

VÅLDSSKILDRINGSRÅDETS SKRIFTSERIE NR. 31 2004

MER TECKNAT...?

Animerade TV-program - marknad, utbud, barn, föräldrar. Av Cecilia von Feilitzen





103 33 Stockholm

Besöksadress: Regeringsgatan 30-32, plan 4

Tel 08-405 30 21, fax 08-20 15 64

e-post: ann-katrin.ageback@culture.ministry.se

www.sou.gov.se/valdsskildring

INNEHÅLL

FÖRORD	7
INLEDNING	9

Syfte och undersökningsområden	9
Bakgrund	10
”Mer tecknat?”	13
Vad är animation?	16
Olika typer av animation	19

ETT: MARKNAD

Produktion, penetration och försäljning	27
USA	27
Övriga världen	32
Små länder	34
Inköp och policy för animerade program i några TV-kanaler i Sverige	36
Frågor till inköpare	38
Inköparnas svar	39
Omvärld och förändring	39
Produktion, försäljning, inköp och bearbetning	42
Kostnader	49
Andra arbetsvillkor	51

<i>Målgrupper och målsättning för de animerade barnprogrammen</i>	55
<i>Publiken</i>	59
<i>Övrigt</i>	61
Sammanfattande ord	61

TVÅ: UTBUD

Syfte och frågeställningar	64
Val av TV-kanaler och undersökningsperiod	65
Representativitet och generaliserbarhet	67
Definition och urval av animerade TV-program	69
Resultat	73
<i>Mängden animation</i>	73
<i>Animationstekniker och genrer</i>	76
<i>Produktionsland och produktionsår</i>	80
<i>Målgrupper och sändningstid</i>	84
<i>Språkbearbetning och tempo</i>	91
<i>Målsättning och innehåll</i>	101
<i>Huvudfigurer</i>	104
<i>Barn eller vuxna?</i>	104
<i>Markant mansdominans</i>	105
<i>Förhållande till land, nationalitet och klass</i>	111
<i>Andra värderingar</i>	115
<i>Fysiskt våld</i>	116
Sammanfattning	126

TRE: BARN

Tittarsiffror för de animerade TV-programmen	132
SVT	134
<i>De animerade programmen</i>	134
<i>Exempel på tittarsiffror</i>	136
TV4	137
<i>De animerade programmen</i>	137
<i>Exempel på tittarsiffror</i>	137
TV3	138
<i>De animerade programmen</i>	138
<i>Exempel på tittarsiffror</i>	139
Kanal 5	140
<i>De animerade programmen</i>	140
<i>Exempel på tittarsiffror</i>	141
Sammanfattning om tittarsiffror – och hur många är 1 procent?	142
Ser barn mer på animerade program än på live action-program?	144
Frågor till barn	147
Frågeställning och metod	147
Barnens svar	151
<i>Vad är tecknade program?</i>	151
<i>Skäl till att barnen tyckte om/inte tyckte om animerade program</i>	153
<i>Formatet</i>	154
<i>Barns utveckling</i>	155
<i>Humor</i>	159
<i>Vardagsäventyr, fantasier, drömmar</i>	162
<i>Starka känslor</i>	163

<i>Disney</i>	167
<i>Pokémon</i>	172
Sammanfattning och efterord	176

FYRA: FÖRÄLDRAR

Syfte och frågeställningar	184
Metod	186
Resultat	186
<i>Hur ofta ser man tillsammans?</i>	186
<i>Lämpliga animerade program</i>	188
<i>Vilka lämpliga program?</i>	191
<i>Varför lämpliga?</i>	194
<i>Olämpliga program</i>	197
<i>Vilka olämpliga program?</i>	201
<i>Varför olämpliga?</i>	202
<i>Animerade program som barnet inte velat se</i>	203
Sammanfattning	206

FRAMTIDA FORSKNING

Framtida forskning	212
--------------------	-----

BILAGOR

Bilaga 1. <i>Genomsnittlig andel tittare på animerade TV-program den 29/1 – 4/2 2001, efter ålder</i>	220
Bilaga 2. <i>Metod, urval och bortfall i föräldraundersökningen</i>	226
Noter	232
Referenser	234

FÖRORD

Våldsskildringsrådets nya vidgade uppdrag innebär bland annat att rådet ska ”vara expert på medieutvecklingen och dess konsekvenser för barn och unga”. En återkommande fråga till rådet när det gäller medieutbudet för barn är tecknade filmer och program. Animerade och tecknade program är därför temat för rådets nya skrift, och fokus ligger på det utbud som visas i TV, eftersom TV utgör det bildmedium som dominerar barns medievardag.

Det är inte länge sedan tecknade/animerade program i TV utgjorde exklusiva undantag i utbudet. Barn (och vuxna!) kunde hinna längta till julaftonens tecknade Disney-program, eller till andra sällsynta TV-stunder med tecknade program. I början av 1980-talet sändes 1-2 timmar animerade barnprogram under en vecka. Glada tillrop som ”Skynda! Kom! Det är tecknat på TV!” hörde till det normala i en barnfamilj.

I dag är situationen annorlunda, utbudet är närmast obegränsat genom tillkomsten av kabel- och satellitkanaler och speciella betalkanaler för barn. Globaliseringen av mediemarknaden har också bidragit till en ökning av animerade program eftersom sådana program anses internationellt gångbara, de kan ses av barn i alla länder oberoende av kulturell bakgrund och språk.

Hur ser då marknaden ut i Sverige, vad innehåller de animerade program som visas på TV och hur upplever och påverkas barn av innehållet i dem?

Våldsskildringsrådet har gett lektorn och forskaren Cecilia von Feilitzen i uppdrag att försöka besvara dessa frågor. von Feilitzen är en av landets främsta experter på barn och medier och har varit knuten till Våldsskildringsrådet som expert sedan dess start 1990. Med denna skrift utför von Feilitzen ett pionjärbete. Med tidigare internationell forskning som grund och referensram beskriver hon dagens svenska situation kring inköpsrutiner för tecknade/animerade program i TV samt analyserar en veckas utbud i de fem största kanalerna. Hon låter också barn och föräldrar komma till tals om hur de upplever de tecknade/animerade programmen.

