. Den ene er bonde og har sauер på jordet sitt. Den andre naboen har en hund som han liker å ha løs på tomta si. Noen har tipset lokalavisa. På morgenmøtet blir redaksjonen enige om å lage en sak om denne nabofeiden.

### Rolle: Bonde

Rollebeskrivelse (leses kun av den som spiller rollen)

*Du er opprørt og sint på naboen din som alltid skal ha hunden sin løs. Du mener hunden jager sauene dine og påfører dem unødvendig stress. I tillegg mener du bestemt at denne nabohunden har drept to av sauene dine. Du har ikke sett at det var denne hunden, men mener det ikke kan være noen andre som har gjort det. Du truer nå med å skyte hunden dersom du ser at den nærmer seg sauene dine.*

### Rolle: Hundeeier

Rollebeskrivelse (leses kun av den som spiller rollen)

*Du er opprørt og sint på naboen din som er bonde. Han mener hunden din jager sauene hans. Men du har alltid hunden din under oppsyn når den er løs, og du er sikker på at den aldri har vært over på bondens tomt. Du nekter å ha hunden i bånd, når den ikke har gjort noe galt. I tillegg mener du det er frekt og unødvendig av bonden å true med å skyte hunden din. Du vet at hunden din ikke har drept sauene til naboen, siden du alltid følger med på hunden din. Du har anmeldt bonden for uvettig bruk av våpen, da bonden flere ganger har truet med gevær og sagt at han vil skyte hunden.*

### Rolle: Politibetjent

Rollebeskrivelse (leses kun av den som spiller rollen)

*Du har flere ganger blitt tilkalt til en gård på grunn av nabobråk. Bonden mener at naboen har en hund som jager og dreper sauene hans. Dere har blitt tilkalt to ganger fordi sauere er funnet drept. Bonden har ikke sett hvem som har drept sauene. Naboen, som eier hunden, mener at han alltid passer på hunden når den er løs ute, og at det derfor er helt umulig at det kan være hans hund som har*

er ikke slik, og at det derfor er viktig å vise at det ikke var hans hund som har drept sauene. Hundeeieren har anmeldt bonden for uvettig bruk av våpen, siden bonden flere ganger har truet med gevær og sagt at han vil skyte hunden.

#### Rolle: Nabo 1

Rollebeskrivelse (leses kun av den som spiller rollen).

Du har to naboer som kangler. Den ene, som er bonde, mener at den andre naboens hund jager og dreper sauene hans. Du vet ikke om dette er sant eller ikke, men du synes det er plagsomt med denne krangleingen. Dessuten synes du hundeeieren bråker plagsomt mye på nettene i helgene, og at hunden hans bjeffer for mye når den er ute. Når journalistene snakker med deg, forteller du at du kanskje tror at du har sett denne hunden angripe sauene. Det er en fordel for deg om hundeeieren ikke får beholde hunden sin.

Rolle: Nabo 2  
Rollebeskrivelse (leses kun av den som spiller rollen) Se beskrivelse: Du har to naboer som kangler mye. Den ene, som er bonde, mener at den andre naboens hund jager og dreper sauene hans. Du vet ikke om dette er sant eller ikke. Bonden truer hundeeieren med gevær og sier ofte at han skal skyte hunden. Du har små barn og synes dette er svært ubehagelig. Du liker ikke at naboer går rundt med skytevåpen og truer med å skyte. Du tror ikke noe på at naboens hund kan være så ille at det er grunn til å skyte den. skjul



Tidsbruk og roller  
sak 245 min pr.  
rollespill, inklusiv  
oppsummering i  
klassen. Start med  
å fordele følgende  
roller i gruppa:  
mann (20 år)  
politibetjenteier av  
utestedet ansatt i  
baren mann i  
samme dokø kvinne  
på utestedet

Sak 2Case:En mann på 20 år har blitt slått ned på et utested. Lokalavisa blir tipset om saken.

Mann (20 år) Rollebeskrivelses (leses kun av den som har rollen). Se beskrivelse: Du har blitt slått ned på et utested. Grunnen til at du ble slått ned, er at du startet å krangle med en annen mann i dokø. Det som i starten var en diskusjon om hvem som stod først i køen, ble etter hvert alvorlig. Du husker at den andre mannen tok tak i skjortekragen din, og at alt så ble svart. Du husker ikke mer før du kom til deg selv på utsiden av utestedet. Noen hadde fått deg ut og tørket bort det verste blodet. Gjerningsmannen var borte. Du reiste på legevakta og fikk konstatert brudd i nesa samt alvorlig hjernerystelse som følge av fallet etter slaget. Du ønsker ikke å stå fram med navn i avisas. skjul

PolitibetjentRollebeskrivelse (leses kun av den som har rollen) Se beskrivelse: Du bekrefter at det har vært en episode på et utested. En ung mann har blitt slått ned og er nå fraktet til legevakten. Gjerningsmannen er ikke tatt. skjul

Eier av utestedetRollebeskrivelse (leses kun av den som har rollen). Se beskrivelse Du er ikke interessert i å kommentere denne saken noe særlig, da det ikke er spesielt positivt for ditt utested. Du sier at du var på jobb på det aktuelle tidspunktet, men at du ikke har sett noe spesielt. Du forteller også at stort sett oppfører kundene deres seg veldig fint. Det er generelt lite fyll og bråk på utestedet. skjul

Ansatt i barenRollebeskrivelse (leses kun av den som har rollen). Les beskrivelse: Du har fått beskjed av sjefen din at det er bare han som får uttale seg om saken. Du fikk med deg hva som skjedde, men kan ikke si noe om det til journalistene. skjul

Mann i samme dokøRollebeskrivelse (leses kun av den som har rollen). Les beskrivelse: Du stod i samme dokø som de to mennene som kranglet. Du var ganske beruset da det skjedde, og husker ikke helt detaljene. Du fikk med deg at noen slo, og at han ene gikk i bakken. Og du mener å huske at det var han som ble slått ned, som startet hele krangelen. skjul

Kvinne på utestedetRollebeskrivelse (leses kun av den som har rollen) Les beskrivelse: Du har ikke sett noe av det som har skjedd, men du har hørt fra andre at det var en kjempestor slåsskamp i dokøen på utestedet. Du var og danset da det skjedde og fikk det derfor ikke med deg. Men flere har sagt til deg at de involverte var veldig sinte, og at det var han som ble slått ned, sin egen feil, siden han var svært provoserende. skjul

# A Year Inside the New York Times

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[A Year Inside the New York Times \(138640\)](#)



Denne oppgaven er laget av NDLA for Kampanjen for journalistikken.

Tid

**Oppgave 1:**

1 skoletime

**Oppgave 2:**

3 skoletimer

**Oppgave 3:**

hjemmeoppgave



Andrew Rossi har skrevet manus til og regissert dokumentarfilmen *Page One: A Year Inside The New York Times*.

Hva er en mediekommentar?

Et eksempel på en mediekommentar er Sven Egil Omdals tekst [Fabian Stangs metode](#).



## A Year Inside the New York Times / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/138640>

### Aktuell dokumentarfilm

I filmen *Page One: A Year Inside the New York Times* (2011) følger vi den amerikanske storavisa New York Times i ett år. Da filmen ble laget, var avsløringene til [WikiLeaks](#) et hett tema i redaksjoner verden over. Mange av de problemstillingene som denne filmen tar opp, er aktuelle problemstillinger i norske mediehus i dag.

### Oppgave 1

Se de først 12 minuttene av filmen og svar på spørsmålene nedenfor:

- a. Hva forteller filmen om den situasjonen mange amerikanske aviser befinner seg i?
- b. Hvilke økonomiske endringer er det som ligger til grunn for denne situasjonen?
- c. Hvilke endringer er det som utfordrer journalistene i New York Times?
- d. Hva gikk [Watergate](#)-skandalen ut på, og hvordan ble den kjent?
- e. Hva er de vesentlige forskjellene mellom Watergate-avsløringene og WikiLeaks-avsløringene?
- f. Hvilke betenkelskheter har journalistene i New York Times med måten WikiLeaks jobber på?

### Oppgave 2

Se resten av filmen og lag et kort sammendrag av innholdet (maks. 500 ord).

### Oppgave 3

Skriv en mediekommentar på maks. 1000 ord med tittelen:

*Gravejournalistikken er død. Hva nå?*

## Lokkejournalistikk

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Lei av å bli lurt? \(140329\)](#)



Tid

1 time

Vanskegrad:

middels



Faksimile av lokkesaker på forsida av nettavis Buzzit.no.

### Er det krav til vesentlighet eller antall klikk som styrer nettjournalistikken?

I bloggposten [Fordi det er «vesentlig» ..](#) (publisert 16. april 2012) skriver redaktør i VG, Bernt Olufsen, følgende:

**Skolepensum** i journalistikk tilsier at det er kravet til *vesentlighet* som skal styre hva slags oppmerksomhet og spalteplass ulike saker får i media. Men norske medier løper i stadig raskere tempo bort fra kravet til *vesentlighet* i journalistikken. Det er antallet «klikk» som teller.

(...)

Nettavisenes førstesider bygges bevisst opp i en mix av *vesentlige* nyheter og rene underholdningssaker. På nettet blir du utsatt for en lokkejournalistikk i beste supermarkedsstil, hvor vekslingen mellom informasjon og avslapning oppleves som attraktiv for leseren. Trafikken øker *vesentlig*.

Kilde

### Oppgave 1

Lytt til innslaget om lokkejournalistikk i Kulturnytt, NRK P2 26. januar 2015.

- a. Hvorfor koples begrepet «lokkejournalistikk» ofte til nettjournalistikk?
- b. Generalsekretær Kjersti Løken Stavrum i Norsk presseforbund og medieforsker Rune Ottesen hevder begge at lokkejournalistikken er tilbakegang. Hvordan begrunner de det?
- c. Redaktør Dag Granat i nettavisas Buzzit.no forsvarer bruk av lokkejournalistikk. Hvilke argumenter bruker han?
- d. Lytt til intervjuet med medieforsker Jan Barland. Hvilken innvirkning mener han lokkejournalistikken har på ordinær journalistikk?
- e. Hvordan tror han det han omtaler som «den digitale økonomien», vil påvirke medieutviklingen i årene som kommer?

Kilde

[Slik & derfor](#)

### Oppgave 2

- a. Studer nettavisas Slik & derfor. Hva slags avis er dette?
- b. Hva er felles for de sakene som ligger på forsida til denne nettavisen?
- c. Velg ut tre saker som du mener er vesentlige. Lag alternative overskrifter med vekt på saklighet og informasjon.
- d. Presenter forslagene dine for resten av klassen. Be om tilbakemelding på hvilke overskrifter medelevene dine ville valgt å klikke på, dine overskrifter eller de avisene valgte i utgangspunktet.

### Oppgave 3

- a. Lag en liste over saker som du mener er typiske «lokkesaker» i fem norske nettsteder. Hva er felles for disse sakene?
- b. Hva er felles for måten overskriftene er utformet på?
- c. Hvor på nettsida er sakene plassert?
- d. Hvorfor tror du sakene er plassert akkurat der?

## Gjenbruk eller stofftyveri?

Forfatter: Grethe Melby, Kampanjen for journalistikken

[Gjenbruk eller stofftyveri? \(137631\)](#)



To svært like saker i The Guardian og Buzzit. Hvem har opphavsretten?

### Selv om det er lett å lage klipp-og-lim-journalistikk, er det ikke sikkert det er lovlig eller presseetisk forsvarlig.

Tenk deg at du som journalist har jobbet lenge med en sak. Du har lest utallige dokumenter. Snakket med mange mennesker. Du har virkelig sjekket alle kilder. Og redaktøren din har akseptert at du bruker veldig lang tid på saken, selv om det koster mediehuset penger.

Så blir saken endelig publisert. Det viser seg at den blir gjengitt i andre medier, men navnet ditt er ikke nevnt. Saken din blir ikke engang vist til som kilde. Du synes at dette er et soleklart stofftyveri. Men hvor går egentlig grensen?

### Viralt røvertokt?

Et nettsted som er beskyldt for omfattende stofftyveri, er Buzzit.no. Du har kanskje delt en gøyal lenke fra Buzzit.no selv, for ifølge Aftenposten har Buzzit.no gjort det stort på å lage underholdende saker – gjerne såkalte «listesaker» – som deles av folk flest via sosiale medier. Nettstedet eies av avisa Nordlys, som igjen er en del av konsernet Amedia. Aftenposten trekker fram saken «10 ting læreren vil si til dere foreldre, men ikke tør» som et eksempel på stofftyveri.



Denne oppgaven er laget for NDLA av Kampanjen for journalistikken.

Tid

1–2 timer

Vanskegrad

middels

**Stofftyveri** – når man bruker andres stoff ut over det som er vanlig sitatrett.

**Sitatrett** – gir deg rett til å sitere fra et verk uten å innhente samtykke fra rettighetshaver først.

### Les om saken i

**Aftenposten:** [Du vil aldri tro hvordan dette norske nettstedet stjeler, klipper og limer ...](#)



Oppsummering av første avsnitt i artikkelen om stofftyveri / h5p\_content  
<http://ndla.no/nb/node/137619>

## Problematisk og krenkende

Artikkelen var hentet fra den engelske avisen The Guardian. Den ble oversatt til norsk, før journalisten la til en ny ingress pluss sitt eget navn. Men går dette an? Generalsekretæren i Norsk Presseforbund, Kjersti Løken Stavrum, mener at dette er svært problematisk. Det gjør også jurist og ekspert på medierett, Jon Wessel-Aas. Til Aftenposten sier han at på Buzzit.no finner vi klare og grove krenkelser av opphavsretten.

### I grenseland

Men de fleste saker er slett ikke så enkle å avgjøre. For eksempel er det ikke like soleklart at vandringen til historien om Fridtjov Urdal fra Bergens Tidende (BT) til NRK Sogn og Fjordane er å regne som stofftyveri. Ifølge lokalavisa Firda har nemlig NRK-journalisten henvist til BT som kilde da det ble laget en nyhetsrapportasje ut av noe som var en featuresak i BT.



Jurist og ekspert på medierett, Jon Wessel-Aas, er ikke i tvil om at Buzzit.no har brutt opphavsretten.

Likevel reagerer BT-redaktør Gard Steiro. Han mener at NRK her gjør det vanskelig for BT å tjene penger på journalistikken. BT har nemlig betalingsmur, slik at kun betalende abonnenter skulle kunne få lese historien om Fritjov Urdal. Da blir det bittert at NRK kan fortelle samme historie et par dager etter at BT har publisert saken. Særlig når BT-journalisten Kjersti Mjør har arbeidet med den i over seks måneder.



Oppsummering av andre avsnitt i artikkelen om stofftyveri / h5p\_content  
<http://ndla.no/nb/node/137620>

### Når får en sak sitt eget liv?

Samtidig er det å sitere andre medier helt vanlig praksis i journalistyrket. Når en sak er offentliggjort, må det vel være lov for andre medier å følge opp saken? Til avisa Firda trekker Kai Aage Pedersen, som er distriktsredaktør i NRK Sogn og Fjordane, fram at Urdal var gjest i ettermiddagsendingen til NRKs distriktskontor. Alle sitater i NRKs artikkelen er hentet fra NRKs radiopptak, og slett ikke fra BTs artikkelen.

Men likevel er Pedersen enig i at NRK må være mer forsiktig enn dette: – Rett nivå hadde vært en kort nettsak med sitat BT og kanskje en lenke til saken vi hadde på radio, sier Pedersen til Firda.

**Betalingsmur** – noen nettsteder benytter denne teknikken for å blokkere for lesere som ikke betaler for tilgangen til stoffet som ligger på sidene deres.

### Huskelappen

Lov om opphavsrett til åndsverk vedtas av politikerne på Stortinget – altså den lovgivende makt.

Vær varsom-plakaten vedtas av Norsk Presseforbund – som representerer den fjerde statsmakt.

## Forskjell på norsk lov og god presseskikk

Det er altså viktig å oppgi hvor man har det fra, i journalistikken såvel som i de aller fleste sammenhenger. Men de to eksemplene over forteller oss også at mens noen tilfeller framstår som soleklare, kan man være mer uenig om andre. I tillegg ser vi at selv om noe ikke er et direkte brudd på opphavsretten, kan det likevel være brudd på god presseskikk. Det er forskjell på norsk lov og god presseskikk. Lovene tar juristene seg av, presseskikken hører inn under pressens selvjustis.

**Les om saken i**  
**Firda:** – [Det skal ikke bli lett å drive kommersielt, hvis NRK kan kopiere stoffet vårt](#)



Oppsummering av siste avsnitt i artikkelen om stofftyveri / h5p\_content

<http://ndla.no/nb/node/137617>

**Les listesaken fra**  
**Presse.no:** [Ti ting du bør vite om gjenbruk](#)

## Oppgaver

- 1) Les gjennom [Ti ting du bør vite om gjenbruk](#) som ligger på Presse.no sine sider. Hvor god er du selv til å følge god skikk for gjenbruk? Diskuter med en medelev eller i klassen.
- 2) Det er svært kostbart å grave fram vanskelige saker, og svært lett å kopiere dem når de først er hentet fram. Men hvis alle kopierer hverandre, og ingen graver etter noe nytt, hva skjer da med pressens samfunnsoppdrag? Diskuter med en medelev eller i klassen.
- 3) Les artikkelen fra Firda [– Det skal ikke bli lett å drive kommersielt, hvis NRK kan kopiere stoffet vårt](#). Hva mener du om at NRK gjenfortalte BTs historie om Fritjov Urdal? Overdriver BT-redaktøren?

## En forvirrende falsk film

Forfatter: Grethe Melby, Kampanjen for journalistikken

[En forvirrende falsk film \(138794\)](#)



Filmen *Syrian hero boy* viste seg å være produsert på Malta.

I filmen ***Syrian hero boy*** løper en gutt gjennom kuleregnet for å redde ei lita jente.  
Filmen på YouTube ble presentert som fakta, men er fiksjon.

Filmen dokumenterer ikke en syrisk barnehelt som redder ei jente fra snikskyttere i det krigsherjede Syria. I stedet er opptakene gjort på Malta, og alt er satt i scene av norske filmskapere. Men dét fortalte ikke regissør Lars Kleveberg da den ble lastet opp på YouTube.



Denne oppgaven er laget av NDLA for Kampanjen for journalistikken.

Tid

2–5 timer

Vanskegrad

middels–vanskelig

Presentert som ekte

I stedet ble filmen presentert som en autentisk video. I ettertid hevdet Klevberg at intensjonen var å fortelle at filmen ikke var autentisk, når den fikk oppmerksomhet. Men det skjedde åpenbart ikke raskt nok. Filmen ble blant annet plukket opp av Sham News Network, som skal være drevet av syriske aktivister i Damaskus. På kort tid ble filmen sett av flere millioner mennesker.

Fra YouTube til avisforsidene

Historien havnet også på forsiden til New York Post. På Wikipedia kan vi lese at dette er USA's eldste dagsavis og en del av News Corporation. I Norge fikk filmen oppslag i Dagbladet, som imidlertid gjorde det klart at kilden ikke var verifisert.

**Autentisk:** noe som er ekte, opprinnelig, originalt

**Intensjon:** hensikt, gjort med vilje

**Verifisere:** attestere, bekrefte; ved undersøkelse godtgjøre at noe er riktig

**Berømt bilde:**  
Nyhetsbyrået AP sendte ut et manipulert foto av Khrusjtsjov på talerstolen med en sko i hånden.



Manipulert bilde av  
Khrusjtsjov med sko.

Les artikkelen: [50 år  
siden dette ikke  
skjedde](#)

### Forandret rekkefølgen

Den statseide avisen Al Ahram manipulerte dette bildet slik at Egypts president Mubarak gikk først.



Barack Obama, Benjamin Netanyahu, King Abdullah II, Mahmoud Abbas, Hosni Mubarak

Les artikkelen: [Fra sist  
til først](#)

### La til personer

Da ikke alle rakk å være med på bildet, ble fire ekstra manipulert inn.



Manipulert bilde fra Capitol Hill.

## Oppgave 1

I artikkelen [Åpent brev fordømmer norsk Syria-film](#) på Dagbladets nettsider kan du se filmen, men også opptaksklipp fra selve produksjonen.

- På hvilken måte underbygger de kinematografiske virkemidlene som kamerabevegelser, billedspråk og scenografi påstanden om at filmen er ekte?
- Finner du virkemidler som gir en pekepinn på at filmen er falsk?

## Oppgave 2

I samme artikkel får vi vite at journalister fordømmer filmen. Hvilke problemer mener de filmen skaper?

## Oppgave 3

I artikkelen kan vi også lese et brev der filmskaperne beklager utfallet publiseringen av filmen har fått.

- Hva var filmskapernes intensjon med filmen?
- Hvordan forklarer filmskaperne årsaken til at dette ikke gikk som planlagt?
- Hva mener du en filmskaper må kunne for å lage en film?

## Oppgave 4

I denne oppgaveteksten har du fått informasjon om New York Post. Wikipedia er oppgitt som kilde.

- Hva slags kilde er Wikipedia?
- Hvordan går du frem for å verifisere informasjonen som er oppgitt?

## Oppgave 5

Blant reaksjonene på filmen finnes en påstand om at filmen er propaganda fra NATO, og dermed en del av en større politisk plan. Begrunnelsen er at filmen har fått støtte fra norske myndigheter, og at Norge er medlem av NATO.

En slik påstand er *konspiratorisk*. Les kronikken [Året da konspirasjonsteorier ble mainstream:](#)

- Hva er en konspirasjonsteori?
- Hvorfor mener skribent og forfatter Didrik Søderlind at konspirasjonsteorier er et problem?
- Hvordan forklarer han en økt spredning av konspirasjonsteorier?

## Inviterer publikum til research

Forfatter: Grethe Melby, Kampanjen for journalistikken

[Inviterer publikum til research \(137866\)](#)



Christian Lura og Lasse Lambrechts i Bergens Tidene

**Internett har langt mer å by på enn muligheten for klipp-og-lim-journalistikk. De mulighetene forsyner journalistene Christian Lura og Lasse Lambrechts seg mer enn gjerne av.**

Uansett hva de jobber med, er journalistene opptatt av faktabasert kunnskap:

- Et bra sted å starte er statistisk sentralbyrå, altså SSB, sier Lambrechts. – Hos SSB finner man tall for det meste. Men hver eneste gang du ikke forstår noe, må du finne ut av det. Ikke overse et uforståelig tall eller kolonne. Sørg for å forstå det. En liten detalj kan vise seg å være veldig viktig.
- Vi har brent oss på at vi overså detaljer, føyer Lura til. – Da fikk vi kjeft, og det med rette.

### Invitere publikum via Twitter

Før valgkampen i 2009 startet Christian Lura i Bergens Tidende prosjektet faktasjekk.no sammen med Helge O. Svela. Idéen hadde de hentet fra amerikansk politisk journalistikk. Helge O. Svela hadde vært på konferanse i USA og hørt et foredrag om Pulitzer-vinner Politifact.com. I Norge fikk faktasjekk.no et diplom fra SKUP i 2010.

Prosjektet gikk rett og slett ut på å samle inn faktapåstander politikere kom med i valgkampen, for deretter å sjekke om de holdt vann. I tillegg til å følge nøye med selv, ba de publikum komme med tips via sosiale medier. Da var det viktig at sitatet var korrekt og mulig å etterprøve, og i tillegg at det ikke var normativt eller framtidsskuende – altså at det ikke var snakk om påstander om hvordan noe for eksempel burde være eller vil komme til å bli.

Påstanden ble deretter nøye undersøkt, før redaktørene i avisens redaksjon hadde i oppgave å komme med en vurdering: Var det sant, var det delvis sant, var politikerne på tynn is, var påstanden misvisende eller rett og slett feil? Resultatet var en rekke artikler gjennom valgkampen, og prosjektet har blitt gjentatt ved hver valgkamp etter dette.

Døden på veiene



Denne oppgaven er laget for NDLA av Kampanjen for journalistikken.

Tid

fordypningsoppgave

Vanskegrad

vansklig

**SKUP** er en forkortelse for Stiftelsen for en Kritisk og Undersøkende Presse. Les mer: [Om SKUP](#)

Les mer om faktasjekk hos Bergens Tidende: [Dette er faktasjekk.no](#)

Her finner du [Faktasjekk.no sin metoderapport til SKUP](#).

Et annet prosjekt som engasjerte leserne, var BTs første nettbaserte graveprosjekt, nemlig «Døden på veiene». Dette prosjektet vant SKUP-diplom i 2012. Her jobbet Lasse Lambrechts sammen med sine kolleger Erlend Langeland Haugen, Øyvind Lefdal Eidsvik, Tove Knutsen og Sonja Ystaas med å samle informasjon om trafikkulykker. Også her inviterte journalistene leserne til å bidra. Basert på lesernes innspill ble det laget et kart over trafikkfeller.

Les mer: [Døden på  
veiene i Bergens  
Tidene](#)

I tillegg var Døden på veiene et tidlig eksempel på datastøttet journalistikk, som går ut på å samle inn store mengder data, filtrere informasjonen og presentere den på en god måte for leserne.

Les mer: [Dette er  
lesernes verstingliste  
– Døden på veiene](#)

Les mer:  
[Metoderapport II for  
Døden på veiene](#)

## Oppgave 1

Gå i dybden på prosjektet **faktasjekk.no**. Les metoderapporten som Christian Lura og Helge O. Svela sendte inn til SKUP-konferansen i 2009 før du svarer på disse spørsmålene. Her finner du [Faktasjekk.no sin metoderapport til SKUP](#).

- Fakta som skulle sjekkes, ble silt ut etter bestemte kriterier. Finn ut hvilke, og forklar hvorfor journalistene hadde så strenge regler for hva som skulle sjekkes.
- Faktasjekk.no hadde effekt. I rapporten kan du lese om hvordan politikerne begynte å forholde seg til prosjektet i valgkampen.
- Faktasjekk.no er knyttet til perioder der det er valgkamp. Hva er grunnen til at faktasjekk.no ikke brukes hver dag, hele året? Spør gjerne journalistene selv, ved for eksempel å bruke Twitter. Kanskje du får til en debatt? Bruk da #hvorhardduetfra og #korhardduetfrå

## Oppgave 2

Gå i dybden på prosjektet **Døden på veiene**. Les metoderapporten som ble sendt inn til SKUP i 2012 før du svarer på disse spørsmålene. Her finner du [Metoderapport II for  
Døden på veiene](#).

- Les om hvordan journalistene samlet inn data både fra Statens vegvesen og fra leserne. Hva var journalistenes oppgave når informasjonen var samlet inn?
- Døden på veiene er et eksempel på datastøttet journalistikk. Hvordan forklares dette i rapporten?
- I rapporten beskrives offentlighetsloven som journalistenes redning. Hva går denne loven ut på, og hvorfor ble loven en redning i dette prosjektet?

# Informasjonsarbeid

## Informasjonsvirksomhet

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Informasjonsvirksomhet \(125982\)](#)



## Informasjonsvirksomhet / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/125982>

I denne e-forelesningen trekker lektor Grethe Melby ved Laksevåg videregående skole opp grensene mellom journalistikk, informasjonsarbeid, PR-virksomhet og reklame. Trykk på "skip"-knappen for å hoppe over reklamesnuttene som kan dukke opp i forkant av videoforelesningen.

### Informasjons- og samfunnskontakt

Mange offentlige etater og en del private bedrifter og organisasjoner har egne informasjonsmedarbeidere. De utarbeider kommunikasjonsstrategier og informasjonsmateriell. Slik får publikum informasjon om regler, rettigheter, plikter, årsaker, virkninger, bestemte produkter, eller bestemte meninger.

PR-virksomhet, eller *omdømmebygging*, er en del av virksomheten til disse informasjonsarbeidene. Det kan være like viktig å få folk til å betale skatten med glede som å informere dem om hvordan de kan sjekke selvangivelsen sin.

Forskjellen på PR-virksomhet og markedsføring og reklame er at reklame er betalt informasjon. Du finner mer stoff om reklame i verkstedet *Reklamebyrået* her på NDLA.

### Lojal mot oppdragsgiver

Både journalister, ansatte på opplysningskontorer og PR-byråer, medierådgivere og folk i reklamebransjen kan i utgangspunktet kalle seg "informasjonsarbeidere". Alle driver med det vi kan kalle *planlagt kommunikasjon*.

Det er likevel en vesentlig forskjell mellom journalisten og de andre aktørene i informasjonsbransjen. Journalistens lojalitet ligger i utgangspunktet hos mottakeren. På vegne av dem forsøker journalisten å grave fram mest mulig informasjon om det som faktisk har skjedd.

Informasjonsmedarbeideren bygger også på fakta. Men lojaliteten ligger hos oppdragsgiver. Informasjonsarbeiderens oppgave er å kommunisere fakta på en måte som gjør at flest mulig oppfatter det budskapet som oppdragsgiveren ønsker å formidle, eller å bidra til å forme mottakernes holdninger til en bestemt person, en bestemt sak eller et bestemt produkt.

### Lobbyvirksomhet

En lobbyist er en person som på vegne av en oppdragsgiver forsøker å påvirke politiske vedtak. Dette er svært utbredt i amerikansk politikk, men er også en bransje i framvekst i Norge. Kommunikasjonsbyråene hyrer gjerne inn tidligere politikere til slike oppdrag. De kjenner maktens korridorer. Noen mener at denne formen for politisk påvirkning truer demokratiet, siden ikke alle borgere har råd til å leie slike tjenester.

### Huskelappen

**Informasjonsarbeid er planlagt kommunikasjon.**

**Lojaliteten til informasjonsarbeide re ligger hos oppdragsgiver.**

**PR-virksomhet handler om å skape et godt omdømme.**

**En lobbyist forsøker å påvirke politiske vedtak.**

**Medierådgivere er en yrkesgruppe i sterkt vekst.**

**Medierådgiverens oppgave er å synliggjøre oppdragsgiveren i mediene på en mest mulig positiv måte.**

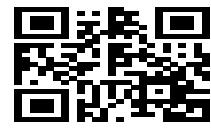
### Ressurser

Hans Geelmuyden driver et av de mest kjente PR-byråene i Norge. Han hevder tvert imot at lobbyvirksomhet fører til mer åpenhet og mer demokrati, siden folk på denne måten får mulighet til å påvirke politiske beslutninger direkte.

### Medierådgivere, en yrkesgruppe i vekst

Et informasjonsyrke som er i sterk vekst, er yrkesgruppen medierådgivere. Tidligere var det vanlig at bare bedriftseiere og toppolitikere omga seg med rådgivere som sørget for at de ble synlige i mediene på en mest mulig positiv måte, og at uheldige episoder ble dysset ned. I dag har både artister og idrettskjendiser egne medierådgivere.

Mange medierådgivere har bakgrunn som journalister og kjenner mediernes arbeidsmåte fra innsiden. I løpet av de siste årene har sosiale medier blitt en viktig arena der medierådgiverne selv kan ta regi, uten innblanding fra kritiske journalister. Dette er valgkampen høsten 2013 et godt eksempel på.



Lobbyvirksomhet / video  
<http://ndla.no/nb/node/126018>

[Public relations \(PR\)](#)  
(PR) betyr "forhold til offentligheten".

Det norske begrepet er informasjon- og samfunnskontakt.



Public Relations Managers / video  
<http://ndla.no/nb/node/19307>

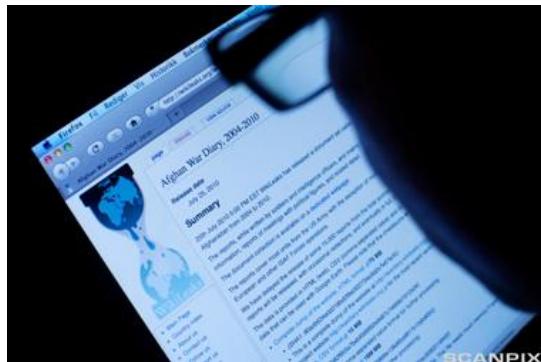
Allerede i 1999 var kommunikasjonsrådgiving en bransje i vekst, i alle fall ifølge komikerne Harald Eia og Bård Tufte Johansen.



# Informasjonssjef i PST

Forfatter: Jone Nikolai Nyborg

[Informasjonssjef i PST \(90873\)](#)



I 2010 publiserte nettstedet WikiLeaks 91.000 hemmeligstemplede rapporter om krigen i Afghanistan. Utgjør det en fare for rikets sikkerhet?

– **Informasjon er ikke bare tekst. Det kan også være et bilde, en telefonsamtale, en sms, noe du hører på radioen eller en enkel gul lapp,** forteller Martin Bernsen (38). Bernsen er informasjonssjef i Politiets sikkerhetstjeneste (PST) og har base i Nydalen, Oslo. En av utfordringene han beskriver i arbeidet sitt, er å få andre til å forstå informasjon.

– Samme informasjon kan bety ulike ting for ulike mennesker. Om du forteller at det er “fint vær”, så vil dette kunne bety sol i Oslo, mens man i Bergen kan oppleve været som fint på en skyet dag, smiler Bernsen. Han er selv oppvokst i byen mellom de syv fjell, men studier og arbeid lokket ham over fjellheimen og til hovedstaden.

– En del av informasjonen vi mennesker mottar, kan vi fysisk kaste i bosset, men om noen visker deg en hemmelighet, klarer du ikke glemme den, forteller Bernsen. I jobben opplever han ofte at det å gi informasjon videre kan bidra til mer informasjon. Det kan være utfordrende å finne den “riktige” informasjonen. Han er til tider avhengig av godt samspill med mediene.

Mye inn og lite ut

– Hos oss har vi masse interninformasjon. Det er bare en liten del som skal eksternt. I jobben som informasjonssjef er jeg med på å bestemme hva slags informasjon som skal ut, og hvordan vi skal gjøre det, sier Bernsen. En av utfordringene i møte med mediene er at man har ulike roller og motiver.



## Hva er PST?

PST er en forkortelse for Politiets sikkerhetstjeneste.

PST er en nasjonal politienhet som har som oppgave å forebygge og etterforske lovbrudd mot nasjonens sikkerhet og selvstendighet.

Tjenesten har totalt 515 ansatte, de fleste i Oslo.

## På jobb i PST



Martin Bernsen –  
Informasjonssjef PST

I dette intervjuet møter du Martin Bernsen, informasjonssjef i PST.

– Jeg skiller tydelig mellom bakgrunnssamtaler og intervjuer, forteller informasjonssjefen. I jobben kan han dele mye informasjon med media, men det er ikke alt som kan publiseres.

– Poenget med bakgrunnssamtaler er ikke å avsløre hemmeligheter til journalister, men å gi journalisten informasjon som gjør at hun eller han kan lage saken sin mest mulig korrekt. Verken PST eller mediet er tjent med at reportasjen blir unøyaktig eller direkte feil, utdypet Bernsen.

### Savner offentlige diskusjonsforsa

– PST var tidlig ute med Facebook-bruk og egne sider på Facebook. Det fungerte i begynnelsen, men ble en arena for krangelfanter. Vi opplevde en del rasisme, samt debatter som absolutt ikke hører hjemme under oss, sier informasjonssjefen. Han ser svakheter ved Facebook sin sterke posisjon blant forum og nettsamfunn.

– Utviklingen heller mot at Facebook er i ferd med å bli den eneste store innenfor sosiale medier. De får samme posisjon der som Google innehavar på søk. Facebook passerte 800 millioner brukere høsten 2011.

– I Norge har vi ingen offentlige diskusjonsforsa på nett. Men vi har en privat aktør i Facebook som tilrettelegger for debatter. Kontrollen ligger dermed hos andre, og skjer det feil, kan vi ikke rette opp selv, forteller Bernsen. PST har selv opplevd feil ved Facebook-tjenesten som hindret dem å svare på innlegg. Vi får fort trøbbel som politi når ting får stå alene og ubesvart, sier Bernsen.

### Fra Facebook til Twitter

PST er fortsatt aktive på Facebook, men bruker Twitter mer.

– Før sendte vi ut pressemeldinger på e-post og brukte ressurser på å oppdatere og utvide utsendingslister og adressebok. I dag bruker vi bare Twitter med lenke til nettsidene våre, forteller informasjonssjefen.

Han peker på tre store fordeler:

1. Mindre administrasjon
2. Trafikk ledes til nettsidene
3. Eksklusiv bruk av Twitter skaper mange følgere

– Folk opplever oss som mer åpne, men PST deler ikke så mye mer enn før. Vi gjør det oftere. Og da opplever mange det som om vi deler mer, sier Bernsen.

Endringene innenfor sosiale medier har vært store de siste årene. Tempoet er stort.

– I sosiale medier endrer sannheten seg hele tiden. Det går fort, og det er vanskelig for bedrifter og institusjoner å lage en strategi. Det er nytt, og mye bærer preg av prøving og feiling. Sosiale medier går nå mer og mer over på mobil. Smartmobilene faller i pris, og brukskostnadene på telefon går ned, sier Bernsen.

Mørk dag

Han kommer på jobb rundt åtte hver morgen og starter dagen med å lese alt som er skrevet om PST i ulike medier.

I etterkant av leserunden deltar han på ledermøte. Der gjennomgår han hva som skjer i media, og peker på hva som eventuelt kan skje fremover.

PST i sosiale medier

#### [PST på Facebook](#)

(høyreklikk) – Lenken må åpnes i nytt vindu eller ny fane.

#### [Varsling på Twitter](#)

- Den 22. juli 2011 var jeg hjemme med nyfødt barn. Men jeg fulgte med og fikk nyest informasjon gjennom Twitter, forteller Bernsen. Hendelsen belyste en del utfordringer knyttet til informasjon.
- 22. juli viste oss alle hvor stort informasjonsbehovet er når det skjer noe. Det var travle tider i ukesvis etterpå. Et stormløp. PST er nå (november 2011 red. anm.) inne i en evalueringsfase. Det kan komme endringer, avslutter informasjonssjef Martin Bernsen.

# Informasjonsleder i Strømmestiftelsen

Forfatter: Jone Nikolai Nyborg, Ragna Marie Tørdal

[Informasjonsleder i Strømmestiftelsen \(80305\)](#)



Egil Mongstad om informasjonsarbeid /  
video

<http://ndla.no/nb/node/80225>

## Strømmestiftelsen

Strømmestiftelsen er en frivillig organisasjon med hovedbase i Kristiansand. Stiftelsen bygger sin virksomhet på kristne verdier, men er religiøst og politisk nøytral i sitt utviklingsarbeid og valg av samarbeidspartnere.

En viktig del av Strømmestiftelsens arbeid er å få folk til å bidra økonomisk til det arbeidet organisasjonen utfører. Markedskommunikasjon defineres vanligvis som kommunikasjon mellom en bedrift og en kunde. Men i dette tilfellet dreier det seg om kommunikasjon mellom en frivillig organisasjon og en gruppe bidragsyter.

## Informasjons- og samfunnskontakt (PR)

Hensikten med stiftelsens informasjons- og samfunnskontakt er å fortelle hva organisasjonen driver med og skape en positiv holdning til organisasjonen i befolkningen.

– Vi jobber med å få frem fattiges problemstillinger og sette hverdagsutfordringer på dagsorden, sier informasjonsleder Egil Mongstad i Strømmestiftelsen.

Frivillige organisasjoner som Strømmestiftelsen baserer sin virksomhet på innsamlede midler. Slike organisasjoner er spesielt sårbar for negativ omtale i mediene.

## "Selger" bistand til fattige

– Det andre vi jobber med, er å kommunisere slik at vi kan få inn penger til arbeidet vårt, forteller Mongstad.

I dette arbeidet må Strømmestiftelsen ta i bruk de samme virkemidlene som de som selger vanlige produkter, som annonsering og direkte markedsføring.



Dette er  
Strømmestiftelsen:

Stiftelsen beskriver seg selv som "en norsk utviklingsorganisasjon som gir fattige mennesker i det globale sør mulighet til å klatre ut av fattigdom gjennom utdanning og mikrofinans".

Strømmestiftelsen har arbeid i 12 land i Asia, Afrika og Sør-Amerika.



Informasjonsleder Egil  
Mongstad i  
Strømmestiftelsen

Studer hjemmesiden til  
[Strømmestiftelsen](#).

Hvilken type informasjon finner du på disse sidene?

Finner du noen  
kritiske synspunkter  
på stiftelsens  
virksomhet?

Hvilke  
salgsfremmende  
elementer finner du på  
siden?

# Holdningskampanjer

Forfatter: Jone Nikolai Nyborg, Ragna Marie Tørdal

[Holdningskampanjer \(92820\)](#)



Signe Gunn Myre om holdningskampanjer / video

<http://ndla.no/nb/node/89592>



## Hva er en holdningskampanje?

En holdningskampanje er en samordnet og tidsavgrenset informasjonsvirksomhet der formålet er å få personer som tilhører en bestemt målgruppe, til å endre holdninger, slik at dette i neste omgang medfører endret adferd.

Holdningskampanjer bruker virkemidler som appellerer til både intellekt og følelser. Forskning viser imidlertid at forholdet mellom holdninger og adferd er komplisert, og at endret holdning ikke nødvendigvis fører til endret adferd. Det er grunnen til at holdningskampanjer ikke alltid har ønsket effekt.

## Identifiserer problemer og målgrupper

Signe Gunn Myre i Statens vegvesen jobber med ulike kampanjer rettet mot forskjellige målgrupper. Hun formidler alt fra konkrete råd og spesifik informasjon rettet mot utenlandske førere på veg til Norge med vogntog vinterstid, til sykkelkampanjer rettet mot folk i sentrale strøk.

– I startfasen jobber vi med å definere hva problemet består i, forteller Myre. Et nøkkelspørsmål i neste trinn er å finne ut om problemet kan løses ved hjelp av kommunikasjon. Om vi finner ut at problemet ikke kan løses med kommunikasjon, så blir det ingen kampanje, forteller Myre.

Som eksempel viser hun til fartskampanjen som Statens vegvesen jobbet med i 2011.

– Det viser deg at halvparten av alle dødsulykker skyldes høg fart, forteller Signe Gunn Myre. Da Vegvesenet jobbet videre med tallene, oppdaget de at i 30 prosent av dødsulykkene lå farten føreren holdt, bare litt over fartsgrensen. Disse ble definert som målgruppe, mens råkjørerne ble lagt til side.

## Huskelappen

**Hensikten med en holdningskampanje er å få folk til å endre holdninger og adferd.**

I  
**holdningskampanjer  
brukes virkemidler  
som appellerer både  
til intellekt og  
følelser.**

**Holdningskampanjer  
har ikke alltid ønsker  
effekt.**

## Ressurser

### Alkoholmisbruk



Holdningskampanje fra Vinmonopolet (klikk for å se stort bilde)

[Vinmonopolets  
holdningskampanje  
mot lanting](#)

## Trafikkampanjer

– Vi tror ikke vi kan nå verstingene med kampanjer. De tror vi politiet må luke vekk fra trafikken, sier Myre. Dermed er budskap og virkemidler i fartskampanjen rettet mot personer som ser på seg selv som ansvarlige sjåfører, men likevel kjører litt fortare enn tillatt.