Studien ger många svar, men den väcker ännu fler frågor. En nyfikenhet att få veta mer väcks ständigt och det finns onekligen mycket kvar att forska kring. Skriften avslutas följaktligen med en lista över områden som är värda vidare uppmärksamhet ... det är bara att låta sig inspireras!

Som alltid i de skrifter Våldsskildringsrådet publicerar står författaren för skriftens innehåll och slutsatser. Rådet ansvarar dock för slutredigeringen av texten i samråd med författaren.

Inger Segelström
ordförande

Ann Katrin Agebäck
kanslichef

INLEDNING

SYFTE OCH UNDERSÖKNINGSOMRÅDEN

Denna skrift presenterar en pilotstudie av animerade TV-program. Studien består av fyra delar:

- 🎯 en översiktlig orientering om den internationella marknaden för animerade TV-program samt ett avsnitt om inköp av animerade program till några TV-kanaler i Sverige
- 🎯 en genomgång av animerade TV-program sända under en vecka i SVT1, SVT2, TV4, TV3 och Kanal 5
- 🎯 siffror om barns tittande på animerade TV-program samt frågor till ett mindre antal barn om varför de tycker om (inte tycker om) sådana program
- 🎯 frågor till föräldrar om deras åsikter om animerade TV-program för barn

Genomgående tas också upp exempel på tidigare forskning på området. Tidigare forskning utgör följaktligen inte en samlad del utan är utspridd i texten.

Syftet med studien är inte att ge definitiva svar utan i första hand

att ringa in frågor som kan vara intressanta att följa upp i framtida undersökningar.

BAKGRUND

Mängden tecknade och på annat sätt animerade TV-program och filmer ökar i världen. Det gäller framför allt program och filmer för barn, men också för vuxna. En viktig orsak till ökningen är de nya animationstekniker som digitaliseringen möjliggjort, men datoranimation har också underlättat traditionella animationsmetoder betydligt.

Kopplat till tekniken är ekonomin. Även om animerade program och filmer fortfarande ofta är mycket dyra att producera, ofta dyrare än program/filmer med levande människor, är datoranimation långt mindre tidsödande (och därmed billigare) än traditionell animation där filmen produceras ruta för ruta (24 rutor per sekund för vanlig film, 25 för videofilm).

Det är också generellt sett mycket billigare att köpa in program jämfört med att producera egna. Eftersom animerade program och filmer i allt större utsträckning erbjuds på världsmarknaden får de, om de köps av andra mediebolag, en större publik, varför den animerade TV-produktionen eller filmen som sprids till flera länder kan återbetala sig många gånger om.

Ytterligare en orsak till ökningen av animerade program, sammanvävd med tekniken och ekonomin, är det allt mer globala TV-flödet. Satellit-TV-kanaler som sänder över flera länder sänder t.ex. gärna animerade barnprogram eftersom de antas kunna tas emot av barn oberoende av kulturell bakgrund. Bara lokal språklig versionering behövs – det vill säga dubbing, ‘voice over’ (berättarröst) eller textning – och vissa animerade program görs också utan tal med bara ljudeffekter och musik.

Även nationella TV-kanaler i många länder sänder i ganska stor

utsträckning importerade utländska animerade barnprogram. Bortsett från lägre kostnader för sändningsrätt än egenproduktion tror man sig veta att barn särskilt gillar tecknat/animerat.

Situationen har förändrats över längre tid också i Sverige. I början av 1980-talet när vi bara hade två public service-kanaler i SVT sändes 1-2 timmar animerade barnprogram och andra kortfilmer sammanlagt i veckan (Andrén et al 1986). Enligt en undersökning av utbudet i SVT:s båda kanaler och i TV4 och TV3 under en vecka 1995 fanns långt fler animerade barnprogram, framför allt i TV3 (von Feilitzen u a).

Som den här studien kommer att visa är utbudet animerat ännu mer utbrett i vissa av de större TV-kanalerna i Sverige i början av 2000-talet. Det finns också andra kanaler som sänder animerade program. Uppmärksammade har t.ex. varit de tecknade programmen *Beavis and Butthead* i MTV (en kanal som når 46% av befolkningen i Sverige, MMS 2001a). Vidare sänds i Sverige bl.a. de fyra USA-baserade barn-TV-kanalerna Cartoon Network, Disney Channel, Fox Kids/Family Network¹ och Nickelodeon (av dessa kan Cartoon Network ses av 11% av befolkningen i Sverige, medan färre prenumererar på de övriga tre, ibid.)

Ett intressant resultat 1995 var att de animerade barn-TV-programmen i TV3 inte annonserades (eller av forskargruppen som kodade programmen inte kunde avgöras) vända sig till någon speciell åldersgrupp – det vill säga till förskolebarn respektive 7-12-åringar eller liknande – utan var lagda i block riktade till alla barnåldrar så som traditionen varit i USA:s större TV-kanaler på lördags- och söndagsförmiddagarna (von Feilitzen u a).

Animerat innehåll erbjuds, som nämnts, också i allt fler filmer på bio och video, liksom i 1990-talets nya stora barn- och ungdomsmedium – TV- och datorspel. En hel del programserier och filmer har också sina upphov i de elektroniska spelen och särskilt om det är fråga

om storsatsningar finns det licensierade kringprodukter – leksaker, märken, kort, kläder, m.m. – som hör till programserien/filmen/spelet. Dessa animerade program, filmer och spel, som i sig blir reklam för uppföljarna i samma serie, har också i allmänhet webbsidor, nyhetsgrupper och annat dylikt på Internet för intresserade.

Tecknat och animerat i medierna har alltså kommit att utgöra en allt större del av barns vardag i Sverige. Å andra sidan har barns läsning av vissa tidningar minskat, sett över de senaste decennierna, liksom i någon mån deras bokläsning, varför barn läser tecknat i serietidningar, seriealbum och seriestrips i mindre omfattning än förr (Filipson 1999, Carlsson et al 2002, *Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2002*, *MMS Barnbarometer 2002/2003*).² Även om sådan serieläsning tidigare legat högt i Norden har den dock aldrig på långt när kvantitativt sett motsvarat barns användning av animerat innehåll i visuella och digitala medier i dag.

Relativt lite forskning existerar om barn och hela denna växande animerade värld av rörliga bilder. Man kan också utifrån tidigare studier anta att en hel del föräldrar inte är så beivrade i animerade TV-program eftersom föräldrar inte brukar titta så ofta på barnprogram i TV. Redan när vi hade färre TV-kanaler var det vanligare att barn såg på barnprogram i TV ensamma eller tillsammans med andra barn än tillsammans med föräldrarna (t.ex. Schyller 1989). Detta förhållande har med stor sannolikhet blivit ännu mer utbrett och torde mer än tidigare också gälla vuxenprogram. I dag har nämligen den absoluta majoriteten barn och ungdomar tillgång till mer än en TV-apparat hemma. T.ex. uppgav 2002 10-20 procent av 9-14-åringarna att de bara hade en TV-apparat i hemmet. Nästan 40 procent hade i stället två TV-apparater och nästan 50 procent tre eller fler TV-apparater (*Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2002*).

Det innebär också att barn och unga ofta har TV i det egna rummet. 1997/98 sade 64 procent 15-16-åringar i södra Sverige att de

hade TV i sitt rum. Motsvarande siffror var för 12-13-åringar 51 procent, för 9-10-åringar 37 procent och för 6-7-åringar 25 procent (Livingstone, Holden & Bovill 1999).

Mycket tyder på att åtskilliga föräldrar inte heller är särskilt orienterade om vad TV- och datorspelen innehåller (t.ex. Casas 2000), eller för den delen spelen på Internet eller annat barn och unga sys-slar med på Internet (Bjørnstad & Ellingsen 2002, SAFT-projektet 2003). Däremot vet föräldrar antagligen mer om vad åtminstone de yngre barnen ser på video och bio, eftersom barns biogående och videotittande kräver en större insats från vuxna.

”MER TECKNAT?”

I olika barnundersökningar utförda vid Publik- och programforskningsavdelningen vid Sveriges Radio under 1960-, 70- och 80-talen var det nästan ett mantra att föräldrar – i slutet av formuläret eller intervjun där tillfälle gavs att önska sig något av TV för barn eller ge andra synpunkter än frågorna gällt – svarade: ”Mer tecknat!”

Nu finns det otvivelaktigt mer tecknat i TV. Önskar föräldrarna fortfarande mer? Sannolikt inte. Enligt en notis i *Berlingske Tidene* den 18 januari 2002 hade barn-TV-kanalen Fox Kids låtit göra en gallundersökning i Danmark, där 404 föräldrar till barn i 3-12-årsåldern fick prioritera bland femton påståenden om vad som är bra barnprogram. Enligt tidningens tolkning³ anser föräldrarna att program som riktar sig till barn ska uppmuntra barn till att tänka själva, att de ska vara fria från våld och att de inte får innehålla dåligt språk. Föräldrarna ska kunna känna sig trygga så att de kan låta barnen sitta ensamma framför TV-apparaten. ”Att en TV-kanal visar tecknad film hela dagen är inte något som gör den framgångsrik bland danska föräldrar. Faktiskt är det det värsta den kan göra, om man ska tro undersökningen ...”⁴ skriver tidningen (återgivet i *Medier i Norden* 2002).

Troligtvis är det i dag inte ”mer tecknat” som föräldrarna efterlyser utan vissa typer av tecknat.

Och vad innebär den större mängden tecknade/animerade program för barnen? De tidigare önskemålen om ”mer tecknat” tyder otvivelaktigt på att barn gillar tecknat. Men detta behöver inte alltid stämma, i alla fall inte för yngre barn. Jag har hört om en 5-årig pojke som grät över *Tom & Jerry*, därför att han tyckte synd om katten. På bio har jag varit med om att många 7-åringar med föräldrar i sällskap både varit ledsna och inte förstått *Tintin*-filmer, och en hel del barn gick innan filmen var slut. Det är riktigt att barn ofta har lätt att urskilja figurer i tecknade filmer och program, därför att de är tydliga, och det tycker barn om. Detta innebär också att de flesta barn i 5-årsåldern och som regel alltid i 6-årsåldern har insett att tecknade program/filmer är på låtsas eller fiktiva (t.ex. Rydin 1983). Barn tittar också ofta *uppmärksamt* på tecknat – men inte sällan beror det på tempot, det vill säga att de måste titta uppmärksamt för att försöka hänga med. Detta är inte detsamma som att barn alltid har positiva upplevelser. Med ett allt större utbud av tecknade program infinner sig också hos barn distinktioner – troligtvis tycker de, som föräldrarna, att somligt är bättre och somligt sämre.

En sak är vad barn upplever och uppfattar – en annan hur de påverkas. Man kan tro att eftersom barn relativt tidigt inser att tecknade program är på låtsas, och därför kan hålla distans, behöver man inte oro sig för påverkan (av t.ex. våldsinslag). Ett sådant synsätt tycks mig alltför enkelt. Eftersom barn många gånger har lätt att urskilja tecknat/animerat kan man också tänka sig att detta bidrar till större engagemang eller inlevelse – något som kan förstärka de intryck man tar (von Feilitzen & Linné 1974).

Många animationer är dessutom snarare gjorda för vuxna eller äldre ungdomar, inte för barn. Det var fallet med de tidigare animerade 1900-talsfilmerna för bio – som dock med TV:s spridning sänts



Bilden ur SOUTH PARK (Comedy central)

på ”barntillåten” tid. Det är också fallet med nyare animation, t.ex. *South Park* i TV och flera långfilmer på bio de senaste åren.