### Appellerer både til hode og hjerte

Statens vegvesen brukte rasjonell argumentasjon i arbeidet med fartskampanjen.

– De fysiske lovene sier at de du akkurat klarer å stoppe for i 80 km/t, vil du med 10 kilometer mer på speedometeret treffe i en fart på 50 km/t, forteller Signe Gunn Myre.

I tillegg til rasjonell argumentasjon spiller Vegvesenet også på følelser.

– Det som kanskje skremmer mest, er å forårsake andres død. Du kan faktisk skade noen av dem du er mest glad i. Det kan være din skyld hvis du bare kjører litt for fort, sier Myre.

### Måler effekten

Statens vegvesen gjennomfører en nullpunktsundersøkelse i forkant av hver kampanje. Dermed har de et sammenligningsgrunnlag når man senere vurderer effekten av kampanjen i forhold til ulike mål.

– Vi finner ut hvor mange som har lagt merke til kampanjen, om de likte den, og om de fikk med seg budskapet. Har det skjedd noe med kunnskap, holdninger og adferd? Har tallet på dødsulykker gått ned?



Her finner du videoene fra fartskampanjen til Statens vegvesen:

[Trafikksikkerhetskamp  
anje – Statens  
vegvesen](#)

### Stump røyken!



Helsedirektoratets kampanje "På tide å slutte?" uke 1–7 i 2012:

[På tide å slutte?](#)

# Slik påvirker du holdninger

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Slik påvirker du holdninger \(116704\)](#)



Holdningskampanje Blindeforbundet / video

<http://ndla.no/nb/node/116460>



## Formulerer problemstillingen

Det er oppdragsgiveren som bestemmer hva en handlingskampanje skal dreie seg om. Sammen formulerer dere problemstillingen på en så enkel måte som mulig. Det er viktig å fokusere på én problemstilling om gangen, ellers blir budskapet utydelig.

## Framstår som troverdig

Det viktigste i en holdningskampanje er å avsløre noe folk opplever som sant. Slik blir budskapet troverdig. Troverdighet er avgjørende for at holdningskampanjen skal lykkes i å endre måten folk tenker og oppfører seg på.

## Vurder virkemidler

En holdningskampanje må appellere både til hjertet og hjernen. Velg derfor bilder og ord med omhu. Humor og ironi har ofte større effekt enn en streng pekefinger. Men husk at ironi lett kan misforstås. Det er ikke alle som forstår en spøk.

Test gjerne produksjonsskissen på et utvalg personer med ulik bakgrunn før du går i gang med produksjonen. Snur de tommelen ned, må du tenke en gang til. Det er også lurt å teste det ferdige produktet på en kontrollgruppe før det publiseres.

## Bruk flere kanaler

Det er vanskelig og tidkrevende å få folk til å endre holdninger. Å lage en videosnutt er langt fra nok. Budskapet må presenteres i ulik form og i ulike medier.

## Huskelappen

**Fokuser på én  
problemstilling om  
gangen.**

**Avslør noe folk  
opplever som sant.**

**Appeller både til  
hjertet og hjernen.**

**Bruk flere kanaler og  
lag allianser.**

## Ressurser

Try reklamebyrå har laget flere videoer for kampanjen *Blind i arbeid*:



## Slik påvirker du holdninger / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/116704>

Sett gjerne i gang en aktivitet samtidig. Det kan være en konsert, en utstilling eller en konkurrans. Det kan også være lurt å ta kontakt med politikere eller andre samfunnsaktører som kan sette saken på den politiske dagsorden. Det er de som har makt til å endre lover og regler.

På kampanjens nettside finnes det informasjon og suksesshistorier om blinde i arbeidslivet.

[Blind i arbeid](#)

Try reklamebyrå har vunnet en rekke priser for sine holdningsskapende og salgsfremmende reklameproduksjoner.

[Try reklamebyrå](#)

# Markedskommunikasjon

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Markedskommunikasjon \(94935\)](#)



## Markedskommunikasjon

Markedskommunikasjon er kommunikasjon mellom en bedrift og en kunde. Eksempler på markedskommunikasjon er:

1. Reklame
2. Informasjons- og samfunnsinformasjon (PR)
3. Direkte og indirekte markedsføring/salg (DM)

### Reklame

Reklame er betalt informasjon fra en identifiserbar avsender. Hensikten med reklame er både å informere om et produkt og skape et behov eller ønske hos mottakeren som gjør at han eller hun faktisk kjøper produktet.

### Informasjons- og samfunnskontakt

Informasjons- og samfunnskontakt, eller *Public Relation* (PR), er betegnelsen på informasjonsaktivitet som har til hensikt å fremme ikke-betalt omtale av bedriftens eller organisasjonens virksomhet i mediene. Hovedhensikten er å fortelle hva avsenderen driver med, og skape en positiv holdning til virksomheten i befolkningen.

### Markedsføring og salg



### Huskelappen

**Markedskommunikasjon er kommunikasjon mellom en bedrift og en kunde.**

### Markedskommunikasjon handler om

- reklame
- PR-virksomhet
- markedsføring og salg

### Ressurser

Lær mer om begrepet markedsføring (se lysbildeserien i fullskermstørrelse):

### [Markedsføringsbegrepet](#)



Markedsføring av Coca Cola

Lær mer om:

### [Salgsfremmende tiltak](#)

Lær mer om

### [direkte markedsføring](#)

Markedsføring og salg kan foregå ved direkte kommunikasjon ansikt til ansikt. I kjøpesentre og på flyplasser møter du ofte personer som ønsker å informere deg om et bestemt produkt, og gjerne lar deg prøve produktet før du inngår en avtale om å kjøpe det. Slik kommunikasjon kalles *salgsfremmende tiltak*.

Direkte og indirekte markedsføring/salg er kommunikasjon ved hjelp av post, telefon, e-post eller Internett rettet mot mottakere i bestemte målgrupper. (Kilde: Store norske leksikon)



Hans Geelmuyden driver et av de mest kjente PR-byråene i Norge.

Lær mer om

[Informasjons- og samfunnskontakt \(PR\)](#)

# Reklame

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Hva er reklame? \(86923\)](#)



I en reklame prøver senderen å påvirke mottakeren til å tenke eller oppføre seg på en bestemt måte. Men det er ikke alltid man lykkes. Kanskje drukner budskapet i støyen fra andre annonsører.

## Hva er reklame?

Ordet reklame kommer av det latinske ordet *reklamare* som betyr "å rope ut". Reklame er et viktig hjelpemiddel for en produsent som ønsker å selge en vare eller en tjeneste. Reklame skiller seg fra andre medietekster ved at senderen har betalt for å få formidlet budskapet sitt. Derfor gjør de fleste medier mottakerne oppmerksom på hva som er redaksjonelt innhold, og hva som er reklame.

Vi som bor i Norge, har tilgang til en mengde produkter som er nesten like. Hvor mange ulike typer tannkrem står i hyllene i nærbutikken din? Hvor mange ulike jeans har du å velge mellom der du handler klær? Når utbudet er så stort, er det i første rekke reklamen som utgjør forskjellen på om et produkt får oppmerksomhet eller ikke. Reklamen gir produktet en tilleggsverdi. Tannkrem gir oss ikke bare rene tenner, men også en ring av selvtillit!

Reklamen bruker ulike mediekanaler for å nå ut med budskapet sitt til potensielle kunder. Måten reklamen er utformet på, er viktig, enten vi snakker om en reklameplakat, en reklamefilm eller en radioreklame. Det er reklamens *dramaturgi*, eller iscenesetting, som gjør budskapet attraktivt for kunden.

## Virker reklame?

Produsentene bruker mye penger på reklame. Derfor er det viktig å vite om reklamen virker, at den har en *effekt*. En måte å undersøke effekten på er å sjekke om de som bruker mye penger på reklame, faktisk selger mer. En mer forskningsbasert metode brukes av firmaer som driver med markedsundersøkelser. På vegne av sine oppdragsgivere ringer de rundt til et stort utvalg personer for å sjekke hvilke produkter folk kjenner til og kjøper.

Alle produkter du betaler for i butikken, har en strekkode. Det du kanskje ikke vet, er at når ekspeditøren skanner denne strekkoden, går informasjon om varekjøpet ditt direkte til et byrå som analyserer hvilke varer som selges, og hvordan vi som forbrukere oppfører oss.

### Ulike former for reklame

- **Produktreklame**

Produktreklame forteller om produktets egenskaper og hvordan det kan brukes. Det reklameres for produkter i alle medier, enten åpent eller skjult. Skjult reklamering kalles *produktpllassering*. Dette er stadig vanligere i spillefilmer, TV-serier, musikkvideoer og tegneserier.

- **Direktereklame**

Reklame som leveres direkte i postkassen eller via telefon, øker i omfang. Det er mulig å reservere seg mot slik direktereklame,

men mange aviser tilbyr annonsører å legge ved egne annonsebilag som innstikk. Slik omgår man kundens reservasjon.

- **Utendørsreklame**

Lysreklamer, reklamesøyler, reklamer på biler og busser, veggflater osv. er eksempler på utendørsreklame. Kanskje går du selv også rundt som en levende reklameplakat med klær som reklamerer for sitt eget produktnavn?

- **Personlig reklame**

Informasjon om bruk av Internett og sosiale nettverk har ført til at reklamen i dag ofte henvender seg direkte til kunden, skreddersydd for deg og de interesser du har. En viktig inntektskilde for Facebook er blant annet å selge videre informasjon om din profil til aktuelle annonsører.

## Avisannonsen

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Avisannonsen \(90157\)](#)



### Huskelappen

**En annonse er et betalt budskap som gjengis i en trykksak eller i et nettmedium.**

**En kommersiell annonse reklamerer for varer eller tjenester. En kunngjøring har en informativ funksjon.**

### Ressurser



Rubrikkannonser. Klikk for å se bildet i full størrelse.



På jakt etter et godt tilbud eller en ny jobb?

#### Hva er en avisannonse?

En annonse er et betalt budskap som gjengis i en trykksak eller i et nettbasert medium. Det er vanlig å skille mellom *kommersielle annonser* og *kunngjøringer*. En kommersiell annonse reklamerer for varer og tjenester som er til salgs. Stillingsannonser og dødsannonser er eksempler på kunngjøringer.

Kommersielle avisannonser har eksistert så lenge vi har hatt aviser i Norge. På 1800-tallet brukte mange aviser mer plass på annonser enn på redaksjonelt stoff. I dag finner vi mest annonkestoff i abonnementsavisene. Mange av disse avisene har også egne reklamebilag eller innstikk som består kun av reklame.

Løssalgsavisene VG og Dagbladet henvender seg til avislesere over hele landet og egner seg derfor i mindre grad til kunngjøringer og annonsering av lokalt tilsnitt. Dagbladet har fått mye kritikk for å tillate rubrikkannonser for seksuelle tjenester, som telefonsex eller besøk av omreisende prostituerte.

#### Rubrikkannonse eller helside?

Alt som skal på trykk i en avis, må forholde seg til avisens spaltebredder. Noen avissider har fem spalter, andre seks. Avisannonserne kan variere fra små en- eller tospaltere (*rubrikkannonser*) til store, helsides oppslag. Prisen på en avisannonse er avhengig av spaltebredde, millimeterhøyde og hvor i avisens annonsen skal stå.

En enkel avisannonse består ofte av et bilde av et produkt sammen med en tekst som forteller hva produktet koster og hvor man kan få kjøpt det. Større annonser inneholder mer forsegjorte reklamefotografier og lengre tekster som forklarer hvorfor vi må kjøpe akkurat dette produktet. Ukebladannonser som trykkes på glanset papir, bruker som oftest profesjonelle bilder i høy oppløsning.

De fleste aviser har en annonseavdeling som lager enkle annonser på oppdrag fra annonsørene. Større annonser utformes gjerne av reklamebyråer, eller bedriftenes egne PR-avdelinger.

# Reklamefotografiet

Forfatter: Tom Knudsen, Ragna Marie Tørdal

[Reklamefotografiet \(86840\)](#)



Hensikten med motebildet er å vise fram klær og tilbehør. Klikk for å se større versjon. (Fotograf: Victoria Nevland, elev Vennesla vgs.)

## Bilder som selger

Reklamefotografering dreier seg stort sett om fotografering av *stilleben* (bilde av oppstilte gjenstander) til kataloger og annet reklamemateriell. Hensikten er at produktet skal framstå på en lekker og tydelig måte. I tillegg er det vanlig å fotografere "produktet i bruk". Et eksempel er bilde av en modell som har på seg de klærne som det reklameres for.

Reklamefotografiets overordnede mål er å spre informasjon eller promotere salg. Et vellykket reklamefotografi er kort fortalt et reklamefotografi som "virker". Det vil si at det blir lagt merke til og kommuniserer budskapet til riktig målgruppe på en klar og tydelig måte. For å få til dette bør fotografiene:

- være utformet fra en original idé
- ha en estetisk-tidsriktig form, gjerne med en menneskelig eller humoristisk vinkling
- være fototeknisk godt. Her skal det være kvalitet gjennom hele prosessen – dvs. i opptakssituasjonen, i motivets innhold og kommunikasjon og til slutt i etterbehandlingen.

Eksempler på budskap i reklamer kan være at "vår parfyme lukter veldig godt", "disse jeansene har flott fasong" eller mer alvorlige budskap som f.eks. "Husk bilbelte – noen er glad i deg".

## Produktfotografering

Noen bilder har fokus på produktets form, andre har fokus på produktet i bruk. Ved fotografering av stilleben må produktene vises tydelig og framstå som delikate. God lyssetting er viktig.

Bilder som viser et produkt i bruk, er ofte mer kreative, f.eks. en snekker i arbeid med den nye hammeren sin eller en jente på joggetur med den nye iPoden sin.

Les mer om **mote**fotografi

Hensikten med et motebilde er hovedsaklig å vise fram klær med tilbehør, som regel ved bruk av modell. En underkategori er "glamour photography", hvor fokus ligger mer på å framheve modellen. Det er vanlig å fotografere både i studio og utendørs på "location". Virkemidler kan være kreativ lyssetting, kreative poseringer og god blikkontakt.

Les mer og se eksempel: **presentasjon av et produkt**:



Huskelappen

**Reklamefotografiets overordnede mål er å spre informasjon eller promotere salg.**

**Et reklamefotografi kan promotere både personer og produkter.**

**Produktbilder kan ha fokus på form eller hvordan produktet brukes.**



Fransk ballerina, portrettert av Adolphe Braun. I 1856 ga Adolphe Braun ut en bok med 288 bilder av Virginia Oldoini kledd rettskappe. Hun ble dermed verdens første motmodell.



Norge var et av de siste land i verden som fikk reklame på TV, og brukte derfor reklamepengene stort sett på trykte medier i stedet. På 60- og 70-tallet var Norge i 1. divisjon når det gjaldt reklame på trykk.

#### Sitat

"Selv Gud trenger reklame – han har kirkeklokkene." (Aurélien Scholl - fransk forfatter)

Bildene skal presentere produktet på en elegant og delikat måte. Bildene tas vanligvis i studio, og produktene er ofte belyst ovenfra og fotografert med kameraet rett på eller skrått ovenfra. Husk å gå nær på motivet ditt – bildene er ofte tette og med liten dybdeskarphet.

Eksempel på kosmetikkprodukt:



Reklamefotografi kosmetikk. Fotograf: Tom Knudsen.

Les mer og se eksempel: [arkitekturfotografi](#):

Promotering av personer

Et reklameportrett skal presentere og "selge" personen og er derfor mest brukt av modeller, skuespillere og musikere.

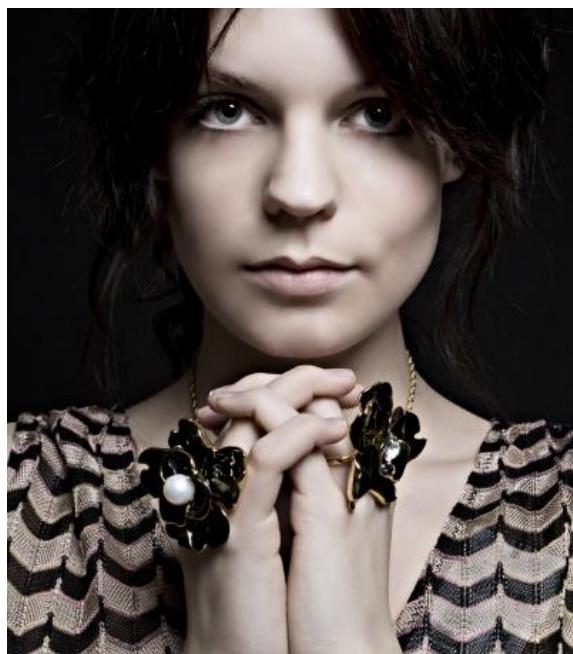
Les mer og se eksempel på [portrettfotografering](#):



Eksempel på arkitekturfotografi. Fotograf: Tom Knudsen.

Arkitekturfotografi er bilder av et menneskeskapt byggverk. Det kan være et hus eller en del av et hus. Hensikten er å vise hvordan byggverket ser ut. Fotografen skal dokumentere bygget for sin oppdragsgiver, f.eks. arkitekten, som senere kanskje skal bruke bildene til å vise hva han eller hun har tenkt, den "arkitektoniske intensjonen".

Oppdragsgiver kan også være en eiendomsmegler som skal selge huset. Det er vanlig å skille mellom interiørfotografier (bilder fra innsiden av bygget) og eksteriørfotografier (bilder av fasaden eller utsiden).



Reklameportrett laget av Marte Honnemyr, elev, Vennesla videregående skole.

Personen presenteres ofte med bilder av ansikt og kropp. Her brukes virkemidler som hard lyssetting, god blikkontakt og kreativ posering. Som regel er bildene tatt i et fotostudio.



Reklameportrett musiker. Fotograf: Tom Knudsen.

Musikerportrett er beregnet på salg og promosing av et band eller enkeltartister. Bildene brukes som en del av en plakat, plateomslag/-hefte, portrett, eller på nettet. Det brukes ofte "sterke bilder" med impact, kreativ posering, god bildekompisjon og integrering av tekst eller andre grafiske element. Bildene kan være tatt i studio eller på location.

## Reklameplakaten

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Reklameplakaten \(87878\)](#)



### En sammensatt medietekst

En reklameplakat er som oftest satt sammen av flere elementer. Reklamen for Lerum saft består av minst to ulike fotografier. Bakgrunnsbildet viser "saftbygda Lerum". I forgrunnen ser vi et fotografi av produktet (saftkartongen) omgitt av friske epler. Nederst i høyre hjørne er det plassert en illustrasjon i form av en logo.

I tillegg er det brukt flere ulike tekstelementer: en informerende tekst nederst, en kort tekst som utdypes logoen, og to "bobletekster". Den ene bobleteksten peker på det som er nytt ved produktet, den andre har mer form av et slagord.

### Teksten forankrer bildene

Et bilde kan tolkes på mange måter. I en reklame er det vanlig å utdype budskapet med en medfølgende tekst. Teksten avgrenser måten bildet kan forstås på. Derfor sier vi at teksten *forankrer* bildet.

Bilder appellerer til følelsene våre. Tekstelementene har ofte en mer informativ funksjon.

### Komposisjon, font og farger

Huskelappen

**En reklameplakat er som oftest en sammensatt medietekst.**

**Bildene har en appellativ funksjon, mens teksten gjerne er mer informativ.**

**Teksten avgrenser hvordan vi kan tolke bildene i reklamen.**

Ressurser

Jeg sa jo  
du skulde bruke

**BRYLCREEM**  
DET PERFEKTE HÅR-FIXATIV

På hvilken måte forankrer teksten måten du tolker dette bildet på?

På reklamen for Lerum saft er saftkartongen plassert midt i bildet. Ingen skal være i tvil om hvilket produkt det reklameres for. Bildet av produktet har vi på netthinna neste gang vi går i butikken og velger kartonger fra safthylla.

Bruk av farger og fonter (skriftypen) er nøyne planlagt.

- Hvilke fargetoner er brukt i Lerum-reklamen?
- Hvorfor er disse fargene valgt?
- Hvorfor er det brukt en spesiell font i bokstekstene?



Reklameplakater plasseres ofte utendørs. Her er en reklameplakat for H&M der Cindy Crawford poserer.  
Hva vil du si er stoppeffekten i denne reklameplakaten?

# Radioreklame

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Radioreklame \(88465\)](#)



## Huskelappen

**Radioreklame er  
betalt annonsering i  
kommersielle  
radiokanaler.**

**Budskapet  
presenteres  
gjennom samspill  
mellan ulike  
lydformer.**

**Radio er et flyktig  
medium. Språk og  
budskap må være  
enkelt og tydelig.**

**Reklamespotter  
gjentas ofte flere  
ganger i timen.**

**Radioreklame er ofte  
mer dagsaktuell enn  
annen reklame.**

## Ressurser



Fram til 1940 var det lov å sende reklame i NRK radio. Stemmen tilhørte gjerne kjente skuespillere eller artister.



Radiorekklame for  
vaskemiddelet  
Persil i 1930-åra /  
audio  
<http://ndla.no/nb/node/74074>



### Moderne radiorekklame

[Verdens sterkeste  
mann \(radiorekklame\)](#)



Mange unge lytter på de kommersielle radiostasjonene P4 og Radio Norge. Nora Mellemstrand sier at det beste med radio er at man kan gjøre andre ting samtidig.



Kurer om radiorekklame / audio  
<http://ndla.no/nb/node/88474>

## Reklame i et flyktig medium

Radioreklame er betalt annonsering i kommersielle radiokanaler. Som oftest er det å lytte til radio en *sekundæraktivitet*. Vi hører på radio mens vi holder på med andre ting: når vi kjører bil, når vi tar bussen, når vi lager mat, når vi går på do, og når vi går til frisøren. Selv om de fleste ikke lytter så mye på radio, er vi ofte i situasjoner der vi blir eksponert for radioreklamen. Vi løpet jo ikke ut av frisørsalongen når reklameinnslagene kommer!

Et annet kjennetegn ved radioen er at den er et *flyktig medium*. Vi har ikke mulighet til å "spole tilbake" for å få med oss budskapet en gang til. Derfor må språk og budskap i en radioreklame være enkelt og lefftattelig.

### Om og om igjen

Mange potensielle kunder har en bestemt kommersiell radiokanal som de lytter til hver dag. Kommercielle kanaler sender gjerne reklameblokker tre til fire ganger per time. En *reklameblokk* består vanligvis av flere *reklamespotter* på 30 sekunder som følger etter hverandre.

På bussen til skolen rekker du derfor å høre det samme reklameinnslaget flere ganger. Gjentagelsen gjør at budskapet fester seg og styrer de valgene vi gjør som forbrukere. Når reklamespotten gjentas ofte, er det også større sjanse for å nå dem som bare lytter på radio i korte perioder i løpet av dagen.

### Aktuell og nært

Lurer du på hvor du kan få kjøpt den siste iPaden? Radioreklame er enkel å lage, og annonsøren kan derfor raskt ute med det nyeste. Det gjør også denne formen for reklame godt egnet til å annonser for spesielle tilbud i nærmiljøet, noe lokalradioene vet å benytte seg av.

### Lyden skaper bildet

Radioreklame skiller seg ut ved at annonsøren kun har mulighet til å bruke auditive virkemidler:

- tale (monolog eller dialog)
- miljølyd (kontentum)
- effektlyd
- musikk

Det aller viktigste er å ha en god idé. Enkle dramatiseringer og humor er mye brukt for å fange lytternes oppmerksomhet.

# Reklamefilmen

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Reklamefilmen \(87099\)](#)



Reklamefilm intro / video

<http://ndla.no/nb/node/86910>

Film i fortettet form

Som i all annen reklame er hensikten med reklamefilmen å skape oppmerksomhet rundt et produkt eller en tjeneste. I motsetning til reklamefotoet og reklameplakaten, kan filmen fortelle en historie med både begynnelse og slutt. Et godt plot er alfa og omega. Formidling av fakta er av mindre betydning.

Reklamefilmen bruker de samme filmatiske virkemidlene som spillefilmen, men framstår i en fortettet form. Ikke minst gjelder det reklamefilmer som skal vises på TV. Det er vanlig å lage disse slik at de kan vises i fullversjon, kortversjon eller kort kortversjon, alt etter hvor mange reklamesekunder man har til rådighet.

Identifikasjon

Filmmediet er et sterkt medium som lett appellerer til følelsene våre. Derfor er det viktig at vi kan identifisere oss med de menneskene og de situasjonene vi møter i filmen. De fleste av oss synes gamle reklamefilmer er rare. Folk oppfører seg og snakker på en måte som vi ikke kjenner oss igjen i. Det er også grunnen til at amerikanske eller franske reklamefilmer sjeldent slår godt an i Norge.

De mest effektive reklamefilmene er de som treffer grunnleggende følelser som vi alle kjenner oss igjen i: behovet for nærlhet, omsorg og for å lykkes i hverdagen. Humor brukes mye i reklamefilmer. En god latter gjør at vi knytter positive følelser til reklamebudskapet.

Troverdighet



Huskelappen

**Hensikten med en reklamefilm er å selge et produkt eller en tjeneste.**

**Reklamefilmer bruker samme virkemidler som spillefilmer.**

**Identifikasjon og troverdighet er viktig i all reklame.**

**Reklamefilmer vises både på kino, på TV og på nett.**



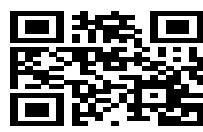
Kjendiser opptrer ofte i reklamefilmer. Her spiller bokseren Cecilia Brækhus inn reklamefilm for VitaePro i Oslo Boksekubb.

Ressurser

[Toyota reklamefilm](#)

[Tines reklamefilm for Engfrisk](#)

Troverdighet er viktig. I Norge er vi oppdratt til å avsløre alle som prøver å påvirke oss i en bestemt retning. Derfor er det et smart trekk av reklameprodusentene å spille på ironi. Som kjent: "Solo hjelper kun mot tørste". Var det ikke det vi visste!



Saftbygda Lerum /  
video  
<http://ndla.no/nb/node/46012>



Sildekake -  
reklamefilm / video  
<http://ndla.no/nb/node/53378>

I filmen "Sildekake"  
reklermer elevene for  
egen bedrift. En god  
idé for andre  
elevbedrifter?

# Reklamekampanjer

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Reklamekampanjer \(87974\)](#)

## Hva er en reklamekampanje?

En reklamekampanje er en samordnet og tidsavgrenset markedsføringsinnsats der en bedrift eller et reklamebyrå bruker mange ulike markedsføringskanaler samtidig innenfor en avgrenset tidsperiode.



### Eksempler:

- annonsering i trykte og nettbaserte medier
- radioreklame
- reklamefilmer og trailere på kino, fjernsyn og nett
- spesiell emballasje
- lokkemidler til form av tilleggsprodukter eller gevinster
- brosjyrer
- reklameplakater og foldere
- annonsedekor på busser og drosjer
- redaksjonell omtale – omdømmebygging

Kampanjene knytter seg gjerne til en spesiell begivenhet (produktlansering, messedeltakelse, jubileum eller lignende «event»). Ofte vil en reklamekampanje bestå av en tilbudspakke der distribusjonsleddene også bidrar til prisreduksjon. (Kilde: Birger M. Vikøren, reklamekampanje. (2011-10-24) I *Store norske leksikon*. URL-adresse: <http://snl.no/reklamekampanje>)

## Sosiale medier i markedsføringen

Mange bedrifter satser aktivt på å bruke sosiale medier som kanaler i reklamekampanjer. Pizzaen Grandiosa har egen vennegruppe på Facebook. En av de meste vellykkede reklametriksene er å få forbrukerne til å publisere egne reklamefilmer for produktet på YouTube.

## Huskelappen

**En reklamekampanje er en samordnet og tidsavgrenset markedsføringsinnsats i flere kanaler.**

## Eksempel

Reklamekampanjen for Pizza Grandiosa.



Emballasjen er en viktig del av en reklamekampanje.

## [Produktnettseite](#)

Her finner du også lenke til Facebook-siden.

## [Reklamefilm Respekt for Grandiosa](#)

## [Forbrukergenerert reklamefilm for Gandiosa](#)

## [Eksempel på lokkemiddel](#)

[Eksempel på](#)  
[redaksjonell](#)  
[produktomtale](#)

## Politisk reklame

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Politisk reklame \(87939\)](#)



### Huskelappen

**Hensikten med politisk reklame er å påvirke holdninger og adferd.**

**Politisk propaganda er bevisst manipulering av tanker og følelser ved hjelp av sterke virkemidler.**

**I Norge er det forbud mot politisk TV-reklame.**

### Ressurser



Eksempel på politisk reklame: Valgplakat for Kristelig Folkeparti (1981).

[Mediana \(samleside\): Politisk TV-reklame](#)

### [Hallo i valget](#)

Parodi på politisk reklame (Espen Beranek Holm, NRK).  
Se hele serien.

### [YES WE CAN](#)

TV-reklame for Barak Obama i 2008.



Oslo FrP brukte Stoltenbergs 22. juli-parole om "mer demokrati, mer åpenhet" på sine valgplakater foran kommunevalget i 2011.

#### Ikke-kommersiell reklame

Hensikten med politisk reklame er å påvirke holdninger til politiske spørsmål, eller få mottakeren til å gjøre det man ønsker, for eksempel stemme på et bestemt politisk parti. Politisk reklame har stort sett ikke kommersielle hensikter, slik vanlig reklame har, men ligner mer på holdningskampanjer (se verkstedet Informasjonstjenesten).

#### Informasjon eller propaganda?

Politisk informasjon er viktig i et demokrati. Vi må vite hva de partiene og personene vi skal stemme på, står for. Men i noen sammenhenger blir de politiske budskapene så ensidig at vi omtaler politisk reklame som *propaganda*. Propaganda er en bevisst manipulering av folks følelser og tanker ved hjelp av sterke virkemidler for å fremme bestemte oppfatninger og handlingsmønstre. (Kilde: Store norske leksikon).

I forbindelse med stortingsvalg og lokalvalg får de fleste av oss postkassen full av brosjyrer som forteller hvilke saker de ulike partiene brenner for. Reklameplakater for politiske partier blir slått opp over alt. I norsk politikk er det mindre personfokus enn for eksempel i amerikansk politikk. Der er det vanlig med svære plakater som viser glamourbilder av politiske kandidater. I Norge fokuserer valgplakatene mer på partier og ideologiske standpunkter.

#### Forbud mot politisk TV-reklame

I USA bruker partiene mye penger på politisk reklame på de store TV-kanalene. Andre land har vært skeptiske til å la partienes tilgang til økonomiske ressurser prege valgkampen på tilsvarende måte. Den norske kringkastingsloven tillater i utgangspunktet ikke reklame for livssyn eller politiske budskap i fjernsyn. I 2008 ble denne bestemmelsen underkjent av Den europeiske menneskerettighetsdomstolen som mener at forbudet er i strid med prinsippet om ytringsfrihet.

Den norske regjeringen åpnet i 2009 for politisk reklame på Frikanalen, som er en egen kanal der frivillige organisasjoner kan fremme sine budskap. Både NRK og TV2 har fokus på redaksjonell dekning av valgkampen der alle politiske grupperinger kommer til orde, men slik at dette avspeiler partienes oppslutning i befolkningen.

# Produktlassering

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Produktlassering \(83869\)](#)



Produktlassering i film / video

<http://ndla.no/nb/node/93483>



Hva er produktlassering?

Har du lagt merke til hvilke typer møbler, mobiltelefoner og klesmerker som brukes i TV-serier og spillefilmer? Hvorfor har de mest populære talkshow-vertene alltid den siste datamaskinen fra Apple på skrivebordet?

Vi bruker begrepet *produktlassering* når bedrifter kjøper seg plass i filmer, på TV eller lignende medier slik at produkter, varemerker eller logoer blir en integrert del av handlingen.

Meninger om produktlassering

Produktlassering er en form for *skjult reklamevirksomhet*. Når du koser deg med en TV-serie, er du skjeldent klar over at du samtidig eksponerer deg for reklame.

Skal det være lovlige å drive denne formen for reklamevirksomhet i Norge? Det er et tema som kulturministeren må ta stilling til i nærmeste framtid.

Huskelappen

**Produktlassering er betalt plassering av produkter i TV og film, der produktet inngår som en integrert del av handlingen.**

**Produktlassering er en form for skjult reklame.**

Ressurser



Da Stephen Colbert åpnet Grammy Awards i Los Angeles i 2010, viste han fram sin nye Apple iPad.

[Eksempler på produktlassering](#)

I mars 2011 skrev Kaja Korsvold en artikkel i Aftenposten om regjeringens forslag til oppmykning av regelverket:

[Kommers-TV fester grepets](#)

- Hvilke norske filmer og TV-serier nevner hun som eksempler på produktlassering?
- Hvordan mener hun regelverket bør være?



# Alkoholreklame på fjernsyn

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Alkoholreklame på fjernsyn \(86218\)](#)



Alkoholreklame på fjernsyn / video

<http://ndla.no/nb/node/93482>

## EUs TV-direktiv

I disse dager går debatten høyt om Norge skal rette seg etter EUs TV-direktiv som tillater alkoholreklame på fjernsyn. Norge har hatt forbud mot alkoholreklame siden 1975.

Norge er ikke medlem i EU. Da EØS-avtalen med EU om fri flyt av varer og tjenester ble inngått på 90-tallet, fikk vi lov til å reservere oss mot alkoholreklame i media. Men nå er disse reglene endret, og EU krever at Norge tillater reklame for øl, vin og brennevin på lik linje med andre EU-land.

## KRF krever veto

KRF krever at regjeringen bruker vetoretten for å forhindre at direktivet blir gjeldene også i vårt land. Men uansett vil det være mulig å reklamere for alkohol for TV-selskaper som sender fra utlandet, slik for eksempel TV3 gjør. Den britiske regjeringen ønsker ikke å hindre britiske TV-selskaper i å reklamere for denne typen varer.

## Mediepolitisk nøtt

Norge kan fortsatt nekte TV-selskaper som sender fra Norge, å reklamere for alkohol. Men for politikerne er det vanskelig å forskjellsbehandle TV-selskaper som konkurrerer om de samme reklamekronene.

Huskelappen

**Siden 1975 har det vært ulovlig å reklamere for alkohol på norsk fjernsyn. EUs TV-direktiv tillater reklame for alkohol.**

Ølreklame fra 30-tallet. Før 1975 var det lov å reklamere for alkoholholdige drikkevarer.



Hvis Norge må bøye seg for dette, vil hele forbudet mot alkoholreklame forsvinne, sier Petter Nome som er direktør for Bryggeri- og drikkevareforeningen.

#### Hva mener du?

Er det riktig å tillate alkoholreklame i TV3, men nekte konkurrenten TV2 å gjøre det samme?

Er det skadelig med reklame for alkohol på fjernsyn?

Skriv gjerne hva du mener i kommentarfeltet, og begrunn hvorfor du mener det du gjør.

## Oppgaver

### Frihet, hva er det?

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Frihet, hva er det? \(90081\)](#)

Oppdrag: Sammenlign plakater

De tre plakatene nedenfor har alle tema "frihet".

1. Hvem er avsender av budskapet på de tre plakatene?
2. Hvilke virkemidler brukes for å få fram budskapet?
3. Hva er likt?
4. Hva er forskjellig?
5. Den tredje plakaten (Ja til frihet) kan tolkes på flere måter. Hvorfor?
6. Hva tror du de tre avsenderne legger i begrepet "frihet"?



Tid

30 min

Vanskegrad

lett

Verktøy

PC, ev. penn og papir



**frihet**

FRA AT MARKEDET SKAL  
STYRE LIVET DITT, FRIHET  
FRA Å VÆRE AVHENGIG  
AV PAPPAS LOHMEBOK.  
FRIHET TIL Å KUNNE  
VÆRE DEN DU ER.



SOSIALISTISK UNGDOM





Plakater som krever frihet

# Sammenlign annonser på nett og papir

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Annonser i nettavis og papiraviser \(90102\)](#)

## Sammenlign annonser på nett og papir

Gå inn på nettsida til den største regionavisa på hjemstedet ditt.

1. Hvor mange ulike annonsører reklamerer på denne nettsida?
2. Inneholder sida kunngjøringer eller bare salgsannonser?
3. Hvem er avsenderne?
4. Hvor mange annonser inneholder animerte (bevegelige) effekter?
5. Hva kan grunnen være til at annonsørene velger å bruke slike effekter?
6. Sammenlign annonsene på nettsida med annonsene i papirutgaven av regionsavisa.
7. Hvordan skiller utformingen av nettannonserne seg fra formen på de annonsene du finner i papiravisa?
8. Er det de samme annonsørene i begge utgaver? Hvis ikke, hvorfor tror du noen velger å annonse i papiravis og andre i nettavis?



Tid

1 time

Vanskegrad

middels

Verktøy

PC, Internett  
penn og papir

# Ingen reklame for usunn mat

Forfatter: Anne Marjatta Gøystdal, NTB

[Ingen reklame for usunn mat \(111850\)](#)



**NDL Aktuelt**

Markedsføring av usunn mat og drikke rettet mot barn og unge kan bli forbudt.

## Ingen reklame for usunn mat / aktualitet

<http://ndla.no/nb/node/111850>

**KAN BLI FORBUDT:** Hvis Helsedirektoratet får det som de vil, kan reklamefilmer som denne bli forbudt.

### Bekymret

Helsemyndighetene er bekymret for barn og unges helse. Hver femte åtteåring er overvektig eller lider av fedme, og barn har hatt en jevn vektøkning de siste 30 årene.

Nå foreslår helsemyndighetene at det bør bli forbudt å markedsføre usunn mat og drikke rettet mot barn og unge.

Godteri-, brus- og hurtigmatselskaper liker forslaget svært dårlig. De mener selvregulering fungerer godt nok, og at et forbud vil være konkurransevridende, en urimelig inngripen og umulig å håndheve.

### – Virkelighetsfjernt

Flere kjente merkenavn har forsøkt å få Helsedepartementet til å skrinlegge planene. McDonald's Norge mener departementet bruker virkelighetsfjerne og upassende metoder for å fastslå hva slags mat og drikke som skal omfattes.

Sjokoladeprodusenten Mars viser til at bransjen selv har sluttet opp om markedsføringsløfter i en rekke land. Coca-Cola tar til ordet for et samarbeid mellom bransjen og myndighetene for å styrke selvreguleringsordningen.

– Vår bransje bør i større grad ses som en del av løsningen, heller enn som kjernen av problemet, skriver Coca-Cola Enterprises Norge.

### Omfavnes av Helse-Norge

Forslaget får samtidig en varm mottakelse i Helse-Norge, og støttest av en rekke etater og organisasjoner.

– Livsstilssykdommer blir et større og større problem, utviklingen går i gal retning. Det er viktig å etablere gode vaner fra man er ung, og vi mener det kan være et viktig virkemiddel å hindre at barn og unge utsettes for reklame, sier president Hege Gjessing i Legeforeningen til NTB.

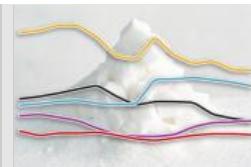


### TAR ANSVAR:

Helseminister Jonas Gahr Støre mener helsemyndighetene har et ansvar for å beskytte folk mot farlige stoffer.



**BRUSTOPPEN:** Nordmenn er storforbrukere av brus. Ifølge tall fra Helsedirektoratet (2011) får hver nordmann i snitt i seg 6,5 kilo sukker i året fra brusdrikking.



#### INTERAKTIV GRAFIKK:

Matvarereprisene gikk ned med 1 prosent fra desember 2011 til desember 2012. Prisen på sukker gikk mest ned.

#### Matematikkoppgave

Med utgangspunkt i grafikken om prisen på sukker skal du selv lage 3 oppgaver til en medelever for å sjekke om

- eleven kan tolke, bearbeide og vurdere den grafiske fremstillingen
- eleven kan regne med prosent, prosentfaktor og vekstfaktor

## QUIZ

Hva vet du om sukker?

Les også:

[Den sôte fare](#)

[Sukrede fakta](#)

[Historisk tilbakeblikk: Gro avviser press fra sukkerindustrien](#)

#### Oppgave 1

Drøft i klassen

Godteri-, brus- og hurtigmatselskaper liker forslaget svært dårlig. De mener selvregulering fungerer godt nok, og at et forbud vil være konkurransevridende.

- Synes du forbudet mot reklame av usunn mat er en god idé?
- Hva betyr selvregulerende?
- Hva tror du selskapene mener når de sier at et slikt forbud vil være konkurransevridende?
- Hvilke lover og paragrafer regulerer disse problemstillingene?
- Hvordan kan selskaper vise at de tar samfunnsansvar og sosialt ansvar i denne sammenheng?
- Hva er i så fall motivasjonen til å ta slikt ansvar?

## Oppgave 2

### Lag en kampanje

Lag en tenkt kampanje for et selskap som vil bli omfattet av disse reguleringene. Kampanjen bør vise at de tar sosialt ansvar og samfunnsansvar og vrir problemstillingene til noe positivt.

# **Eksamens**

## **Eksamens MIK**

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Eksamens MIK \(117982\)](#)



## Tips

Mer informasjon om eksamen og vurdering finner du på nettsidene [Udir.no](#)

Angst for eksamen?



## Eksamens MIK / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/117982>

Kjenner du deg igjen i denne lille, danske filmsnuttten?

Konkrete tips:

- Lag en leseplan.
- Få mosjon – det motvirker stress.
- Spis og drikk før eksamen.
- Slapp av med musikk.

Se også: [scoop-it: Eksamens MIK 2014](#)



## Vurdering i MIK-fagene

Læreplanen fastsetter hvordan vurderingsformen i MIK 1 og MIK 2 skal være. Dersom du er vanlig elev, får du en standpunktcharakter i MIK 1 og en ny standpunktcharakter i MIK 2.

I tillegg kan du bli trukket ut til eksamen i slutten av hvert skoleår.

Eksamen i MIK 1 er en muntlig eksamen som blir utarbeidet og sensurert lokalt.

I MIK 2 kan du bli trukket ut enten til skriftlig eksamen eller til muntlig-praktisk eksamen. Skriftlig eksamen blir utarbeidet og sensurert sentralt. Muntlig-praktisk eksamen blir utarbeidet og sensurert lokalt.

I dette kapittelet får du gode råd om:

- muntlig eksamen i MIK 1
- hvordan utnytte forberedelsesdagen før skriftlig eksamen?
- hvordan skrive en god besvarelse
- praktisk-muntlig eksamen i MIK 2

# Muntlig eksamen MIK 1

Forfatter: Ragna Marie Tørdal, Jan-Arve Overland

[Muntlig eksamen MIK 1 \(117868\)](#)



I medie- og informasjonskunnskap kan du bli trukket ut til *lokalgitt muntlig eksamen*. Det er faglæreren din som lager forslag til eksamsoppgavene. Oppgavene skal godkjennes av en sensor som ikke jobber på den skolen du går på. På selve eksamensdagen kan både faglærer og sensor stille spørsmål, og de bestemmer sammen hvilken karakter du skal få.