En annan viktig aspekt i sammanhanget är att med den digitala tekniken blir allt fler animationer allt mer realistiska, vilket innebär att insikten om att det är fiktion kan komma högre upp i åldrarna bland barn. Den distans som hänger samman med att man vet att det är på låtsas kan alltså bli svårare att upprätthålla. Exempel på mer realistiska animerade filmer är *Jurassic Park* (1993) och Disneys *Dinosaurier* (2000).

Mot bakgrund av det växande utbudet av animation är det av intresse att närmare studera sådant innehåll i rörliga bilder. Att valet för den här studien föll just på animerade TV-program beror dels på att TV är det medium barn använder överlägset mest. Trots elektroniska spel, datorer och Internet visar ingen forskning hittills att barns TV-tittande i genomsnitt minskat. Dels valdes animerade TV-program snarare än t.ex. videofilmer, eftersom man utifrån undersökningsresultaten ovan kan anta att många vuxna inte alltid har så stor inblick i det animerade TV-utbudet.

VAD ÄR ANIMATION?

Att animera innebär att ge själ, att levandegöra (av latinets ‘animus’ = själ, ande, liv). Adam Marko-Nord (2001a, s. 12) ger följande definition av animation: ”En illusionsskapande framställning av rörliga bilder där teckningar eller föremål som dockor eller lermodeller fotograferas för varje rörelsemoment.”

I den här skriften används ‘animation’ som huvudbegrepp. Det är den professionella termen bland yrkesverksamma inom medierna, men även hos allmänheten har det blivit relativt vanligt att använda uttrycket ‘animerade’ filmer och program, medan man tidigare mest talade om ‘tecknade’ filmer eller program. Det har alltid funnits fler

animationstekniker än att 'teckna' men med tiden har, som nämnts, allt fler animationsmetoder uppfunnits. Detta har även påverkat filmer och program som inte i huvudsak är animerade. Ta som exempel specialeffekter i många live action-filmer och program – specialeffekterna är inte sällan animation. Animation finns alltså i dag i hög grad inom lång- och kortfilmer och drama- och fiktionprogram producerade med levande skådespelare. Animation ingår också i mycket hög grad i rörliga reklambilder och till stor del i musikvideor. Dessutom är animationer vanliga i vinjetter, introduktioner och för- och eftertexter till många TV-program och filmer som inte i sig själva är animerade, liksom i illustrerande inslag i faktaprogram (t.ex. rörliga diagram i nyheter).

Frågan om vad som egentligen är skillnaden mellan live action-film och animation har också ställts, eftersom animerade specialeffekter numera blivit så viktiga i "vanliga" spelfilmer och dramatiserade program. Det går inte att föreställa sig vad utvecklingen inom animationen kan leda till. Under år 2001 lanserades långfilmen *Final Fantasy* vilken bygger på ett bästsäljande japanskt datorspel men är gjord enligt amerikanskt recept (Marko-Nord 2001b). Filmen, producerad med tredimensionell datoranimation, är det närmaste man kommit i fråga om att försöka efterlikna spelfilmen. Människorna i filmen ser nästan "verkliga" ut (med porer, skönhetsfläckar, hår som fladdrar i vinden, naturliga skrynklor på kläderna osv.). Man kan undra om levande skådespelare kommer att behövas i framtiden när fotorealistiska, datoranimerade "skådespelare", s.k. vactors, utvecklas ytterligare.

Men viktigt att understryka är att datoranimationen inte alls helt och hållet ersatt tidigare animationstekniker – det finns i dag en uppsjö nyproducerade rörliga bilder som görs med sedvanlig animation (se t.ex. Kleveland 2001). Inte bara olika innehåll utan också olika animationstekniker ger tittaren olika upplevelser.

Kanske ännu viktigare att framhålla är att målet med animationer oftast inte är att efterlikna verkligheten – i stället är det tvärtom, eftersom animationen som uttrycksmedel tillåter i det närmaste obegränsad fantasirikedom, märkligheter, önskade konstgjordheter, stiliseringar och förenklingar. Animation kan alltså låta konstnärens fantasi sprudla.

Det finns allt fler internationella föreningar, konferenser, tidskrifter, webbsidor och festivaler för dem som gör och är intresserade av animation. I Sverige existerar bl.a. Föreningen för Animerad Film (FFAF) med webbsidan Animatorget (<http://www.animatorget.com>) som säger sig innehålla den utförligaste beskrivningen av svensk animation från 1915 till i dag. Föreningen vill utveckla Animatorget med bl.a. fördjupad historisk forskning, interaktiv animationsskola och diskussionsforum. Svenska Filminstitutet har de senaste åren haft årliga seminariedagar om animation. En av de mer prestigefyllda internationella animationsfestivalerna är Annecyfestivalen i Frankrike. En engelsk filmvetenskaplig bok om animation, som författaren själv menar är den första som studerar det speciella animationsspråket och dess produktionsprocesser, hävdar att animation ger störst möjlighet att framhäva filmskaparens egenart och att utmana traditionella filmgenrer liksom live action-filmens förgrundsposition (Wells 2002). Intressant i sammanhanget är att – även om Walt Disney alltid framhållits som en mästare – det just i Japan finns många exempel på den från filmens område kända auteurteorin (om regissörens konstnärliga roll och betydelse för filmen) som kan tillämpas på författarna och formgivarna av datorspelen (Altgård 2000).

Men animationstekniker utnyttjas inte bara i konstnärligt syfte utan också i stor utsträckning av mediebolag med kommersiella avsikter. Även om animerade program och filmer, som nämnts, inte behöver vara billiga att göra, färdas de lätt över nations- och kulturgränser och är därför ofta inkomstbringande.

OLIKA TYPER AV ANIMATION

Animation är alltså ett vitt begrepp som omfattar många tekniker. Följande exempel är hämtade från en lista med animationsgloror av Marko-Nord (2001a, s. 12-14):

- ④ CGI ("computer-generated imagery"), datoranimation: *"Från det att de första kommersiella experimenten med datorgenererade bildelement gjordes i Disneyfilmen Tron (1982), har utvecklingen inom detta fält gått mycket snabbt. I långfilmen Toy Story (1995) skapades och animerades samtliga miljöer och figurer med datorer."*
- ④ Cell-animation: *"Det tekniska namnet för vad som vanligen kallas 'tecknad film' och som kommer av de genomskinliga ark som används att teckna på."*
- ④ Chroma key: *"En elektronisk metod för att lyfta ut vissa färg-element i en videosignal och ersätta med andra. På detta sätt kan flera olika bildelement kombineras till en enhet."*
- ④ Cut out-animation: *"Vanlig animationsteknik där tvådimensionella figurer av papper animeras mot en platt bakgrund."*
- ④ Direktanimation: *"Teknik där bild och ljud ritas direkt på filmremsan och dess ljudspår."*
- ④ Dockanimation: *"Att animera med tredimensionella dockor i scenografiska miljöer."*

- ☉ Leranimation: ”Animation med elastiska lerfigurer vilka kan omformas direkt framför kameran.”
- ☉ Multiplan: ”Animationsteknik där cell-animation, cut out eller annat filmas i en speciell ställning uppdelad i flera lager av glasskivor monterade i höjdled. Detta skapar en känsla av djup och perspektiv.”
- ☉ Pixillation: ”Animationsteknik där människor intar poser och filmas en ruta i taget.”
- ☉ Silhuettanimation: ”En animationsteknik [...] där utklippta papp- eller plåtfigurer belyses underifrån. Influerad av de kinesiska skuggspelen.”

Som framgår av listan kan animation vara både två- och tredimensionell (2D respektive 3D).

På motsvarande sätt som animerade inslag ingår i många lång- och kortfilmer, reklam, musikvideor och illustrerande inslag i faktagram, vilka inte i huvudsak är animation, finns en hel del barnprogram som kan upplevas som animerade trots att de inte är det (annat än kanske i något mindre avseende). Ett paradexempel är världssuccén⁵ *The Teletubbies* för barn mellan 2 och 5 år producerad av Ragdoll Productions för BBC. I centrum av programmet står de fyra ”teletubbiesarna” som ser ut som rörliga, ja, nästan levande leksaksdockor med en antenn på huvudet, en TV-ruta på magen och var sin personliga sak. De bor i Teletubbyland vars natur är mycket stiliserad och framstår som artificiell (Brenner, Erdholm & Fahlström 2001). Många vuxna jag talat med uttrycker sin förvåning över att programserien inte är animerad utan att ”teletubbiesarna” gestaltas av skådespelare i dräkter.

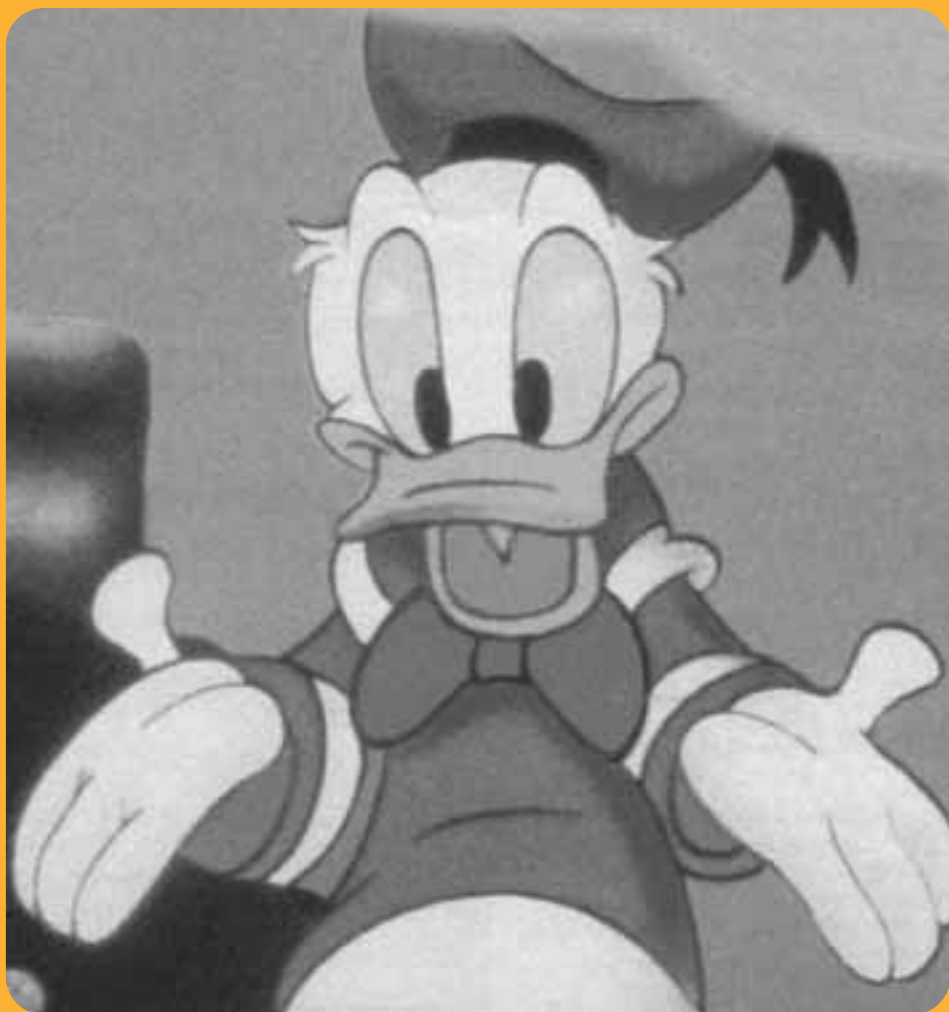


ETT:

MARKNAD

Det som de flesta i västvärlden först kommer att tänka på i samband med 'tecknat' eller 'animerat' är antagligen Disney. Det finns numera också en omfattande forskning om både personen Walt Disney och bolaget Disney, liksom analyser av Disneyprodukter. Dessa studier är såväl beskrivande som analytiska, såväl estetiska som ideologikritiska (men har till helt nyligen utelämnat barns tolkningar och upplevelser). En hel del av den existerande forskningen om personen, bolaget och dess produkter finns sammanfattad i Wasko (2001) och Drotner (2003).