## Forberedelsestid

Du får vite hvilket fag du kommer opp i til muntlig eksamen 48 timer før eksamen.

Muntlig eksamen har en obligatorisk forberedelsesdel, der du får oppgitt tema eller problemstilling 24 timer før eksamen og skal forberede en presentasjon i tilknytning til dette.

Forberedelsedelen er en obligatorisk skoledag, og du har rett på et pedagogisk tilbud fra skolen. Det betyr at du skal være på skolen og ha tilgang til en lærer. Det trenger ikke være faglæreren din.

I forberedelsesdelen kan du bruke alle hjelpebidrifter. Mange elever oppretter en blogg, en wiki, en eksamsgruppe på Facebook eller et diskusjonsforum i forberedelsestida. Slik kan dere hjelpe hverandre til å belyse den problemstillingen eller det temaet dere har fått utlevert.

## Hva skjer på eksamensdagen?

Som oftest får du beskjed om et bestemt tidspunkt du skal møte opp på. Mange elever er nervøse før eksamen. Bruk tida i venterommet til å psyke hverandre opp, slik gode fotballspillere gjør.

Eksamen varer inntil 30 minutter og består av to deler

- Du presenterer temaet eller problemstillingen (ca. 10 minutter).
- Sensorene bruker presentasjonen som et utgangspunkt



## Tips

**Sett deg inn i kompetansemålene for MIK 1 under fanen "Læreplan" i headeren.**

**På fagsidene i NDLA MIK finner du en huskelapp i høgrespalten. Bruk denne til en rask repetisjon av fagstoffet.**

**Bruk oppsummeringsoppgavene på slutten av hvert kapittel til å sjekke hva du kan.**

## Eksempel

Eksempel på eksamen med forberedelse:

[Muntlig eksamen MIK 1 Østfold fylkeskommune](#)

## Å presentere

Ofte blir du bedt om å presentere noe du har forberedt.

for en fagsamtale med deg (ca. 20 minutter).

Du kan ta med deg notater knyttet til den presentasjonen du har forberedt og de hjelpeidlene du trenger når du skal presentere.

Du skal få mulighet til å vise din kompetanse i så stor del av faget som mulig. Det betyr at faglærer og sensor ikke bare kan stille spørsmål fra en liten del av faget. Faglærer og sensor skal ikke lete etter den kompetansen du ikke har.

Fokuser på alt du kan, ikke det du ikke kan. Husk at faglæreren er på din side. Han eller hun er like opptatt av at du skal få en god karakter som det du selv er.

### Vær offensiv

Når du kommer inn i eksamenslokalet, bør du hilse på faglærer og sensor. Det er lurt å ha øyekontakt med begge, også når du presenterer eller svarer på spørsmål.

Fortell uoppfordret det du vet om temaet uten å vente på oppfølgingsspørsmål fra faglærer eller sensor. Det viser at du har oversikt og er faglig trygg. Eksamens handler ikke om å huske detaljer. Det er viktigere å vise at du forstår sammenhenger og har evne til selvstendig refleksjon.

Bruk faguttrykk når du svarer, og kom gjerne med eksempler som viser at du har forstått det du snakker om. Er du i tvil om hva du skal svare på et spørsmål, kan du å be om en kort pause, slik at du får tenkt seg om.

Først lager du en god disposisjon for presentasjonen.

### Disposition

Du kan støtte deg til en powerpoint, men skriv ikke alt du vil si.

Her får du noen tips om presentasjoner:



### **Muntlig eksamen MIK 1 / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/117868>

Denne videoen handler om hvordan man kan øve på muntlige presentasjoner før eksamen:



Vurdering av muntlig presentasjon / video  
<http://ndla.no/nb/node/49473>



Vurdering av muntlig presentasjon / video  
<http://ndla.no/nb/node/49473>

Få oversikt — finn  
kunnskapshullene

Ved å logge inn på  
ndla.no får du tilgang  
til verktøyet



Min læring / video  
<http://ndla.no/nb/node/127546>

Da kan du skrive  
notater, markere tekst  
og merke det stoffet  
du ønsker å repetere.

# Tips til skriftlig eksamen

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg, Ragna Marie Tørdal

[Tips til skriftlig eksamen \(117324\)](#)



## Huskelappen

**Skriftlig eksamen i  
MIK2 består av to  
dager:**

- forberedelsesdag
- eksamensdag (5 t)

**Eksamensoppgaven  
er delt i to deler:**

- en teoretisk del
- en praktisk-estetisk del

**På ndla.no finner du  
mye stoff som du  
kan bruke når du  
forbereder deg.**

**På eksamensdagen  
får du ikke bruke  
Internett. Ta derfor  
utskrift av de sidene  
du vil bruke under  
eksamen.**

## Ressurser

Last ned innholdet i  
MIK-faget som pdf til  
egen PC:

[Last ned NDLA  
medie- og  
informasjonskunnskap  
1 og 2 \(nb\)](#)

## Kompetanse mål

I eksamsoppgaven  
står det hvilke  
kompetansemål i  
læreplanen du skal  
testes i. Les dette  
nøye, og tenk  
gjennom hvordan du  
kan vise at du  
behersker disse  
kompetansemålene.

I toppmenyen i MIK-  
faget finner du en fane  
som heter *Læreplan*.

Velger du et  
kompetansemål her,  
får du en oversikt over  
alt innhold som er  
koblet til dette  
kompetansemålet på  
ndla.no.



## Når gode råd er dyre

Du har nettopp fått vite at du har kommet opp i skriftlig eksamen i faget medie- og informasjonskunnskap 2. Du føler deg kanskje litt stressa, og vet ikke helt hvordan du skal forberede deg.

I eksamskapittelet på NDLA MIK finner du informasjon om hvordan eksamenen i medie- og informasjonskunnskap er lagt opp, gode råd til hvordan du kan bruke NDLA i forberedelsestida, og tips til hvordan du lager en god eksamensbesvarelse.

På NDLA er ikke gode råd dyre, de er helt gratis!

[Bli med på NDLA MIKs webinar på forberedelsesdagen 20.5 2014](#)

Slik er skriftlig eksamen lagt opp

Ved den skriftlige eksamenen i medie- og informasjonskunnskap testes både din teoretiske kunnskap og dine praktisk-estetiske evner. I den første oppgaven skal du vise din kunnskap om faglige emner, dine evner til å reflektere og dine analytiske ferdigheter.

Den andre oppgaven tester i hvor stor grad du kan planlegge, produsere og vurdere et medieprodukt.

På ndla.no finnes det ulike "verksteder" med veiledning og oppdrag knyttet til praktisk medieproduksjon. Du kan blant annet lage avisreportasjer, eller prøve deg som fotograf. Ved å bruke denne ressursen vil du også få god kompetanse i dramaturgi og i å kunne bruke ulike virkemidler på en presis måte.

I fagmenyen i mediefaget på ndla.no finner du en grundig gjennomgang av temaer som mediehistorie, medieanalyse, og medienes rolle i samfunnet, både nasjonalt og internasjonalt.

### Hvordan forberede seg

Temaet blir gitt dagen før eksamensdagen, og denne dagen kaller vi derfor *forberedelsesdagen*.

På forberedelsesdagen får du utlevert et hefte med ett eller flere temaer. Heftet kan inneholde ulike tekster, illustrasjoner, kildehenvisninger, artikler og bilder. Det er ment som en ressurs til hva eksamsoppgavene vil komme til å handle om, men avslører ikke hvordan eksamsoppgavene vil se ut.

På forberedelsesdagen har du tilgang til alle hjelpe midler, inkludert Internett. Under selve eksamen, derimot, har du ikke tilgang til Internett, men alle andre hjelpe midler er tillatt.

Skal du bruke ndla.no og de tilhørende nettsider som ressurs under eksamen, må du derfor ta med deg enten en utskrift, en nedlastet pdf, eller nettsider som du har lastet ned ved hjelp av Scrapbook. Bruk forberedelsesdagen til å velge ut de artiklene som du vil ha med på eksamensdagen.

# Slik bruker du forberedelsesdagen

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg, Ragna Marie Tørdal

[Slik bruker du forberedelsesdagen \(117329\)](#)



## Tips

**Les teksthæftet.**

**Klargjør begrepene  
og formuler  
problemstillinger.**

**Samarbeid om å  
finne relevant  
informasjon i bøker  
og på nett.**

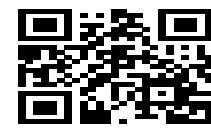
**Velg hjelpebidrifter  
som du vil bruke på  
eksamensdagen.**

**Husk at nettbasert  
stoff må skrives ut  
eller lastes ned på  
minnepenn i pdf-  
format.**

**Noter viktige  
problemstillinger, og  
bruk gjerne utskrift  
av tankekart som  
disposisjon på  
eksamensdagen.**

## Ressurser

Grete Melby,  
Laksevåg vgs., viser  
hvordan du kan  
repitere ved hjelp av  
NDLA MIK:



## Slik bruker du forberedelsesd agen / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/117329>

[Hvordan lage  
tankekart?](#)

## Kildekritikk og kildebruk



## Slik bruker du forberedelsesd agen / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/117329>

Vær kritisk når du  
velger kilder:

- Finn ut hvem som er  
avsender.
- Finn ut hvorfor nettsiden  
er etablert.
- Bruk alltid mer enn én  
kilde.

Bruk gjerne  
nøkkelordet TONE i  
vurderingen av det du  
finner.



Kildebruk / video  
<http://ndla.no/nb/node/66608>

TONE står for:

- Troverdighet
- Objektivitet
- Nøyaktighet
- Egnethet

### Begreper og problemstillinger

Studer fagsiden

[Medieutvikling i nord-sør-perspektiv](#)

Hvilke betegnelser brukes på land i sør?

Hvordan vil du definere begrepet "nord-sør-problematikk" etter å ha lest denne fagteksten?

Hvilke aktuelle problemstillinger reises i denne fagteksten?



### Forberedelsesdagen

På forberedelsesdagen får du utlevert et hefte med ett eller flere temaer. Heftet kan inneholde ulike tekster, illustrasjoner, kildehenvisninger, artikler og bilder. Det er ment som en ressurs til hva eksamensoppgavene vil komme til handle om, men avslører ikke hvordan eksamensoppgavene vil se ut.

### Velg hjelpebidaler

På forberedelsesdagen har du tilgang til alle hjelpe middler, inkludert Internett. Det er lett å tenke at jo mer informasjon du samler, jo bedre blir eksamensbesvarelsen din. Men slik er det nødvendigvis ikke. Utfordringen ligger i å finne kvalitetssikret og relevant informasjon.

Jobb gjerne i grupper, og del arbeidet mellom dere. Da går det fortare. Ta utgangspunkt i noen sentrale læremidler som er tilpasset den aldersgruppen dere tilhører. Det kan være en eller flere lærebøker eller digitale læreverk.

Sjekk deretter om skolebiblioteket har bøker som handler spesielt om det emnet dere har fått tildelt. Samtidig kan noen ha jobben med å finne faglige artikler eller videoer på Internett.

### NDLA MIK som hjelpe middel

I toppmenyen i MIK-faget ligger en fane som heter *Læreplan*. Velger dere et av de aktuelle kompetanse målene her, får dere opp en oversikt over alt innhold på ndla.no som er koblet til dette kompetansemålet. I fagmenyen og i verkstedene er det samme innholdet koblet sammen og systematisert tematisk.

I verkstedene får du tips til hvordan du kan planlegge en praktisk medieproduksjon. En fagartikkel omfatter ett eller flere kompetanse mål. Her forklares begreper, og ulike problemstillinger blir belyst ved hjelp av tekst, video, animasjoner og lydressurser. I høgrespalten finner du noen eksterne fagressurser. De utdyper lærestoffet ytterligere.

Les gjennom det stoffet du mener er relevant, og velg ut det som kan være aktuelt å ta med på eksamensdagen. Husk at du må lagre innholdet i pdf-format på en minnepinne siden du ikke har tilgang til Internett på eksamensdagen.

### Eksempel: eksamen høsten 2010

Høsten 2010 var temaet som elevene fikk utdelt i forberedelsesdelen, "Medier mellom ulike kulturer". I forberedelsesheftet ble det oppgitt hvilke kompetanse mål man burde sette seg inn i i forkant:

- sør–nord-problematikken i det internasjonale mediebildet
- nyhets- og kulturformidling i det internasjonale mediebildet
- kulturbegrepet
- medienes uttrykksformer med vekt på planlegging av egen produksjon

### Slik forbereder du deg

Hvordan kan du forberede deg på oppgaver innenfor dette temaområdet? Først og fremst leser du gjennom heftet du har fått utlevert. Trolig inneholder dette noen pekepinner på hvilke problemstillinger eksamensoppgavene kan komme til å dreie seg om.

I kapittelet *Ut i verden* på ndla.no finner du flere artikler og oppgaver om medieutvikling i nord–sør-perspektiv og om nyhets- og kulturformidling i det internasjonale mediebildet. I kapittelet *Medieuttrykk og medieanalyse* finner du mye stoff om uttrykksformer i ulike medier. I verksteddelen finner du mange tips til produksjonsplanlegging.

Tenk nøye gjennom hvordan du kan vise sensor at du behersker kompetanse målene. Start gjerne med å klargjøre de begrepene som brukes i forberedelsesheftet.

- Hva menes med "nord–sør-problematikk"?
- Hva menes med "det internasjonale mediebildet"?
- Hva betyr "medienes uttrykksformer"?

Det er ikke viktig å huske alt du leser og hører. Skriv heller ned noen aktuelle problemstillinger knyttet til disse temaene. Faktainformasjon kan du jo ta med deg som et hjelpe middel på eksamensdagen.

Et tankekart er et fint verktøy i denne prosessen. Formuler en problemstilling. Noter deretter stikkord etter hvert som du finner informasjon som du mener er relevant for denne problemstillingen. Marker sammenhenger mellom de ulike tanketrådene, for eksempel hva som er årsak og hva som er virkning, eller hva som taler for og hva som taler mot et bestemt standpunkt.

# Slik skriver du en god besvarelse 1

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg, Ragna Marie Tørdal  
[Slik skriver du en god besvarelse – del 1 \(117716\)](#)



## Eksempel: Høsteksamen 2010

Den skriftlige eksamensoppgaven høsten 2010 inneholdt to oppgaver. Den første oppgaven var en drøftingsoppgave. Den andre oppgaven gikk ut på å planlegge en medieproduksjon.

Her ser vi nærmere på oppgave 1 og gir deg noen korte og konkrete tips til hvordan du kan besvare den.

### Tips

**Les oppgaven nøye.**

**Lag en disposisjon.**

**Tydeliggjør problemstillingen.**

**Presenter ulike synspunkter, og vurder ulike argumenter.**

**Bruk fagbegreper og vis til ulike teorier.**

**Oppgi de kildene du bruker.**

### Ressurser

Eksempel på skriftlig eksamensoppgave:

[Eksamensoppgave MIK2 høsten 2010](#)

Utdanningsdirektoratet har laget veiledning for sensorer. Her er eksempel på veiledning i forbindelse med eksamen våren 2012:



### Diskutere og drøfte

I mange oppgaver blir du bedt om å diskutere eller drøfte en problemstilling eller en påstand.

Å drøfte betyr å se en sak fra forskjellige sider.

Les mer om *argumentasjon*:

- [Standpunkt, argument og premiss](#)
- [Krav til argumentasjon](#)

### Kildebruk

Ikke skriv av noe andre har skrevet. Det er juks!

## 82 studenter utestengt

Tidenes julesok på Bl.  
FREDRIK LARSEN  
Ferd pristvinnar 19.05.07 | Gjessverket 19.05.07 | 08.04

Siste 100 artikler

Les også:

- [Kurskunnskapsen er lite verdifull](#)
- [Man bitt kanskje ikke](#)
- [Forvirring rundt eksamenfusk](#)

82 studenter ved Handelshøyskolen BI blir utesett i ett semester på grunn av fekk på en hjelpeoppgave skjønna Dagens Næringsdags. I fjor høst ble de 82 studentene fra BI i Åsasund og Oslo misretta for fekk på en obligatorisk hjelpeoppgave i bedriftsakurant. Få har skjønt

Les også:  
20.12.2006 [Juksemerne](#)  
20.12.2006 [Dagens Næringsdags](#)  
28.05.2006 [Døver skatt](#)

Kommenter denne saken

RE: [82 studenter utestengt](#)  
[Bl-Høgskolen](#)

Klikk på bildet for å lese teksten.

Det er lov å sitere andre, eller referere til noe andre har sagt eller skrevet.

**Oppgave 1**

*Diskuter om nyhetsmediene bidrar til å øke eller redusere kulturmotsetninger.*

Hva er hensikten med oppgaven?

Først leser du oppgaveteksten nøye og streker under viktige begreper. Da får du et klarere bilde av hva oppgaven spør etter. Det er kun det oppgaven spør etter, du skal ta med i besvarelsen din. Alt annet legger du til side.

Hensikten med denne oppgaven er å teste hva du kan om internasjonal nyhetsformidling, om kulturelle motsetninger, og din evne til å analysere mediernes rolle som nyhets- og kulturformidler både nasjonalt og internasjonalt. Oppgaven tester også din evne til selvstendig refleksjon rundt disse spørsmålene.

### Disposition

Lag en enkel disposisjon som viser hvordan du vil komponere besvarelsen din. Ta fram tankekartet du laget på forberedelsesdagen, og se hva du kan bruke ut fra ordlyden i oppgaven. Vanligvis bør en besvarelse inneholde tre deler:

1. En innledning der du definerer begrepene i oppgaveteksten, og presenterer og avgrenser de problemstillingene du vil diskutere.
2. En drøftingsdel der du presenterer, underbygger og vurderer ulike argumenter knyttet til den problemstillingen du har valgt.
3. En avslutning som består enten av en oppsummering eller en konklusjon. I en drøftingsoppgave er det mest vanlig å konkludere.

Skriv ned hvor mye tid du vil bruke på hver del, og hvor mye tid du må ha igjen til oppgave 2. Da har du kontroll på arbeidsdagen din.

### Å diskutere et tema

Å *diskutere* betyr det samme som å *drøfte*. På skolen har du øvd både på muntlige diskusjoner i klasserommet og på skriftlige drøftingsoppgaver. Nøkkelen til en god besvarelse er evnen til selvstendig argumentasjon basert på den kunnskapen du har om temaet.

Gjør rede for ulike synspunkter, og vurder disse opp mot hverandre. Argumentene du bruker, bør være saklige og holdbare. Vis gjerne til undersøkelser eller fagartikler som støtter opp under ulike synspunkter. Om du kan belyse temaet med dagsaktuelle eksempler eller egne erfaringer, kan være med på å løfte besvarelsen din.

Legg vekt på å bruke fagbegreper, og bruk disse på en presis måte. Det viser at du har god faglig forståelse.

Språket bør være klart, presist og saklig. Unngå en muntlig tone. Del teksten opp i oversiktlige avsnitt. Legg inn noen minutter på slutten til å sjekke teksten for skrivefeil.

### Kildebruk

Det er lov å ta med synspunkter eller sitater fra ulike kilder, men husk å markere dette tydelig. Hvis ikke, kan du bli beskyldt for plagiat. Når du skal vise til en artikkel fra ndla.no i teksten din, kan du gjøre det på denne måten: (Overland & Tørdal 2012). Etter teksten legger du ved ei litteraturliste og oppgir kilden på denne måten:

- Jan-Arve Overland og Ragna Marie Tørdal. «Mediesystemer», 15.8.2012. <http://ndla.no/nb/node/103107?fag=52222>. Sist tilgang 21.1.2013.

## Slik skriver du en god besvarelse 2

Forfatter: Dagny Regine Rosenberg, Ragna Marie Tørdal  
[Slik skriver du en god besvarelse – del 2 \(117791\)](#)



Tips

**Les oppgaven nøyde.**

**Beskriv hva hensikten med produktet er.**

**Beskriv hva som kjennetegner målgruppen.**

**Beskriv hvilken form du vil bruke, og hvorfor.**

**Beskriv hvilken kanal vil du bruke, og hvorfor.**

**Lag en skisse som viser det produktet du vil lage.**

**Lag en produksjonsplan.**

**Beskriv hva du ønsker å oppnå.**

Ressurser

Eksempel på skriftlig eksamensoppgave:

Eksamensoppgave  
MIK2 høsten 2010

Utdanningsdirektoratet har laget veiledning for sensorer. Her er eksempel på veiledning i forbindelse med eksamen våren 2012:

Kjennetegn på måloppnåelse MIK2

NDLA hjelper deg

I kapittelet ***Fra sender til mottaker*** viser vi hvordan et budskap kan tilpasses ulike målgrupper.

I kapittelet ***Medietekst og medieanalyse*** finner du mye stoff om de ulike medienes egenart, om ulike sjangre og om mediedramaturgi.

Under fanen ***Verksteder*** finner du informasjon om praktisk medieproduksjon, og skjema som du kan bruke når du planlegger en produksjon.

Eksempler:



• Mal avisreportasje / fil  
<http://ndla.no/nb/node/69661>

- [Filmanus og](#)

storyboard



Bildemanus TV / fil  
<http://ndla.no/nb/node/71958>

- [Planlegg en større videoproduksjon](#)

## Oppgave 2

Du skal planlegge et medieprodukt om den vestlige dominansen når det gjelder nyhets- og kulturformidling i det globale (internasjonale) mediebildet.

Målgruppen er elever som tar medie- og informasjonskunnskap på videregående skole.

Velg medium og publiseringsskanal til medieproduktet ditt. Begrunn valget ditt ut fra tema og målgruppe.

Innhold:

- Hvilke faglige momenter og eksempler vil du ta med, og hvorfor?
- Gjør rede for hvordan du vil utforme medieproduktet ditt. Legg vekt på oppbygning og andre virkemidler.

### Hva er hensikten med oppgaven?

Av praktiske grunner blir du ikke bedt om å lage et medieprodukt på eksamensdagen.

Du må nøye deg med å beskrive hvordan du ville ha gjort det.

Produksjonen din skal først og fremst formidle et faglig innhold. Men du må samtidig utforme produktet slik at det blir interessant og informativt for elever som tar medie- og informasjonskunnskap på videregående skole

Hensikten er å vise sensor hvor god du er til å kommunisere et budskap, og de praktisk-estetiske ferdighetene du har tilegnet deg dette skoleåret. Oppgaven tester også kunnskapene dine om form og innhold i ulike avis-, radio-, film-, og fjernsynssjangre.

### Slik løser du oppdraget

I denne oppgaven skal du både lage en skisse til et medieprodukt og en gjennomtenkt produksjonsplan. Du velger selv hva slags medieprodukt du vil lage skisse til, og hvilken kanal produktet skal publiseres i.

Start med å tenke gjennom hva hensikten med budskapet er, sett i lys av den målgruppen det er rettet mot. Vil du informere om de faktiske forholdene, eller vil du skape debatt?

Målgruppen kjenner du jo godt fra før. Det gjør det enklere å velge både form og kanal. Hvordan kan du få andre elever interessert i dette temaet? Hvilken kanal bør du velge for å nå denne målgruppen?

Begrunn valgene dine

I denne oppgaven bør du ikke bare beskrive *hva* du vil gjøre, men også *hvorfor* du velger å gjøre det nettopp slik. Det viser at du både har kunnskap om medienes egenart, og om den målgruppen du ønsker å nå.

## Typesvar – skriftlig eksamen MIK 2

Forfatter: Alf Jansen, Ragna Marie Tørdal

[Typesvar – skriftlig eksamen MIK 2 \(120036\)](#)

Eksempel på typesvar

Mange elever og lærere ettersør eksempler på hvordan en skriftlig eksamensbesvarelse i MIK 2 kan se ut.



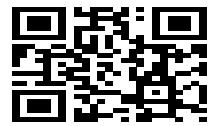
Tekstgrunnlag

Kommentar i  
Aftenposten som  
oppgaven tar  
utgangspunkt i:

[Hjem eier  
sannheten?](#)

Tips

Alf Jansen har også  
laget en tipsliste som  
du kan ha stor nytte  
av :



Metodikk ved  
førebuing og  
oppgåveskriving / fil  
<http://ndla.no/nb/node/120034>

[Vurderingsveiledning  
SAM 3009 2012](#)

Utdanningsdirektoratet har publisert eksempler på tre innleverte oppgaver til skriftlig eksamen våren 2013. Den ene oppgaven fikk karakteren 2, den andre karakteren 4 og den tredje karakteren 6.

[Typesvar med vurdering - MIK-eksamen våren 2013](#)

Faglærer Alf Jansen ved Voss gymnas har, på oppfordring fra elevene i MIK 2-gruppa 2012–2013, laget et eksempel på en tenkt eksamensoppgave og et typesvar.



Typesvar MIK 2 / fil  
<http://ndla.no/nb/node/120033>

#### Typesvar er ikke en fasit

Det er flere måter å besvare en eksamensoppgave på. Et typesvar er derfor ikke en fasit for hvordan en slik oppgave skal besvares.

Typesvaret er ikke feilfritt. Diskuter besvarelsen i klassen, og kom med forslag til hvordan den kan bli bedre. Bruk gjerne kommentarfeltet nederst på denne nettsiden.

Studer Utdanningsdirektoratets kjennetegn på måloppnåelse. Hvilken karakter synes du denne besvarelsen bør få?

# Vurdering av skriftlig eksamen

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Vurdering av skriftlig eksamen \(120013\)](#)



Huskelappen

**UDIR lager  
veiledning for  
vurdering av skriftlig  
eksamen i MIK 2.**

**Denne veiledningen  
må alle sensorer  
bruke når de  
vurderer en  
besvarelse.**

**Alle elever og  
faglærere har tilgang  
til denne  
veiledningen før  
eksamen.**

Ressurser

Utgangspunkt for all  
vurdering er  
kompetansemålene i  
læreplanen.

Der står det hva du  
skal kunne til  
eksamen.

[Kompetansemål for  
medie- og  
informasjonskunnskap](#)

Skriftlig eksamen blir vurdert av to sensorer som ikke jobber på skolen din. Utdanningsdirektoratet har laget en sensorveiledning som sensorene må bruke når de skal bli enige om hvilken karakter du skal få på besvarelsen din. Denne veiledningen skal du også ha tilgang til før eksamen.

## Bruk av kilder

Sensorene skal vite hvilke kilder du har benyttet. Derfor må du oppgi forfatter og fullstendig tittel på alle bøker og nøyaktig nettadresse og nedlastingsdato til de nettsidene du har brukt som kilder i besvarelsen. Sensor har anledning til å kjøre plagiatkontroll. Dersom du ikke har oppgitt kildene, kan besvarelsen din bli sett på som fusk.

## Dette vurderer sensor

- Om du uttrykker deg klart, presist og saklig.
- Om du bruker og definerer mediefaglige begreper riktig.
- Om du bruker relevante eksempler for å underbygge argumenter.
- Om besvarelsen din er strukturert på en slik måte at det blir lett for leseren å følge argumentasjonen.
- Om du viser selvstendighet i besvarelsen ved å bruke kunnskap, egne erfaringer og aktuelle eksempler på en relevant måte.
- Om du skiller mellom egne betraktninger og informasjon fra kilder ved å oppgi kilder underveis i teksten og bruke sitattegn ved eventuell direkte avskrift. (Kilde: UDIR: Vurderingsveiledning SAM 3009 2012)

## Kjennetegn på måloppnåelse

Karakterene 1 til 6 viser i hvilken grad du har nådd de kompetansemålene som eksamensoppgaven tester deg i. Utdanningsdirektoratet har laget kjennetegn på måloppnåelse, slik at du kan se hvilken kompetanse du må kunne vise til i besvarelsen din for å oppnå for eksempel en 3-er eller en 5-er.

Ta gjerne med deg skjemaet på eksamen, og bruk det som en sjekkliste når du kontrollerer om besvarelsen din holder mål.

UDIR legger hvert år ut vurderingsveiledningene i ulike fag på sine nettsider.

Veileddningen for skriftlig eksamen i MIK2 i 2013 er lik veileddningen for 2012.

[Vurderingsveileddning  
SAM 3009 2012](#)



# Praktisk-muntlig eksamen MIK 2

Forfatter: Hilde Kvamsås Aa , Jan-Arve Overland

[Praktisk-muntlig eksamen MIK 2 \(117821\)](#)



## Praktisk-muntlig eksamen

Læreplanen i medie- og informasjonskunnskap 2 åpner for to eksamensformer:

- sentralgitt skriftlig eksamen
- lokalgitt praktisk-muntlig eksamen.

Det er eksamenskontoret i hjemfylket ditt som bestemmer hvilke av disse eksamensformene du eventuelt blir trukket ut til.

På en praktisk-muntlig eksamen får du vist de praktisk-estetiske ferdighetene du har opparbeidet deg i løpet av skoleåret. I tillegg får du vist din evne til å presentere et tema, og til å reflektere over ulike sider ved den produksjonen du har laget.

Siden eksamen er lokalgitt, finnes det mange ulike måter å gjennomføre en praktisk-muntlig eksamen på. Under får du presentert en modell som brukes av flere skoler.



Tips

**Praktisk-muntlig eksamen er en lokalgitt eksamen.**

**Eksamensformen kan variere noe fra skole til skole.**

**Eksamensformen tester faglige kunnskaper, praktisk-estetiske ferdigheter og evne til analyse, refleksjon og vurdering av medieprodukter.**



**Eksempel på eksamensoppgave:**



Praktisk-muntlig eksamen  
Kongsberg 2012 / fil  
<http://ndla.no/nb/node/117816>

Sjekkliste til bruk  
under eksamen:



Sjekkliste for  
praktisk-muntlig  
eksamen / fil  
<http://ndla.no/nb/node/117819>



Vurderingskriterier  
praktisk-muntlig  
eksamen / fil  
<http://ndla.no/nb/node/117817>



### **Refleksjonsnotat**

Noter underveis  
hvorfor du velger å  
løse oppgaven slik du  
gjør, og de tankene du  
gjør deg om faglige  
aspekter ved:

- problemstilling
- målgruppen
- kilder og kildekritikk
- etiske hensyn
- framstillingsform
- tekniske valg
- osv.

Bruk notatet som  
støtteark når du  
presenterer  
produksjonen din.

### **Bruk sosiale medier**

Se eksempel fra  
Sogndal vidaregåande  
skule:

[Digitale Innovatørar  
2.0](#)

### **Bruk verkstedene**

Under fanen  
*Verksteder i NDLA*  
MIK får du veiledning i  
praktisk produksjon.

Her finner du også  
eksempler på  
profesjonelle  
produksjoner og  
elevproduksjoner.

### **Egenvurdering**

Faglærer eller sensor  
kan be deg om å  
vurdere produksjonen  
din.

Tenk gjennom:

- hva som er bra
- hva du kunne gjort bedre



Dokumentasjonsver  
ktøy MIK /  
flashnode  
<http://ndla.no/nb/node/97991>

Eksempel på praktisk-muntlig eksamen

**Forberedelsesdel:** 48 timer

**Hjelpebidler:** Alle hjelpebidler er tillatt i forberedelsestiden

Instruks og råd til eksaminandene

Du har nå 48 timer til å arbeide med oppgaven. Oppgaven gir deg et tema og en oversikt over relevante læreplanmål. Ut fra tema og læreplanmål skal du lage en medieproduksjon og forberede en presentasjon der du reflekterer over din egen produksjon, setter den inn i en mediehistorisk og mediefaglig sammenheng og diskuterer aktuelle problemstillinger innenfor temaet ditt.

Du trekker oppgave. Dere vil være to eller tre som har samme oppgave. Det kan være en fordel å diskutere mulige problemstillinger, relevant fagstoff og ideer til produksjon med hverandre. Diskuter gjerne med både faglærer, de som har trukket samme oppgave som deg, og andre. Men pass på at du holder deg til oppgaven/temaet du har trukket, og at du finner din egen vinkling på arbeidet.

Produksjonsidé og aktuelle problemstillinger du vil ta opp i presentasjonen, skal legges fram for faglærer i løpet av første forberedelsesdag.

I løpet av forberedelsestiden skal du lage en medieproduksjon. Du velger selv hvilket format og hvilken sjanger du vil lage produksjonen i. Velg et medium og en sjanger du selv mener du mestrer. Pass på at du tar hensyn til at produksjonen skal kunne fullføres i løpet av 48 timer, og at du tenker igjennom og kan grunngi valg av medium/publiseringssform/sjanger.

På eksamen skal du legge fram en medieproduksjon. Du velger også hvordan du vil legge fram presentasjonen din, og diskusjonen rundt din egen produksjon og aktuelle problemstillinger knyttet til produksjonen og temaet ditt. Til medieproduktet skal det følge med et refleksjonsnotat ut fra en egen mal.

Eksamens er individuell. Du skal da presentere det du har arbeidet med i forberedelsesdelen. Presentasjonen bør ikke legges opp som en opplesing fra et ferdigskrevet manus, men framføres muntlig med utgangspunkt i en disposisjon og/eller en momentliste.

Nødvendig teknisk utstyr vil stå klart på medielabben. Dersom det er spesielt teknisk utstyr utover pc, videokanon, høyttalere, overhead, DVD-spiller og tavle du har bruk for til presentasjonen din, må du enten ta det med selv eller melde fra senest kl. 12.00 dagen før eksamen.

Oversikt over kilder du har brukt, skal settes opp ifølge standard og leveres på et eget ark til sensor.

Under eksamen blir det lagt opp til at du bruker inntil 20 minutter til presentasjonen din og om lag 20 minutter er satt av til oppfølgingsspørsmål, videre diskusjon og samtale innenfor temaet. Du må være forberedt på å svare på spørsmål innenfor hele temaet – og problemstillinger du selv ikke har tatt opp i presentasjonen din.

### Vurdering

I vurderingen av presentasjonen vil det bli lagt vekt på at du kan følgende:

- presentere en produksjon

- grunngi valg av medium og publiseringssform
- bruke fortellerteknikker og virkemidler i forhold til målgruppe, budskap, avsender og tiltenkt effekt
- analysere, vurdere og reflektere rundt din egen produksjon

For å oppnå karakterene 5 og 6 må du i tillegg kunne trekke inn mediehistoriske og samfunnsmessige momenter som setter din egen produksjon inn i en slik sammenheng.

# **Eksempler på eksamensproduksjoner**

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Eksamensproduksjoner MIK 2 \(117884\)](#)

## Til inspirasjon

Under finner du eksempler på elevproduksjoner som er eller kunne ha blitt laget i forbindelse med praktisk-muntlig eksamen i medie- og informasjonskunnskap 2.

### **Eksempel 1: Video om ytringsfrihet**



### **Eksamensproduksjoner MIK 2 / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/117884>

Hvilken problemstilling reises her?  
Hva forteller denne videoen om temaet?

### **Eksempel 2: Video om mediehistorie**



### **Eksamensproduksjoner MIK 2 / fagstoff**

<http://ndla.no/nb/node/117884>

Hvilken problemstilling reises her?  
Hva forteller denne videoen om temaet?

### **Eksempel 3: Nettside/blogg**

#### Informasjonskløfter i verda

Hvilken problemstilling reises her?  
Hva forteller denne nettsiden om temaet?

### **Eksempel 4: Avisreportasje**



## Vurder produktet

Hvilke kompetansemål tror du elevene har tatt utgangspunkt i her?

Tenk deg at du er sensor:

- Hvilke spørsmål om målgruppe og valg av uttrykksform og medium ville du ha stilt til eksaminanden?
- Hvilke mediehistoriske spørsmål ville du ha stilt til eksaminanden?

## Vurder selv:

- Hvilke sterke og svake sider har disse produksjonene?
- Hvilken karakter tror du elevene fikk?

Bruk skjemaet nedenfor som rettesnor.

[Kjennetegn på måloppnåelse MIK 2](#)

## Samarbeid

Blogg egner seg til å dele refleksjoner og gode lenker med når dere jobber med eksamensproduksjone n.



### Klasseblogg MIK 2

I

samskrivingsverktøyet  
kan flere elever skrive  
samtidig. Bruk  
verktøyet til  
planlegging,  
informasjon underveis  
og refleksjon.



Elevproduksjon avis - Kjærlighet fra dag én /  
fil

<http://ndla.no/nb/node/69849>

Hvilke spørsmål ville du ha stilt til innhold og form i  
dette avisoppslaget?

### **Elevproduksjon 5: Radioreportasje**



Orker vi enda en Harry Potter-film? / audio

<http://ndla.no/nb/node/70363>

Hvilke spørsmål ville du ha stilt til innhold og form i denne radioreportasjen?

**Mediestemmer**

**Sven Egil Omdal**

**Leggetid for Kringkastingsrådet**

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Leggetid for Kringkastingsrådet \(143141\)](#)



### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.



NRKs dekning av konflikten mellom Israel og palestinerne ble drøftet på Kringkastingsrådets møte høsten 2014. F.h.: journalist i NRK, Sissel Wold, Knut Magnus Berge og rådets leder Per Edgar Kokkvold.

**Kringkastingsrådet skal uttale seg om hovedlinjene i NRKs virksomhet. Som for eksempel om *Drømmehagen* bør sendes før toåringene har lagt seg.**

*Mediekommentar av Sven Egil Omdal*

Rådet ruster seg til et spesielt møte 23. april. I saksbunken ligger over 3000 klager på at Fredrik Skavlan ødela fredagskosen ved å stille kritiske spørsmål til lederen for et parti med fascistiske og nazistiske røtter. Presset fra seerne har antakelig ikke vært hardere siden 2010, da nesten 25 000 sluttet seg til en Facebook-aksjon for å få Makka Pakka og de andre innbyggerne i *Drømmehagen* tilbake til vanlig sendetid. Kringkastingsrådet sluttet seg til protestene den gang – til liten nytte. NRK Super sto imot presset, og lot *Fantorangen* beholde den attraktive plassen like før dagens siste bleieskift og puss av bittesmå tenner.

I august i fjor behandlet rådet mer enn 600 klager mot Sidsel Wolds reportasjer fra den siste Gazakrigen. VG oppsummerte diskusjonen slik: «Klagebehandlingen liknet etter hvert mer på en hyllest til Wold og resten av NRKs dekning.» Det er slett ikke sikkert at det hjelper å skrive et sint brev til Kringkastingsrådet, og det bør vi være glade for. Noe annet ville gjort rådet til et enda større problem enn det allerede er.

Norge er antakelig det eneste landet i verden som ikke har noe offentlig oppnevnt organ som regulerer innholdet i mediene. Internasjonalt omtales vår konsekvente selvdømmeordning som «den norske modellen». Kringkastingsrådet forstyrrer denne modellen fordi det gjennom år har utviklet seg til å bli et politisk sammensatt klageorgan, mens det ifølge kringkastingloven bare skal uttale seg i saker der kringkastingssjefen ber om råd, eller i saker som rådet selv tar opp. Uansett er det hovedlinjene i programvirksomheten rådet skal diskutere, ikke intervjuformen i et enkelt, innkjøpt program, eller sendetiden for britiske tøydokker.

Da TV 2 fikk konsesjon til å drive den første norske nasjonale, kommersielle TV-kanalen, ble de pålagt å opprette et liknende programråd. Jeg satt der fra starten av, og var hjertens enig da rådet ble lagt ned. Jeg satt også i Klagenemnda for kringkasting, og var like fornøyd da kulturminister Åse Kleveland i 1999 la ned også det klageorganet, under forutsetning av at alle kringkastere sluttet seg til Pressens Faglige Utvalg og respekterer kjennelsene derfra.

Føler kringkastingssjefer eller andre redaktører at de trenger råd utover dette, bør de selv oppnevne sine rådgivere, organisere virksomheten og bestemme hvilken tyngde rådene skal ha.

Per Edgar Kokkvold leder det nåværende Kringkastingsrådet. Han er tidligere generalsekretær i Norsk Presseforbund, og få vet mer enn ham om hvordan man driver etikkrøkt i mediene. Han er også en mann som kjenner igjen et viktig prinsipp når han ser det. Selv om hans uttalte ambisjon er å vitalisere Kringkastingsrådet, bør han vurdere om han ikke heller bør forsøke å ta livet av det. Når det har bredd seg en oppfatning hos publikum om at misnøye med et eller annet i NRKs programmer kan utløse en politisk debatt i et offentlig oppnevnt organ som kringkastingssjefen må lytte til, er det på tide å be om aktiv dødshjelp.

NRK er også en del av PFU-systemet. De som har klaget Skavlan-programmet inn dit, får klagene behandlet av et kyndig sekretariat hvor forberedelsene følger det kontradiktoriske prinsipp, der både klager og anklaget blir hørt, før det skrives et forslag til vedtak. Saken drøftes så av et utvalg som ikke er oppnevnt av dem journalistikken først og fremst skal overvåke. Kommer utvalget fram til at NRK har brutt god presseskikk, kan ikke kringkastingssjef Thor Gjermund Eriksen ignorere vedtaket, slik han kan med alt Kringkastingsrådet måtte mene.

Kringkastingsrådet er en politisk drømmehage. Det er på høy tid at noen sier klart fra om at det er leggetid.

# Gjemt bak en e-post

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Gjemt bak en e-post \(141730\)](#)



**Den kritiske journalistikken angripes fra mange hold. Et av de farligste angrepene kommer som e-post.**

*Mediekommentar av Sven Egil Omdal*

Den lille formuleringen dukker opp stadig oftere: Statsråden, direktøren eller kommunikasjonsrådgiveren «skriver i en e-post». Utsagnsverbene forsvinner gradvis. Makten sier mindre, den uttaler seg sjeldnere, men skriver desto oftere «i en e-post». Hver eneste dag har avisene avsnitt som dette eksempelet, hentet fra en reportasje i Klassekampen om en afghansk asylsøker som ble forsøkt tvangreturnert med sine to barn, men som ikke fikk slippe inn i Afghanistan:

PU (Politiets utlendingsenhet) ønsker ikke å stille til intervju om saken, og ønsker heller ikke å kommentere de konkrete uttalelsene fra tobarnsmoren, men skriver i en e-post signert kommunikasjonsrådgiver Tuva Otterlei Blikom: «Vi kjenner oss ikke igjen i denne beskrivelsen, men har forståelse for at familier som blir uttransportert opplever dette som en vanskelig situasjon å være i.»

I et intervju ville journalisten raskt kunne påpeke at «God dag mann, økseskraft» ikke er et reelt svar. Spørsmålet gjaldt ikke utviste asylsøkeres generelle følelsesnivå, men det oppsiktsvekkende faktum at Afghanistan nekter å ta imot en mor og to små barn, fordi det ikke er trygt for dem.