Att denna Disneyforskning blomstrat är inte så konstigt med tanke på att The Walt Disney Studio officiellt startade 1923 i USA som en liten firma för tecknade kortfilmer att visas på biograf för vuxna före huvudfilmen, fick ett stort genombrott 1928 med figuren Musse Pigg i filmen *Steamboat Willie* (som var den första animerade filmen med ljud) (Crafton 1993, cit. i Fransson & Rimforsen 2003), gjorde den första tecknade långfilmen *Snövit och de sju dvärgarna* 1937 och därefter har utvecklats till ett globalt universum med mängder av kort- och långfilmer, serietidningar, seriealbum och små böcker, temaparker, satellit-TV-kanalen Disney Channel (1983), musik, Disney OnLine (1995), licensierade extraprodukter osv. (Drotner 2003). I dag är Disney det näst största underhållningsföretaget i världen och världens fjärde största medieföretag. Disneykonglomeratet omsatte år 2000-2001 mer än 25 miljarder US dollar (von



Bilden ur KALLE ANKA (Disney)

Feilitzen & Carlsson 2002). Eftersom tecknade filmer är dyra att producera är en nyckel till framgången – vid sidan av det kreativa tecknandet – att Disney redan 1930 upprättade licenskontrakt om ‘merchandise’, det vill säga försäljningsvaror såsom fristående Disneyfigurer, andra varor med Disneybilder och liknande som ger bolaget licensintäkter. Bolagets strävan har också varit, inte minst efter en omorganisation i mitten av 1980-talet, att öka antalet samarbetspartners och bolagens synergi (Drotner 2003).

Disneys kortfilmsfigurer – som Musse Pigg, Kalle Anka och Knattarna, Piff & Puff, Långben och Pluto m.fl. – behöver väl knappast någon presentation, liksom inte heller de flesta av Disneys långfilmer. Vid sidan om Disney finns flera andra bolag som tidigt började med tecknad kortfilm, ofta dock med mer aggressiva och hetsiga figurer än Disneys, som Tom & Jerry, Hacke Hackspett, Snurre Sprätt, m.fl. – alla i USA med start från 1930- och 1940-talen (Rönnerberg 1983).

Men animerad film började inte med Disney – experiment med animation är tätt sammanvävda med (och föregick i form av optiska experiment) filmens uppkomst och framväxt i slutet av 1800-talet och början av 1900-talet. Animerad film har inte heller bara funnits i USA utan i hög utsträckning även i Europa (inte minst Östeuropa) och Asien. De första riktigt kända tecknade karaktärerna anses vara Ko-Ko the Clown som skapades av Max Fleischer 1916 och Felix the Cat som kreerades 1919 av Otto Messmer (Crafton 1993, cit i Fransson & Rimforsen 2003). I Sverige var Victor Bergdahl först med att göra tecknad film – 1915 om Kapten Grogg (Sternier i Nationalencyklopedin 2000, cit. i Fransson & Rimforsen 2003). Och de animerade filmerna har, som sagt, ofta inte varit riktade till barn utan till vuxna eller till alla. Animation har också i mångt och mycket varit kopplad till konst och satir samt till intellektuella, politiska och revolutionära idéer.

PRODUKTION, PENETRATION OCH FÖRSÄLJNING

Den här studien är inriktad på animerade TV-program som i undersökningsveckan (se nästa kapitel) visade sig framför allt vara riktade till barn. Utvecklingen av animerade TV-program tog fart i och med TV:s tillkomst och framväxt och alldeles särskilt i och med satellit-TV-kanalernas etablering fr.o.m. 1980-talet.

USA

I och med satellit-TV:s etablering finns i de rikare delarna av världen också allt fler TV-kanaler riktade till barn. Från det att den första barn-TV-kanalen Nickelodeon startade 1979 i USA och t.o.m. år 2001 dök 113 särskilda kanaler för barn upp i Asien, Australien, Europa, Latinamerika, Mellanöstern och Nordamerika. Av dessa lanseringar har de ”tre stora”, det vill säga de så kallade globala USA-baserade barn-TV-kanalerna Nickelodeon, Disney Channel (inklusive Fox Kids, se not 1) och Cartoon Network, svarat för nästan hälften; de ägde 2001 helt eller delvis 54 barn-TV-kanaler runt om i världen. I länder där det inte är möjligt eller lönsamt att etablera en hel barn-TV-kanal sänder de tre stora ett block antingen i en satellitkanal eller i en nationell kanal (Westcott 2002). I Sverige, som exempel, sänder Kanal 5 ett morgonblock, *Cartoon Cartoons*, från Cartoon Network, medan block från Disney länge har ingått både i SVT och TV3.

En viktig orsak till lanseringen av alla dessa barn-TV-kanaler och

block är att barn allt mer ses som en köpstark grupp. I USA uppskattades barn år 2000 påverka köp enbart i det landet för omkring 500 miljarder US dollar om året och marknadsföringen till barn där fördubblades mellan åren 1992 och 2000 (Center for Media Education 2000).

När en TV-kanals sändningar ökar och kanalen drar till sig mer tittare, ökar också reklamintäkterna för kanalen. Nickelodeon t.ex, som sänder 16 timmar om dagen varje dag har blivit den TV-kanal i USA som får flest tittare i åldrarna 2-11 år och den inhöstar mer än hälften av reklam-TV-intäkterna i USA för denna åldersgrupp. Cartoon Network som är en relativ nykomling, och som sänder dygnet om hela veckan, har också sett omsättningen öka allt eftersom barn-TV-sändningarna ökar. Tillsammans uppskattas de båda kanalerna få 80 procent av barn-TV-reklamkakan i USA. Men programmen genererar inte bara reklamintäkter utan också ännu större inkomster från licensierade försäljningsvaror (videor, böcker, leksaker, kläder, m.m). USA uppskattas stå för två tredjedelar av den licensierade varumarknaden i världen, som har ett detaljhandelsvärde på omkring 175 miljarder US dollar (Westcott 2002).