Men journalisten får ikke anledning til å gjenta spørsmålet og be om et bedre svar, fordi kommunikasjonen er tvunget inn i et format der makten, i dette tilfellet Politiets utlendingsenhet, har total kontroll. E-post er avsendt, ferdig med det.

Intervjuet er journalistens vanligste verktøy, enten det er harde nyheter eller myk feature som skal produseres, og oppfølgingsspørsmålene er vanligvis de viktigste. Ved å lytte etter det halvt usagte, etter selvmotsigelser, forsøk på ansvarsfraskrivelse eller usannheter, kan journalisten flytte saken videre ved å stille nye, gode spørsmål.



Sven Egil Omdal

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner ham fra spaltene  
Medieblikk og Fripenn  
i flere norske aviser.

Han har tidligere vært  
leder av Norsk  
Journalistlag og  
Pressens Faglige  
Utvalg.

Han er også  
universitetslektor 2  
ved Universitetet i  
Bergen.

«Journalistikk er å  
publisere det noen  
ønsker å holde  
skjult, resten er  
PR.»

Det er dette både næringslivet og offentlig forvaltning har oppdaget, og det kan virke som om samtlige kommunikasjonsrådgivere har vært på det samme kurset. Forespørsler om intervju blir stadig oftere avvist, beslutningstakerne trekker seg inn i lukkede rom, mens kommunikasjonsrådgiverne sender en e-post.

Metoden ser helt tilforlatelig ut. Det er jo slik kommunikasjon foregår i dag, vi sender skriftlige meldinger i e-post, i chatter og som SMS. Dessuten blir jo sitatene korrekte når kilden selv formulerer dem skriftlig. Så hva er problemet?

I mange tilfeller er det ikke noe problem. Når saken er ukontroversiell og det bare er snakk om å få kontrollert faktiske opplysninger, kan e-posten være både mer effektiv og tryggere enn en telefonsamtale eller et fysisk intervju. Mange journalister velger også selv å sende e-post eller SMS med spørsmål i stedet for å ringe.

Men, som det er sagt, journalistikk er å publisere det noen ønsker å holde skjult, resten er PR. Det er når noen har noe de gjerne vil skjule, i saker som er vanskelige for makten, at metoden med å gjemme seg bak e-posten har fått et voldsomt oppsving. Journalisten får beskjed om å sende sine spørsmål skriftlig, så velger kommunikasjonsavdelingen ut hvilke de vil svare på. Journalisten vet ikke engang om den som blir oppgitt som intervjuobjekt, faktisk har sett spørsmålene. Oppfølging og utdyping kan de bare glemme. De avanserte kommunikasjonsrådgiverne vet når det er deadline i hver enkelt redaksjon, og sørger for å svare så sent at det ikke blir tid til nok en runde.

Noen redaksjoner forsøker å slå tilbake, slik Klassekampen her gjorde, ved å presisere at de ikke har fått noe intervju, men bare en e-post. Siden en slik åpenhet avslører hvordan makten forsøker å unndra seg den konfrontasjon som ofte er nødvendig i journalistikken, er det blitt stadig vanligere å kontre med et nytt krav: Vi skal svare i en e-post, men bare hvis dere ikke skriver at vi svarer i en e-post.

Private selskap gjør som de vil, det er mer alvorlig at også ledere i offentlig virksomhet tror at det er en lur strategi å gjemme seg for den offentligheten de skal tjene.

# Anundsns metode

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Anundsns metode \(140577\)](#)



© NTB Scanpix

Mange journalister ønsker å få et klart svar fra justisminister Anders Anundsen.

**«De politiske prosessene vil bli mer åpne», står det i regjeringens tiltredeseserklæring. Det hadde vært interessant å høre hva justisminister Anders Anundsen legger i dette løftet, om det bare hadde vært mulig å finne ham.**

*Mediekommentar av Sven Egil Omdal*

I Justisdepartementet er det mange rom. Det er lett å stikke seg vekk for en minister som ikke vil bli funnet, som ikke vil komme med noen uttalelser, og som i hvert fall ikke vil la seg – skrekks og gru – intervjuet.

«Justisministeren som gjemmer seg», skrev Aftenposten på lederplass sist uken i januar. Avisen var hard i klypene: Mønsteret er «pinlig klart», Anundsen «svikter sin rolle som statsråd». Ja, det er faktisk «en uholdbar linje justisministeren har lagt seg på når han gjemmer seg ved enhver antydning til kritikk», mente avisens.

I likhet med mange andre var Aftenposten begeistret for Anders Anundsen da han var leder for Stortingets kontrollkomité. Da var det såre enkelt å få ham i tale. Han var høflig forekommende når journalistene ringte, og ble raskt en slags medieyndling. Men så forsvant han inn i åpenhetsregjeringen og ble helt borte. Det siste sporet etter ham er meldingen han la ut på Facebook der han brant Tønsbergs Blad og lovet aldri å ha noe mer med avisens å gjøre.

Så skulle det vise seg at denne trusselen ikke bare gjaldt lokalavisen, men alle medier. Ikke ville han la seg intervjuet da Aftenposten i november skrev en viktig serie om vold mot barn. VG prøvde i fem dager forgjeves å få ham til å snakke om Krekar-saken, men det blekner mot Bergens Tidende, som i over 50 dager forsøkte å intervjuet ham om utsendelsen av de mange lengleværende asylbarna. På Dagsnytt 18 og i NRKs Debatten er det blitt en fast del av innannonseringen å si at «justisministeren er invitert til å delta, men har avslått».

Mange har prøvd denne taktikken før, men knapt noen har utviklet den til en slik kunstform. Det vi ser, er «Anundsns metode», et systematisk forsøk på å fjerne den delen av en statsråds virke som består i å forklare og forsvere sin politikk for borgerne. De har ikke alle stemt på ham, men de er alle underlagt hans myndighet og har et legitimt krav på å kunne forstå hva han holder på med.



## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad. Mange kjenner ham fra spaltene i Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

Dette er saken

Anundsens metode rommer mange fikse varianter. Først gjelder det å ha en skikkelig forsvarsrekke av informasjonsrådgivere som sørger for at ingen kommer i direkte kontakt med statsråden. De stramme folkene med propp i øret som alltid følger den amerikanske presidenten, skal sørge for at ingen skyter ham. «Take a bullet for the President», sier de. Rådgiverne rundt den norske justisministeren har som oppgave å hindre at noen journalist får ham direkte i tale, «take a question for the minister».

Skulle journalisten klare å formulere noe som faktisk fortjener et svar, kommer det ikke muntlig, med mulighet for oppfølgingsspørsmål, som ofte er de viktigste i et intervju. «... svarer departementet i en e-post», er blitt en stadig vanligere kildeangivelse. Ikke lenger noe intervju, bare et departementalt dekret, via Outlook.

Men metoden er mye mer avansert enn dette. Noen ganger blir det bare stille, andre ganger passer det ikke å gi noe svar, og så har vi denne favoritten: «Statsråden kan ikke svare da han er på reise i utlandet.» Utlandet er åpenbart et sted hvor de ennå ikke har fått telefon.

Så venter journalistene tålmodig, men når Anundsen kommer hjem, er han fortsatt taus som en trappistmunk med halskatarr. Hvis tale er sølv, er Anundsen 24 karats gull. Ingenting får vi ut av ham, ikke så mye som en liten regjeringserklæring om hvor åpent samfunn vi skal få.



Flere journalister hevder at justisminister Anders Anundsen gjør seg utilgjengelig for kritiske spørsmål.

Bergens Tidende:

[Anundsen taus i 50 dager](#)

Aftenposten:

[Anundsen om mediekritikken: – Kjenner meg ikke igjen](#)

## NB!

Mange norske nettavisar baserer seg nå på brukerbetalning.

De fleste avisar tillater likevel at man kan lese et visst antall artikler pr. uke gratis.

# Ikke helt fakta om krigen

Forfatter: Sven Egil Omdal  
[Ikke helt fakta om krigen \(139739\)](#)



Sven Egil Omdal

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

## Dette er saken

Historikere fra Jødisk museum i Oslo er kritiske til Marte Michelets bok.

[Frontingen av «Den største forbrytelsen» gir en Holocaust-historie uten nyanser](#)



## **Ikke helt fakta om krigen / aktualitet**

<http://ndla.no/nb/node/139739>

NRK-serien *Kampen om tungvannet* har skyhøye seertall. Men noen historikere er kritiske til sammenblanding av fakta og fiksjon.

[Kritiserer tungtvann-serien for historieforgfalskning](#)



Journalist, kommentator og forfatter Marte Michelet har fått strålende kritikker og er nominert til Brageprisen for boka *Den største forbrytelsen*. Her fotografert ved den jødiske gravlunden ved Sofienbergparken.

**Røverhistorier om andre verdenskrig er fortsatt lov. Nesten korrekte fortellinger går også fint. Bråket kommer først når noen forsøker å si noe virkelig sant om krigen.**

*Mediekommentar av Sven Egil Omdal*

Marte Michelets skildring av det norske bidraget til jødeutryddelsene gjorde *Den største forbrytelsen* til fjarårets beste sakprosabok. Det mente jeg, det mente flere andre anmeldere, og det mente juryen for Brageprisen. Men den faglige lederen for Jødisk Museum i Oslo, historikeren Mats Tangestuen, var ikke enig. Sammen med den ansvarlige for museets utstillinger, Torill Torp-Holte, skrev han i Aftenposten at boken bare «foregir å fremstille det som hendte». Michelet burde nyansert sin fortelling ved å ta med «de mange hundre, stort sett i dag ukjente navn» som hjalp jøder å flykte. «Historisk nødvendige» distinksjoner er blitt borte, mente de to.

Krigshistorikerne har derimot latt Michelets far, Jon, slippe unna, selv om han dikter i vei om faktiske hendelser. I etterordet til første bind av den ekstremt populære romanserien om krigsseilerne, skriver Michelet den eldre at han freidig plasserer virkelige personer i fiktive hendelser. Han lar historiske skip passere fantasi-skip i konvoiene, og lar torpedoene treffe begge. Jon Michelet får velfortjent ros for å popularisere nasjonens svik mot krigsseilerne. Marte Michelet får ufortjent kritikk for å popularisere det norske storsamfunnets svik mot jødene. Vi har god bruk for begge deler.

Det tok bare et døgn før historikerne våknet etter at NRK sendte de to første episodene av *Kampen om tungtvannet*, et herlig ambisiøst forsøk på å gi en ny generasjon del i det største norske helteeposet fra okkupasjonstiden. Henrettelsene av de britiske soldatene foregikk ikke ute i snøen, det var ikke noen kvinnelig kaptein i den britiske aksjonsledelsen, tyskerne hadde ikke noe atombombeprogram. Hva er dette for slags historieforgalskning?

Men serien er mer i slekt med Jon Michelets krigsfiksjon enn med Marte Michelets krigsfakta. Noe er sant, mye er diktet. «Det er viktig å huske at vi ikke lager en dokumentar», sa Espen Kloumann Høiner på pressekonferansen da serien ble presentert. Han spiller forskeren og reserveoffiseren Leif Tronstad, som flyktet fra NTH i Trondheim til England, hvor han planla angrepet på tungtvannsfabrikken på Rjukan. «Vi kommer til å dikte litt», sa seriens regissør, Per-Olav Sørensen. Blant annet har han laget én fiktiv tyskvennlig direktør i Norsk Hydro av tre–fire virkelige. Den arrogante, autoritære kollaboratøren Bjørn Henriksen er ikke mer historisk enn Halvor Skramstad, Jon Michelets skogsmatros.

VGs anmelder, Jon Selås, varslet at «noen historikere vil rase», men selv mener han det er helt nødvendig å dikte både personer, følelser, tårer og forbannelse «mellan skjelettet av historiske hendelser». I Bergens Tidende er Britt Sørensen like tolerant. Selv om historikere muligens vil «kunne sette fingeren på antatt kunstneriske tilpasninger», gir serien etter hennes mening et «uhyre godt innblikk» i spillet bak sabotasjeaksjonen. Velkommen til en tradisjonell infotainment-diskusjon.

Puritanerne, mange av dem med mastergrad i historie, vil hevde at publikum får et uriktig bilde av det som skjedde. Vår felles historie blir forstyrret av oppdiktede personer og tenkte dialoger. Liberalerne, mange av dem med en eller annen pant i prosjektet, eller med minst én fot i populærkulturen, vil hevde at det er nødvendig å blande fakta og fiksjon for å gjøre historien levende. Det store bildet er viktigere enn detaljene.

Paradoksalt nok blir problemet størst når fiksjonen er minst. Historiske feil i sakprosa har en helt annen tyngde enn de samme feilene i en roman. Se derfor *Kampen om tungtvannet* slik du bør se BBCs fantastiske *Rome*: Det var omtrent slik det så ut, det kan ha vært noenlunde slik det skjedde, men det du husker etterpå, er som oftest ikke korrekt.

# Mediekommentarer 2014

## Butikken i journalistikk

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Butikken i journalistikk \(139157\)](#)



### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad. Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

### Dette er saken

Motenettstedet MinMote har innført en ny praksis hvor de lenker til nettbutikker når de omtaler enkelte produkter.



Ansvarlig redaktør og administrerende direktør i VG, Torry Pedersen

**Leserne til VG.no er en gjeng kravstore teknologisinker. Ifølge Camilla Bjørn, ansvarlig for VGs nisjenettsted, har leserne «lenge etterspurt en kortere vei fra artikkel til kjøp».**

*Mediekommentar av Sven Egil Omdal*

Det har vel kanskje ikke vært arrangert noen fakkeltog, eller reist spørsmål i Stortingets spørretime, men vi får tro Bjørn når hun forteller om presset fra leserne av Minmote.no.

Så sent som i oktober ble de moteinteresserte overlatt helt til seg selv. Artikkelen: «Kule ytterjakker: Syv parkaser i butikk nå» hadde dobbelt byline, slik det pleier å være på arbeidskrevende artikler. De to journalistene hadde ikke bare skrevet 18 linjer om at «en sporty parkas» kan være like bra i kulden som «en rådyr jakke fra 'Parajumpers' eller 'Canada Goose'». I tillegg hadde de skaffet bilder av seks av de sju parkasene.

Et klikk på bildene brakte fram informasjon om hvilken kjede som solgte dem, og hva de kostet («Beige parkas fra Zara, 1199 kr. Bilde: Produsenten»). Men deretter var det ingen hjelp å få. Veien fram til kjøp var ennå lang. Leserne måtte helt på egen hånd skrive inn «beige parkas Zara» i Google for å komme til en nettbutikk som fører plagget.

Slik kan vi ikke ha det, tenkte ledelsen i VG. I utlandet er det jo nettaviser som lenker fra produktomtaler rett til butikken. Og det som er rett i utlandet, må selvfølgelig være rett også i Norge.

I desember er alt blitt enklere: På artiklene til Min Mote ligger det nå en knapp som leder via SoBazaar, en kombinasjon av nettbutikk og sosialt nettverk, til en sted som selger plaggene.

Nederst på fronten til Min Mote står det at Torry Pedersen er sjefredaktør. Det står også at Hanne Skartveit er politisk redaktør, men foreløpig har hun ikke skrevet noen kommentarartikler om hvorvidt parkas er mer venstrevridd enn Canada Goose, så opplysningen er nok snarere et tegn på hvor integrert motetjenesten er i VG.

VG eies av Schibsted, som i november kjøpte seg inn i SoBazaar. Telenor, som startet tjenesten i oktober, sier til Dagens Næringsliv av Schibsted var deres «fremste ønske som partner» fordi Schibsted kan dra relevant nettrafikk inn til butikkene. Slik er det jo; folkene som forsøker å lokke deg inn til restaurantene i Syden, jobber hardere hvis de har eierandeler i tavernaen.

Men så er det den irriterende Vær Varsom-plakaten, som inntil videre gjelder også for VG. Den pålegger redaktøren å «opprettholde det klare skillet mellom journalistikk og kommersiell kommunikasjon også ved bruk av pekere og andre koplinger». Siden jeg var med på å vedta formuleringen, vet jeg at den er der for å gjøre veien mellom journalistikk og butikk lengre, ikke kortere.

VG får 10–20 prosent provisjon hvis noen kjøper noe via lenken fra Min Mote. Selv om Torry Pedersen forsikrer at journalistene velger plaggene fritt, og også kan skrive om plagg som avisens ikke tjener på, er det altså slik at bunnlinjen blir best hvis redaksjonen skriver pent om de parkasene SoBazaar selger.

Det er hardt arbeidsmarked for journalister for tiden, det kunne vel hende at noen ble fristet til å skrive mest om de plaggene som bidrar til å sikre arbeidsplassen. Og kanskje ikke for kritisk.

Før i tiden, da de moteinteresserte ennå ikke hadde fått SoBazaar, var tilværelsen så bisarr at nød lærte nakenne å spinne. Det var i hvert fall det de sa, i realiteten var det nok heller slik at nød lærte nakenne å selge seg.

Det er det VG også gjør. De etiske reglene er der for å verne om den faglige dyd. Dydens sti er smal og lang. Salgsknappene på MinMote.no gjør den bred og kort, akkurat slik Camilla Bjørn lovet.

## Gult kort til TV 2

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Gult kort til TV 2 \(138413\)](#)



### Gult kort til TV 2 / aktualitet

<http://ndla.no/nb/node/138413>

**Sportsjournalistikkskikk. Ordet er vanskelig å uttale, men lett å praktisere: I sportsredaksjonen er alt lov.**

*Mediekommentar av Sven Egil Omdal*

TV 2 brøt god presseskikk da de lot fotballkommentator Øyvind Alsaker lage reklame for Norsk Tipping. Det slo Pressens Faglige Utvalg (PFU) nokså ettertrykkelig fast på sitt møte i oktober. Men innslaget der Alsaker snakker direkte til et chipsvrak av en fotballseer, på vegne av hans kone lottomillionären, var visst innenfor god sportsjournalistikkskikk. Ordet er vanskelig å uttale, men lett å praktisere: I sportsredaksjonen er alt lov. I hvert fall hos TV 2.

Den statlige kringkastingsforskriften, som TV 2 er underlagt, inneholder et klart forbud mot å sende reklameinnslag med medarbeidere «som regelmessig fremstår i et fjernsynsselskaps nyhetsprogram, aktualitetsprogram eller værmeldinger». I et forsøk på å forsvare at de likevel lånte ut en av sine mest profilerte journalister til reklameavdelingen, hevdet TV 2 i sitt tilsvær til PFU at denne bestemmelsen ikke gjelder for de som kommenterer fotball. Det er bare sport, liksom.

En dristig påstand så kort tid etter OL-debatten, hvor vi nok en gang ble minnet om hvor tett sammenvevet sport, penger og politikk er. Men TV 2s sportssjef, Vegard Jansen Hagen, lar seg ikke dupere av det han kaller «presseetiske puritanere». Han sikter antakelig til den ortodokse trosretning som forkynner at journalister bør være så uavhengige av kildene som mulig.



Sven Egil Omdal

#### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad. Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

#### Dette er saken

I oktober 2014 slo Pressens faglige utvalg fast at TV 2 hadde brutt god presseskikk da de sendte et reklameinnslag der en av TV 2s egne journalister deltok.

Jansen Hagen brukte uttrykket om puritanerne da VG i sommer konfronterte ham med at TV 2s fotballekspert Jahn Ivar «Mini» Jacobsen også er ansatt i Rosenborg som speaker og intervjuer på kampene. Dessuten eide Mini i hvert fall så sent som sist vinter et firma sammen med Rosenborgs trener, Kåre Ingebrigtsen.

I et innslag på TV 2 før årets sesong uttalte ekspert Mini Jacobsen seg klart og tydelig om hvilken spillestil Rosenborgs daværende trener, Per Joar Hansen, burde velge. I løpet av sesongen var Mini speaker på Rosenborgs hjemmekamper, samtidig som han senere på kvelden kommenterte og analyserte de samme kampene for TV 2. Og som vi husker, gikk det ille for Per Joar Hansen. Han gikk, og Minis venn og partner, Kåre Ingebrigtsen, kom. Hadde Tordenskjolds soldater stilt lag, ville Mini vært kaptein. Og manager.

Men TV 2 er ikke alene om ha særdeles lave skiller mellom journalister og kilder. Da NRKs kommentator gjennom en halv mannsalder, Kjell Kristian Rike, døde i 2008, sa sportssjef Åge Skinstad i Skiforbundet at «norsk langrennssport har mistet en av sine viktigste støttespillere». Ikke en uavhengig journalist med den nødvendige kritiske distanse, men en støttespiller.

Hvordan støttespillet hadde artet seg i praksis, ble avslørt i Aftenposten: «Over en flaske rødvin en sen vinterkveld på Vierbrunnenhof i Anterselva klekket Rike, sponsorgjef Jacob Lund og skiskytterson President Anders Besseberg ut ideen om skiskytingens fellesstart.»

Sportsjournalistikken lever under litt andre regler enn finansjournalistikken. Det er lov å være entusiastisk på hjemmelagets vegne når Molde er slått 2–0, mens det ville bli sett på som uortodokst om Dagens Næringslivs utsendte reiste seg og jublet når Statoil legger fram et spesielt godt kvartalsresultat, eller var med på å legge strategien for tjæresandinvesteringene i Canada. Men strekker den etiske elastisiteten seg så langt at kommentatorer også kan være ansatt hos dem de kommenterer, eller reklamere for fotballens største sponsor?

Presseforbundet, som skal vokte etikken på vegne av alle norske medier, sier nei og nei. I sommer sa forbundets generalsekretær, Kjersti Løken Stavrum, til VG at bindingene hindrer Mini i å være en fri og uavhengig ekspert. Og i oktober felte altså PFU TV 2 for å ha krenket journalistikkens integritet og troverdighet, for å ha blandet rollene og for å ha bidratt til å svekke det klare skillet mellom reklame og redaksjonelt innhold. «De låner ut en reporter og en del av troverdigheten», sa utvalgets leder, Alf Bjarne Johnsen, til Kampanje.

TV2 s sportssjef trenger vel ikke spørre noen av stasjonens eksperter hva det innebærer at puritanerne nå har gitt ham to gule kort?



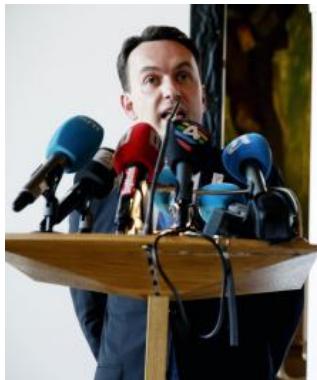
Øyvind Alsaker er sportsjournalist i TV 2.

[PFU-sak 239/14](#)

## Døra i fjestet-teknikken

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Døra i fjestet-teknikken \(137659\)](#)



F.v. Byrådsleder og leder i søkerkomiteen, Stian Berger Røsland og president i Norges idrettsforbund, Børre Rognlien under pressekonferansen etter møtet om mulighetsrom for kostnadsredusjoner i OL-søknaden.



Sven Egil Omdal

### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

«Sjokkmåling», ropte Dagbladet. «Folket sier ja til billig-OL.» Endelig fikk ja-siden det de har lengtet etter og drømt om; en måling som viste flertall for å brenne av noen titalls milliarder på 14 dager med gliptak, norsk nasjonalisme og kortbaneløp på skøyter.

Gropet for å få snudd folket var så enkelt at det er oppsiktstvekkende at ingen tabloidredaksjon har kommet på det tidligere. Først spurte Ipsos MMI, på Dagbladets vegne, om folk vil ha OL i Oslo. Svaret var som det bruker å være: Nesten to tredjedeler sa nei, færre enn tre av ti sa ja.

Men så kom det snedige: De som hadde sagt nei, ble spurta om de ville støtte en OL-søknad hvis kostnadene ble redusert ved gjenbruk av flere anlegg fra Lillehammer-OL. Da snudde hver tredje nei-stemme, og et knapt ja-flertall var sikret.

Metoden har et vitenskapelig navn, og det er herlig folkelig: «Door-in-the-face»-teknikken, eller DITF. Sosialpsykologene har lekt seg med akkurat denne metoden for å manipulere en gruppens meninger: Foreslå noe radikalt, noe som vanligvis ville fått kunden til å smelle døra igjen for selgeren. Følg så opp med noe som virker som et langt mer rimelig forslag. Den gruppen som først har fått det mest ytterliggående forslaget, er langt mer tilbøyelig til å si ja til det rimelige alternativet enn en tilsvarende gruppe som bare har fått det rimelige forslaget.

Medienes misbruk av meningsmålinger er så utbredt og så grov at Ottar Hellevik, som har utdannet et par generasjoner norske statsvitere i statistikk, har skrevet en hel bok om hvor galt det kan gå. I et nytt opplag bør han ta med Dagbladets sjokkmåling, og for eksempel påpeke at de som svarte ja på det første spørsmålet, ikke ble stilt det andre. Vi vet altså ikke hvor mange som ville svinge fra ja til nei hvis Oslo likevel ikke får alle de anleggene som byen er blitt lovet hvis OL-ilden vender tilbake til byen. Og vi vet ikke hvor mange som ville sagt nei til å bruke 21 milliarder hvis de ikke først var spurta om å bruke 30 milliarder.

Hellevik åpner boken, som heter *Mål og mening – om feiltolkning av meningsmålinger*, ved å vise til en kommentar jeg skrev for sju år siden. Den handlet om et svært vanlig fenomen, nemlig at grupper som ønsker å påvirke politikken, bestiller meningsmålinger som styrker deres argument.

Det var Amnesty, godheten selv, som hadde bedt Gallup undersøke hva norske menn mener om vold mot kvinner. Resultatet fikk politikerne til å storme til nærmeste debattstudio for å gi sin opprørighet utløp. De var blitt lurt av VG, som hadde brukt hele førstesiden på å forkynne at «1 av 2 norske menn: Gir kvinner skylden for VOLDTEKT». Påstanden var ikke korrekt. Den var ikke engang i nærheten av å være korrekt. De 500 mennene som var intervjuet, ble ikke bedt om å fordele skyld. Ordet «voldtekts» var heller ikke brukt i noen av spørsmålene. 75 prosent av de spurte svarte at vold mot kvinner aldri kan rettferdiggjøres, ytterligere 21 prosent sa at vold mot kvinner bare kan forsvarer der kvinnens selv bruker vold. Norske menn har gode holdninger.

16 til 42 prosent svarte derimot at kvinnens er «delvis ansvarlig» (ikke skyldig) for å ha blitt utsatt for seksuelle overgrep (ikke voldtekts) dersom hun flørter åpenlyst, blir med mannen frivillig på nachspiel, er beruset, eller ikke tydelig sier nei. I en annen undersøkelse sa halvparten av kvinnene mellom 18 og 29 år det samme.

VGs oppslag førte til en hektisk debatt der den ene politikeren etter den andre beklaget norske menns toleranse for voldtekts. Den var like svakt fundert som en debatt som bygger på at folket gjerne vil ha et Rimi-OL. Som man spør i skogen, får man svar.

## Fabian Stangs metode

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Fabian Stangs metode \(137224\)](#)



Sven Egil Omdal med  
Gullpennen 2009

### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

Dette er saken



Kjersti Løken Stavrum er generalsekretær i Norsk Presseforbund. Hun mener at Stangs forhåndsinnrømmelse kan bidra til å ødelegge journalistikken.

Aftenposten  
02.09.2014:

[Mener Stangs håndtering var typisk damage control](#)

NB!

Du kan lese åtte saker i Aftenpostens nettavis gratis hver uke. Etter det må du betale for å lese saken.



©

NTB

scandinavia

Oslos ordfører Fabian Stang (H) beklager skattetabbe etter at hytta hans ble beiset i sommer. Han hadde ingen skriftlig kontrakt, mottok ikke faktura for arbeidet og fikk kontonummer på SMS.

**Noen tror ennå på det gode i mennesket. Noen tror at en politiker som blir tatt i fusk, vil sitte rolig og vente på neste dags forsider. Noen kjenner åpenbart ikke Fabian Stang.**

*Mediekommentar av Sven Egil Omdal*

Dagbladet hadde fått greie på at Oslos ordfører hadde betalt 42 000 kroner til en mann som hadde beiset hytta hans. Stang er jurist og i stand til å forstå at en SMS med et kontonummer ikke er en faktura. I hvert fall skjønte han det så snart Dagbladet ringte. Journalisten oppfylte presseetikkens krav om imøtegåelse. Siden det er en alvorlig påstand å hevde at kommunens fremste representant i kampen mot svart arbeid, selv ikke tar det så nøye med skatteforholdene hos dem han engasjerer, hadde avisen plikt til å publisere Stangs forsvar, eller innrømmelse, samtidig med anklagene. Denne plikten er nedfelt i Vær varsom-plakaten, og er det punkt i etikkreglene som fører til flest fellelser i Pressens Faglige Utvalg.

Men finnes det også en etikk som de anklagete må forholde seg til? PR-rådgiver Anders Cappelen har spesialisert seg på å skrive klager til Pressens Faglige Utvalg på vegne av mennesker som føler seg krenket av journalister. Denne gang slo han andre vei, og beskyldte Fabian Stang for å ha brutt god kildeskikk.

Stang ventet nemlig ikke på Dagbladets oppslag. Han gikk ikke og gruet seg til ordspillene om den svarte beisen og den svarte beiseren. I stedet åpnet han Facebook og skrev at han hadde dummet seg ut. Men heldigvis hadde han innsett sin tabbe (takket være telefonen fra Dagbladet, riktig nok) og ordnet opp med skattemyndighetene. «Jeg har lært meg en lekse», skrev ordføreren, og nesten 11 000 trykket på «like». Slike angrende syndere vil gamle Norge ha.

Så raskt kan man, i de sosiale medienes tid, få overtaket på en avsløring i de tradisjonelle mediene: Legg ut en spoiler på sider der du selv har kontroll, før avsløringen kommer der du er makteslös. Slik blir skandalene i stedet til gammelt nytt. Fabian Stang betalt svart? Men det har han jo innrømmet selv. Kom med noe vi ikke vet.

Norsk Presseforbunds generalsekretær, Kjersti Løken Stavrum, tok hardt i og sa at Stangs forhåndsinnrømmelse «kan bidra til å ødelegge hele journalistikken». Så dårlig står det heldigvis ikke til, men Løken Stavrum har et poeng. En slik taktikk fra de anklagetes side vil svekke lysten til å ringe dem før dritten treffer viften, som amerikanerne så billedlig uttrykker det.

Journalistikk er på sitt beste edel virksomhet. Avsløringer av korruption, skattesnusk, underslag og maktmisbruk bidrar til å sanere samfunnet. Fabian Stang ble ikke tatt for en dumhet, men for å svikte det systemet han er satt til å beskytte.

Men journalistikk er også en svært menneskelig geskjeft. Avsløringer masserer den enkelte reporters ego og styrker redaksjonens selvfølelse. Alle som spolerer disse gode vibrasjonene, er en trussel, ikke mot journalistikken, men mot viljen til å følge reglene. Den neste journalisten som får et tips om at Fabian Stang eller andre av hans kaliber har oppført seg kritikkverdig, kommer til å skrive artikkelen ferdig, legge den i publiseringssystemet for nettutgaven, ringe for en kommentar som skrives rett inn i teksten – og så trykke «publisér» før den anklagete får så mye som åpnet Facebook.

Er det grunn til å klandre Fabian Stang for at han kom Dagbladet i forkjøpet? Nei. Finnes det en generell etikk som tilslører at den som frykter en skandale ikke bør forsøke å dempe virkningene, slik Anders Cappelen påstår? Nei. Blir den presseetiske kvaliteten bedre av at andre følger Fabian Stangs eksempel? Nei. Hva kan vi så lære av denne saken? At journalistikk også er et spill hvor den som har jukset, innimellom likevel vinner.

# Journalisten som ikke ville ha et jeg

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Journalisten som ikke ville ha et jeg \(137125\)](#)



Sven Egil Omdal

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad. Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

Dette er saken



Martin Krasnik er journalist  
i aktualitetsprogrammet  
Deadline DR2.



## **Journalisten som ikke ville ha et jeg / aktuelt**

<http://ndla.no/nb/node/137125>

[Mads Gilbert: – Jeg opplevde intervjuet som et overfall](#)

Martin Krasniks  
innlegg i Aftenposten:

[Bidrar til en fastlåst konflikt](#)

(NB! Du kan lese åtte  
saker i Aftenpostens  
nettavis gratis hver  
uke. Etter det må du  
betale for å lese  
saken).

Gilbert har i etterkant  
blitt intervjuet i  
programmet Hard Talk  
på BBC:



Mads Gilbert behandler et skadet barn på Shifa-sykehuset i Gaza i juli 2014.

**Mot slutten av intervjuet med Mads Gilbert i programmet «Deadline» på dansk TV, sier programleder Martin Krasnik: «Det er derfor jeg konfronterer deg med din dobbeltmoral.»**

*Mediekommentar av Sven Egil Omdal*

Hvem er dette «jeg» som slår fast at den norske legen som i flere uker hadde arbeidet nær sagt døgnet rundt med å redde liv, i mange tilfeller uten å lykkes, er en dobbeltmoralist?

Det mest nærliggende er selvfølgelig å anta at det er Martin Krasnik selv, siden det er han som snakker. Men i et innlegg i Aftenposten der han forsvarer intervjuets krasse form, skriver Krasnik: «La meg for ordens skyld presisere at mine egne holdninger ikke har noen innflytelse på de spørsmål jeg stilte Gilbert.»

Så var det altså ikke Krasnik likevel. Han er ikke det «jeg» som hevder at Gilbert har doble moralske standarder.

Når han tidligere i intervjuet påstår at Gilbert «er blitt utnyttet av en terrororganisasjon», er heller ikke denne anklagen tuftet på holdninger intervjueren selv har. «Det er ikke opp til meg å ta stilling til hva som er rett eller galt», skriver han. Men det er jo ikke selvvinnende at Gilbert er en nyttig idiot for Hamas, en slik anklage forutsetter et bestemt perspektiv på konflikten mellom Israel og palestinerne. Det ligger altså en holdning bak ordene Krasnik bruker, og disse holdningene blir langt tydeligere av at han påstår, og ikke spør. Den som spør, underer. Den som påstår, vet. Et spørsmål fordrer et svar, en anklage utløser et forsvar.

Martin Krasnik har ry for å være en spesielt kritisk journalist. Flere danske aviser har, etter intervjuet med Gilbert, skrevet ledere om hans metode – som ifølge ham selv består i at han alltid inntar den motsatte posisjon av den han utfordrer. Havner det en lege som kjemper mot Ebola-smitten i studio, vil altså Krasnik tale epidemiens sak. Selv den største tåpe forstår at en slik metode ikke kan brukes uten sterke forbehold. Mot slutten av innlegget i Aftenposten innrømmer jo også Krasnik at det forholder seg slik. Han skriver: «Når jeg går hardt ut mot Mads Gilbert i Deadline, er det nettopp fordi jeg mener at unyanseerde påstander og holdninger overfor den ene part i saken bidrar til en fastlåst konflikt.» Den ene part kan i dette tilfellet ikke være noen andre enn Israel.

Krasnik konfronterer Gilbert som han gjør, fordi han selv mener noe om Gilberts politiske holdninger; han mener at de er unyanserte. Det er ikke noe galt i det, problemet oppstår når Krasnik benekter at det er slik, og i stedet hevder at han er en slags robot som konfronterer i et holdningsløst rom.

NRKs Sidsel Wold og TV 2s Fredrik Græsvik har større innsikt i journalistikkens funksjon. De erkjenner at det ikke er mulig å suspendere egne holdninger når de skal velge ord, kilder eller bilder fra en krig. Bak alt de gjør, fra å bestemme kameravinkel til å velge hvilke begreper de skal bruke, er det et tenkende og følende «jeg». Profesjonaliteten viser seg i viljen til å gi alle sider i en konflikt fair behandling, ikke i å late som om partene er jevnbyrdige hvis de ikke er det.

Denne gang valgte de begge å gå tett på de mange drepte barna. For dette valget ble de utsatt for en propagandastorm. Aksjonister krevde at Sidsel Wold ble fjernet, Fredrik Græsvik opplevde signaler fra sin egen ledelse som at han faktisk ble fjernet. Begge sto oppreist gjennom stormen og holdt fast på det åpenbare: Det finnes ingen uengasjert måte å dekke en slik krig på. Journalistene er nødt til å sortere ut hvilke fakta de skal formidle, de må velge blant mange sannheter. Det valget gjorde også Krasnik da han forsøkte å diskreditere Mads Gilbert.

## Raseriet over den tomme stolen

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Raseriet over den tomme stolen \(133149\)](#)



Sven Egil Omdal

### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.



En tom stol representerte Liu Xiaobo under fredsprisutdelingen i Oslo i 2010.

**10. desember 2010 tildelte Nobelkomiteens leder, Thorbjørn Jagland, Fredsprisen til en tom stol. Liu Xiaobo satt i en fengselscelle i Kina mens seremonien pågikk i Oslo rådhus.**

Av Sven Egil Omdal

Hvor mange stoler ville stått tomme om Liu i dag skulle ha klart å rømme og kommet seg til Oslo for å motta den medaljen som er hans? Ville kong Harald våget å møte fram? Ville regjeringen vært representert? Ville Arbeiderpartiet klappe, eller ville de sittet musestille og gjort Youngstorget til Den himmelske freds plass?

Liu Xiaobo fikk prisen for ytringer som burde være en selvfølge i alle land, men som er straffbare i Kina, og som dessverre også er blitt ubekvemme i Norge. Han krevde mer demokrati i et land som er i ferd med å bli en av verdens mektigste stater. Dette rimelige kravet førte til at Liu i 2009 ble dømt til 11 års fengsel for "oppfordring til undergraving" av den kinesiske statsmakten. 14 dager før vi skulle feire to hundre års selvstendighet, har de fremste representantene for den norske statsmakten latt seg presse til et ydmykende knefall for det samme regimet.

I 200 år har Norge hatt en formell ytringsfrihet som i praksis er blitt undergravd og svekket av politiske beslutninger. Innad har Stortinget og vekslende regjeringer satt bluferdighet, religiøse følelser og omtanke for de sårbare foran retten til den frie ytring. Utad, og spesielt overfor stormaktene, har Norge ofte demonstrert en deprimerende mangel på ytringsmot. Vi kan saktens føre dialog, men vi bør ikke demonstrere vår uenighet så tydelig at det gir utslag på handelsbalansen eller truer vår egen sikkerhet. Det var det som skjedde da Høyre og Aftenposten i 1936 advarte mot å gi Fredsprisen til den tyske dissidenten Carl von Ossietzky, og det var det som skjedde da Høyre for noen dager siden nektet å møte den tibetanske dissidenten Dalai Lama. Aftenposten har heldigvis kommet på langt bedre tanker siden 1936.

Innad har begrensningene på ytringsfriheten vært mange. Filmsensuren, som ble innført i filmens mest uskyldige barndom, gikk opp i en høyere enhet med blasfemiparagrafen til Guds beskyttelse da Monty Pythons *Life of Brian* ble forbudt i 1980.

Den såkalte rasismeparagrafen, paragraf 135a i Straffeloven, som ble innført i 1970 som en følge av at Norge sluttet seg til FN-konvensjonen mot rasediskriminering, er med tiden utvidet til en katalog over grupper som skal ha et spesielt vern mot "diskriminerende eller hatefulle" ytringer; fargete, etniske minoriteter, troende, homofile og funksjonshemmede. Høyesterett brukte paragrafen da de i 2012 dømte en mann fra Stavanger til betinget fengsel i 18 dager, pluss en bot på 15 000 kroner for å ha kalt dørvakten på et utedsted i byen for "jævla neger".

Bøker er blitt beslaglagt, som oftest på grunn av seksuelle skildringer som i dag kunne stått i Magasinet til Dagbladet uten å vekke oppsikt. Filmer er blitt forbudt og ytringer straffet, til tross for formuleringen i Grunnlovens paragraf 100 om at frimodige ytringer "om Statsstyrelsen og hvilkensomhelst anden Gjenstand" er tillatt.

Liu Xiaobos forbrytelse er ikke gudsbespottelse eller rasisme. Han krenker ikke homofile og skildrer ikke kjønnsorganer i bevegelse. Han er dømt for handlinger i ytringsfrihetens innerste kjerne: Kritikk av den urettferdige stat. Da Stortingets presidentskap og Regjeringen ikke bare sa nei til å møte Dalai Lama, men begrunnet avslaget med frykten for Kinas reaksjon, var det med tydelig henvisning til Liu Xiaobo. Dalai Lama har vært i Norge ti ganger før, han har møtt statsministre og andre politiske ledere. Det er den tomme stolen fra 2010 som er forskjellen.

Når den norske regjering bøyer kne for et sinne utløst av at Nobelkomiteen ga prisen til en mann som benyttet seg av det bærende prinsippet i vår egen grunnlov, var det ikke bare Dalai Lamas besøk som ble amputert. Det er heller ikke så mye igjen av grunnlovsjubileet.

# To kill a licence

Forfatter: Sven Egil Omdal  
[To kill a licence \(132342\)](#)



Sven Egil Omdal

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen

## Ressurser

[Frp-grasrota ruster til krig mot NRK-lisensen](#)

[Rekordhøy lisensaksept](#)

Hva mener du?

Sven Egil Omdal har sterke meninger om NRK-lisensen og regjeringens mediepolitikk.

Er du enig eller uenig?

Bruk gjerne kommentarfeltet under teksten til å si hva du mener om saken.



Agent 007 opererte med "a licence to kill", mens ønsket til Frp, etter Sven Egil Omdals oppfatning, er "to kill a licence".

**Partiet for folk flest samler seg til kamp for å fjerne kringkastingslisensen. Men de glemte å spørre troppe; folk flest har aldri vært så fornøyd med NRK som nå.**

*Mediekommentar av Sven Egil Omdal*

"Lisensen må bort. Dette er en viktig sak for folk flest", sa Leif Eriksen, fylkesleder i Østfold Frp til Dagbladet i slutten av mars. Alle de 13 fylkeslederne avisens snakket med, var enige. Lisensen er urettferdig og usosial, dessuten finansierer den venstrevridd journalistikk. NRK bør gjøres om til et aksjeselskap og finansieres kommersielt.

Dessverre var folket av en annen oppfatning. Omrent samtidig med at fylkeslederne fortalte Dagbladet hvor utbredt motstanden mot lisensen er, la kringkastingssjef Thor Gjermund Eriksen fram NRKs nye profilundersøkelse. Der sier tre av fire nordmenn at de får valuta for lisenskronene. 74 prosent var fornøyd, opp fra 69 prosent i fjor, og det høyeste tallet som er målt noen sinne. Ifølge Eriksen er 74 prosent fornøyde betalere kanskje det høyeste tallet for noen kringkaster i verden.

Man skulle kanskje tro at en ny regjering, som skal rette opp et skakk-kjørt land og reparere de verste skadene etter åtte års vanstyre, ville finne mer naturlige oppussingsobjekter enn en institusjon som er verdensledende i popularitet. Men også Høyres kulturminister, Thorhild Widvey, har blinket ut NRK.

Mens Frp vil kutte alle bånd til staten, og i stedet la NRK konkurrere om annonsekronene, noe som ganske raskt vil feie TV 2 og TVNorge av banen, går Widvey motsatt vei. Hun innsetter seg selv som overredaktør. Widvey hadde knapt prøvesittet statsrådsstolen før hun slo fast at hun vil se på om yr.no var noe NRK bør drive med.

Hun fikk raskt og kontant svar fra direktør Anton Eliassen ved Meteorologisk institutt. Det er ikke ofte lederen for et statlig forvaltningsorgan offentlig belærer en statsråd i elementært samfunnsansvar, men Eliassen kunne antakelig ikke la være. Meteorologisk institutt har samarbeidet med NRK siden 1933, først på radio, så på tv, deretter på nett og mobil. Været og NRK flytter seg der borgerne er.

"Å kommersialisere fellesgoder vil føre til et stort offentlig underforbruk, hvor staten og samfunnet vil få mindre nytte av de investerte kronene, enn om varslene var gratis tilgjengelig for alle", skrev han.

Dette synspunktet, at vi bruker NRK til å gi tilbake til borgerne, også kjent som "folk flest", verdier som er offentlig finansiert, må ropes fra hustakene når kulturminister Widvey neste vår legger fram en stortingsmelding om NRK. Der skal hun ikke bare drøfte hvordan kringkastingen skal finansieres, men også hva de skal få lov til å drive med.

Tilsynelatende uberørt av kritikken fra Eliassen, gjentar Widvey at hun vil vurdere om NRK skal drive portaler som yr.no. I tillegg vil hun vurdere om NRK skal få levere nyheter på nett, og – som om ikke dette var mer enn nok – hun vil hindre NRK i å by på rettighetene til store arrangement som OL, fotball-VM og andre store mesterskap.

Frp's kulturpolitiske talsmann, Ib Thomsen, har tidligere sagt at NRK heller ikke skal konkurrere med kommersielle kanaler om å sende amerikanske serier. Det kan bli triste tv-kvelder når regjeringen har overtatt hele programplanleggingen.

I løpet av noen år må finansieringen av NRK uansett endres, men begrunnelsen er en helt annen enn den de to regjeringspartiene bruker. 2013 var det første året hvor nordmenn leste nettaviser mer enn papiraviser. Vi ser også stadig mer tv strømmet via mobile enheter eller smarte tv-bokser fra Apple, Samsung og andre. Stadig flere, spesielt unge, fjerner tv-tuneren fra flatskjermen og unngår på den måten lisenskravet. Sverige har innført lisens også for iPad og smart-telefoner, men det finnes andre løsninger for å sikre at vi fortsatt har en kringkaster som tar på seg det brede samfunnsoppdraget som ingen kommersiell aktør vil eller kan utføre.

En virkelig kulturminister ville lete etter tiltak som sikrer en sterkest mulig kringkaster for folk flest, ikke lede fylkingen som vil rive ned noe av det beste vi har.

# Beretningen om et varslet karakterdrap

Forfatter: Sven Egil Omdal, Ragna Marie Tørdal

[Beretningen om et varslet karakterdrap \(131637\)](#)



Sven Egil Omdal

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

## Ressurser

[Bloggen til John Christian Elden](#)



**I den journalistiske jakten på skjulte nettverk og grumsete avtaler er det en gruppe som alltid slipper unna: pressen selv.**

*Mediekommentar av Sven Egil Omdal*

Torsdag 27. februar ble en lovende politisk karriere brått avsluttet. Erna Solbergs varamann på Stortinget trakk seg fra alle verv det går an å trekke seg fra (stortingsvervet er ikke blant dem), beklaget at han hadde skuffet alle som hadde satset på ham, og forsvant inn i det eksil hvor andre har gjemt seg tidligere. Han er bare 24 år, men han hadde krenket Høyres nulltoleranse for narkotikabruk. Han hadde tatt noen drag hasj.

Mer vet vi ikke når dette skrives. I hvert fall ikke om den unge politikerens rusvaner. Men takket være advokat John Christian Elden vet vi plutselig mye mer om samspilllet mellom politi og presse. Gabriel Garcia Márquez skrev for mange år siden romanen *Beretningen om et varslet mord*, John Christian Eldens bloggpost, som han publiserte samtidig med at politikerens ansikt sto på nettavisenes forsider, var beretningen om et varslet karakterdrap.

Ifølge bloggen var politikeren på et nachspiel 1. februar, der "en av de tilstedeværende tok frem en joint. Den unge politiker fikk sine drag". Noen tok et bilde og sendte det fra telefonen, uten å vite at politiet overvåket trafikken.

Elden forteller at han drøyt to uker senere ble kontaktet av flere journalister som spurte om han hadde fått "en ung Høyre-klient etter nark-razziaen i går?". Politiet hadde rykket ut til flere skoler i Bergen og hentet mistenkte ut av undervisningen. Noen hadde informert pressen om at en politiker var blant dem politiet etterforsket. Denne "noen" kan vanskelig være andre enn politiet selv.

Tre dager senere intervjuet to større aviser – samtidig – den unge politikeren om hans gamle og velkjente synspunkt på hasj. Det ble store oppslag der han gjentok at han er for liberalisering, hasj bør selges over disk på lik linje med alkohol. Et liberalt, men ikke oppsiktsvekkende standpunkt. Høyre har andre stortingsrepresentanter som mener det samme. Elden mener det ble satt en felle, fallhøyden ble på snedig vis økt for den intetanende politikeren.

"Samme dag kontaktes jeg på nytt av journalister: 'Si fra når NN (den navngitte stortingsmannen) trenger deg'", skriver Elden. Det skjer 27. februar. Politiet aksjonerer. De får riktig nok ikke rettens tillatelse til husransaking, men de tar ut siktelse.

"Den unge politiker blir foreholdt at han nok risikerer en bot på mellom 3000–5000 kroner for sin helligbrøde – ett tilfelle av hasjrøyking. Men avisene har fått sitt åte. Politiet har levert det de hadde lekket tidligere, og overskriftene er klare 'Stortingsmann narkotikasiktet' i krigstyper over alle landets aviser og nyhetssendinger. Navn og bilde på alle førstesider. Politiet og pressens samarbeid har båret frukter. Samfunnet er igjen trygt", skriver han.

Problemet er ikke identifiseringen. En stortingsrepresentant har svært lavt personvern hvis det tas ut en siktelse. Bryter han loven mens han sitter på Stortinget, må han regne med å bli navngitt hvis han blir tatt. Men saken har en rekke andre sider som ikke bør dyttes ut i mørket sammen med den sønderknuste politikeren. Elden peker selv på at politiet har brukt såkalt overskuddsinformasjon fra telefonovervåking til å ta noen for et lovbrudd som ikke kvalifiserer til mer enn en ganske liten bot, på høyde med å ha kjørt inntil 20 km/t for fort.

Vinkelen på saken kunne altså vært annerledes: "Politiet bruker telefonovervåking til å knuse karrieren til ung politiker" eller "Politiet misbruks overvåkingsinformasjon".

Stortinget ville ikke innføre noen grense for hvor alvorlig et lovbrudd må være før politiet kan bruke slik informasjon. Flertallet var overbevist om at et så kraftig inngrep i borgernes personvern ikke ville bli brukt til å skyte småfugl.

Men slike vinklinger får vi ikke hvis journalistene tar regi fra politiet. Tilgangen på nye tips avhenger av at historien fortelles slik politiet ønsker. Derfor driver heller ingen andre kritisk journalistikk på dette samspillet. Det er et større samfunnsproblem enn en hasjrøykende høyremann.

# Den siste kjendisfesten

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Den siste kjendisfesten \(131131\)](#)



**Av alle forsinkede statussymboler er dette det tristeste: Du blir målt etter hvor mange kjendiser som kommer i begravelsen.**

*Mediekommentar av Sven Egil Omdal*

Lenge var det bare en uklar følelse av at noe har endret seg. Dør det flere storartede mennesker enn før? Riktig nok er det mange som sier at de holder avisen først og fremst på grunn av dødsannonsene, men nå er det jo kreft og begravelse i hele avisen. Hva skjer?

Når konger døde, noe som i Norge heldigvis bare skjer med om lag et halvt århundres mellomrom, var det selvfølgelig store reportasjer fra begravelsen. Kanskje var det også slik da Einar Gerhardsen døde, han hadde tross alt bygget landet nokså egenhendig. Men nå har vi noe som likner på en statsbegravelse nesten hver uke. Hva er det som har endret seg?

Undringen klarte ikke helt å trenge gjennom til bevisstheten, men så leste jeg arilabra.com. Det er en blogg der min gamle kollega Arild Abrahamsen hver uke demonstrerer at de gamle ikke bare er eldst, svært ofte er de også best. Arild hadde sett hva som skjer: "Gravferder er de nye premiere-reportasjene", skrev han. "Se og Hør innførte en journalistikk som bare besto av at fotografen tok bilde av de som kom til en teater-premiere eller en kjendisfest. Nå har nettmediene utvida denne virksomheten til også å gjelde begraveler. De er blitt folkefester. Pent kledde kjendiser sier djupt pinlige ting."



Sven Egil Omdal

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

## Ressurser

Sven Egil Omdal anbefaler bloggen til kollega Arild Abrahamsen.

Netttopp. Det er det som har skjedd. Begravelsen er blitt den aller siste premierefest. Når Colosseum kino i Oslo ruller ut den røde løperen, vet vi at ikke alle som stiller med overdrevent utringet kjole eller den gærneste dressen til Moods of Norway, er like interessert i norsk film. De er der for å bli avbildet på VG.no eller Kjendis.no. Et bilde der, helst i en situasjon som kan tolkes som en karslig samtale med Aksel Henie eller en munter flørt med Jenny Skavlan, er hard valuta på statusbørsen.

På et eller annet tidspunkt oppdaget en redaktør for slarv og uvesentligheter at sorg ga en egen dimensjon til slike reportasjer. Fotografene ble dirigert til nærmeste krematorium eller gravkapell, med beskjed om å lete etter kjente mennesker som med lett bøyde hoder ser ut som de minnes hvilken enestående person de netttopp har tatt farvel med.

Så snart kjendiser av andre og tredje sortering oppdaget dette, fant de fram mørke, men samtidig stilige, klær og ga seg til å lese dødsannonsene. Plutselig ble det trengsel rundt kistene.

For ikke så svært lenge siden var netttopp kisten det viktigste i de relativt sjeldne begravelsesreportasjene. Når en av byens store var død, plasserte fotografen seg som oftest diskret oppe på galleriet, gjerne gjemt bak organisten, og tok et bilde av kisten, blomstene og de fullsatte benkene. Oversiktsbildet kom på trykk sammen med et kort referat av gravtalen og noen linjer om at det var krans både fra Fylkesmannen og NHO.

I dag er det som om begravelsene har foregått uten avdøde til stede. Både på nett og i papir blir plassen brukt til de sørgende. Her er skuespiller X og programleder Y på vei inn i kapellet, der viser hun fra Paradise Hotel for første gang at hun er gravid med han rapperen dere alle muligens husker fra de innledende rundene av Melodi Grand Prix.

Best er det selvfølgelig når den nye norske adelen er til stede; Ari og Märtha, Trond Giske, Bertine Zetlitz, Tone Damli Aaberge, Bård Tufte-Johansen og Harald Eia, Ylvisbrødrene. Kommer i tillegg kronprinsparet, betyr det mindre hvem som er død.

"Hvis man skal tro den hysteriske gravferdstrenden, har det ikke dødd ett eneste normalt menneske på svært lenge i Norge. Forskjønnelsen ligger på nivå med omtalen av ledere i Nord-Korea, og det verste er at vi blir så vant med det at vi skjems ikke lenger", skriver Arild Abrahamsen.

Vi andre dødelige får trøste oss med at langt bedre enn at gjestene blir avbildet i VG, er det å få lov til å være hovedpersonen i sin egen begravelse.

Arild Abrahamsen har et skråblikk på mye av det som skjer i medieverdenen, og han anmelder også film som vises på kino og TV.

[Bloggen til Arild](#)

[Abrahamsen](#)

# Det seriøse folket

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Det seriøse folket \(130246\)](#)



**Siden statistikk og mediedirektører ikke lyver, kan vi nå trygt slå fast: Leserne av norske nettavisar er bedre enn sitt rykte. Langt bedre.**

Av *Sven Egil Omdal*

Oversikten over hvilke artikler som ble mest lest på nett i 2013, sender ilende strømmer av glede nedover ryggen på redaktører som så gjerne vil få bekreftet at de er på rett vei. La oss begynne med Aftenposten. Der toppe listen av en særdeles viktig, og temmelig trist, sak. Den het faktisk det: "En fryktelig trist nyhet" og var skrevet av landets mest erfarne miljøjournalist, Ole Mathismoen. Han beskrev hvordan naturparken Yasuni i Ecuador, som har verdens høyeste tetthet av ulike plante- og dyrearter, nå åpnes for oljeutvinning, motorveier og ødeleggelse. Saken var lest 325 000 ganger.

Det er småtterier mot Bergens Tidendes topsak fra i fjor: Artikkelen om Janne som gikk til grunne i rus og elendighet uten at noen egentlig brydde seg, er lest over en million ganger. Det ville vært mye selv i et langt større land enn Norge.



Sven Egil Omdal

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

[Les mer](#)

Les Bjørn Vatnes kommentar i Sunnmørsposten:

Listen over hvilke artikler som er mest delt i sosiale medier, får også nordmenn til å framstå som et seriøst og uselvskilt folk: På førsteplass, delt 64 000 ganger, ligger en kronikk fra BT, skrevet av Silje Rostøl Svela, en lærer som hadde sett seg lei på politikere som snakker stygt om yrket hennes. En seriøs kommentar om at det lærerne trenger, ikke er mer utdanning, men mer tid med hver elev, var årets mest delte. På andre plass, inn som en nyttårsrakett på årets nest siste dag, kom et intervju i Stavanger Aftenblad med Per Fugelli, som er det nærmeste vi kommer en nasjonal samvittighet. 61 000 delte hans oppfordring om å lage nyttårsforsett som ikke handler om oss selv.

Direktør Andreas Thorsheim i Bergens Tidende mener at han har funnet forklaringen: "Det blir for enkelt å si at det bare er pupper, flått og slanketips som fungerer som digitaljournalistikk. I dag er det nok leserne som også logger seg på nettavisene til at nettbrukerne blir et speilbilde av samfunnet. Da er det kanskje naturlig at det man regner som kvalitet ellers, også gjenspeiles i det som blir lest digitalt", sier han til Klassekampen.

Idyllen ved nyttårsskiftet var nesten fullkommen: Journalistene vil helst skrive langt og grundig om vesentlige spørsmål, og så viser det seg at det er nettopp dette leserne vil ha. Dermed blir også direktørene glade, for ingenting er bedre for økonomien enn fornøyde leserne. Roen kunne senke seg over Medie-Norge.

Men så satte journalist Bjørn Vatne i Sunnmørsposten seg til tastaturet. Han var kommet i tvil om alt han holder på med, og bestemte seg for å dele tvilen med oss andre:

"Vi har for lenge siden valgt en tenkemåte, et språk, et vokabular som vi kaller 'nyheter'", skrev han. "Samtidig vet vi at vi altfor ofte gjør nøyaktig det motsatte: Av tids- og beleilighetsgrunner leter vi etter repetisjoner i stedet, saker som vi og leserne raskt kan gjenkjenne som nyheter, uten å ofre for mange tanker til hvorvidt dette faktisk er relevant, uten å spørre oss selv: Vil leseren av denne avisene vite eller føle noe nytt etter å ha lagt den fra seg? Gir jeg valuta for pengene, eller gir jeg behagelig og motstandsløs tidtrøyte? Bytter jeg bort mening og verdier mot flere klikk?"

Mitt råtips er at det store flertall av norske journalister kjenner seg bedre igjen i Vatnes beskrivelse av faget, slik det er blitt, enn av Thorsheims beskrivelse av et land der befolkning og presse går opp i en høyere, seriøs enhet. Et fromt nyttårsønske må derfor være at flere redaktører ber journalistene la flåtten ligge og heller se seg om etter større oppgaver.

## Mediekommentarer 2013

### Krigen Israel kan tape

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Krigen Israel kan tape \(109179\)](#)

Sven Egil Omdal



Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner han fra spaltene *Medieblikk* og *Fripenn* i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.



En palestinsk gutt med slynge angriper israelske soldater.

**(20.11.12) I den grad Israel i det hele tatt girder å erklære krig før de slipper bombene, gjør de det på Twitter, like før de legger eksplosjonen på YouTube. Svaret kommer på Facebook.**

Av Sven Egil Omdal

Propagandakampen mellom Israel og palestinerne er ikke en utilsiktet bieffekt av krigen. Den er en viktig del av selve krigføringen. @idfspokesperson selger den versjonen hvor Israel er det fredselskende landet som ikke lenger kunne tåle de mange rakettangrepene fra Gaza, mens @AlqassamBrigade skildrer palestinernes fortvilelse over å leve i et stort fengsel som til alt overmål blir bombet og beskutt av en mektig krigsmakt.

Også på propagandaens frontavsnitt har Israel det overlegent tyngste skytset og den mest avanserte strategien. Nyskapningen ved angrepet nå i november var et spill hvor deltakerne får poeng etter hvor ivrig de sprer Israels versjon i sosiale medier. "Like" hvis du mener palestinerne bare får som fortjent.

Men selv den sterkeste ønsker å framstå som konfliktens underdog. Det israelske informasjonsdirektoratet, som sorterer direkte under statsminister Benjamin Netanyahu, har talsmenn som snakker flytende arabisk, engelsk, italiensk, spansk og tysk. På alle disse språkene påstår de at verdenspressen er tendensiøs og anti-israelsk. Det er ikke sant, men når det blir gjentatt ofte nok, på mange nok språk og i mange nok Facebookstrømmer, fortørner det seg som en sannhet.

Under forrige angrep mot Gaza, i 2009, kom de samme anklagene: Journalistene var bare opptatt av de døde i Gaza, ikke av drepte israelere. Til slutt tok TV 2s erfarne utenriksreporter, Fredrik Græsvik, til motmåle, og skrev på bloggen sin: "For hver drepte israeler laget vi fire innslag. Skulle vi gjort det samme for hver drepte palestiner, måtte vi sendt rundt 3000 innslag."

Lidelsen og sorgen er ikke mindre når et israelsk barn blir drept enn når et palestinsk hus raser sammen under en "bunker buster"-bombe og utrydder en familie. Men fordi det er langt vanskeligere for journalister å arbeide i Gaza enn i Israel, fordi det israelske informasjonsdirektoratet lager egne presseturer til hus som er truffet av palestinske raketter, og fordi så mange redaktører og lesere tror at balanse betyr lik fordeling av lidelseshistoriene, får hver døde israeler mye større plass i vestlige medier enn 100 døde palestinere.

Men nettopp fordi palestinernes lidelse er deres viktigste politiske kapital, forsøker Hamas å utnytte de døde så godt det lar seg gjøre. Begge sider forsøker å manipulere pressen etter beste evne, og den er slett ikke dårlig. Israel kan bruke sensur, de kan holde journalistene borte fra krigssonnen, de kan spille på medienes frykt for å bli kalt antisemitter, og de kan utnytte en høyteknologisk nasjons overlegne kompetanse også på nettet. Palestinerne har ikke slike muligheter. De vet at deres viktigste verktøy i propagandakrigen er Israels feilbombing. Hvert palestinsk barnelik er, i all dets tragedie, et minst like sterkt våpen som rakettene som daglig skytes over grensen.

I en slik situasjon er faren for manipulering overhengende. Både den milde forfalskningen av virkeligheten, hvor de drepte blir flyttet på og lagt i posisjoner som gir de sterkeste bildene, og de regelrette forfalskningene. De første dagene etter Israels angrep i november ble det spredt flere bilder av døde og sårede som viste seg å være fra Syria, selv om de ble framstilt som ferske scener fra Gaza.

Hamas har ingen sjanse mot Israel i det militære oppgjøret. Men i de sosiale medier er ikke utfallet like sikkert. Selv om Israel har en stor, frivillig hær av aktivister og roboter som forsøker å dominere debattene i de sosiale mediene, kjemper de mot en verdensomspennende hær av Palestina-aktivister og sympatisører som er like kjappe på tastaturet. Løgner blir disseket, propaganda møtt med mot-propaganda. Hvis kampen om Gaza er en moderne oppsetning av oppgjøret mellom David og Goliat, hvor David denne gang er palestiner, kan det være den digitale slyngen som til slutt feller den israelske kjempen.

# Ingen prislapp på ære

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Ingen prislapp på ære \(111413\)](#)



Sven Egil Omdal

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner han fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.

pressens faglige utvalg

# PFU

PFU er et klageorgan oppnevnt av Norsk Presseforbund. Organet som har medlemmer fra presseorganisasjonene og fra almenheten, behandler klager mot pressen i pressetiske spørsmål (trykt presse, radio og fjernsyn).  
 Adresse: Prinsensgt. 1  
 Pb. 46 Sentr. 0101 Oslo  
 Telefon: 22 41 56 80  
 Fax: 22 41 19 80



Møte i Pressens faglige utvalg

**Ingenting er dårligere egnet til å beskytte enkeltmennesker mot overgrep fra mediene enn Pressens faglige utvalg. Ingenting, bortsett fra alle andre ordninger som har vært forsøkt.**

Av Sven Egil Omdal

Like før jul trykket Dagens Næringsliv et innlegg der advokat Carl Bore krevde et helt nytt system for å håndheve presseetikken i Norge. Det er ikke godt nok at pressen selv oppnevner sine voktere, og det er for dårlig at de redaksjonene som krenker noen, slipper å betale store erstatninger. Medieofrene har ikke et akseptabelt rettsvern, hevdet han.

Som så mye annet av det vi holder på med rett før jul, er også disse påstandene ren tradisjon. De blir framført med jevne mellomrom, helst av advokater. Juristene liker ikke ordninger som går dem i næringen, som løser konflikter uten at noen skriver regning i etterkant.

Den norske ordningen for håndhevelse av presseetikk har store svakheter, men er likevel den beste noe land har utviklet. Pressens faglige utvalgs sju medlemmer er alle oppnevnt av Norsk Presseforbund. To av dem er alltid redaktører, to er journalister, og tre representerer allmennheten. Ofte er de filosofer, teologer eller tidligere politikere. De sju skal håndheve et regelverk, Vær Varsom-plakaten, som også er vedtatt av Presseforbundet. Selvfølgelig er dette bukken som passer havresekken. Men det er alltid noen andres havresekke som blir påpasset. Redaktører fra Dagbladet feller VG, journalister fra Stavanger Aftenblad kritiserer NRK. Systemet er en selvdømmeordning, da er det ikke så unaturlig at det er pressen selv som dømmer.

Carl Bore har sett til London og forslagene fra Lord Justice Leveson om å opprette et kontrollorgan som er uavhengig av pressen, og som kan ilette bøter på opptil en million pund når mediene forgår seg. Men et slikt organ vil jo også være avhengig av noen, det kan ikke oppnevne seg selv. Carl Bore foreslår egentlig et medieombud, enten det blir organisert som én person med et sekretariat eller som en komité med et sekretariat. Mange har foreslått et norsk medieombud før, men hver gang noen har satt seg grundig inn i forslaget, har forslaget forstummet. Dagens ordning er bedre – også for ofrene for medieomtale.

Forskjellen på norsk og engelsk presse er voldsom. Ingen har beskyldt norske aviser for å avlytte telefonsvarerne til 12 år gamle drapsofre, eller betale privatdetektiver for å stjele privat informasjon fra skuespillere eller fotballstjerner. Ingen selvdømmeordning kan stoppe redaktører som helt har mistet det etiske kompasset, men det kan heller ikke de ordningene som Lord Justice Leveson foreslår. De er kriminelle handlinger som best kan håndteres av rettsapparatet.

Juristene vil gjerne ha et presseetisk system som likner på en domstol, med partsinteresser og sanksjoner. Men jo større bøtene er, dess hardere vil redaksjonene kjempe for ikke å bli felt. Det vil ikke bli lettere, men vanskeligere for ofrene å få medhold. I dag løses svært mange konflikter før de havner i utvalget. Når noen kontakter Norsk Presseforbund for å klage, forsøker sekretariatet først å få til en minnelig ordning: Kan avisen tenke seg å korrigere feilene og beklage dem? Svært ofte kan avisen det, og den tapte ære gjenopprettes raskt og uten økonomiske kostnader.

Blir det en formell klagesak, overtar et system som er sterkt fordi alle pressens organisasjoner samarbeider om det; både journalistene, redaktørene og utgiverne er sammen om å lage reglene og finansiere ordningen. Slik har det aldri vært i Storbritannia. Svenskene har presseombud, danskene har en offentlig pålagt pressenemnd, tyskerne har et system som likner på det norske, men uten representanter for allmennheten. Ingen av landene er kjent for å ha noe høyere presseetisk nivå enn Norge. Carl Bores forslag kan trygt pakkes vekk, sammen med den andre julepynten.

# Pressens svikt bør granskes

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Pressens svikt bør granskes \(114332\)](#)



## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner han fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.

## Ressurser

[Journalisten.no](#)

[Rykteflom om Algerie](#)

Kronikk i Aftenposten:

[Når spekulasjoner blir fakta](#)



GISSELDRAAET

Gassanlegget | Boligområdet | In Aména

**Terrorangrepet dag for dag**

37 personer er drept eller savnet i Algerie, 5 av dem er nordmenn. Det var totalt 13 nordmenn på jobb på gassanlegget da angrepet startet 16. januar. 29 gisseltakere skal være drept og 3 pågrepet.

Ca 57 km fra Tiguentourine til In Aména

2 km

Gassanlegget

Tiguentourine

Boligområdet

**In Aména**

ALGERIE

MALI

FOTO: NTB Scanpix

©2013 Google Maps. Digitalgård, Geby, Jamatika. Bildet ©2013 Google

Klikk på bildet for å se en grafisk framstilling av terrorangrepet i In Aména.

**"Man tager hvad man haver", som det visstnok sto i en gammel kokebok. Den som ikke har fakta, serverer tørrprat og tynne spekulasjoner, sper det med ubekrefte rykter og kaller det nyhetsdekning.**

Av Sven Egil Omdal

Fagforbundet Industri Energi krever at regjeringen setter ned en uavhengig granskningskommisjon etter terrorangrepet mot gassanlegget In Aména i Algerie, der fem nordmenn ble drept. Det samme bør Norsk Presseforbund gjøre, ikke minst for å finne ut hvordan den pressen som kom så anständig fra 22. juli, feilet så grundig neste gang terroren rammet oss.

Mens massakren på Utøya var over kort tid etter at mediene i det hele tatt oppdaget at den pågikk, varte gisselaksjonen i den algeriske ørkenen i flere døgn. Den skjedde på et utilgjengelig sted, situasjonen var kaotisk, og de berørte oljeselskapene valgte å holde tilbake mye informasjon for å beskytte gislene. Slik oppsto det et langvarig nyhetsvakuum. I det suget kastet redaksjonene mye som liknet på journalistikk, men som ikke var det.

I Dagsavisen har Hege Ulstein gjengitt en hastemelding fra NTB på dramaets andre dag: *"De gjenværende gislene i Algerie er to amerikanere, tre belgiere, en japaner og en brite, sier en av gisseltakerne til nyhetsbyrået ANI."* Med andre ord: De andre gislene, inkludert alle de ni norske, var døde. Sannheten var tragisk nok, men for familien til de fire som overlevde, var denne meldingen dramatisk usann. Ulstein skriver at flere som rapporterte om angrepet, ikke engang prøvde å sjekke opplysningene som de viderebrakte.

Det strømmet meldinger fra Algerie som i etterkant viste seg å være uriktige. Mange av disse ble brukt av journalister, forskere og militære som grunnlag for spekulative analyser. I etterkant ser vi at de bekreftet Henrik Ibsens observasjon om at "der utgangspunktet er som galest, blir resultatet ofte originalest". Det er ikke slike originale analyser offentligheten trenger når terroren rammer. Alle redaksjoner som tar seg selv alvorlig, vil streve for å kontrollere fakta, vise tilbakeholdenhet i antakelsene og nøkternhet i tolkningen.

Slik var ikke det norske nyhetsbildet disse dagene. *"Internasjonale medier håndterte i stor grad mangelen på informasjon ved å legge vekt på at situasjonen var uklar. Norske medier, derimot, grep fatt i det lille som fantes av informasjon, og spant videre på dette"*, skrev seniorforsker Henrik Thune ved Norsk Utenrikspolitisk Institutt og forfatter og krigsjournalist Henrik Hovland i en kronikk i Aftenposten da det hele var over.

Så stor var forskjellen riktig nok ikke, det er ikke vanskelig å finne utenlandske medier som, i likhet med de største norske redaksjonene, erstattet fakta med rykter, og i flere døgn feilinformerte sine leseere og seere. Den ansvarlige reportasjedelen i TV 2, Asbjørn Leirvåg, sa til Journalisten.no at det var en "kolossal rykteflom" fra alle hold, som gjorde det vanskelig å vite hva som var riktig. TV 2 måtte veie hvert ord, men *"samtidig skal vi jo henge med i nyhetskjøret"*, som han sa.

I samme intervju sa Leirvåg også at både Nyhetskanalen og TV2.no fulgte utviklingen "løpende". Men det har de som løper til felles med dem som er på kjøret, at det ikke er så lett å tenke klart og velge riktig. Som Hege Ulstein bemerket, der *"det finnes svært lite informasjon, vil valget raskt stå mellom intetsigende tørrprat og tynne spekulasjoner. Det forbløffende er hvor ofte etablerte medier har valgt det siste"*.

Statoil må finne ut om selskapet tok for stor risiko i Algerie, og lære av sine egne handlinger da tragedien var et faktum. Industri Energi vil ha en offentlig kommisjon og en stortingsmelding, som etter 22. juli. Men mye tyder på at pressen var den av de store aktørene som kom dårligst ut av angrepet på In Aménas. Derfor er det nødvendig å gjennomføre en kritisk gransking også av nyhetsdekningen, inkludert de mange intervjuene med mer eller mindre kompetente "ekspertene".

Urike fakta og tynne spekulasjoner kan ikke være pressens bidrag neste gang terroren rammer. Skal det unngås, må noen undersøke hva som gikk galt de dramatiske døgnene i januar.

# Kampen for snustesten

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Kampen for snustesten \(119220\)](#)



Sven Egil Omdal

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner han fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.



**Fortsatt skal det være lov for norske journalister å skrive at tobakk finnes, og at noen røyker. Men det er ikke lenger tillatt å skrive hvordan en sigarett smaker, eller hva den koster.**

Av Sven Egil Omdal

Hver desember får vi vite hvilket juleøl som er best. Selvoppfrende journalister tar på seg den tunge jobben med å avgjøre om Hansa fortjener en femmer i år også, eller om Aas kanskje er en dråpe fyldigere. Før påske står pappvinene for tur. Vi kan lese side etter side med vurderinger av hvilken hvitvin som er tørrest i år, og hvilken rødvin som har den fineste anelse av krekling og kamelsvette.

Ingen avis har kommet på at de skal teste, og trille terning for, Prince Mild og Marlboro Light, eller innkalle et leserpanel av hockeyspillere for å finne ut hvilken snus som smaker best under overleppen. Likevel har Stortinget bestemt seg for å forby slike tester, til ramaskrik fra pressens organisasjoner.

- Jeg ser dette som et forsøk på å sette grenser for bestemte ytringer, sa generalsekretær Nils E. Øy i Norsk Redaktørforening til VG da forbudet var vedtatt.
- Vi må kunne drive forbrukerveiledning av lovlige varer, sa generalsekretær Per Edgar Kokkvold i Norsk Presseforbund. Norske lovgivere må "følge de alminnelige rettsprinsippene", sa advokat Ina Lindahl Nyrud i Norsk Journalistlag til fagbladet Journalisten.

Men hvis ingen redaksjon arrangerer forbrukertester av snus og tobakk, hvorfor er da et forbud så farlig? Hvorfor skal pressen ha rett til å gjøre noe som de likevel ikke gjør?

Tja, hvorfor vokter land sine grenser også i de områdene hvor det ikke bor folk? Fordi suvereniteten må beskyttes i randsonene for at den ikke skal trues i sentrum. Den lille merknaden i den nye tobakkskadeloven, vedtatt mot Høyres og Fremskrittspartiets stemmer, er i virkeligheten en alvorlig grensekrenkelse. Jeg vet ikke om noen annen bestemmelse som forbyr pressen å skrive fritt om lovlig virksomhet og lovlige varer.

Helst vil det politiske flertallet forby røyking og snusing. Men det tør de ikke, ennå er røykerne og snuserne for mange. I stedet har de kastet en juridisk snurpenot om tobakken, og trekker den langsomt sammen. Advarslene på pakkene blir større, bildene av kreftskadete lunger mer groteske, salget av varene mer komplisert og diskret, prisene høyere. Ikke før jeg leste regjeringens forslag til ny lov, visste jeg at det er ulovlig å selge etuier som passer til en sigaretteske, advarslene skal ikke kunne skjules. Stortinget har altså regulert hvordan jeg, hvis jeg hadde røykt, har lov til å oppbevare en vare som det er lov både å selge og bruke (det siste riktig nok med en god del restriksjoner).

Helsedirektoratet har tidligere henvendt seg til flere aviser og spurt hvorfor de skriver om snus. Men alle medier skriver mye mer om alkohol, som er et langt større helseproblem. I likhet med lovgiverne forsøker også direktoratet å hoppe over gjerdet der det er lavest.

Stortingsflertallets hensikt er den aller beste. Men ingenting sløver evnen til prinsipiell tenkning, som en god hensikt. Selv om mediene selv ofte bidrar til å tåkelegge grensen mellom journalistikk og markedsføring, er det avgjørende at lovverket ikke gjør det samme. Journalistikken må være fri, også til å gjøre det anstøtelige, det tåpelige, det som er forbudt i Markedsføringsloven. Hvorfor? Fordi det bare er på det viset vi kan sikre at journalistikken også er fri til å formidle det politisk provoserende – og det kan demokratiet ikke klare seg uten.

Denne loven, som altså forbyr noe ingen gjør, må drives tilbake. Ikke fordi norske aviser skal kunne innføre snustester, men fordi den krenker pressefrihetens grenser. I det første tillegget til den amerikanske grunnloven heter det: "Congress shall make no law (...) abridging the freedom of speech, or of the press". Det samme må gjelde for Stortinget.

Kampen for snustesten kan virke tåpelig, men slik må det bli når Helse- og omsorgskomiteen på Stortinget plutselig oppfører seg som tåpenes sammensvergelse.

## **Jeg bare spør og spør, og spør**

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Jeg bare spør og spør, og spør \(126564\)](#)



Sven Egil Omdal

### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner han fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.



**Det politiske intervjuet har hatt en enkel form: spørsmål og ikke-svar. Journalisten spør, og politikeren svarer på noe helt annet. Nå gjør mikrofonstativene opprør.**

Av Sven Egil Omdal

Altfor lenge har journalistene funnet seg i rollen som rekvisitt. De har stilt vel utenekte spørsmål og tålmodig holdt smilet og mikrofonen mens den skarpt medietrente statsråden eller partilederen har snakket om det som passet henne.

Siv Jensen var antakelig den første som fikk oppleve at journalistene har ristet av seg den faglige sløvheten og endelig innsett at hensikten med et intervju faktisk er å få svar.

På landsmøtet til Fremskrittspartiet i mai angrep Siv Jensen plutselig Den norske modellen. Siden denne modellen vanligvis er like uangripelig som Sissel Kyrkjebø, våknet pressebenken. Tre medarbeidere fra VG stilte seg rundt partilederen og ville vite hvorfor selve systemet for organiseringen av det norske samfunnet plutselig var falt i unåde. Jensen ble spurta om hva som var galt med Den norske modellen, og kom ikke på noe annet enn handlingsregelen.

"Men er handlingsregelen en del av Den norske modellen", spurte VG. Og fikk et svar som ville gledet mann økseskraft. Derfor spurte reporterne én gang til, og fikk et enda mer tåkete svar. Så de spurte enda en gang, to ganger, tre ganger, forandret litt på ordstillingen og spurte igjen. Fire ganger, fem, seks, sju, ja hele 11 ganger. Alt mens videokameraet dokumenterte at her var lederen for landets nest største parti ute av stand til å definere en modell hun nettopp hadde angrepet.

Kolleger i andre redaksjoner forsto raskt at VG hadde gjenoppfunnet kruttet. Opprinnelig var det jo meningen at et spørsmål skulle føre til et svar, men så lenge har vi vært vant til at politikerne har snakket etter manus uten det minste hensyn til hva journalisten ville vite, at vi simpelthen har glemt hvorfor vi spør.

Tre måneder senere fikk Siv Jensen igjen oppleve ny-journalistikken, denne gang i NRKs radiostudio. Flere av hennes partifeller har utfordret kulturminister Hadia Tajik og bedt henne definere hva hun legger i "norsk kultur". Så da skulle en kanskje vente at Fremskrittspartiet selv har begrepet klart for seg. Men da NRKs Bjørn Myklebust åpnet med å spørre henne: "Hva er norsk kultur?", avleverte Jensen et lite foredrag om innvandring. Så han spurte igjen: "Hva er norsk kultur?" Vi hørte det ute i tåken, men ikke noe som liknet på et svar. Så Myklebust holdt stedig fast: "Hva er norsk kultur?" Han ga ikke opp før det var klart for alle lytterne at Siv Jensen ikke aner hva partiet kjemper så hardt for å bevare.

En uke senere nådde trenden Dagsrevyen. Denne gang var det Arbeiderpartiets forsvarsminister, Anne Grete Strøm-Erichsen, som ble svar skyldig. Svært skyldig. Samme dag var det avslørt at Forsvarets etterretningstjeneste har et arkiv som de høyst sannsynlig ikke har lov til å ha. Dagsrevyens Peter Svaar ville vite når ministeren fikk vite om dette arkivet.

"Altså, det som er viktig for meg ...", begynte statsråden, som hun har lært på medietreningskursene. Blås i hva du blir spurta, snakk om det som er viktig for deg. Hittil har det gått bra, men nå bet Svaar seg fast: "Igjen, når fikk du vite om dette fagarkivet?" Ny tåke. Samme spørsmål én gang til, to, tre, fire, fem, seks, sju ganger – før en stemme utenfor bildet sa: "Nå har hun forsøkt å svare på dette, så nå går du videre i spørsmålsstillingen."

Det var mediomanipulasjonen som avslørte seg selv fra kulissene. Ministeren hadde slett ikke forsøkt å svare, reporteren skulle bare presses tilbake i rollen som mikrofonholder. Men noe har skjedd: Ikke-svarene er omsider avslørt, og det var de gjentatte spørsmålene som avslørte dem.



# Hva var det jeg sa?

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Hva var det jeg sa? \(128309\)](#)



Sven Egil Omdal

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner ham fra spaltene *Medieblikk* og *Fripenn* i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.



Peter Hermanrud i meglarhuset First Securities opptrer stadig som spåmann i avisspaltene.

**Peter Hermanrud er en mann du ikke vil ha med på tippelaget. Til å være sjefstrateg er han oppsiktsvekkende lite sannspådd. Så hvorfor blir han intervjuet hele tiden?**

Av Sven Egil Omdal

Midt i september var han der igjen: "Spår tidenes norske boligkrakk" skrev Nettavisen NA24. De hadde intervjuet Hermanrud, som er sjefstrateg i Swedbank First Securities og ifølge avisen "en av de mest kjente personene i norsk finansbransje". I hvert fall er han godt kjent av finanspressen.

I intervjuet spår han at boligprisene skal falle med 40 prosent, og at det kan skje når som helst. Folk bør derfor kjøpe aksjer, anbefaler strategen til First Securities, som lever av aksjesalg.

På bildet smiler Hermanrud som om han synes at boligkrakk er morsommere enn Ylvis. Det er nok et arkivbilde, akkurat som påstanden hans er en arkivpåstand.

I august i fjor, altså for 13 måneder siden, sa Hermanrud til Finansavisen at han var "veldig bekymret" for boligprisene, som kunne falle raskt.

I oktober 2008, for 60 måneder siden, intervjuet Nettavisen Hermanrud om boligprisene. Hva han mente? At de kom til å falle med 30–40 prosent. Journalisten minnet ham om at han hadde sagt det samme ett år tidligere, altså for 72 måneder siden, men det var som å skvette vann på kyllingen som roper at himmelen faller ned.

I løpet av de seks årene Hermanrud stedig har holdt fast på sin advarsel om at boligprisene skal ned med 30–40 prosent, har de steget med 33 prosent, ifølge statistikken til Norges Eiendomsmeglerforbund.

Nettavisen kaller Peter Hermanrud en "finansguru". Som enhver inder vil vite, er det guruenes sær preg at de har nådd den høyeste åndelige innsikt. Finanspressen vil altså ha oss til å tro at sjefstrategen klarere enn alle andre ser hva som skjer. Men som enhver som har studert nyreligiøse bevegelser vet, finnes det mange selvoppnevnte guruer som en tid blir fulgt blindt av sine tilhengere, før de blir avslørt.

At en mann som i sju år har bommet fullstendig på prognosene for en av de viktigste faktorene i økonomien, fremdeles blir intervjuet om det samme, og framstilt som en sannsiger, er først og fremst et tegn på journalistisk sløvhets.

For fem år siden gjorde jeg samme øvelse med en annen ekspert, som stadig framsto i mediene som økonomisk klarsynt. Da oppdaget jeg et interessant mønster. Når oljeanalytiker Jarand Rystad sa at oljeprisen skulle stige, falt den. Når han sa at den skulle falle, steg den. Uten unntak. Men da han ble intervjuet av Aftenposten, sa han: "Vi har hele tiden spådd et fall i oljeprisen i 2008." Ja, bortsett fra i mai, da han sa at den skulle dobles (den falt), og i oktober, da han sa at den ikke ville falle mer (det gjorde den). Hadde jeg konsekvent sagt det motsatte av Rystad, ville jeg for lengst vært etablert som klarsynt.

Igen: Dette er ikke religionskritikk, men mediekritikk.

Finansnæringen får holde seg med de guruene de vil, slik virker religionsfriheten. Men hvorfor fortsetter vi journalister å oppføre oss som om vi ikke har arkiv, ja ikke engang Google? Et lite søk på "Peter Hermanrud boligpriser" ville avslørt ham som en dresskledt utgave av de dommedagssprofetene som holder fast på at jorden vil gå under.