Man kan också uttrycka det som den engelska tidskriften *Screen Digest* gjorde när den introducerade sin rapport *The Business of Children's Television* (1999) som är menad att vara ett strategiskt instrument för barn-TV-marknadens aktörer:

Children's television sells. Animation is one of the most exportable genres of programming, while pre-school phenomena like The Teletubbies shift millions of licensed products from the shelves of retailers ... [...] ... the main supporters of children's television – generalist broadcasters – are reducing their spending on the genre as their audiences fragment and the battle for prime-time audiences intensifies ... [...]. (Screen Digest 1999)

Nickelodeon, Disney Channel och Cartoon Network har spenderat mycket pengar på ny produktion för att fylla sina växande sändningar hemma och utomlands, och alla tre äger nu egna animationsstudior som producerar majoriteten av deras utbud (Westcott 2002).

De globala barn-TV-kanalerna har i USA medfört att de sedvanliga allmänna TV-kanalerna – ABC, CBS och NBC – har dragit ner på sin produktion av barnprogram som framför allt bestod av animerat på lördags- och söndagsmorgnarna. Om de alls sänder för barn längre, är många av deras serier producerade av de tre stora barn-TV-kanalerna. ABC sänder flera serier gjorda av Disneyägda studior, CBS:s barnblock består nu nästan bara av program från Nickeodeon och NBC har slutat att sända barnprogram och koncentrerar sig på tonåringar på lördagsmorgnarna (ibid). Public Broadcasting Service (PBS) med många förskolebarnprogram är den enda större TV-kanalen i USA som inte domineras av de tre stora. Emellertid har nyligen kritik riktats mot att även denna kanal, som har som mål att lära och vara utvecklande, av ekonomiska skäl börjat förlita sig på alltför mycket likartad underhållande animation till barn med därtill hörande försäljningsvaror i stället för att sända pedagogiska live action-serier (McGinn 2002).

Från flera andra håll i världen har på seminarier och i artiklar rapporterats om svårigheter för nationella TV-kanaler att upprätthålla barn-TV-produktionen i och med konkurrensen från satellit-TV och barn-TV-kanaler med mycket animerat. Det har också rapporteras från länder som aldrig haft någon stor egen barn-TV-produktion att de mer eller mindre enda möjligheterna att komma över eller ha råd med barnprogram är att köpa och sända utländska animerade sådana (von Feilitzen & Hammarberg 1996, von Feilitzen & Bucht 2001).

En forskningsstudie av public service-kanaler i Europa visade att proportionen utländska (oftast amerikanska) animerade barnpro-

gram ökade i förhållande till andra barnprogram i nationella kanaler under första hälften av 1990-talet (den period som studien omfattade), särskilt i de public service-kanaler som helt eller delvis finansieras genom sponsring och/eller reklam, samt i större utsträckning i södra än i norra Europa (Blumler & Biltereyst 1995). Med stor sannolikhet har trenden fortsatt och är likartad i många länder utanför Europa, men såvitt jag vet har inte motsvarande studier genomförts senare eller i andra regioner. Däremot finns forskningsartiklar från länder i Afrika, Asien och Latinamerika som nämner att barnprogram, om de finns, ofta består av utländska animerade program både i nationell TV och i satellit-TV (t.ex. Goonasekera 2000, Morduchowicz 2002, Wai 2002).

De tre stora sänder nämligen framför allt animerade barnprogram. I tabell 1 presenteras deras animationsproduktion och uppskattat antal barn-TV-timmar i deras respektive TV-bibliotek år 2001.

Tabell 1. De tre globala barn-TV-kanalernas produktion och innehav av program 2001

Barn-TV-kanal (startår)	Ägare	Animationsproduktion	Antal TV-timmar i biblioteket
Nickelodeon (1979)	Viacom Inc	Nickelodeon Studios, Klasky Csupo	2 150
Disney Channel (1983)	The Walt Disney Company	Walt Disney Animation (TV och film), Jumbo Pictures	1 100 + 2 750 producerade av Saban efter det att Disney 2001 köpte Fox Family Worldwide
Cartoon Network (1992)	Turner Networks som är del av AOL-Time Warner	Cartoon Network Studios + all animation från Hanna Barbera, Warner Bros och Metro Goldwyn Mayer	2 000

Källor: Westcott 2001a, 2002

Ur medieindustrins perspektiv är animation en ”attraktiv investering”, som tidskriften *Screen Digest* uttryckte det när den gjorde reklam för sin nya rapport *Animation. The Challenge for Investors* (*Screen Digest* 2001). I den rapporten kan man läsa att animationsmarknaden har ökat dramatiskt det senaste årtiondet, både för film och TV. Detta beror på att sådana filmer och barnprogram säljer över hela världen. Figurerna är ofta djur eller fantasigestalter varför de, liksom miljöerna, är mindre kulturbundna än i live action. Animation är också lättare att dubba än program med levande skådespelare. Dessutom har animerade program lång livslängd, för de kan repriseras oftare än någon annan TV-genre (den yngre barnpubliken förnyas ju cirka vart femte år). Animerade program kan också, om de är bra, skapa stora sidoinkomster genom videofilmer, tryckta medier, leksaker och andra licensierade aktiviteter. Vidare passar animation idealiskt på Internet (Westcott 2001b).

Det faktum att ägandet av transnationella mediekonglomerat successivt har koncentrerats och det faktum att konglomeraten lägger under sig allt fler TV-program och andra produkter har ytterligare konsekvenser. Mediegiganterna lägger ut delar av produktionen på en mängd mindre firmor i hela världen, varför det blir allt svårare att förstå vem som egentligen har gjort den animerade TV-serien. Dessutom köper konglomeraten upp copyrights (rättigheterna) som alltså försvinner från de ursprungliga manusförfattarna, animatörerna osv, och i förlängningen reduceras kraftigt de enskilda producenternas yttrande- och informationsfrihet.