En gang får de vel rett, men vi går glipp av mye moro underveis hvis vi hører for mye på dem. Den som solgte eiendom på Hermanruds råd i 2008, ville tapt da og fortsatt å tape hele tiden siden. Men den dagen boligprisene raser – hvis den kommer – vil Finansavisen, NA24 og E24 alle intervju Peter Hermanrud, som smilende vil si: "Hva var det jeg sa?"

## Ett minutt om likhaugen (mars 13)

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Ett minutt om likhaugen \(116506\)](#)



NRK Dagsrevyen har måttet tåle mye kritikk det siste året.

**Teaterstykket *Shakespeare på en time* har vært en suksess i mange land, men da Dagsrevyen forsøkte å gjøre unna holocaust på ett minutt, gikk det ille.**

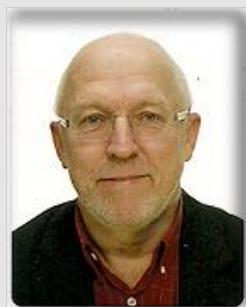
Av Sven Egil Omdal

Guri Hjeltnes er ikke bare historiker og leder av Holocaustsenteret i Oslo. Hun har også vært professor i journalistikk. Da hun svingte svøpen over Dagsrevyen, gikk det ikke mange dagene før ledelsen i Norges viktigste nyhetsredaksjon gikk ned på knærne og ba om unnskyldning.

I sin faste spalte i Stavanger Aftenblad grep Hjeltnes tak i Dagsrevyens live-innslag fra festen der 87 år gamle Herman Kahan ble slått til kommandør av St. Olavs orden. Først sendte revyen et forhåndsprodusert innslag om denne bemerkelsesverdige mannen, som ble dratt fram fra de døde, og som siden har vært et forbilde for de levende. Så ble det satt over til festen. Reporteren manøvrerte seg mellom bordene og fram til den gamle mannen med kommandørkorset. Slik beskriver Guri Hjeltnes det som da skjedde:

*Etter et par sportsspørsmål om «hvor stor dagen er» og hva det er som gjør «det så gjevt» å bli kommandør av St. Olavs orden, fulgte dette: «Du ble altså funnet i en likhaug i Hitlers fangeleir ... kan du trekke oss litt tilbake i tid ... kan du fortelle hva du husker av det du har opplevd?*

Kahan har i alle år ført samtaler i toleransens tegn, forsøkt å være en brobygger. Han smilte og ristet umerkelig på hodet: «På hvor mange minutter?» Reporteren som boltret seg i sin på-stedet-reportasje, svarte: «Du skal få ett minutt til det.»



Sven Egil Omdal

### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner han fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.

NB!

Hjeltnes fanget opp en bred reaksjon mot innslaget. Men hva skulle journalisten gjøre? Han hadde jo ikke mer enn ett minutt å tilby. Reportasjen hadde allerede vart et par–tre minutter, til sammen ville det bli et langt innslag, målt med fjernsynets utålmodige ur. Og hva annet kunne han spørre om, enn denne ene hendelsen. Det er kontrasten mellom hans humanitære holdning etter krigen og hans opplevelse av menneskeforakten i utsryddelsesleiren som er den offentlige historien om Herman Kahan.

Dagsrevyens ledelse beklaget, og tok på seg ansvaret for ikke å ha tenkt nok på forhånd. Men siden de nå har god tid til å tenke i etterhånd, bør de se at det er en sammenheng mellom dette innslaget og reportasjen om romkvinnen som ble fremstilt som en forfulgt uskyldighet, mens hun i virkeligheten var dømt for å ha medvirket til voldtekts på sin 11 år gamle datter.

Over år har Dagsrevyen utviklet en form som frister til manipulasjon. Alf Skjeseth, tidligere leder av Norsk Journalistlag, skrev i en kommentar i Klassekampen: «Med sin spesielle slagstyrke vinklar Dagsrevyen mange saker altfor hardt, altfor omtrentlig, altfor spekulativt.»

Dagsrevyen kan være mange ting, men den kan ikke tillate seg å være omtrentlig og spekulativ. Viljen til å fortelle en bestemt historie må ikke bli så sterk at historien blir falsk, slik tilfellet var med romkvinnen. I Kahan-saken var det antakelig den faglige gleden ved å gå inn direkte som sløvet diskusjonen om hvordan man på et par minutter kan fortelle noe meningsfullt om et menneske som har beseiret hatet så ettertrykkelig som Kahan har.

Det er viktig for NRKs ledelse at Dagsrevyen fortsatt skal være landets viktigste og største nyhetssending. For å sikre denne ambisjonen har man bevisst forlatt det andre kravet, at Dagsrevyen også skal være et pålitelig speilbilde av døgnets viktigste begivenheter, en slags vesentlighetskalender. I stedet leter Dagsrevyens ledelse, som alle kommersielle redaktører også gjør, etter sterke konflikter, emosjonelle reportasjer, egne vinkler og gode fortellinger.

Når trangen til å lage en god fortelling kolliderer med kravet om å være pålitelig, og fortellingen vinner, er det tegn på at noe er alvorlig galt i måten redaksjonen ledes på. Den påtroppende kringkastingssjefen bør starte sin gjerning med å forklare hvordan han mener Dagsrevyen skal prioritere mellom dramaturgi og pålitelighet, og han må gjerne bruke mer enn ett minutt.

Vi har spurt  
Dagsrevyen om de  
ønsker å gi et tilsvare til  
denne kommentaren.  
Dagsrevyen har ikke  
svart på  
henvendelsen.

### Herman Kahan



Herman Kahan var en av  
de få som overlevde  
konsentrationsleiren i  
Auschwitz.

I radiodokumentaren  
*Fra Auschwitz til  
Holmekollåsen*  
(43:50) forteller  
Herman Kahan om sitt  
liv.

[Fra Auschwitz til  
Holmenkollåsen](#)

## **Vi som produserer frykt**

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Vi som produserer frykt \(129667\)](#)



Sven Egil Omdal

### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.



**Vi er blitt et mye reddere folk siden 2004. Det hjelper ikke at det er blitt mindre av det vi er redde for, frykten øker likevel.**

*Mediekommentar av Sven Egil Omdal*

I 2004 sa 183 000 nordmenn at de daglig kjente angst som var utløst av nyheter om kriminalitet, krig, terror og katastrofer. Undersøkelsen ble gjennomført av TNS Gallup. Siden den gang har antallet anmeldte lovbrudd i Norge sunket med over 10 prosent. Så da er vi blitt et tryggere folk?

Tvert imot. Da TNS Gallup gjennomførte den samme undersøkelsen våren 2013, var antallet engstelige økt til 317 000. Jeg kjenner én av dem. Hun er en eldre kvinne som aldri har vært utsatt for noe kriminelt. Hun bor i et fredelig strøk i en liten by. Risikoen for at hun skal bli ranet, er knapt målbar. Likevel er hun redd. Hun leser aviser og ser Dagsrevyen. Dessverre leser hun ikke statistikk.

Noen blir fryktelig sinte når statistikken legges på bordet og tallene viser at Norge faktisk ikke blir farligere. Den som lener seg på tall, har ikke respekt for ofrene for ransmenn og voldtektsforbrytere. Den som peker på nedgangen i overfall, bør selv få slått ut tennene og se hva han da mener. «En sånn kommunisk avfall å dhimmi søppel som deg skulel hatt grisebank for lenge siden på offentlig sted», skrev en leser til meg (av respekt for budskapet har jeg beholdt ortografien) da jeg påpekte at høstens ransbølge i Oslo høyst sannsynlig ikke er noen bølge i det hele tatt.

Kanskje er han selv blitt ranet og mener han har grunn til å være redd. Men mest sannsynlig er han et offer for det som alltid skjer når mediene skremmer: Vi blir redde for feil ting. Det er flått i skogen, noen får borreliose og får livet snudd på hodet i kortere eller lengre tid. Men det er fremdeles farligere å gå i trafikken enn i skogen. Likevel har ikke løssalgsavisene forsider med bilder av en bil inne i en rød varseltrekant. Vi skriver om trafiksikkerhet på en helt annen måte enn vi skriver om flåttsikkerhet. I artikler om trafikkdød er det ofte plass til statistikk – som for Norges vedkommende heldigvis er svært positiv.

Den amerikanske medieforskeren David L. Altheide har skrevet mye om «mediert virkelighet» og «medielogikk». Han har påpekt forskjellen på journalistikk som setter hendelser inn i en sammenheng, og journalistikk som bare forsterker følelsen av at det er noe der ute som truer oss. Det ville vært mer enn rart om hver eneste lille sak om brukne neser, iPhone-tyverier eller knivstikking ble utstyrt med tall fra politiets statistikker, eller med referanser til internasjonal forskning. Men i det øyeblikk pressen får det for seg at det er en «voldsbølge», «drapsbølge» eller «ransbølge» under utvikling, betyr det svært mye for fryktproduksjonen hos publikum om det påståtte mønsteret blir sjekket mot statistikk og annen tilgjengelig kunnskap.

Barry Glassner, en annen amerikansk forsker som har studert journalistenes rolle i fryktproduksjonen, skriver i sin bok *The Culture of Fear* (1999) at pressen bruker «talende anekdoter i stedet for vitenskapelige fakta», og at måten vi skriver på, får hele grupper av mennesker til å fremstå som per definisjon farlige. Opp med hånden alle som ikke er blitt mer engstelige for grupper av innvandrerdom etter å ha fulgt Oslo-avisene og NRK denne høsten.

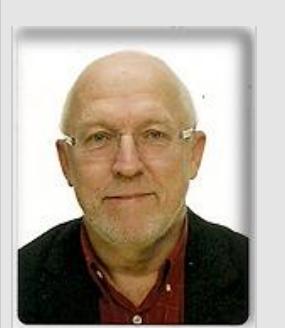
Journalistenes forsvar er kjent: «Vi skriver bare om det som skjer.» Det er en banalisering av faget. Journalister velger blant det som skjer. Det aller, aller meste av det som skjer, blir ikke nevnt i det hele tatt. Men når vi først har identifisert et mønster, eller en bølge, som vi gjerne kaller det, leter vi etter nye hendelser som kan bekrefte dette mønsteret. Resultatet blir ofte at vi konstruerer falske bølger som får reelle konsekvenser, både for dem som blir redde uten grunn, og for dem som plutselig er blitt farligere, også det uten grunn.



## **Feige journalister - og Glenn Greenwald**

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Feige journalister – og Glenn Greenwald \(128997\)](#)



### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner ham fra spaltene Medieblikk og Fripenn i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.



Glenn Greenwald deltar i en debatt sammen med Jeremy Scahill under Rio internasjonale filmfestival høsten 2013.

**Når årets journalist skal kåres, går prisen sannsynligvis til en advokat som lever sammen med kjæresten og ti hunder i åssiden over Rio de Janeiro, der han skriver artikler som får verdens mektigste til å gå i strupen på hverandre.**

*Mediekommentar av Sven Egil Omdal*

Da Edward Snowden lette etter en journalist som var fryktløs nok til å publisere informasjonen han hadde tatt med seg fra NSA, USAs største spionrede, valgte han Glenn Greenwald.

Snowden var ikke den eneste som hadde fulgt bloggen til Greenwald. I flere år hadde den velskrivende advokaten vært en viktig kilde for mange av oss som følger nedbyggingen av den amerikanske rettsstaten etter terroren 11. september 2001. The Guardian så at Greenwald kunne gi nettutgaven til den britiske kvalitetsavisen enda større innflytelse i den liberale delen av USAs offentlighet, og hyret ham som fast spaltist.

Greenwald bor i Brasil fordi han opplever at homofile har større rettigheter der enn i USA. Han kommer ikke til å vende hjem med det første. Ingen av advokatene han har snakket med, tør garantere at han ikke blir behandlet som spion, slik Snowden blir. Det er utrygge tider for avslørende journalister i Obamas USA.

Greenwalds skepsis til hvor fri journalistikken er, ble ikke svekket da kjæresten hans, David Miranda, i august ble holdt tilbake på Heathrow og avhørt i åtte timer av britisk politi. Miranda fraktet materiale mellom kilden Edward Snowden i Moskva og journalisten Glenn Greenwald i Rio de Janeiro. Britiske myndigheter har vist til terrorlovene som begrunnelse for å beslaglegge materialet, og overser alle som viser til pressens rett til å beskytte sitt kildemateriale.

For noen uker siden sa Greenwald opp kontrakten med The Guardian. Ikke fordi han var blitt skremt, men fordi han har fått en unik mulighet til å skape et alternativ til det han selv kaller "konsernjournalistikk". Han vil bort fra den type såkalt objektiv og nøytral journalistikk, som han kaller "feig", hvor reporteren nøyer seg med å skrive: "Her er det begge parter sier om denne saken, og jeg har ikke tenkt å løse konflikten."

Pierre M. Omidyar ble født i Paris av iranske foreldre, og ble milliardær i USA da han skrev koden til eBay, et selskap hvor han fremdeles er styreformann. Omidyar bruker store deler av formuen på å styrke medier som vil noe. Da The Washington Post nylig ble budt fram for salg, fikk Omidyar tilbud om å kjøpe. Han sa nei, og det ble i stedet grunnleggeren av Amazon, Jeff Bezos, som overtok avisens, for 250 millioner dollar. Omidyar vil heller bruke like mye penger, rundt 1,5 milliarder norske kroner, på å skape en helt ny, digital publikasjon hvor journalistene ikke skal være bundet av kommersielle interesser og ikke være underlagt styring fra svære konserner.

Planen er å bygge en makkritisk, bred nettpublikasjon med kultur og sport i tillegg til politikk, alt laget av et nettverk av uavhengige journalister. Og han inviterte Glenn Greenwald til å være en sentral partner i oppbyggingen.

Greenwald sier selv at han bare er halvveis i arbeidet med å lage journalistikk av Edward Snowdens lekkasjer. Likevel har han allerede skapt mer trøbbel for regjeringen i Washington enn noen annen journalist siden Watergateavsløringene tvang president Richard Nixon til å gå av.

Greenwald hevder at fordi vi alle ser verden gjennom subjektive prisma, er det meningsløst å snakke om en objektiv journalistikk. Slik snakker de ikke i Washington Post. Når både den gamle avisen og det nye nettstedet har 250 millioner tech-dollar til disposisjon, blir det en kamp om hvem som skal definere morgendagens journalistikk som flere enn NSA bør følge nøyne med på.

# Mediekommentarer 2012

## Boken - en etikkfri sone

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Boken – en etikkfri sone \(108241\)](#)



Sven Egil Omdal

**For journalister som synes *Vær Varsom-plakatens* regler er for trange, finnes det en enkel utvei: Skriv lenger, utvid artikkelen til en bok. Boken er nemlig en etikkfri sone.**

Av Sven Egil Omdal

Adresseavisen ble felt i Pressens Faglige Utvalg for en liten notis i spalten *Adressa for 50 år siden*. Det er en spalte som normalt ikke regnes som særlig kontroversiell. Men her sto det noen få ord om en trønder som var dømt til døden for å ha torturert andre nordmenn under krigen. Mannen var senere blitt benådet og levde ennå. Det faglige utvalget mente at avisen ikke burde navngitt ham, selv et halvt århundre senere, og selv om han var dømt til den hardeste tenkelige straff.

Eirik Veum er journalist og vaktsjef i Dagsrevyen, hvor man tar alvorlig på reglene om identifikasjon og respekterer vernet mot å få gamle synder brettet ut for nye seere. Men forfatter Eirik Veum har i høst gitt ut en bok på 1080 sider med navn på alle som var ansatt i det norske Statspolitiet under okkupasjonen. Selv en da 17 år gammel sekretær som ikke ble dømt for noe som helst (så langt Veum vet), fikk navn og fødselsdato med i boken. Som forfatter arbeider han under helt andre regler enn som journalist. Ja, han har knapt regler i det hele tatt.

### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad.

Mange kjenner han fra spaltene *Medieblikk* og *Fripenn* i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.

Når fagbladet Journalisten spør om han kunne "ha navngitt i så stor grad i et tradisjonelt nyhetsmedium", svarer han et høyt og tydelig "tja". Men han vet at det rette svaret er nei. Han kan bare sjekke praksis i Pressens Faglige Utvalg, som han selv er underlagt. Flere journalister visste at det fantes dokumenter som kan tyde på at Anders Behring Breivik ble seksuelt misbrukt av sin mor. Ingen skrev om disse påstandene før Aage Storm Borchgrevink i høst ga ut den glimrende boken *En norsk tragedie*. Der blir den seksuelle nærværen, etterfulgt av fysisk og følelsesmessig avvisning, lansert som en viktig forklaring på tragedien som fulgte. Presseforbundets generalsekretær, Per Edgar Kokkvold, sa da boken kom ut, at avisene handlet rett: "De har en *Vær Varsom-plakat*, forlagene har det ikke."

Med jevne mellomrom foreslår noen at også sakprosaen bør underlegges klare og kjente etiske regler, ofte er den jo ikke noe annet enn journalistikk i langt format. Men hver gang får forlagssjefene det uttrykket som ellers benyttes når katten har dratt en død mus inn på golvteppet.

Ida Berntsen, forlagssjef i Cappelen Damm, skrev i tidsskriftet Prosa for fire år siden at det er "skolemesteraktig pirk" å innføre en egen *Vær Varsom-plakat* også for forlagsbransjen. Forlagenes oppgave er nemlig ikke "å frembringe sannhet og anstendighet, men å lage en god bok", skrev hun.

Det kan være greit å vite at alle bøkene om norsk historie og samtid, om levende og døde personer, om konflikter og smertefulle personlige nederlag, ikke er unødig forstyrret av et ønske om å beskrive sannheten på anstendig vis. I journalistikken er det nemlig et krav om nettopp dette. Det som publiseres, skal være sant, og det skal tas tilbørlige hensyn til dem som omtales og deres nærmeste. Ønsket om å lage en god avis trumper ikke kravet til troverdighet og anstendighet, slik tilfellet åpenbart er i forlagsbransjen.

Etter at *En norsk tragedie* kom i salg og gikk rett inn på bestselgerlistene, kunne jo heller ikke avisene tie. Nå var opplysningene sluppet ut i det fri, og det var ikke lett å dytte dem tilbake i diskresjonens og personvernets mørke. På denne indirekte måten styrer forlagene også presseetikken. Ennå har vi ikke fått en regel som pålegger journalister å være varsomme med å sitere fra bøker. Men den bør kanskje komme?

## Nakne pupper og avkledde redaktører

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Nakne pupper og avkledde redaktører \(105846\)](#)



Sven Egil Omdal

### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i *Stavanger Aftenblad*. Mange kjenner han fra spaltene *Medieblikk* og *Fripenn* i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen. For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.

Les også Omdals Fripenn-kronikk

[Sensur er noe de har i California](#)



Det var stor medieinteresse da den franske advokaten Aurelien Hamelle, på vegne av hertuginnen av Cambridge, krevde de kongelige puppebildene fjernet fra franske aviser. Men da var bildene allerede publisert i italienske aviser.

**Så vet hele verden at hertuginnen av Cambridge har bryster, og at det finnes telelinser som kan fange inn helt normale pupper på over en kilometers avstand. Er det noe å bry seg om, i en verden hvor nakenheten aldri er mange tastetrykk unna og den optiske teknologien blir stadig bedre?**

Kate Middleton brydde seg. Det samme gjorde hennes mann, prins William, som for 15 år siden opplevde at hans mor ble jaget i døden av et kobbel paparazzifotografer. De to gikk til sak mot det franske kikkerbladet *Closer*, som først trykket bildene. En domstol i Paris la ned forbud mot videre offentliggjøring, men da var bildene allerede trykket i det italienske kikkerbladet *Chi*, og dessuten spredt så langt internettet rekker.

Den italienske redaktøren forsøkte seg med et formelt forsvar for snikfotograferingen: "Bildene ble tatt mens paret oppholdt seg på en terrasse, og ble tatt fra et offentlig sted, så det er ikke snakk om noen krenkelse av privatlivets fred", sa han.

Hadde redaktør Alfonso Signorini, som åpenbart har funnet et yrke som står til fornavnet, brukt så mye som ti minutter på å sette seg inn i jussen på området, ville han funnet på noe annet. Den europeiske menneskerettsdomstolen i Strasbourg (EMD) har slått ettertrykkelig fast at selv kongelige har vern mot slik fotografering.

Prinsesse Caroline av Monaco gikk til sak mot et tysk ukeblad som hadde fotografert henne og barna (alle tilstrekkelig påkledd) ved et privat svømmebasseng. Hun tapte i de tyske domstolene, men fikk medhold i Europas øverste rettsinstans i slike spørsmål (EMD står også over norsk høyesterett). Domstolen slo fast at den vide ytringsfrihet i *Menneskerettskonvensjonen* gjelder "utbredelse av ideer", ikke dokumentasjon av hvordan offentlige personer oppfører seg i privat sammenheng. Caroline fikk medhold.

Den norske åndsverksloven har en bestemmelse om at pressen (og andre) fritt kan gjengi bilder av en person hvis "avbildningen har aktuell og allmenn interesse", den sier ikke noe om at bildene må tas på offentlige sted. Fotografier av en miljøvernminister som graver ned gifttonner på sin egen eiendom, vil være beskyttet av denne bestemmelsen, selv om de skulle være tatt i skjul. Bilder av den samme ministeren når han går naken inne i sitt eget hus, vil ikke ha en slik beskyttelse, selv om Zeiss skulle selge en linse som gjør fotograferingen mulig fra nærmeste fylkesvei.

For Kate og William var skaden skjedd i det øyeblikk bildene ble trykket i *Closer*. Den tannkremen kan ingen trykke inn på tuben igjen. Søksmålet hadde derfor ingen annen hensikt enn å gi den franske redaktøren en solid smekk over fingrene, og samtidig sende et tydelig signal til den neste redaktøren som får telefon fra en andpusten paparazzifotograf.

Engelske aviser, selv de mest tabloide, sto imot fristelsen til å trykke bildene av den toppløse Kate. Den offentlige kommisjonen som undersøker Murdochavisenes avlyttingsskandaler, leverer sin innstilling i høst. Det er ventet at den vil foreslå langt tøffere regulering av britisk presseetikk. Redaktørene hadde nok ikke lyst til å bære ved til dette bålet.

Men hva så med *The Sun*, som trykket bildene av Kates svoger, prins Harry, etter et slag nakenbiljard som han åpenbart hadde tapt? Forskjellen er at prinsens oppførsel kan være klanderverdig, og ha offentlig interesse. En rekke amerikanske medier har hevdet at det både var en kokainlanger og en prostituet blant de mer eller mindre avkledde festdeltakerne. Prinsesse Caroline tapte i år en ny sak hun anla, fordi de private bildene denne gang dreide seg om helsen til hennes far, fyrsten av Monaco, og derfor kunne sies å ha offentlig interesse.

Den etiske grensen er ikke alltid tydelig, men hvis du ikke ser den gjennom en 1000 mm-linse er det antakelig fordi du allerede har overtrådt den.

## Folkets røst prater tull

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Folkets røst prater tull \(103766\)](#)

La oss høre hva folket mener, sier nyhetsredaktøren, og sender sist ansatte vikar ut på gaten for å spørre tilfeldige forbipasserende om Israel bør angripe Iran, eller om det er for mye fett i fårepølsen. Sjansen for at den utsendte skal treffe en utenrikspolitisk ekspert eller en forsker på tørkete matvarer, er ikke særlig stor, og svarene blir da ofte nokså omtrentlige. Verken Israels regjering eller Gilde trenger å legge særlig vekt på tendensen.

Av *Sven Egil Omdal*

Fem-på-gaten-intervjuene har overlevd i enkelte lokalaviser, og brukes av de store avisene ved dramatiske hendelser, da ofte med langt flere enn fem intervjuobjekter. Men først og fremst er det radioen som er arenaen for Vox Populi, Folkets Røst.

I NRKs mange aktualitetsprogram er det ikke uvanlig at det klippes inn korte kommentarer fra "folket". Ofte har ikke engang intervjuobjektene navn. De avgir sine vurderinger av verdenssituasjonen eller sommerværet i total anonymitet, bare dialekten avslører om journalisten har stått på Nordre gate i Trondheim eller Torvallmenningen i Bergen. Vi hører en kvinne si at Jens må gå, en mann som snakker nokså likt sier det samme, og sannelig kommer det ikke enda en trønder og sier at Jens ikke kan fortsette. "Folket" forlanger altså regjeringsskifte.

De innskutte, korte intervjuene gir liv til et innslag, de bryter den formelle tonen i studio og skaper inntrykk av en demokratisk nyhetsformidling. Inntrykket er like falskt som det er farlig. Folkets mening lar seg nok måle, men ikke ved hjelp av en mikrofon en halvtimes tid på et tilfeldig gatehjørne.

Gjør det noe?

Hvis temaet er sommerværet, gjør det antakelig ikke noe om to anonyme sier at sommeren har vært en lidelse, mens tredjemann har vært i Spania og kan ikke klage. Sommerværet lar seg åpenbart ikke påvirke av selv det mest massive folkelige press, men det blir straks noe annet hvis temaet er røykeloven, vin i nærbutikken, omskjæring av gutter eller regjeringens ansvar for alt som sviktet 22. juli. Dette er vanskelige og viktige politiske spørsmål som ikke egner seg for journalistisk tullball.



Sven Egil Omdal

### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad. Mange kjenner han fra spaltene *Medieblikk* og *Fripenn* i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen. For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.

Og tullball er det når en studiodebatt hvor forskere som har brukt år på å konkludere i en vanskelig sak, skal møte politikere som må veie tunge hensyn opp mot hverandre, blir innledet med at programlederen sier: "Men først skal vi høre hva folket mener ...". Litt bedre blir det hvis formuleringen er: "Men først skal vi høre hva noen folk på gaten i Lillehammer mener ...". Men korrekt blir det ikke før programlederen sier: "Men først skal vi kaste bort et par minutter på å høre hva tre helt tilfeldige, anonyme mennesker mener om et tema de antakelig ikke har reflektert over, og mest sannsynlig ikke vet noe om."

Fem-på-gaten er forløperen for nettavisenes avstemninger, som heller ikke sier noe som helst om den gjengse oppfatning. Begge deler kan betraktes som uskyldig moro, men kan også skape skadelig støy i viktige debatter. Hvis 3512 i en nettavstemning har stemt for å forby tiggere, mens 351 har stemt mot, betyr ikke det at 90 % av folket vil arrestere eller fordrive tiggerne. Det betyr bare at av de 3863 som gadd å være med i denne avstemningen, trykket 90 % på ja-knappen.

Det er dyrt og vanskelig å måle den offentlige mening. Mediene stoler derfor stadig oftere på målinger utført på oppdrag fra organisasjoner, firma eller institusjoner som ønsker å fremme et bestemt synspunkt. Professor Ottar Hellevik, som har undervist flere generasjoner statsvitere i vitenskapelig metode, har skrevet en hel bok om hvor ofte norske journalister feiltolker meningsmålinger (*Hellevik: Mål og mening*, Universitetsforlaget 2011).

Kanskje vi skulle spørre noen på gaten hva de synes om slikt slurv?

# Georg tigger ikke

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Georg tigger ikke \(102893\)](#)



## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad. Mange kjenner han fra spaltene *Medieblikk* og *Fripenn* i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.

Les artikkelen i Aftenbladet.no:



Pressefolk inspiserer romleiren på Årvoll.

Av Sven Egil Omdal

Georg lordache er en uvanlig mann. Selv om han tilhører romfolket, har han både navn, alder, et yrke og en røst. Vanligvis er romfolket ikke individer, men en kollektiv plage.

Det var i Stavanger Aftenblad 44 år gamle Georg lordache ble et menneske, ikke bare et ordensproblem. Mens en gruppe romfolk ble jaget fra park til parkeringsplass til steinbrudd i Oslo, satt Georg lordache hjemme hos professor Paul Stephens ved Universitetet i Stavanger og fortalte Aftenbladet om fagbrevet han har som elektriker, om trucksertifikatet han ikke får bruke i Norge, men også om nettene i den kalde tunellen mellom Stavanger havn og jernbanestasjonen.

Georg lordache var det journalister kaller et "case".

"Har vi et case?" spør vaktsjefen når et sosialt problem skal angripes med journalistikk. Selv de mest seriøse aviser i verden åpner sine store reportasjer med ett enkelt menneske og dets historie. Erfaringen er elementær: Leserne trenger noen de kan identifisere seg med. Før problemet kan angripes intellektuelt og politisk, må det føles. Journalisten bruker empati til å trekke leseren inn i saken og fyller så på med fakta, bakgrunn, statistikker, generaliseringer. Fra det nære til det fjerne. Elementært.

Se og Hør er det ekstreme utslaget av individjournalistikken. I kjendisjournalistikken finnes det nesten ikke grupper, bare enkeltpersoner. Temaene er store og evige; kjærlighet og død, rikdom og sykdom, men historiene handler uten unntak om mennesker som har navn og ansikt, helst så kjente navn og ansikt at vi lurer til å tro at vi kjenner dem.

Dekningen av romfolket er den motsatte ytterlighet. Når mediene ikke ser individene, kan politikere nonsjalant ignorere lovens krav om at enhver skal behandles individuelt. Ingen folk kan sendes ut av landet, det kan bare enkeltmennesker. Denne grunnleggende historiske erfaringen glemte mange politikere de verste dagene i sommer. De slapp unna med dette angrepet på rettsikkerheten fordi heller ikke journalistene maktet å se menneskene i mengden.

"Det var til tider svært hissig stemning i og utenfor romleiren på Årvoll i går kveld. Ved to anledninger kom en romkvinn rasende ut til pressen", skrev Aftenposten. Selv om den rasende kvinnen kalte det norske folk for nazister, klarte ikke – eller prøvde ikke – journalisten å finne ut hva hun het, hva hennes historie er, hvorfor hun heller vil bo under en plastduk i et norsk grustak enn å dra tilbake til Romania, eller hvorfor hun var så sint.

Case-journalistikken er full av farer. Vi vet ikke alltid om det ene mennesket vi løfter fram, er representativt for den gruppen vi omtaler. Vi risikerer å la følelsene overdøve fornuftens, og vi risikerer først og fremst å hjelpe den ene, men glemme de mange. I Maria Amelie-saken tvang det sterke mediepresset regjeringen til å lage et smutthull i Utlendingsloven, men den gjorde hullet så lite at det omtrent bare var Maria Amelie som klarte å komme gjennom.

Likevel er den strengt kollektive beskrivelsen av svake grupper mye farligere. Når ingen blir hentet ut av mengden og menneskeliggjort, ser vi bare gruppen, enten vi kaller den romfolk eller sigøyner. De slutter seg til de andre gruppene vi holder på armlengdes avstand og gir felles merkelapper: asylsøkerne, snylterne, lykkejegerne.

Slike begrep fester seg fordi kollektiv omtale av folk og grupper alltid forsterker fordommene. På avstand ser de like ut. Case-journalistikken trekker noen nærm og gjør dem ulike. Det er ikke like enkelt å generalisere når klisjeene om romfolk blir skutt i stykker av Georg Iordache, som ikke er kommet for å be om vår medlidenshet.

"– Du tigger ikke?" spør Aftenbladet. "– Nei. Han blir stille. Ser vakk. – Det handler om ære."

Professor Paul Stephens har åpnet sitt hjem for noen av uteliggerne fra Romania. For debattens skyld hadde det hjulpet om pressen hjalp oss til i det minste å åpne øynene.

# Tempelridderens totale nederlag

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Tempelridderens totale nederlag \(98020\)](#)

**Bare ved å la Anders Behring Breivik få viljen sin, kan rettsstaten beseire ham. Derfor kommer alle store medier i løpet av de neste ukene til å gjøre akkurat som han ønsker og har planlagt.**

Av Sven Egil Omdal

Anders Behring Breivik har selv skrevet at terroren og massakren bare var et middel, et markedsføringsgrep for å få verden til å lytte til det han hadde å si. Han ville bare drepe mange nok til at manifestet ble lest over hele verden. Det siste han gjorde før han satte seg i bombebilen og kjørte mot Oslo sentrum, var å sende ut det 1500 sider lange dokumentet hvor han redegjør for sitt verdenssyn og begrunner udåden.

Helt siden de første, uvirkelige morgentimene den 23. juli i fjor har redaksjonene strevd med et voldsomt dilemma. Skal de følge terroristens plan og sørge for at hans tanker og ideer blir spredt til flest mulig, eller skal de undertrykke innholdet i manifestet? Selv skrev jeg tidlig at den verste straffen vi kan utmåle, er å ta fra Anders Behring Breivik ytringsfriheten. Livsvarig fengsel er han forberedt på, i den grad hans sinn er i stand til å forstå slikt, men total undertrykkelse av hans meninger ville innebære at hans forskrudd logikk kollapset.

Forslaget lot seg ikke gjennomføre, og det skal vi være takknemlige for. Hvis vi hadde berøvet ham ytringsfriheten, hvis vi hadde underslått manifestet og alt hva det inneholder av hat og politisk forvirring, ville vi samtidig gitt ham en annen og viktigere seier. I stedet skjer det motsatte: Domstolen gir ham en hel uke til å redegjøre for sine motiver, og mediene gjengir hvert ord.

Lars Svendsen, professor i filosofi ved Universitetet i Bergen og forfatter av boken *Ondskapens filosofi*, har lest hele manifestet. Til Dagbladet sa han allerede en uke etter terrorkvelden, at "det er en merkelig tekst å lese, fordi det er så utrolig tomt. Det er ingen hjemme i den teksten, det er bare posering, utfall og innfall. Han er ingenting. Han er bare ekstremt høy på seg selv og uhyre forfengelig." Svendsen slet med det samme problemet som pressen: Samtidig som han mente at manifestet bør glemmes så fort som mulig, sier han til Dagbladet at "det er en farlig tekst" som bør plukkes fra hverandre.



## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad. Mange kjenner han fra spaltene *Medieblikk* og *Fripenn* i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.

Vi kan ikke gjøre begge deler, derfor valgte vi den riktige strategien. Rettsstatens regler tillater ikke glemsel. Sakens fakta skal fram i lyset. Derfor kan heller ikke mediene velge fortielse, men må gjengi det Anders Behring Breivik sier. Ifølge hans forsvarere gleder han seg til å få sitt ønske oppfylt. Når han reiser seg for å snakke, vil hele verden lytte. Han har seiret.

Samtidig har han tapt. Det samfunnet han forsøkte å spreng og skyte i filler, motsto angrepet. Systemet er intakt. Til dette systemet hører et åpent rettsvesen og en fri presse. Innenfor de grenser dommeren setter, vil Anders Behring Breivik få forklare seg uten motforestillinger. På pressebenken vil alt han sier, bli formidlet umiddelbart via nyhetslogger, i radio og fjernsyn, og som stenografiske referater i avisene.

I neste omgang vil det bli opp til oss alle, til offentligheten, til dem han hater, å plukke teksten fra hverandre, å påpeke tomheten og kortslutningene, og avdekke hatet og frykten. Det er en risikabel strategi. Noen vil være enig i noe av det han sier, for enkelte vil teksten og forklaringen gi mening. Noen vil skrive provoserende kommentarer i nettavisenes debatt-tråder.

Men dette er ikke hans seier, det er dette som er Anders Behring Breiviks totale nederlag. Slik fungerer et samfunn som ikke er styrt av tempelriddere, men av de idealene han forsøkte å drepe i regjeringskvartalet og på Utøya.

# Det glemte folket

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Det glemte folket \(98565\)](#)



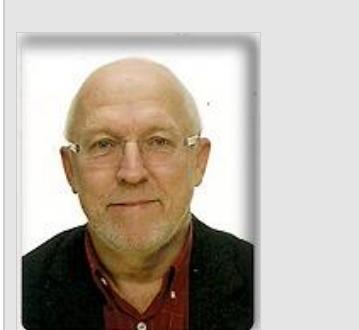
**Barn är ett folk och dom bor i ett främmande land,** synger svenska Beppe Wolgers. En ny undersøkelse viser at ingen norske aviser har korrespondenter i dette landet, og ikke skjønner vi språket de snakker heller.

Av Sven Egil Omdal

Aftenposten har fått analysebyrået Retriever til å undersøke hvilken rolle barn spiller i norske aviser. Svaret er at de spiller en liten birolle, omrent uten replikker. Bare hver tiende avisartikkkel handler om barn, og barn er kilder bare i hver 20. artikkkel som handler om dem selv. Når avisene skriver om politiske vedtak som påvirker barns liv, er det ingen som kommer på å spørre barna.

Aftenposten har tatt konsekvensen av dette og lanserte i slutten av april en egen ukeavis for barn. Målet er både å presentere nyheter for barn, men også å la barn få snakke selv. – Når barn leser avisene, blir de presentert for et bilde hvor de selv fremstilles som offer. Når de leser om barn i andre land, sitter de igjen med et inntrykk av at barn i andre land har det veldig vondt, sier analysesjef Kristina Nilsen i Retriever til Aftenposten.

Afrikanere og muslimske kvinner kunne sagt det samme. Slik er det å være minoritet, du er bare interessant som offer og lidende. Fargene forsvinner, variasjonen skjæres bort. Andre tolker hvordan du har det, i beste fall kommer du med på bildet.



Sven Egil Omdal

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad. Mange kjenner han fra spaltene *Medieblikk* og *Fripenn* i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.

Kanskje lykkes Aftenposten. Frankrike har hatt en slik barneavis, *Mon Quotidien* siden 1995, den er så populær at den har fått to avleggere, *Le Petit Quotidien* for dem under 10, og *l'Actu* for dem over 14. Men mye viktigere enn egne avisar, er hva andre norske redaksjoner gjør for å være relevante for leserar fra 16 til 25, de årene da samfunnsengasjementet formes – eller sløves.

Det kom en mail fra en sint leser i Trøndelag. Jeg hadde brukt et par latinske ord som han ikke forsto, og en slik behandling ville han ikke finne seg i. Han regnet seg selv som en oppgående person og mente han var representativ for leserne. "Vi som betaler for avisar, må vel ha krav på et forståelig språk", skrev han.

Han opplyste ikke hvor gammel han var, men jeg tipper at han både forstår uttrykket "hoppe etter Wirkola" og vet hvordan det oppsto. Over 50 altså. Det finnes dem under 50 som bruker formuleringen, men ettersom Bjørn Wirkola avsluttet karrieren i 1970 – for 42 år siden – er sjansene små for at de husker hvilke stilrene svev han gjennomførte, og hvorfor det var så vanskelig å hoppe etter ham uten å få dårlige stilkarakterer.

Slik skriver altfor mange journalister. Vi bruker referanser som blir et forståelig språk for De Over 50 ("han er kjent fra Detektimen"), vi stiller spørsmål som bare De Over 50 bryr seg om ("Når er den beste tiden for å selge eneboligen og flytte i leilighet?"), og vi advarer mot trusler som bare De Over 50 ser ("Hvor farlige er dataspillene?"). Verst er de store regionavisene. Fordi de er slutten på mange journalisters karrierestige, har redaksjonene der den høyeste gjennomsnittsalderen i bransjen. Selv ungene til fjernsynsmedarbeideren er blitt for gamle til at han kan bruke dem som kilder.

Den største utfordringen for de store avisene er ikke å få ungdom til å abonnere på papiravisen, det kommer ikke til å skje. Men hvis også nett- og mobilutgavene deres behandler barn og unge som fremmede og eksotiske folk, vil disse folkene før eller siden vende seg mot nye aktører og bli informert av andre enn det tradisjonelle avishuset. Det står mange klare til å hoppe etter Wirkola.



[Barnas virkelighet er sjeldent tema i norske avisar](#)

# Politi og varsle

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Politi og varsle \(96634\)](#)

**Hollywood har brukt temaet en rekke ganger: Dypt inne i en korrupt bedrift arbeider det en ærlig sjel som ikke lenger orker å se på at arbeidsgiveren forgifter naturen, svindler skatteetaten, handler med fienden eller tar livet av firmaets kritikere.**

Av Sven Egil Omdal

Via forsiktige og intrikate omveier får varsleren kontakt med en journalist, og sammen kommer de seg gjennom all den action som regissøren kaster i deres vei. Til slutt pleier kamera å zoome inn på avispressen når de første eksemplarene med den store avsløringen løftes ut på transportbåndet. Rettferdigheten har skjedd fyllest, nok en gang.

I den trauste norske medievirkeligheten går det vanligvis noe mindre dramatisk for seg. Men spillet er det samme: Gjennom å lekke taushetsbelagt informasjon til journalister kan varsle sikre at overgrep avsløres og urett stanses. Slik avsløres korruption, maktmisbruk, utnyttelse av svake grupper, feilbehandling og grov sløsing med offentlige midler. Så hvorfor vil Riksadvokaten forby systemet?

I Sverige er det straffbart å etterforske pressens kilder. Overivrige politifolk som forsøker å finne ut hvem som har lekket til lokalavisen, kan selv bli straffet. Dette kildevernet har gjort svensk presse til en av de frieste i verden. I Norge har journalistene i praksis hatt noenlunde samme frihet, men nå vil riksadvokat Tor-Aksel Busch innføre straff for journalister som offentliggjør taushetsbelagt informasjon, ikke bare for kildene som røper den.

Begrunnelsen er, som for så mye annet, 22. juli. Riksadvokaten har åpenbart sett seg lei på at en eller flere bistandsadvokater lekker informasjon fra etterforskningen. Aftenposten fikk mye kritikk da avisen gjengå politiforklaringene til de ungdommene som flyktet med fergen "Thorbjørn", og da politiet ga advokatene bilder de hadde tatt av Anders Behring Breivik like etter arrestasjonen, gikk det bare timer før flere redaksjoner publiserte dem.

Den som vil gjøre samfunnet mer ufrift og trangere, bruker alltid eksempler som skaper forståelse og støtte for flere forbud og tettere overvåkning. Amerikanske myndigheter grep begjærlig anledningen mens folk ennå var sjokkert etter 11. september. De såkalte Patriotlovene gjør det til og med mulig for staten å sjekke hvilke bøker ustraffete borgere låner på biblioteket. Britiske myndigheter brukte indignasjonen over opptøyene i London i fjor sommer til å be om teknologi som kan overvåke alle mobiltelefoner innenfor et visst område, og fra avstand blokkere alle som sender meldinger politiet ikke liker.

Det er slik riksadvokaten også tenker. Det ville ikke vært mulig å fremme forslag om å straffe journalister som formidler taushetsbelagt informasjon, hvis utgangspunktet hadde vært en "illojal" politimann som avslørte mishandling av fanger, eller en sykehussansatt som ga pressen dokumenter som viste at pasienter dør unødvendig. Men 22. juli er nyttig, også til å skape mindre åpenhet.

Riksadvokaten vil ikke straffe all slik offentliggøring, bare den som ikke har "nevneverdig samfunnsmessig interesse". I et forsøk på å være moderat, trumper han på et annet sentralt prinsipp i pressefriheten: Det kan ikke være myndighetene som ensidig avgjør hva som er i samfunnets interesse. Ofte vil myndighetenes og offentlighetens interesse være sterkt motstridende, i slike tilfeller er det pressens plikt å stå på offentlighetens side.



## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad. Mange kjenner han fra spaltene *Medieblikk* og *Fripenn* i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.

Politiet vil hevde at det også lekkes i saker der det ikke er begått noen urett, og hvor lekkasjene bare skader etterforskningen. Men et forbud vil aldri kunne formuleres slik at det bare rammer saker hvor påtalemyndigheten opptrer korrekt. Selv om en domstol mye senere vil kunne frikjenne den tiltalte journalisten fordi saken faktisk hadde samfunnsmessig interesse, vil faren for straff medføre at pressen blir mer forsiktig også i saker der urett blir begått.

Det er nesten en lekkasje at vi har en riksadvokat som ikke forstår noe så elementært.

# Janus - den første journalist

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Janus – den første journalist \(94473\)](#)

**De to norrøne ravnene Hugin og Munin, Odins to utsendte reportere, blir vanligvis omtalt som våre første journalister. Men skal først pressen hente inspirasjon fra mytologien, er den romerske guden Janus et vel så godt forbilde.**

Av Sven Egil Omdal

Janus hadde en oppgave som medførte at han måtte ha to ansikter, ett som så framover, og ett som så bakover. Som det står skrevet på Wikipedia: "Dette for å symbolisere alt som er splittet og tvetydig, både de positive og negative aspektene ved en sak eller handling."

Her om dagen fikk Janus jobb i redaksjonen i Aftonbladet, Sveriges største avis. Som andre redaksjoner bruker Aftonbladet mye energi på å rapportere fra maktens rom. De følger tett hva partilederne sier, hva direktørene gjør, og hva professorene mener. Med jevne mellomrom lager de lister over Sveriges mektigste mennesker, slik norske aviser kårer verdens mektigste nordmenn. Men så en dag, i slutten av januar, snakket plutselig det andre ansiktet. På avisens kultursider var plassen ryddet for en liste over de 100 minst mektige i landet. Aller øverst sto en 36 år gammel svenske som er kidnappet av en Al Qaida-gruppe i Timbuktu som truer med å drepe ham.

På listen sto også den 91 år gamle, synshemmede, demente og hjertesyke Ganna Shyzevska som skulle utvises til Ukraina, hvor hun ikke har noen pårørende. Bilen var omtrent på vei til flyplassen da Den europeiske menneskerettsdomstolen i Strasbourg smekket det svenske Innvandrarverket (parallelle til norske UDI) over fingrene, og sa at utvisningen kan være "umenneskelig behandling". Ganna Shyzevska får lov til å bli mens retten vurderer saken, men hun har ingen makt over sin egen skjebne.

Noen dager etter at Aftonbladet trykket sin liste, dro flere tusen journalister fra hele verden til Davos i De sveitsiske alper. De dro i flokk og følge for å dekke det årlige økonomiske toppmøtet, der 2600 av verdens aller mektigste politikere, forretningsfolk, byråkrater og forskere møtes. Det var bare ståplasser igjen på pressekonferansene og kø ved skrivebordene i pressesenteret. De fleste sendte hjem nokså likelydende reportasjer.



Sven Egil Omdal

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad. Mange kjenner han fra spaltene *Medieblikk* og *Fripenn* i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.

En av journalistikkens viktigste oppgaver er å være broen mellom de avmektige og de som har makt. Det er en tung og krevende jobb, de utsatte har ingen pressetalsmenn eller medierådgivere. De kan være vanskelige å finne, de er redde for å snakke, og når de gjør det, er det ofte på et fremmed språk. For journalisten er det langt mer komfortabelt å være budbringer mellom elitene: Så sa statsråden dette, hvorpå direktøren svarte noe annet, som medførte at saken skal utredes.

Norske medier overser ikke de avmektige. Listen over de nominerte reportasjene til årets Skup-pris, belønningen for den beste gravejournalistikken i landet, er full av eksempler på journalistikk med janusblikk, der også de negative sidene ved vårt velorganiserte, velbeslalte og vel tilfredse lille samfunn blir avdekket. Men balansen er fryktelig skjev. Det gir mye mer status å skrive fra Stortingets vandrehall om hvordan politikken utformes, enn å rapportere fra asylmottak hvordan den virker.

Det økonomiske presset på redaksjonene, nedskjæringene i staben og de økte kravene til hyppigere publisering i stadig flere kanaler, fører til at journalistene oftere sitter ved skjerm og telefon og sjeldnere drar ut på arbeidsplasser der thailandske bærplukkere blir lurt (nummer 13 på Aftonsbladets liste. I fjor holdt 210 av dem på å fryse i hjel i Stadsparken i Luleå før frivillige hjalp dem), eller til nattemørke kontorer der latviske rengjørere sliter for 27 kroner timen 12 timer om dagen, sju dager i uken (nr. 35).

Listen i Aftonsbladet var et stunt, i det daglige er det fremdeles makten som dominerer, ikke avmakten. Men den var en fin påminnelse om at journalistikkens sanne ansikt er dobbelt og ser til begge kanter samtidig.

## Fred i Midtøsten? Trykk "like".

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Fred i Midtøsten? Bare trykk "Like" \(92760\)](#)

**Ytre sett kan det være vanskelig å skille en svenske fra en nordmann. Men du verden så ulike vi er. Mens svenskene ønsket seg mat til jul, gikk nordmenn rundt og drømte om en iPad.**

Av Sven Egil Omdal

Noen stusset nok da Norsk Telegrambyrå (NTB) meldte at nordmenn satset på hard teknologi under treet, mens svenskene håpet på noe spiselig. Men pressefolk er vant til å stole på NTB, og både NRK, Adresseavisen og E24 brakte meldingen videre.

Så gjorde fagbladet Journalisten noe så uvanlig som å drive journalistikk på journalistikken. De fant ut at NTBs kilde var Oslo Handelsstands Forening, som ikke akkurat er noe framtredende forskningsinstitutt. Enda grundigere undersøkelser viste at hele avsløringen av forskjellen mellom broderfolkene var basert på en Facebookavstemning der 37 mennesker hadde deltatt. Ikke 37.000, trettisju.

Like før jul meldte Aftenpostens kulturredaktør, Knut Olav Aamaas via Twitter at "både Lambdag og Tøyentilhengere i bystyret misbruker lesermålinger på Aftenpostens nettsider fra september og i dag. Ikke representative." Misbruket besto i at de to partene i den opphetede striden om hvor det nye Munch-museet skal ligge, hadde vist til avstemninger på Aftenposten.no og tolket dem som uttrykk for hva byens innbyggere mener om årets viktigste kultursak.

Det er ikke vanlig at redaktører går ut og advarer mot å bruke opplysninger de selv har publisert, spesielt ikke med en slik begrunnelse. "Ikke representative" er redaktørspråk for "bare null". Nettavisenes meningsmålinger avslører nemlig bare én ting: Hva de som deltar i målingene, har stemt. De sier ikke noe om folkemeningen, ikke noe om den politiske fordelingen, ikke noe om engasjementet.

Likevel fortsetter nettavisene å stille spørsmål om alt fra mulighetene for fred i Midtøsten til om den tiltalte i en drapssak er uskyldig (Adresseavisen i Trondheim gjorde det siste, helt til sjefredaktøren oppdaget det). "Bør Norge kjøpe nye jagerfly?" den ene dagen, "Går du på lavkarbo?" den neste.



### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad. Mange kjenner han fra spaltene *Medieblikk* og *Fripenn* i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.

Hvert år kårer nyhetsmagasinet Time årets person. Det er regnet som en heder nesten på høyde med Nobelprisen å få sitt ansikt på akkurat denne forsiden. For noen år siden fant redaksjonen ut at den nye tid krever at leserne får være med på å bestemme også slike. De arrangerte derfor en nettavstemning, som resulterte i at den tyrkiske landsfaderen Kemal Atatürk vant i alle kategorier, inkludert beste forfatter og beste hærfører. Atatürk døde i 1938.

Da Stavanger Aftenblad ba sine lesere kåre århundrets album fra Rogaland, vant et mannskor med en plate som selv ikke sangernes familier orket å spille.

Fjernsynet har stort sett sluttet med å la seerne stemme over hvem som vant debattene. Det er heller ikke så vanlig lenger at folkets sms-meldinger ruller som sidekommentarer nederst på skjermen når finansministeren og to professorer fra Handelshøyskolen diskuterer om Den europeiske sentralbanken bør kjøpe greske statsobligasjoner. Det er ikke bare like greit, det er et stort framskritt.

Men nettavisene krydrer ennå nyhetssaker med meningsløse meningsmålinger. De vet jo selv at resultatene er totalt verdiløse ("ikke representative"). De gjør det fordi avstemningen gir et inntrykk av at leserne blir tatt på alvor, selv om det motsatte er tilfellet. Avisene gjengir også Facebook-avstemninger som om de skulle være Gallupundersøkelser og kommenterer antall "likes" som om de gir en troverdig indikasjon på folkemeningen.

Ottar Hellevik, professor i statsvitenskap, har skrevet en hel bok om hvordan mediene misbruker meningsmålinger (Hellevik: *Mål og mening*, Universitetsforlaget 2011). Men da fagbladet Journalisten ba ham kommentere NTB-meldingen om at nordmenn vil ha iPad mens svensker vil ha skinke, svarte han: "Det høres dumt ut. At jeg skal kommentere det, blir som å skyte spurv med kanoner."

Det bør skape ettertanke også hos NTB når en kanon som Ottar Hellevik ikke engang vil kommentere hvor dum journalistikken din er.

# Mediekommentarer 2011

## Selvmord for åpent kamera

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Selvmord for åpent webkamera \(70218\)](#)

Av Sven Egil Omdal

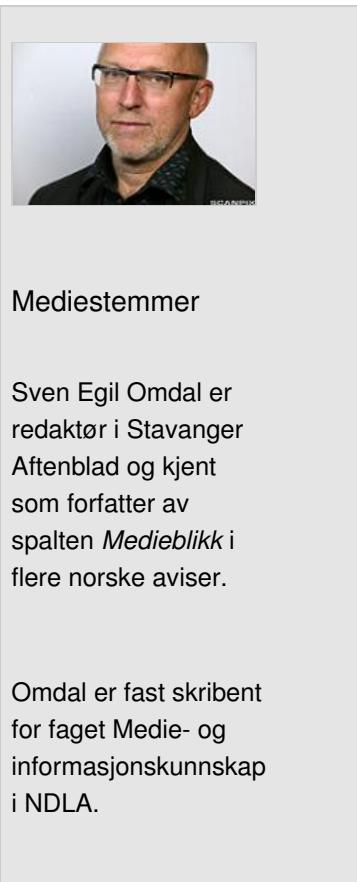
**En stille oktoberkveld åpnet Marcus, en svensk ung gutt, en ny tråd på forumet Flashback. Der skrev han at han hadde tenkt å ta livet av seg foran et webkamera som var innstilt til å ta bilde hvert andre sekund. Det første svaret han fikk, var: "Lykke til, da." Andre mente at Marcus bare bløffet.**

Kort tid etter var Marcus død. De som fulgte tråden, kunne se hvordan politi og ambulansepersonell tok seg inn i leiligheten og forgjeves forsøkte å bringe ham tilbake til livet. Noen minutter tidligere hadde de sett – bilde for bilde – at Marcus slett ikke bløffet.

Dagen etter demonstrerte svenske aviser hvor usikre journalistene er på sin egen yrkesetikk når noen velger den mest dramatiske løsningen. Aftonbladet, Sveriges største avis, skrev om selvmordet, men brukte ikke navn. Det samme gjorde Dagens Nyheter, den største abonnementavisen, og Metro, den største gratisavisen. Svenska Dagbladet og Tidningarnas Telegrambyrå, som tilsvarer det norske NTB, valgte å fortelle hendelsen, mens Expressen, den andre store løssalgsavisen, brukte både navn og bilde på førstesiden.

Da sønnen til daværende statsminister Gro Harlem Brundtland i 1992 tok sitt eget liv, var det bare skandaleavisen SøndagSøndag som skrev at landets øverste politiske leder gjennomgikk kanskje det hardeste traumet et menneske kan oppleve; at et av barna tar livet av seg. Den gang var det god presseskikk.

13 år senere, i 2005, ble bestemmelsen om at selvmord som hovedregel ikke skal omtales, tatt ut av pressens Vær Varsom-plakat. Tabuene rundt selvmord var så svekket at regelen ikke lenger samsvarer med de generelle holdningene i samfunnet. Pårørende skrev i dødsannonsene at den døde hadde «valgt å gå fra oss» eller «orket ikke mer». Dødsårsaken ble omtalt i minnetaler og fortalt til bekjente. Også i pressen var det på tide å bryte tausheten. Mellom 500 og 600 mennesker dør for egen hånd i Norge hvert år, mellom 7000 og 9000 forsøker å ta livet av seg. Det enkelte selvmord er som oftest en privatsak, men summen av dem er et stort samfunnsproblem. Heretter skal journalistene bare ta hensyn til faren for smitteeffekt når de omtaler slike hendelser. Det skal utvises varsomhet i omtale av metode eller sted, for øvrig gjelder de vanlige reglene om respekt for et menneskes private sfære.



### Mediestemmer

Sven Egil Omdal er redaktør i Stavanger Aftenblad og kjent som forfatter av spalten *Medieblikk* i flere norske aviser.

Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

De aller fleste selvmordene har ingenting i mediene å gjøre. De hører hjemme i den private sfære, og som statistikk i en langt tøffere politisk debatt om hvordan vi kan styrke psykiatrien og redusere ensomheten i landet. Men noen få tilfeller; når en ettersøkt person blir funnet død, når en offentlig person tar livet av seg etter en skandale, når en av landets ledere blir satt ut av spill på grunn av et selvmord i nærmeste familie, eller når et selvmord skjer på en slik måte at det offentlige liv blir forstyrret, kan det være riktig å omtale hendelsen.

Det spesielle med selvmordet til Marcus var at det foregikk foran åpent webkamera, og at flere av dem som fulgte postene hans, utfordret ham til å gjøre alvor av trusselen. Svenske medier var usikre på hva de skulle gjøre, og valgte ulike løsninger. Expressen, som altså gikk lengst, hadde kontaktet de nærørende til Marcus og fått deres støtte til å identifisere ham. Avisens redaktør skriver i en blogg: "Expressen har lenge hatt som policy ikke å rygge unna det vanskelige spørsmålet om selvmord ... fordi det er mye kunnskap å formidle, den som ser faresignalene hos en venn eller slekting kan slå alarm, og den som har opplevd et selvmord i sin nærhet kan søke støtte og trøst i å få vite at man ikke er alene."

Men ingen av dem som så tråden, reagerte raskt nok til at Marcus ble reddet. Opptak av hans fortvilte vei ut av livet er senere blitt spredt på nettet som en slags grotesk underholdning. Noe som viser at selv den beste presseetikken er utilstrekkelig der hvor empatien mangler.

## Twitterterrorist eller bare frustrert?

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Twitterterrorist eller bare frustrert? \(70258\)](#)

Av Sven Egil Omdal

**Paul Chambers forsto lite da fem politifolk plutselig sto på døren, forlangte å få ransake huset og PC-en hans, og tok ham med til et åtte timer langt avhør. Han forsto enda mindre da han fikk høre anklagen: Twitter-terrorisme.**

Noen dager tidligere hadde han sittet frustrert og lei på flyplassen utenfor Doncaster i England. Han var på vei til Nord-Irland for å treffe en kvinne han hadde truffet på nettet, men nå så det ut til at litt sno satte en effektiv stopper for romansen. Irritert logget han seg inn på Twitter og skrev: "Skitt! Robin Hood Lufthavn stengt. Dere har en drøy uke på å få fikset denne skitten, ellers sprenger jeg hele flyplassen i lufta."

Noen dager senere så en ansatt på flyplassen tweeten og varslet politiet. Opprinnelig vurderte påtalemakten å sikte Chambers for terrorisme, men endte til slutt med å tiltale ham etter en lov som forbryr "uanstendige, obsköne eller truende" meldinger via et offentlig nettverk. Dommeren ville ikke høre på argumenter om at slike utbrudd er dagligdagse på Twitter og Facebook, og ikke noe man skal ta bokstavelig. Chambers fikk en bot på 3500 kroner og mistet jobben.

Dommen utløste øyeblikkelig et omfattende Twitter-opprør. Titusenvis av mennesker sendte samme melding som Chambers, og hengte på koden #IamSpartacus. I filmen om de romerske slavenes opprør fra nesten 2100 år siden står alle fram og sier "I am Spartacus" for å beskytte lederen. Politiet hadde ingen muligheter til å praktisere likhet for loven, de kunne ikke godt arrestere titusenvis av tvitrere.

Før vi klokken dette moderne slaveopprøret inn som teknologiens seier over sensur og gammeldagse lover, kan det være fornuftig å se hva som skjedde da Gareth Compton, en lokalpolitiker for det konservative partiet i Birmingham, formulerte sin aggressjon på samme måte. Han hadde hørt den muslimske britiske journalisten Yasmin Alibdai-Brown si på radio at hun tvilte på om noen britisk politiker er moralsk kvalifisert til å kommentere overgrep mot menneskerettighetene, inkludert steining av kvinner.

"Kan noen vennligst steine Yasmin Alibdai-Brown til døde? Jeg sier ingenting til Amnesty hvis ikke du gjør det. Det hadde faktisk vært en velsignelse," skrev Compton. Det hjalp ikke at han raskt angret seg, fjernet tweeten og ba om unnskyldning. Han ble arrestert og siktet etter samme paragraf som Chambers.

Så hvor går grensen mellom uskyldige utblåsninger og hatkriminalitet? Det oppsto ikke noe digitalt slaveopprør etter arrestasjonen av Compton, og de fleste er takknemlige hvis politiet rykker ut raskt og effektivt når noen via Facebook truer med å gjennomføre en skolemassakre.

### Mediestemmer



Sven Egil Omdal er redaktør i Stavanger Aftenblad og kjent som forfatter av spalten *Medieblikk* i flere norske aviser.

Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

De sosiale mediene har skapt en ny form for kommunikasjon hvor vi opptrer privat i det offentlige rom. Paul Chambers hadde 1200 følgere på Twitter og regnet nok med at de tok spøken. Men tweetene er offentlige og søkbare. Allerede første gang de blir retweetet, sprer de seg til mennesker som ikke kjenner den opprinnelige opphavsmannen og vanskelig kan avgjøre om han bare er en frustrert elsker eller en potensiell terrorist.

Compton kunne lirt av seg den samme hatefulle replikken over en pint på stampuben og vært beskyttet av ytringsfriheten, men på Twitter og Facebook gjelder andre lover. En sint ungdom som oppdaterer profilen med en trussel om å skyte lærere og medelever, kan ikke forsvere seg med at han har en lukket profil.

Den såkalte krigen mot terror, en evig og uvinnelig krig mot en fiende som alltid vil endre seg, fører til stadig mer overvåking og innsnevring av de politiske frihetene. Skal vi ikke ende med at all opposisjon og alle frustrerte borgere sitter med knebel og håndjern, må samfunnsmakten lære seg å skille mellom alminnelig vrøvl og seriøse trusler mot menneskers liv og helse.

# I døden er vi langtfra like

Forfatter: Sven Egil Omdal

[I døden er vi langfra like \(75272\)](#)

Av Sven Egil Omdal

**Det lille Cessna-flyet oppførte seg alt annet enn normalt. De som var på Bethune Beach i Florida denne februarkvelden så den hvite flykroppen falle med en fart av 30 meter i sekundet, treffe bølgene med voldsom kraft – og bli borte.**

Om bord var to norske ungdommer, en 21 år gammel flystudent og hans 28 år gamle instruktør. De hadde ingen mulighet for å overleve.

I dagene som fulgte drev denne ulykken revolusjonen i Egypt bort fra toppen på de største norske nettavisene. Reportere ble sendt til Florida for å skrive om forsøkene på å hente opp vraket og letingen etter årsaken til styrten. Men også for å skrive om de to døde. Vi fikk vite at det var den eldste fødselsdag. Han fikk aldri se alle gratulasjonene på Facebook. Vi fikk lese om den yngstes drøm om å bli pilot, og om hvor dyktig han var. En venn sier at hans plass "kan ingen fylle". Instruktøren får også en verdig og fin offentlig avskjed, han var "populær på skolen, og alle likte ham".

Reportasjene er lange, de er fulle av medfølelse med de etterlatte og gode ord om de døde, i tillegg til fakta om ulykken og havarikommisjonens arbeid. Slik pleier det å være når noen dør i flyulykker, og hvem kan kritisere en så human tradisjon? De døde blir viktige, selv for oss som ikke kjente dem. Hadde de to kjørt utfor veien til flyplassen ville det blitt en notis, selv om utfallet var like tragisk. Følelsene hos venner og familie ville vært nøyaktig de samme, men sorgen ville vært privat. Nå ble de to gjort til offentlige personer, post mortem.

Det dør om lag 42.000 nordmenn hvert år. 25.000 dør av hjerte- og karsykdommer eller kreft. Hvis disse personene ikke er kjent fra før, kommer det i beste fall et lite minneord langt bak i lokalavisen. 2000 nordmenn omkommer i ulykker i et normalår, mange av dem eldre mennesker som faller og slår seg ihjel. Ingenting å skrive om. Rundt 300 nordmenn dør i trafikken hvert år. Hvis de dør alene, og ulykken ikke er spektakulær, blir ofrene nevnt i en kort ulykkesreportasje. Takknemligheten over alt de var og sorgen over alt som er tapt, blir henvist til de private rom.

Men når noen dør i en flyulykke trer helt andre mekanismer i funksjon. Mens journalister med tekniske kunnskaper skriver om mulige årsaker, intervjuer eksperter, vurderer ulike teorier og i det hele utfører nyhetsjournalistikk av høy kvalitet, blir andre reportere satt til å lage små biografier. Slekt, kolleger og venner blir bedt om å fortelle hvem de døde var. Etter å ha lest reportasjene er det som vi kjenner dem og merker at det gjør vondt at de er borte. Men smerten er kunstig fremkalt, vi kjente dem jo i virkeligheten ikke. Vi ville ikke brydd oss om ikke mediene hadde skapt en identifikasjon som utløser disse følelsene.



## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er redaktør i Stavanger Aftenblad og kjent som forfatter av spalten *Medieblikk* i flere norske aviser.

Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Redaksjonene gjør ikke slikt i blinde. De vet at bak vår nonsjalante holdning til å fly til Kreta eller New York, ligger en dyp erkjennelse av at det er unaturlig for mennesket å fly. Selv om det er 10 ganger farligere å kjøre bil, forteller vår dypeste selvinnsikt at vi ikke er fugler. Når et fly faller ned, bekrefter ulykken derfor en undertrykt angst i de fleste av oss. Det er denne angsten mediene spiller på når de gjør de som dør i flyulykker viktigere enn kona med kols nede i veien. Men nettopp fordi hver ulykke blir gjort så viktig, er det blitt svært trygt å fly. Hva ville skjedd med trafikksikkerheten om vi behandlet hver smadret bil som om den var et styrtet fly?

## Avdøde ønsket ikke mer kritikk

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Avdøde ønsket ikke mer kritikk \(77128\)](#)

av Sven Egil Omdal

**I døden blir de fleste av oss gjort mindre enn vi var. Når noen skal skrive om våre liv, komprimeres vi til noe enkelt, men godt.**

Alle som får sin nekrolog på trykk i norske aviser, har elsket sine familier og skjøttet sitt arbeid. Nesten uten unntak var avdøde glad i naturen og trofast mot sine venner. I slike minneord tales det bare godt om de døde. Nekrologene er ikke en skildring av et liv, men forsøk på å formulere et savn.

Annerledes er det hvis den døde blir myrdet eller på annet vis blir offer for destruktive krefter. En myrdet prostitueret blir bare den drepte horen, journalistene glemmer at hun kanskje var mor, venn, glad i musikk, flink med hunder eller en djevel til å bake brownies. En død rusmisbruker blir redusert til en tragedie, det blir ikke plass til det som var godt også i hennes liv.

En 15 år gammel jente ble i fjor høst funnet livløs i en leilighet i Bergen, kroppen hadde ikke fått giften hun hadde fått i seg. Fire personer fra rusmiljøet i byen ble siktet for å ha etterlatt henne i hjelpløs tilstand. At den døde var så ung, de fire siktelsene, og opplysningen om at 15-åringen var på rømmen fra en barnevernsinstitusjon, gjorde dette overdosedødsfallet til en stor mediesak. Vanligvis dør de narkomane i den pinligste stillhet.

Både TV2, Bergensavisen, Dagbladet, VG og Bergens Tidende ble klaget inn til Pressens Faglige Utvalg for måten de omtalte 15-åringen på. Klager var kommunen og Bufetat, de to instansene som hadde ansvaret for henne. Klagen gjaldt ikke kritikken mot systemet, men bruken av den dødes navn og bilde sammen med beskrivelsen av giften hun tok og rømningene hun gjennomførte.

Bare én av redaksjonene ble felt. Bergens Tidende hadde brutt god presseskikk. Ikke fordi det avisens skrev, var feil, men fordi det var så mye sant som ikke ble skrevet. Den dødes siste døgn sammen med andre rusmisbrukere ble beskrevet detaljert, men det sto ikke så mye om alle de gode dagene som fantes også i hennes liv. De fire andre redaksjonene hadde tegnet et mer sammensatt bilde av henne, og "bidratt til et mer "positivt" ettermæle", skriver utvalget i sin kjennelse. Legg merke til anførselstegnene rundt "positivt".

Samme dag som pressens selvdømmeorgan felte Bergens Tidende, publiserte tidsskriftet Samtiden et flengende andrep på spesielt VG og TV2 for en beslektet sak. Ahmed Fawad Ashaf, som er journalist i Dagsrevyen, er også bror til Faiza Ashraf, som ble kidnappet og drept i fjor vinter. De første som ringte på døren da søsteren forsvant, var journalistkollegene hans. De kom ikke for å trøste.

Mens Faiza var savnet og ingen utenom drapsmannen visste om hun var i live, brakte TV2 flere reportasjer om hennes påstått turbulente liv og om hennes like påstått ustabile økonomi. Disse opplysningene ville vært private og beskyttet av personvernet om Faiza ikke var blitt offer for en forbrytelse. Men fordi hun var savnet, og selv hadde ringt til politiet fra bagasjerommet på bilen og fortalt at hun var blitt bortført, ble personvernet hennes skjøvet til side. Hun ble et dobbelt offer, og familien fikk lagt en dimensjon av skam til sorgen.



Mediestemmer

Sven Egil Omdal er redaktør i Stavanger Aftenblad og kjent som forfatter av spalten *Medieblikk* i flere norske aviser.

Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Det finnes forslag om å utstyre drapsofre med egen bistandsadvokat som antakelig skal ha som viktigste oppgave å hindre at den dreptes moral blir viktigere for mediene enn drapsmannens. Det betyr i så fall at en viktig del av presseetikken har spilt fallitt. Det kan ikke være noen viktig journalistisk oppgave å lete fram mest mulig negativt om den drepte, så lenge det ikke er helt vesentlig for skyldspørsmålet, slik tilfellet kan være i nødvergesaker. Vi skal være den svakeste partens vern mot overgrep, ikke en del av overgrepet.

# Gapestokken gjør forskjell på folk

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Gapestokken gjør forskjell på folk \(78520\)](#)

**Han fikk lov til å være anonym noen timer bare.**  
**På nettsidene til de store avisene, til NRK og TV2 var han “en FrP-topp” eller “en sentral FrP”-politiker.**

Men da det ble bekreftet at det var Trond Birkedal som var arrestert, mistenkt for å ha filmet sine gjester i dusjen, valgte først hans egen lokalavis, Stavanger Aftenblad, og deretter resten av norsk presse å identifisere ham. I noen hektiske døgn var det bilde av ham på alle skjermer og avissider, hele hans privatliv ble endevendt og hans hus i Thailand beskrevet på en måte som selv de mest tungnemme måtte forstå.

Et par uker senere ble en kommunestyrerrepresentant for SV dømt i Sør-Trøndelag tingrett for hallikvirksomhet. Han fikk 75 dagers betinget fengsel og 37.000 kroner i bot. I mediene ble han bare omtalt som ”SV-veteran”. Han lot seg intervju anonymt om hvor ”dumsnill” han hadde vært, han ville jo bare hjelpe kvinnene. Ingen brakte navn, ingen trykket bilde, ingen fotograferte huset hans.

Vi har likhet for loven, men står vi ulike for pressen, som ofte fungerer som den mest effektive av våre domstoler? Hvorfor er et kamera i dusjen hos en Frp-politiker verre enn prostitusjon hos en SV-politiker?

Medienes identifikasjonspraksis er noe av det mest ubegripelige vi har her i landet, nest etter reglene for landbruksstøtte. Økonomiske forbrytere blir vanligvis identifisert, ofte allerede ved mistanke. Forretningsmenn som går konkurs får bilde på forsiden, mens voldtektsmenn blir anonymisert, selv etter rettskraftig dom. Kjente personer har svakere personvern enn andre, og idrettsfolk har nesten ikke personvern i det hele tatt.

I oktober i fjor våknet en ung gutt i fyllearresten, så i den spygrønne veggen og visste at det var en dårlig dag. Fordi han spilte på et eliteserielag i fotball, visste han at det kom til å bli en riktig elendig dag. Vi lar ham være anonym her, men høsten 2010 fikk alle vite at denne spilleren drakk. Lokalavisene, riksavisene og nettavisene brukte flere dager på å fortelle oss at det ikke var første gang han havnet i arresten, at klubben ikke lenger ville ha ham og at hans fremtid var usikker. Selv i den engelske utgaven av Wikipedia, verdens største oppslagsverk, sto det ikke noe annet om ham enn at han hadde fått sparken på grunn av ”his drinking problem”.

Hadde han vært kjent som kunstner, aksjemekler eller journalist, ville hans netter i politiets omsorg i verste fall blitt en av de anekdotene pressefolk underholder med over fredagspilsen. Arbeidsgiveren ville slitt med å finne hjemmel i Arbeidsmiljøloven for å sette ham på porten, så lenge han ikke var beruset på jobb eller var avhengig av allmenn tillit.



## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er redaktør i Stavanger Aftenblad og kjent som forfatter av spalten Medieblikk i flere norske aviser.

Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Trond Birkedal ble identifisert fordi han var ordførerkandidat for ett av de største partiene i en av de største byene. Han kunne ikke forbli anonym noen måneder før kommunevalget. Men er det riktig at en mann som har fått velgernes tillit og så bryter loven om hallikvirksomhet, får sone i anonymitetens mørke, mens en 23 år gammel fotballspiller må se seg selv og sin skam fra alle forsider?

Ingen pressefolk har gode svar på dette paradokset, bare svake forklaringer. Idrettsfolk er idoler, noe politikere åpenbart ikke er. Hvitsnippforbrytere har sviktet folks tillit, noe voldtektsforbrytere åpenbart ikke har.

Sannheten er at norsk presse, i et forsøk på å være mer human enn for eksempel den amerikanske og britiske, hvor normen er å identifisere alle, har skapt et system som beskytter noen – ofte de verste – og henger ut andre, som kanskje ikke engang har gjort noe ulovlig. Det er lov å være full og dum, selv om du er best med ball.

# Demingen brast, men på feil sted

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Demningen brast, men på feil sted \(79857\)](#)



I generasjoner har britiske domstoler pålagt journalister å tie i saker som står for retten. I mange tilfeller får mediene heller ikke fortelle at de er beordret til å tie. Såkalte superrettsordrer skal sikre at ikke engang kunnskapen om at sensur foregår, blir spredt. Men hvem kan stoppe Twitter?

Av *Sven Egil Omdal*

Hans Brinker er en hollandsk helt. Ifølge legenden stakk den åtte år gamle gutten en finger i et hull i diket og satt slik hele natten for å hindre at Rotterdam vernet mot havet revnet.

Den britiske dommeren som forsøkte å forby alle medier å offentliggjøre navnet til Manchester United-spilleren som skal ha hatt et forhold til en Big Brother-stjerne, må ha følt seg som Hans Brinker. Hvis han bare kunne stenge den lille lekkasjen, ville ikke flommen av sladder og private opplysninger skylle over landet.

I generasjoner har britiske domstoler pålagt journalister å tie i saker som står for retten. I mange tilfeller får mediene heller ikke fortelle at de er beordret til å tie. Såkalte superrettsordrer skal sikre at ikke engang kunnskapen om at sensur foregår, blir spredt. Men hvem kan stoppe Twitter?

Det begynte med en enkelt tweet, som ble til ti, så til tusen. Da parlamentsmedlemmet John Hemming fra De Liberale røpet spillerens navn i Underhuset, var det allerede nevnt av 75 000 tvitrere, det var sunget på tribunen under Manchester Uniteds kamper, og alle som var det minste interessert i fotballstjerners seksualliv, visste hvem som hadde beskyldt glamourmodellen Imogen Thomas for pengeutpressing etter et påstått forhold.

Kanskje var denne twitterfarsen en seier over et rettsvesen som tror at informasjon kan stenges inne av forbud og rettsordrer i Internettets tid. Men det var en seier som smakte bedervet. Hvis twitteropprøret mot de dumme dommerne var et gjennombrudd for økt ytringsfrihet, burde det kommet i eniktigere sak enn to voksne menneskers seksuelle bruduljer. For eksempel et internasjonalt selskaps forsøk på å skjule den største giftskandalen i vårt århundre.

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er redaktør i Stavanger Aftenblad og kjent som forfatter av spalten Medieblikk i flere norske aviser.

Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

I mai 2007 eksploderte en av tankene til Vest Tank i Slørvåg i Hordaland. En forferdelig stank la seg over stedet, men gassen tok fyr og forbrant raskt. Da mange i bygda likevel ble syke, begynte to NRK-journalister å grave. De fant ut at stoffene som eksploderte, aldri skulle vært lagret i Slørvåg. De oppdaget at selskapet som sto bak miljøskandalen, Trafigura, også hadde eksportert gift til Elfenbenskysten, hvor 12 mennesker døde og 100 000 ble syke. NRK samarbeidet med flere internasjonale medier, blant andre britiske The Guardian, om å rulle opp Trafiguras brudd på reglene og avsløre selskapets forakt for menneskers helse og liv.

Da reagerte Trafigura som mektige selskap i Storbritannia ofte gjør når de føler seg truet av medieomtale; de gikk til retten og fikk en rettsordre, *injunction*, som forbød mediene å omtale saken. De fikk også en *superinjunction* – en superrettsordre som gjorde det straffbart å omtale den første rettsorden. Da et parlamentsmedlem tok opp saken i Underhuset, fikk Trafigura en dommer til å forby omtale også av dette. For første gang på 250 år kunne ikke britiske aviser fritt gjengi hva som ble sagt i landets nasjonalforsamling.

NRK ble også presset av Trafiguras advokater, men viste dem i høflige ordelag fingeren og oppfordret i stedet britiske redaktører til å skaffe seg litt hår på brystet. Kanskje var det NRKs tøffe holdning som fikk Guardians redaktør til å skrive en tweet om at "The Guardian av grunner som ikke kan røpes, er avskåret fra å rapportere fra Parlamentet". Noen timer senere var i hvert fall Twitter full av informasjon om Trafigura, giftskandalen og forsøkene på sensur.

Fotballspilleren har forsøkt å saksøke også Twitter, men selskapet er amerikansk og beskyttet av helt andre regler for pressefrihet. USA har til og med innført en egen lov som gjør landets innbyggere og bedrifter immune mot injuriesøksmål i Storbritannia.

En liten tweet kan altså velte et stort lass. Men heltemotet blekner hvis alt pressen har tenkt å bruke den nye digitale friheten til, er å kikke inn i kjendisenes soleværelser. Slike lekkasjer er ikke stort bedre enn Trafiguras.

## Spørsmålene vi ikke bør stille

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Spørsmålene vi ikke bør stille \(84051\)](#)



Det finnes spørsmål ingen journalist bør stille. Det finnes sannheter vi ikke trenger å kjenne. De overlevende fra Utøya skal slippe å måtte svare på hva de kunne gjort annerledes. Det burde Nettavisen ha forstått

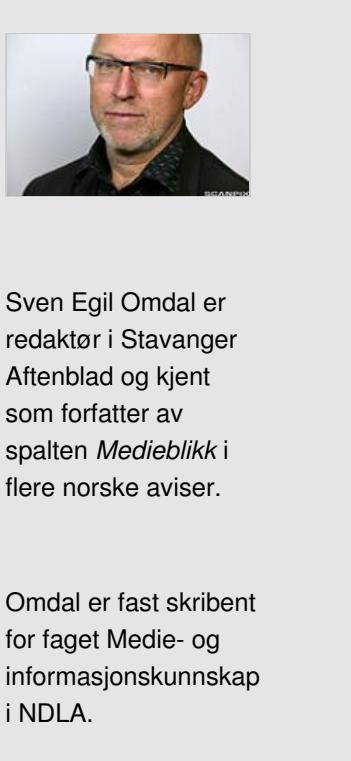
Av *Sven Egil Omdal*

M/S Thorbjørn, den lille fergen som forbinder Utøya med fastlandet, forlot øya noen minutter etter at de første skuddene falt. Om bord var ni personer, blant dem AUFs leder, Eskil Pedersen. Fergen ble ført av Jon Olsen, som nettopp hadde sett sin samboer bli skutt. Ingen andre var innen synsvidde da ferden la fra kai.

I flere artikler har Nettavisen detaljert beskrevet hvordan ferden ikke tok korteste vei til fastlandet, men gikk nordover fjorden fordi folkene om bord fryktet at Anders Behring Breivik hadde medhjelgere på den andre siden. Nettavisen nøyser seg ikke med å beskrive hva som faktisk skjedde, men krysser også grensen til det kontrafaktiske – til det som kunne, eller burde, ha skjedd. I en av artiklene står det: "Ferden – som er bygget i stål – kunne imidlertid blitt brukt som beskyttelse mot de dødelige kulene, dersom de hadde oppholdt seg på noen tall meters avstand fra skytteren."

Journalisten har ringt til verftet som bygget ferden – for 63 år siden – og fått opplyst at stålplatene i skroget er minst åtte millimeter tykke. Han har intervjuet våpenekspertene som sier at kuler fra de våpnene Behring Breivik brukte, "neppe" ville gått gjennom stålplatene.

Artikkelen inneholder ingen direkte anklager mot Eskil Pedersen og skipperen for å ha sviktet de som kastet seg i vannet for å komme bort fra terroren. Men noen ganger ligger anklagen i hvilke spørsmål vi velger å stille. Nettavisens undersøkelser av skrogets tykkelse og kulenes gjennomslagskraft er bare interessante i en debatt om hvorvidt de ni på ferden burde handlet annerledes. Kanskje de burde ringt til verftet, de også? Eller tatt en sjekkerunde til våpenkyndige for å få høre hvor nærliggende drapsmannen de kunne gå?



Sven Egil Omdal er redaktør i Stavanger Aftenblad og kjent som forfatter av spalten *Medieblikk* i flere norske aviser.

Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

En av dem som forsto hvilken anklage som var innebygget i spørsmålene, var Dagsavisens kommentator, Hege Ulstein. Hun skrev: "Saken burde aldri vært publisert. Hva skulle de som var om bord liksom gjøre? Dra tilbake og bli skutt i hjel?" Stortingsrepresentanter fra Arbeiderpartiet og pårørende til overlevende reagerte også. Men Nettavisens redaktør, Gunnar Stavrum, forsto ikke at han hadde krysset en grense. Han skrev en sint kommentar som han kalte "Sannhet og heksejakt", hvor han blant annet beskyldte Hege Ulstein for å ville "stanse journalistikken".

Sjeldent har vi hatt større behov for journalistikken enn i dagene og ukene etter 22. juli. Nasjonen, og store deler av verden utenfor Norge, hadde et voldsomt behov for pålitelige fakta og kloke analyser. Etter de første sjokkartede døgnene tok også norske journalister fatt på den viktige, kritiske oppgaven: Kunne politiet reagert raskere? Burde de alliert seg med brannvesenet, brukt private båter, kjørt en raskere vei, skutt fra helikopter? Vanskelige spørsmål blir stilt, svarene er unnvikende og noen ganger aggressive. Selvfølgelig sliter det på de ansvarlige i politiet å vite at hvert minutt de mistet, kan ha kostet noen ungdommer livet, men en av pressens viktigste oppgaver er å utfordre myndighetene, selv om det skjuler seg følende mennesker bak uniformene.

Derimot har vi ingen rett til å kritisere ofrene, direkte eller indirekte. Det går an å spørre hvorfor de ikke gikk til motangrep, eller brukte fergen som skjold mens de reddet folk opp av sjøen. Men det er uanständige spørsmål, som flytter noe av ansvaret over på dem som ikke skal bære det. Den journalistikken kan vi trygt stanse. Det finnes så mange slags sannheter, noen av dem skal vi bare la ligge.

## Sprekker trollene virkelig?

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Sprekker trollene virkelig? \(86065\)](#)

Når norske redaktører skal forsvere hvorfor de slipper hat og fremmedfrykt til i spaltene, viser de ofte til at troll spreker i sollyset. Men er Asbjørnson og Moe den beste kilden til kunnskap om fordommenes natur?

Av Sven Egil Omdal

Teorien er enkel: Vi vet at det er noen der ute som hater alt som er fremmed, som frykter alt som utfordrer deres egne tradisjoner og verdier. Ved å la dem få tømme seg i kommentarfeltene på nettavisene, reduserer vi trykket og hindrer at de eksploderer. Redaktørene vil gjerne være en slik ventil, selv om det som slipper ut, både er grumsete og lukter ille.

I 1954 publiserte den berømte amerikanske psykologen Gordon Allport en studie som effektivt tar livet av både myten om trollenes sterke allergi mot sollys og teorien om at hatefulle leserinnlegg er ventilen i en politisk trykkoker. Han kalte boken:

*The Nature of Prejudice* – Fordommenes natur.

Det er ikke slik at det finnes en viss mengde hat der ute, som blir ventilert gjennom ytringer, mente Alltorp. Derimot er det slik at hatefulle ytringer skaper flere hatefulle ytringer og kan lede til vold.

I de snart 60 årene som er gått, har mange andre psykologer gjort tilsvarende observasjoner: I stedet for å redusere hatet bidrar sterke angrep på minoriteter, eller til og med en majoritet som kvinnene, til mer hat. Menn som hater kvinner, blir ikke roligere og mer åpne for likestilling av å få fortalt verden hvor sterkt de forakter feminismen og alt dens vesen.

Det finnes andre forskere som er uenige, men det finnes ingen som mener at dagens samfunn bør styres etter påstander i folkeeventyrene. Fordi massemediene fremdeles påvirker opinionen gjennom å forme meninger og stimulere følelser, er det viktig at redaktører og journalister lærer av vitenskapen hvilke konsekvenser de ulike redaksjonelle valgene får.

Tidligere i år skrev en anonym debattant på Dagbladet.no: "Norge trenger en lasermann nå før det er for sent". Lasermannen var en svensk statsborger av tysk/sveitsisk opprinnelse som høsten 1991 skjøt 12 personer i Stockholm og Uppsala. Tilnavnet fikk han fordi de ofrene som overlevde, så den lille røde prikken fra et lasersikte på sin egen kropp et øyeblikk før kulen traff dem. Alle ofrene var fargete, ett av dem døde.

Ønsket om at Norge måtte få en person som kunne skyte fargete, ble publisert den 14. juli, åtte dager før Utøya. Innsenderen benyttet seg av muligheten til å spre sitt hat anonymt. Denne retten har mange norske redaktører forsvarst siden nettet kom, mens de aller fleste samtidig har forlangt at alle innsendere til papiravisene må fremstå med fullt navn. Nå er selvransakelsens tid kommet til de store redaksjonene. Aftenposten stengte Debattsentralen etter 22. juli, VG stengte for anonym debatt og ber nå folk logge seg inn med Facebook-profilen.



Sven Egil Omdal er redaktør i Stavanger Aftenblad og kjent som forfatter av spalten *Medieblikk* i flere norske aviser.

Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Retten til å være anonym går langt tilbake i norsk offentlighet. Den er en viktig rett når urett skal avsløres. De som vil varsle om overgrep eller korruption, må kunne gjøre det uten selv å risikere forfølgelse. Det må også være mulig for sårbare personer å skildre sin sårbarhet uten å bli navngitt. Unge som er usikre på sin seksualitet, må kunne diskutere homofili og heterofili anonymt.

Retten til å være ekstrem er ytringsfrihetens grunnpilar. Det er de ekstreme ytringene som trenger beskyttelse i Grunnloven. De meninger som flertallet har, trenger ingen slik beskyttelse.

Men kan retten til å være anonym kombineres med retten til å være ekstrem? Blir samfunnet tryggere hvis noen får lov til offentlig å hate andre, uten selv å måtte vise ansikt? Alltorp laget en skala over fordommenes uttrykk. Den går fra negative karakteristikker og det som ofte omtales som "hate speech", til forsøk på å utrydde hele grupper av mennesker. Anders Behring Breivik begynte i den ene enden av skalaen og endte i den andre. Hvor sikre kan vi være på at de anonyme som i dag hyller ham på nettet, ikke en dag vil forsøke å kopiere ham?

# Demokratiet i Facebook-utgave

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Demokratiet i Facebook-utgave \(88350\)](#)

**Et kvarter etter at grekerne oppfant demokratiet, oppfant de det representative demokratiet. Det ble bare rot hvis alle skulle være med på å bestemme alt, hele tiden. Nå forsøker det britiske parlamentet å skru tiden litt tilbake, i et forsøk på å være moderne.**

*Av Sven Egil Omdal*

Mandag 24. oktober sto den britiske statsministeren, David Cameron, i Underhuset og hørte den ene etter den andre av hans egne partifeller foreslå at Storbritannia gjennomfører en folkeavstemning om EU-medlemskapet. Cameron likte ikke det han hørte, og han mislikte spesielt sterkt at 80 medlemmer av hans eget konservative parti stemte for et forslag som regjeringen er imot.

Dette var ikke en sak Cameron trengte mens hele EU er i krise, men han var nødt til å ta debatten. Over 100.000 briter hadde sluttet seg til et opprop på internett som krevde nettopp en slik folkeavstemning, og regjeringen har forpliktet seg til at Underhuset skal diskutere alle spørsmål som får over 100.000 e-stemmer.

Hittil har 104.000 skrevet under på et internettoppopprop som krever billigere bensin. Dermed blir det debatt, selv om det er lite parlamentet kan gjøre med oljeprisen. 140.000 krevde at regjeringen skal offentliggjøre alle dokumenter om den tragiske ulykken på Hillsborough stadion i 1989, der 96 Liverpoolfans døde og 766 ble skadet.

Debatten i Underhuset endte med at regjeringen gikk med på kravet. Derimot er det liten grunn til å tro at Storbritannia vil gjennomføre dødsstraffen, selv om den kampanjen som nå er i gang, skulle få de nødvendige 100.000 stemmene. (Det ser heldigvis dårlig ut, bare 22.000 har undertegnet hittil, men avstemningen blir ikke lukket før i august).

For mange er dette starten på en ny form for demokrati, hvor borgerne blir hørt oftere enn ved hvert valg. Det digitale samfunnet er i ferd med å få sitt digitale parlament, i fremtiden kan det være antallet "likes" som styrer politikken. Det hjelper ikke å gi de unge stemmerett, sier entusiastene, demokratiet må tilpasses de arenaene hvor de unge diskuterer og danner sine meninger.

Kritikerne av ordningen kaller den et populistisk frieri. Mens valgene tvinger borgerne til å forholde seg til alt partiene står for, er e-petisjonene, som de kalles, koncentrert om én sak. Det er enkelt for Storbritannias til tider pøbelaktige tabloidavisar å piske opp en stemning for enkle løsninger på isolerte problemer: Ta sosialtrygden fra opprørerne, heng drapsmennene, kastrer voldtektsforbryterne! De tradisjonelle politiske prosessene tar tid nettopp fordi beslutninger skal fattes med kjølige hjerner, og fordi alle argumenter skal høres og veies før lovene endres.



Sven Egil Omdal er redaktør i Stavanger Aftenblad og kjent som forfatter av spalten *Medieblikk* i flere norske aviser.

Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

## Ressurser

Se ordningen med e-stemmer her:

[e-petitions – create and sign petitions online](#)

Slike kampanjer om enkeltpørsmål er også lett å manipulere. Hvem kan forhindre at tobakksbransjen påvirker et krav om å stoppe røykeloven, at oljebransjen starter en tilsynelatende demokratisk kampanje for slakkere miljøkrav, eller at en fagforening bruker e-petisjonen til å kjempe medlemmenes sak mot allmennhetens interesser? Slike kampanjer driver interessegruppene i dag også, men de har ikke noen garanti for at debatten når Underhuset.

Mange land diskuterer hvordan engasjementet på de sosiale mediene kan omsettes i politisk aktivitet. I Norge har oppslutningen på enkelte grupper på Facebook blitt brukt som argument i Spørretimen, men ingen har ennå foreslått at Stortingets dagsorden skal avgjøres på Twitter, eller at regjeringen skal settes sammen på LinkedIn.

På samme måte som avisenes nettavstemninger ofte skaper feilaktig inntrykk av hvor folkemeningen befinner seg, kan Facebook-kampanjer og e-petisjoner gi uforholdsmessig stor innflytelse til et mindretall som er spesielt engasjert i et spørsmål. I et demokrati skal mindretallets interesser beskyttes, men de skal ikke styre flertallet. Demokratier som benytter folkeavstemninger i mange spørsmål, blir ofte svært konservative, som Sveits. Det er derfor ikke overraskende at det er et annet konservativt land, Storbritannia, som forsøker å fremstille en populistisk bremse på utviklingen som et demokratisk og teknologisk fremsynt tiltak.

# Flere kriser, færre journalister

Forfatter: Sven Egil Omdal

[Flere kriser, færre journalister \(90848\)](#)



Journalister intervjuer representanter for militærregimet i Egypt.

**Europa revner, USA stivner, den arabiske våren er blitt vår misnøyes vinter. Så mange store nyheter, og stadig færre journalister til å formidle dem. Tror vi at større uvitenhet vil redde verden?**

Av *Sven Egil Omdal*

USA opplever en dyp, konstitusjonell krise. De to store partiene er drevet så langt fra hverandre at selv de mest nødvendige kompromisser blir umulige. Mistroen til kongressen og politikerne er overveldende, siste amerikanere slår opp telt i parkene og blir banket av politiet. Det er nyheter overalt, men i løpet av de fem siste årene er hver tredje journaliststilling fjernet fra de store avisene og tv-redaksjonene.

Demokratiet er skjøvet delvis til side i Italia og Hellas. Eksparter som ikke er valgt av noen, har overtatt som statsministre. Det er alvorlig fare for at eurosamarbeidet, og med det hele EU, kan komme til å gå i kaotisk oppløsning. Et slikt sammenbrudd vil føre til sterk sosial uro, voldsomme demonstrasjoner og framvekst av ekstreme grupper. Storbritannia er allerede i ferd med å lage evakueringsplaner fra land som blir rammet av opptøyen hvis euroen kollapser. Samtidig reduseres antall journaliststillinger over hele kontinentet.

En ny dansk undersøkelse, utført av forskere ved Københavns universitet, bekrefter det andre har funnet ut tidligere: Til tross for at medieforbruket har eksplodert, til tross for millioner av blogger, Twitter, Facebook og nettsteder for alle tenkelige og utenkelige interesser, har ikke Internett erstattet det som er blitt borte i nyhetsstrømmen. Også på nettet er det først og fremst de store avisene og Danmarks

## Mediestemmer

Sven Egil Omdal er fast skribent for faget Medie- og informasjonskunnskap i NDLA.

Omdal er journalist og tidligere redaktør i Stavanger Aftenblad. Mange kjenner han fra spaltene *Medieblikk* og *Fripenn* i flere norske aviser.

Han har tidligere vært leder av Norsk Journalistlag og Pressens Faglige Utvalg.

Han er også universitetslektor 2 ved Universitetet i Bergen.

For øyeblikket er Sven Egil Omdal korrespondent i Brussel.

Radio og TV2 som leverer "bredt, publisistisk innhold".

At nyhetene fortsatt produseres av de gamle aktørene, ville ikke vært noe stort problem hvis disse institusjonene var like sterke som før. Men det står mange tomme skrivebord i de danske redaksjonene, som det gjør i de norske. Vi snakker og skriver mer, vi lenker og re-tweeter, men vi vet mindre, fordi det første og viktigste ledet i informasjonskjeden er svekket.

Amerikanske målinger viser at en overveldende del av lenkene i de sosiale medier går til innhold som er produsert av profesjonelle utøvere. Vi deler helst det som noen har fått betalt for å lage. Ideen om borgerjournalisten, den ivrige amatør som tar på seg å rapportere fra sitt lokalmiljø uten betaling, er havnet et sted ute i det digitale mørket. Når store ting skjer, mangler det ikke på bilder og meldinger fra det store publikum, men ingen borgerjournalist går i kommunens postjournaler, ingen amatører avslører valgjuks eller korruption.

Selv professor Clay Shirky, som har skrevet boken *Here Comes Everybody*, hvor han hyller nettets evne til å få mange mennesker til å skape gode ting sammen – Wikipedia er det beste eksemplet, frykter at stadig flere amerikanske byer mister sin lokale avis, og at de blir mer korrupte uten den daglige journalistiske overvåkingen av politikere og næringsliv.

Nettet tok store deler av de annonseinntektene som finansierte journalistikken, men har foreløpig gitt lite tilbake. Når det skytes på Tahrirplassen, går det an å få tusen små informasjonsbrokker på Twitter. Men hvis ingen har tid og kompetanse til å sette disse små glimtene sammen til en større helhet, vil vi aldri få vite sikkert hvem som skjøt, hvem som beordret dem til å skyte, og hva konsekvensene av skuddene blir.

2011 har vært et ekstremt nyhetsår. I Norge fikk vi den største enkelthendelsen i fredstid, i resten av verden var det som om alle tektoniske plater var i bevegelse samtidig. Samtidig opplevde redaksjoner i hele den vestlige verden nye nedskjæringer, førtidspensjonering og ansettelsesstopp. Behovet for en opplyst allmennhet har aldri vært større. Da er det sannelig et tankekors at den yrkesgruppen som skal sørge for opplysningen, samtidig blir mindre og mindre.

# Siri Knudsen

## På jobb i Popsalongen

Forfatter: Thomas Nupen, Kristin Eriksen Vold, Ragna Marie Tørdal

[På jobb i Popsalongen \(72119\)](#)

På jobb i Popsalongen / video <http://ndla.no/nb/node/72108>

Hvordan blir et radioprogram til?



I desember 2010 fulgte vi Siri Knudsen på jobb i programmet *Popsalongen* i NRK P3. *Popsalongen* er et tre timers magasinprogram som handler om popkultur. P3 er NRKs musikkanal, og målgruppa er primært ungdom. P3 har hovedfokus på populærmusikk, humor og nyheter.

### Før sending

En stor del av arbeidsdagen til en radiomedarbeider foregår før sending. Når *Popsalongen* går på lufta kl. 13, har Siri allerede fire timer bak seg med research og utarbeiding av kjøreplan. De to første timene går med til å sjekke norske og utenlandske musikknettsteder på jakt etter aktuelle nyheter. I tillegg forbereder hun seg til intervjuet med dagens gjest.

Lydtekniker Helgar Torgvær gjør klar mikrofoner og instrumenter til musikere som skal spille "live" i studio. Han sørger også for at alle linjer mellom miksebord og studio er koblet opp. Siden artistene dukker opp underveis i programmet, må lydsjekken ofte gjøres i plateavspillingspausene.

### Kjøreplan

Før programmet går på lufta, blir det laget en *kjøreplan*. Kjøreplanen viser hvilke innslag som skal være med i programmet, hvor lenge hvert innslag varer, og hvilke lydkilder som skal brukes. Lydmikser legger de ferdiglagde lydklippen klar på harddisken.

Siden *Popsalongen* er et musikkprogram, får programlederen en halvferdig kjøreplan fra musikkavdelingen, hvor musikkinnslagene allerede er lagt inn. Programlederens jobb er da å legge inn studiostikk mellom musikkinnslagene. Et *studiostikk* er en monolog eller dialog som binder de ulike innholdselementene i programmet sammen. Dersom programlederen har invitert en gjest i studio, må dette innslaget også inn i kjøreplanen.

### I studio



### Popsalongen

Flere radiomedarbeidere er i sving når programmet *Popsalongen* går på lufta.

Direktesendt radio krever grundig forberedelse og byr på utfordringer underveis.



Hva er Popsalongen?



Hvem jobber i Popsalongen?



Programleder radio



Lydtekniker radio

Utfordringen for programlederen i *Popsalongen* er å snakke seg gjennom tre timers direktesending uten å miste fokus. Da er det viktig å være glad i å snakke og genuint interessert i det temaet programmet handler om. Selv om sendingen er godt planlagt, er det viktig å kunne snu seg kjapt dersom noe uforutsett dukker opp.

Lydmikseren Anders styrer programavviklingen og sørger for at alle lydinnslag går på lufta når de skal. I andre radiokanaler hender det at programlederen også har ansvar for denne jobben.

Kontakt med lytterne er viktig. Programlederen mottar en strøm av SMS-meldinger mens programmet pågår. Noen lyttere får tilbakemelding direkte på lufta, andre får svar via tekstmelding. Fortløpende kommunikasjon med lytterne er vanlig i direktesendt radio.



Lydmikser radio



Utfordringer under  
sending



Kontakt med lytterne



Artist i studio



Hvordan få jobb i radio?

## Lett å bli lurt på nettet

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Lett å bli lurt på nettet \(78937\)](#)



Det er lett å finne informasjon på Internett. Men ikke alt er til å stole på. Falske historier sprer seg som ild i tørt gress. Det er lett å gå i baret.



Om kildekritikk på Internett / audio

<http://ndla.no/nb/node/77322>

## Slappe journalister

Forfatter: Siri Knudsen

[Slappe journalister \(83813\)](#)



Siri Knudsen er en kjent stemme fra Popsalongen på NRK P3.  
Nå jobber Siri i Lydverket.

Her snakker hun om slappe journalister som lager saker basert  
på stoff som er klippet ut og limt inn.



Siri Knudsen

Late journalister / audio

<http://ndla.no/nb/node/79123>

## Nyhetsverdi eller grafing?

Forfatter: Siri Knudsen

[Nyhetsverdi eller grafing? \(85274\)](#)



Siri Knudsen er en kjent stemme fra Popsalongen på NRK P3. Nå jobber Siri i Lydverket. Her kommenterer hun hvordan mediene dekker terrorhandlingene 22. juli.

Aviser, radio, TV og nettsteder flommer over av informasjon om mannen som står bak terrorhandlingene. Hvor går grensen mellom journalistikk og sladder?



Siri Knudsen

Nyhetsverdi eller grafing? / audio

<http://ndla.no/nb/node/85272>

### Til ettertanke

Mange journalister står i kø for å intervju mannen bak terrorhandlingene 22. juli når perioden med brev- og besøksforbud er over. Hva synes du om det?

Les bloggen [Snever journalistikk må vike.](#)

## Krise eller underholdende tabber?

Forfatter: Siri Knudsen

[Krise – eller underholdende tabber? \(87396\)](#)



Siri Knudsen er en kjent stemme fra Popsalongen på NRK P3.  
Nå jobber Siri i Lydverket.

Det er krevende å jobbe med direktesendt radio og TV. Ingenting  
bør gå galt.

Men ofte er det tabbene vi husker best!

Siri Knudsen



direktesendte tabber / audio

<http://ndla.no/nb/node/87393>

## Lavkarbo eller lavmål?

Forfatter: Siri Knudsen

[Lavkarbo eller lavmål? \(88506\)](#)



Av og til kan det virke som mediene jager i flokk. Denne høsten handler alle avisforsider og i alle debattprogrammer om kosthold og lavkarbodietter.

Blir vi klokere av det, eller kan vi like godt lytte til dyrene i Hakkebakkeskogen?

*Siri Knudsen er en kjent stemme fra Popsalongen på NRK P3.  
Nå jobber Siri i Lydverket.*

Siri Knudsen



Lavkarbo eller lavmål? / audio

<http://ndla.no/nb/node/88504>

## **Journalist eller kjendis?**

Forfatter: Siri Knudsen

[Journalist eller kjendis? \(91574\)](#)



Journalister som intervjuer journalister om hva de følte da de satt ansikt til ansikt med drapsmannen. Er det god journalistikk?

Står journalistene i fare for å skygge for sitt eget budskap?

*Siri Knudsen er en kjent stemme fra Popsalongen på NRK P3.  
Nå jobber Siri i Lydverket.*

Siri Knudsen



*Journalist eller kjendis? / audio*

<http://ndla.no/nb/node/91519>

## Nyttårsønske for norsk journalistikk

Forfatter: Siri Knudsen

[Nyttårsønske for norsk journalistikk \(92809\)](#)



I disse dager er mediene opptatt av hvilke nyttårsforsetter norske kjendiser har. Kanskje blir vi andre håpe på et "tyngre år" for norsk journalistikk i 2012, der alt stoff om slanking, kosthold og trening blir erstattet av interesse for mer dyptgående samfunnssproblemer?

*Siri Knudsen er en kjent stemme fra Popsalongen på NRK P3.  
Nå jobber Siri i Lydverket.*

Siri Knudsen



*Nyttårsønske / audio*

<http://ndl.no/nb/node/92804>

## **Oops!...I Did It Again.**

Forfatter: Siri Knudsen, Ragna Marie Tørdal

[Oops! ... I Did It Again \(94871\)](#)



En amerikansk radiostasjon fant det for godt å spille låten "It's Raining Men" mellom nyhetsinnslagene fra angrepet på World Trade Center 11. september 2001. Siri Knudsen har flere eksempler på tabber som skyldes dårlig dømmekraft av dem som arbeider i radio og aviser.

*Siri Knudsen er en kjent stemme fra Popsalongen på NRK P3.  
Nå jobber Siri i Lydverket.*

Siri Knudsen



Når sammenhengen blir feil / audio

<http://ndla.no/nb/node/94864>

## Mediekarikaturer

Forfatter: Siri Knudsen  
[Mediekarikaturer \(97833\)](#)



Mediene har en tendens til å framstille kjente personer på en ensidig måte. Men de fleste av oss er sammensatte personer med ulike egenskaper.

Det fikk Siri erfare da hun intervjuet artisten Susanne Sundfør.

*Siri Knudsen er en kjent stemme fra Popsalongen på NRK P3.  
Nå jobber Siri i Lydverket.*

Siri Knudsen



*mediekarikatur / audio*

<http://ndla.no/nb/node/97832>

## Hvor mye er nok?

Forfatter: Siri Knudsen

[Hvor mye er nok? \(98837\)](#)



Det er ikke alltid like lett å vite hvor grensen for mediedekning går. I Norge diskuterer vi hvor mange detaljer fra rettssaken etter 22. juli som skal sendes direkte på fjernsyn. I USA er fjernsynsselskapet CBS stevnet for retten for å ha vist puppen til Janet Jackson under Super Bowl i 2004.

*Siri Knudsen er en kjent stemme fra Popsalongen på NRK P3.  
Nå jobber Siri i Lydverket.*



*Rettssaken mot ABB / audio*

<http://ndla.no/nb/node/98796>

## Helnorsk og halvnorsk

Forfatter: Siri Knudsen, Ragna Marie Tørdal

[Helnorsk og halvnorsk \(103333\)](#)



Når Ezinne Okparaebø vinner 100 meteren på Bislett er hun uten tvil norsk.

Så hvor går grensen mellom det å være norsk, helnorsk eller en person "av utenlandsk opprinnelse"?

*Siri Knudsen er en kjent stemme fra Popsalongen på NRK P3.  
Nå jobber Siri i Lydverket.*



Norsk eller utlending / audio

<http://ndla.no/nb/node/103330>

# Ærlighet varer lengst

Forfatter: Siri Knudsen, Ragna Marie Tørdal

[Ærlighet varer lengst \(106545\)](#)



Sommeren 2012 giftet artist Maria Mena seg med journalist Eivind Sæther. Artisten avslørte at de to var blitt kjærester, i et intervju med Siri Knudsen.



Ærlighet varer lengst / audio  
<http://ndla.no/nb/node/106524>



## Mediestemmer

Siri Knudsen er journalist i *Lydverket* og intervjuer mange kjente artister.

Denne uka snakker Siri om intervjueteknikk.

Hvordan får du en artist som Maria Mena til å åpne seg?

Noen journalister stiller overraskende spørsmål og håper at intervjuobjektet avslører seg.

Siri mener at ærlighet varer lengst.

## Årets mediehelt

Forfatter: Siri Knudsen, Ragna Marie Tørdal

[Årets mediehelt \(110932\)](#)



Siri Knudsen utroper VG-kommentator Frithjof Jacobsen til årets mediehelt. Foran åpent kamera tok han et oppgjør med det mediesirkuset han selv er en del av. Det står det respekt av.

Her kan du se et klipp fra programmet: [Frithjof Jacobsen i programmet Debatten](#)

**NDLAktuelt**

Dette er saken

I TV-programmet *Debatten* tok VG-kommentator Frithjof Jacobsen et kraftig oppgjør med mediesirkuset som fulgte da Roger Ingebrigtsen trakk seg som stortingskandidat for Troms AP.

En offentlig debatt om troverdigheten til jenta som varslet om tillitsbruddet, hadde da pågått i dagevis i aviser, på fjernsyn og i sosiale medier.



mediehelten / audio

<http://ndla.no/nb/node/110926>

# Nyhetsarkiv

## Yrke: Youtuber (mars 2015)

Forfatter: Jan-Arve Overland, Ragna Marie Tørdal

[Yrke: Youtuber \(141970\)](#)



### Yrke: Youtuber / aktualitet

<http://ndla.no/nb/node/141970>

«Youtuber» er Norges nyeste yrke. Mange unge mennesker trekkes til dette yrket fordi det er gøy. Men det kan også være big business.

Huskelappen

En «youtuber» er en videoblogger.

Noen youtubere tjener mye penger. De fleste gjør det fordi det er gøy.

### Hva er en «youtuber»?

En «youtuber» er en som blogger ved hjelp av videoer som legges ut, deles og kommenteres i et fellesskap, en «community», på YouTube. Det er ganske naturlig at denne kanalen blir valgt, siden den troner på toppen av de meste brukte nettsidene for barn og unge.

Youtuberne henvender seg direkte til mottakerne ved å snakke rett inn i kamera. En youtuber kan sammenlignes med en skuespiller. Forskjellen er at youtuberen selv velger hva han vil lage, mens skuespilleren blir ansatt til å gjøre noe andre har bestemt.

I dag er det kun noen hundre som har dette yrket i Norge. Av disse jobber 10 til 20 personer fulltid. De fleste startet for litt over ett år siden og har etter hvert begynt å tjene penger på virksomheten. Men det er ikke penger som er drivkraften for de fleste. Drivkraften er å ha det gøy og å underholde andre.

### Kanaler og abonnenter

19 YouTube-kanaler som er startet i Norge, har over 100.000 abonnenter.

20 kanaler har mellom 100.000 og 50.000 abonnenter.

58 kanaler har mellom 20.000 og 50.000 abonnenter.

### Alacho

Håvard Nordlie Mathisen, bedre kjent som Alacho på YouTube, har jobbet som youtuber i litt over ett år. Han har over 20.000 abonnenter på sine videoer, som først og fremst handler om spillet Minecraft. Han tjener i dag gode penger på det som etter hvert har blitt en fulltidsjobb.

### Kanaltyper

- gamere
- videobloggere
- prankkanaler (humor)
- humorkanaler
- sketchip-kanaler
- musikk-kanaler
- livsstilkanaler
- bilkanaler
- særinteressekanaler

Mathisen er toneangivende i Norge på området «gamer», og gjennom sin egen TV-kanal treffer han mange unge. I dag er han en av mange youtubere som holder til i Nordic Screens lokaler i Nydalen. Her er man i ferd med å bygge et miljø der unge youtubere kan møtes og gjøre hverandre gode, en form for multikanalnettverk for youtubere med over 150 medlemmer.



## Yrke: Youtuber / aktualitet

<http://ndla.no/nb/node/141970>

### Prebz og Dennis

Hvis du er over 25, så har du neppe hørt om dem, men Preben Fjell og Dennis Vareide, bedre kjent som «Prebz og Dennis», er blitt superkjendiser på kort tid blant de under 18. Disse gutta har i over to år underholdt med sine ablegøyer. De er de største innen den såkalte «Let's play»-sjangeren i Norge.

YouTube-kanalen til Prebz og Dennis har over 100.000 abonnenter, og over 3 millioner visninger i måneden. Under årets «YouTube Awards» for Norge, Gullsnutten, vant disse to guttene prisen for «Årets snutt» og «Årets Youtuber».

### Mest sett på YouTube

Musikkvideoen *The Fox* med Ylvis er den mest sette norske YouTube-videoen. Den er nå sett av nesten 500 millioner.

Mest sett av alle videoer er *Gangnam Style* med sørkoreanske PSY. Den har 2,2 milliarder visninger.

[Her er Norges beste youtubere](#)

[Per Fredrik har over 600.000 seere på Youtube](#)

### Penger å tjene

Hva er så motivasjonen til youtuberne? Er det penger og berømmelse, eller er det noen som oppriktig har noe på hjertet som de ønsker å formidle? I et intervju med NRK sier Andreas Hatlevik, manager for mange av youtuberne, følgende:

*«Det starter med hjertet, noe de brenner for, men på et eller annet tidspunkt så bruker du så mye energi på det at en har lyst til å tjene penger på det. Det er ikke noe feil med det.»*

Hvor kommer så pengene fra? Google har gjort det mulig å tjene penger på plattformen YouTube som YouTube-partner. Ifølge Bergens Tidende er det hemmelig og sterkt varierende hvor mye YouTubes partnere tjener, men de estimerer at det kan dreie seg om alt fra 1,50 til 18 kroner pr. 1000 visninger. Det skulle tilsi at man trenger minst 100 millioner visninger for å bli YouTube-millionær. Ifølge NRK tjener «Prebz og Dennis» over 150 000 kroner i måneden på det meste.

Den største i verden innen den såkalte «Let's play»-sjangeren er svenske Felix Kjellberg, også kjent som «PewDiePie». Over 32 millioner abоннерerer på videokanalens hans, og filmene er sett over 6,7 milliarder ganger. Han tjente hele 25 millioner kroner i 2013, ifølge teknologimagasinet Wired.

### Talent er kongen

Hatlevik har følgende gode råd til deg som har en youtuber i magen:

- Ikke gå inn for det på grunn av pengene, men fordi det er gøy.
- Gjør det fordi du ønsker å underholde folk.
- Ha tålmodighet, så er det stor sannsynlighet for at du slår igjennom til slutt – det er talentet ditt som teller.
- Vær den du er, og lev av hobbyen din.

Journalister har Vær Varsom-plakaten som sin yrkesetiske rettesnor. Hva så med youtuberne, har de sin egen yrkesetikk? Hatlevik sier følgende om dette:

*«YouTube har sine egne retningslinjer. Communityen er på en måte et stort dyr som med en gang du går over en strek på ulike måter og som de ikke aksepterer, vil du få veldig mange kommentarer i kommentarfeltet – veldig mange dislikes på det – på en måte gatas justis.»*



Svenske Felix

«PewDiePie» Kjellberg er størst i verden innen «Let's play»-sjangeren

## Oscar til The Imitation Game (febr. 2015)

Forfatter: Ragna Marie Tørdal  
[Oscar til The Imitation Game \(141611\)](#)



### Oscar til The Imitation Game / aktualitet

<http://ndla.no/nb/node/141611>

#### The Imitation Game

Filmen *The Imitation Game*, som er regissert av nordmannen Morten Tyldum, ble hedret med The Academy Awards, populært kalt Oscar, for beste tilrettelagte manus i 2015. Filmen var på forhånd nominert til hele åtte ulike priser, blant annet for beste regi.

Filmen er basert på en sann historie om matematikeren Alan Turing. Turing klarte å knekke det tyske krypteringssystemet Enigma under andre verdenskrig, men opplevde senere å bli strafferettlig forfulgt på grunn av homofili. Den britiske skuespilleren Benedict Cumberbatch spiller rollen som Turing i filmen.



### Oscar til The Imitation Game / aktualitet

<http://ndla.no/nb/node/141611>

#### Me and my Moulton

Torill Koves film *Me and my Moulton* ble også nominert til prisen for beste animerte kortfilm, men måtte se seg slått av den Disney-produksjonen *Feast*.

Kove fikk i 2007 Oscar for animasjonsfilmen *Den danske dikteren* som du kan se her på NDLA. Hun er også kjent for kortfilmen *Min bestemor strøk kongens skjorter*.

Dette er tredje gang en film med norsk regissør mottar Oscar.



Morten Tyldum og Janne Tyldum under utdelingen av Oscar-prisen i Hollywood i 2015.

Filmer av Torill Kove

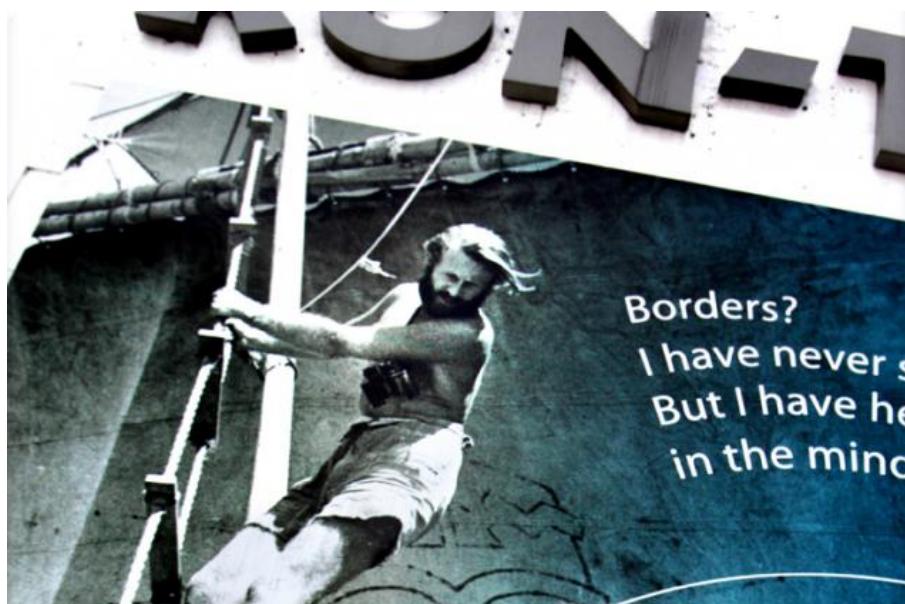
Du kan se to av Torill Koves prisbelønte filmer på NDLA film.

[Den danske dikteren](#)

[Min bestemor strøk kongens skjorter](#)

## Norske filmer nominert til Oscar

Fleire norske filmer har tidligere vært nominert til Oscar, blant annet ble studentfilmen [Tuba Atlantic](#) nominert til beste kortfilm i 2012. Norges første Oscar-vinner, Thor Heyerdahl, fikk Oscar for dokumentarfilmen [Kon-Tiki](#) i 1951. Under finner du en oversikt over norske filmer nominert til Oscar.



VINNER: «Kon-Tiki» (1950), regi Thor Heyerdahl. Vinner av kategorien beste dokumentarfilm i 1951.



NOMINERT: «Ni liv» (1957), regi Arne Skouen. Nominert i kategorien beste fremmedspråklige film.



NOMINERT: «Veiviseren» (1987), regi Nils Gaup. Nominert i kategorien beste fremmedspråklige film.



NOMINERT: «Søndagsengler» (1996), regi Berit Nesheim. Nominert i kategorien beste fremmedspråklige film.



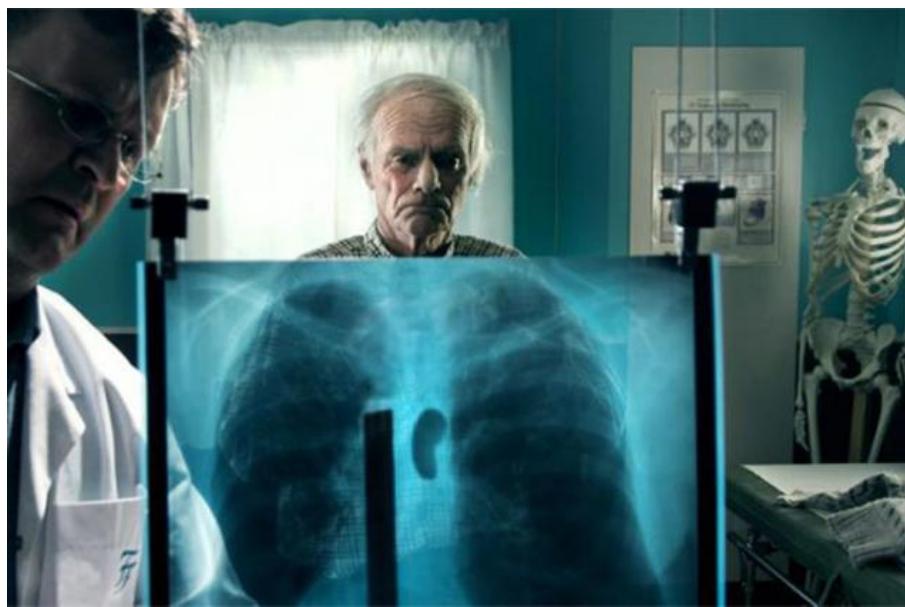
NOMINERT: «Min bestemor strøk kongens skjorter» (2000), regi norsk-canadiske Torill Kove. Nominert i kategorien beste animerte kortfilm.



NOMINERT: «Elling» (2001), regi Petter Næss. Nominert i kategorien beste fremmedspråklige film 2002.



VINNER: «Den danske dikteren» (2007), regi Torill Kove. Vinner i kategorien beste animerte kortfilm.



NOMINERT: «Tuba Atlantic» (2010), regi Hallvar Witzø. Nominert i kategorien beste kortfilm 2012.



NOMINERT: «Kon-Tiki» (2012), regi Joachim Rønning og Espen Sandberg. Nominert i klassen for beste fremmedspråklige film.



NOMINERT: «The Act of Killing» (2013), regi Joshua Oppenheimer. Nominert i kategorien beste dokumentar. Norske Piraya Film er medprodusent.



NOMINERT: «Me and My Moulton» (2014), regi norsk-canadiske Torill Kove. Nominert i kategorien beste animerte kortfilm.



VINNER: «The Imitation Game» (2014), regi Morten Tyldum. Nominert til åtte Oscar.  
Vinner i kategorien beste tilrettelagte manus.

Norske vinnere og nominerte gjennom tidene

# Statsbudsjettet varsler ny mediepolitikk (okt.14)

Forfatter: Ragna Marie Tørdal

[Statsbudsjettet varsler ny mediepolitikk \(137778\)](#)



Finansminister Siv Jensen offentliggjorde statsbudsjettet for 2015 onsdag 8. oktober 2014.

**I statsbudsjettet for 2014 går Regjeringen Solberg inn for å halvere momsen på nettaviser, fryse NRK-lisenzen på dagens nivå og redusere støtten til norske aviser.**

## Avismoms og kutt i mediestøtten

I statsbudsjettet for 2015 foreslår regjeringen å kutte mediestøtten med 16 prosent, eller 50 millioner kroner. Mediebedriftene har lenge kjempet for momsfritak på nettaviser, slik tilfellet til nå har vært for papiraviser. Nå kommer regjeringen dem delvis i møte ved at både papiraviser og nettaviser får en lav moms på 8 %.

Momsfritak og direkte pengeoverføringer i form av mediestøtte har vært viktige tiltak i norsk mediepolitikk siden 1960-årene. Målet har vært å opprettholde et bredt mediemangfold som sikrer at ulike stemmer kommer til orde i samfunnsdebatten.

– Å kutte 50 mill. i pressestøtten er dramatisk. Nå burde den plattformnøytrale pressestøtten fått virke og gi forutsigbarhet. Kuttforslaget gjør den digitale innovasjonen vanskeligere, spesielt i de mindre mediehusene, sier Didrik Munch, styreleder i Mediebedriftenes landsforbund.

Mediekommmentator i Dagbladet, Andreas Wiese, mener at å innføre moms på papiraviser vil være det samme som å underskrive dødsdommen for flere aviser. Leder i Norsk Journalistlag, Thomas Spence, sier til Nrk.no at det ikke virker som regjeringen forstår hvilke demokratiske oppgaver avisene utfører hver eneste dag, over hele landet.

**NDL Aktuelt**

## Dette er saken

Statsbudsjettet for 2015 ble offentliggjort denne uka.

I budsjettet varsler den blåblå regjeringen store endringer i norsk mediepolitikk.



## Ressurser

Les om blåbå mediepolitikk.

Du finner saken under relatert fagstoff.

Her kan du også lese om ordningene som i dag gjelder for mediestøtte i Norge.

## Oppgave

Les fagteksten om støtteordninger.

1. Hvilke støtteordninger gjelder for norske aviser i dag?
2. Hva var begrunnen for at disse støtteordningene ble opprettet på 1960-tallet?

3. Les hva mediekommunikatorene i norske nettavisar mener om regjeringens forslaget til mediestøtteordninger i statsbudsjett for 2015.  
Hvilke synspunkter kommer fram her?

## Opposisjonen ønsker bredt forlik

Sosialistisk Venstreparti, Arbeiderpartiet og Senterpartiet ønsker momsfritak også på nettavisar. De begrunner dette med at mange aviser sliter økonomisk og derfor har sett seg nødt til å si opp redaksjonelle medarbeidere. De tre opposisjonspartiene vil også beholde pressestøtten slik den er i dag, og hjelpe små aviser til å omstille seg til nettavisar.

Dersom partiene Venstre og Kristelig Folkeparti er enige i dette, vil den blåblå regjeringen få problemer med å få vedtatt forslaget til mediebudsjett i Stortinget i høst.



## Mediepolitikk / h5p\_content

<http://ndla.no/nb/node/137802>



For å hindre avisdød vil SV, Ap og Sp innføre felles nullmoms i et nasjonalt medieforlik. Fra venstre Bård Vegar Solhjell (SV), Marit Arnstad (Sp) og Arild Stokkan Grande (Ap).

## Mediepolitikk og allmennkringkasting

Allmennkringkasting har under skiftende regjeringer blitt sett på som et viktig virkemiddel for å sikre overordnede mediepolitiske målsettinger. Begrepet allmennkringkasting brukes om kringkastingskanaler som har særlege forpliktelser overfor publikum. I Norge har vi fire allmennkringkastere: NRK, TV 2, Radio Norge og P4. Av disse er det kun NRK som finansieres ved hjelp av kringkastingslisens. De øvrige kanalene er reklamefinansierte. Ifølge medietilsynet kan kravene til en allmennkringkaster være:

- Sendingene skal kunne mottas av hele befolkningen.
- Sendingene skal inneholde en variert programmeny med programmer for brede og smale lytter-/seergrupper, herunder barn og unge, den samiske befolkningsgruppe, etniske og andre minoriteter.
- Det skal være daglige nyhetssendinger og solid, løpende orientering om viktige samfunns- og kulturspørsmål, nasjonalt og internasjonalt.
- Allmennkringkastingsprogrammene skal bidra til å styrke norsk språk, identitet og kultur.
- Allmennkringkastingskanalene skal ha redaksjonell selvstendighet.

## Fryser NRK-lisensen

I statsbudsjettet for 2014 foreslår regjeringen at NRK-lisensen frysas på dagens nivå. Som følge av generell prisstigning betyr det at NRK får færre penger til å produsere programmer for i 2015. Ledende Høyre-politikere mener at NRK på sikt må belage seg på lavere lisensinntekter.

– NRK-lisensen vokser jevnt og trutt, litt beskyttet fra all annen utvikling i økonomien. NRK kan ikke regne med en tilsvarende vekst i lisensen fremover, sier mediepolitisk talsperson Kårstein Eidem Løvaas i Høyre til Dagens Næringsliv.

NRK som offentlig allmennkringkaster har tradisjonelt hatt en sterkt posisjon i Norge. En meningsmåling i 2014 viser at 74 % mener de får mye igjen for lisenspengene. Ifølge Nrk.no er Sveits er det eneste landet i Europa der innbyggerne betaler mer for offentlig kringkasting enn i Norge. Etter Norge følger Storbritannia og Østerrike.



## Ressurser

[Stortingsmelding 30 om allmennkringkasting](#)

## Ressurser

Les Sven Egil Omdals mediekommunikasjon *To kill a licence*.

FrP har tidligere tatt til orde for å fjerne hele NRK-lisensen. Spørsmålet om Norge fortsatt skal ha en sterk offentlig kringkaster blir derfor også en viktig mediepolitisk debatt denne høsten.



Allmennkringkastere / h5p\_content  
<http://ndla.no/nb/node/137800>

**Saksgangen**

The diagram illustrates the legislative process (Saksgangen) in the Norwegian Parliament (Stortinget). It starts with a proposal (Henvendelse fra Partiet) and follows a path through various stages: Innføring (Introduction), Etterhenvendelse (Follow-up), Prøve (Trial), Opprettende behandling (Establishment), Innføring i Stortinget (Introduction to the Storting), Opprettende behandling i Storting (Establishment in the Storting), and Innføring i Mønstring (Introduction to the Committee of Scrutiny). The process ends with a final decision (Forskrift vedtatt).

*Saksgangen i Stortinget.  
Klikk på bildet for å se en større versjon.*