ÖVRIGA VÄRLDEN

Kommer då de s.k. globala USA-baserade barn-TV-kanalerna att helt erövra världen?

Det finns flera faktorer som talar mot det. Även om USA dominerar den internationella marknaden av animerade TV-program har, framför allt under senare hälften av 1990-talet, japansk *anime* exporterats allt mer. Japan är kanske det land där tecknade tryckta serier (*manga*) och animation (*anime*) alltid varit mest populära och också har en stor vuxenpublik. Internationellt har det alltid funnits en liten grupp fans till denna omfattande japanska *manga*- och *anime*-kultur. Men det var först med fenomenet *Pokémon* som den japanska animationen fick sitt stora internationella genombrott. *Pokémon*-serien inspirerades av Nintendos TV-spel med samma namn. Intressant är dock, bör man tillägga, att *Pokémon* först bearbetades av och importerades till USA och sedan från USA har distribuerats över världen (Tobin 2002).

Efter det har andra japanska TV-serier, som t.ex. *Digimon* och *Dragon Ball Z*, importerats till USA och vidare distribuerats därifrån. De japanska serierna har i USA framför allt visats på Warner Bros och Fox marknät och på Cartoon Network på kabel-TV, där ett dussin japanska serier sändes t.ex. under hösten 2000 (Rutenberg 2001). En anledning till USA:s intresse för japanska TV-serier är att de attraherar pojkar som har växt upp med TV-spel och att spelen, leksaker och andra produkter kopplade till TV-serien kan öka försäljningen. Oftast är det nämligen USA-baserade konglomerat som skaffar sig rättigheterna till både distributionen och försäljningen av de japanska animerade programmen. Och det finns, som nämnts, visst samarbete även under produktionen (t.ex. i form av "glokalisering", det vill säga att "alltför" japanska drag tvättas bort för att serien ska gå hem bättre internationellt). En annan orsak är att import av japanska se-

rier blir billigare ur ett amerikanskt perspektiv. En genomsnittlig *Pokémon*-episod kostar för USA cirka 100 000 US dollar medan genomsnittskostnaden i USA att producera en egen originalepisod av ett tecknat program uppskattas vara cirka 500 000 US dollar (ibid). Dessutom har nya USA-produktioner influerats av – eller mer eller mindre kopierat – den japanska animationsstilen. Exempel är serien *Batman Beyond* (ibid) och filmer som *Matrix* och Disneys *Atlantis: en försvunnen värld* (Marko-Nord 2002).

Vid sidan av det japanska internationella genombrottet på animationsmarknaden, finns andra faktorer som talar mot att de tre s.k. globala barn-TV-kanalerna och deras animation kommer att erövra världen. När de tre stora har etablerat sig i andra länder är det trots allt inte dessa systerkanaler eller deras block i andra satellit- eller nationella kanaler som i allmänhet fått de högsta tittarsiffrorna om, och det är en viktig förutsättning, det finns nationella eller eventuellt andra TV-kanaler i landet som erbjuder barnprogram. I många länder har inte heller alla tillgång till satellit-TV.

Konkurrensen från de tre stora har också mobiliserat moteld. I England, Frankrike och Tyskland t.ex, har man startat egna barn-TV-kanaler. Dessutom görs allt mer animation medvetet som motstånd och med offentligt eller privat finansiellt stöd i flera europeiska länder samt i Kanada och i Australien. Att ge offentligt stöd till sådan egenproduktion övervägs också i bl.a. Kina och Sydkorea. Även om flera länder i Europa och vissa andra länder i världen alltid gjort animation har med dessa nya publika och finansiella initiativ många fler animerade timmar producerats. I Europa gjordes t.ex. cirka 800 timmar animation under 1999 med Frankrike och Spanien som de största producenterna, vilket troligtvis är mer än man producerade i USA eller Japan (varifrån statistik saknas). Denna europeiska produktion säljs också på världsmarknaden, varför konkurrensen till den överväldigande USA-baserade produktionen hårdnat (Westcott 2001b, 2002).

SMÅ LÄNDER

Situationen kan dock vara annorlunda för åtskilliga små länder som inte har råd med animerad egenproduktion. Ett av många exempel utgör Grekland med cirka 10 miljoner invånare. Efter Disneys omorganisation har Walt Disney International Company sedan slutet av 1980-talet utvecklat nya och aggressiva satsningar i Europa och i andra länder som även underlättats av de nationella ”avregleringarna” eller nyliberaliseringen av medierna i Europa. Medan Disney tidigare i Grekland främst bestod av tryckt material och filmer i de större städerna innebar Disneys invasion i Grekland under 1990-talet en komplett marknad av Disneyprodukter (se tidigare anm.) i massiv skala över hela landet: bio- och videofilmer, TV-program, serietidningar, böcker, album och flera tusen olika leksaker, kläder, skolsaker och al-lehanda andra produkter med Disneybilder (se tidigare anm.) som av forskare sammanfattats i meningen: ”Bolaget är budskapet” (Kaitatzi-Whitlock & Terzis 2001, s. 156). Direkt kopplad till denna invasion var en kraftig nedgång i den grekiska egenproduktionen av barn-TV-program och serietidningar, liksom en förändring i barns och ungas konsumtions- och fritidsvanor. Som ett av många tecken kan nämnas att Disneyinvasionen (se tidigare anm.) var en starkt bidragande orsak till att biograffilmssäsongen i Grekland utökades till årets alla tolv månader (ibid).

En viktig omständighet i förhållandet mellan medieglobalisering och små länder är också de enorma ekonomiska promoveringssatsningar som görs av stora transnationella medieföretag. Ruth Zanker (2002) har i ett forskningsprojekt ingående visat hur det egenproducerade magasinprogrammet *What Now?* för 6-12-åringar i Nya Zeeland under slutet av 1990-talet fick sämre sändningstider på grund av den intensiva lanseringen av globala hits som *The Rugrats* (animerad serie från Nickelodeon), *The Teletubbies* och *Pokémon*. Sämre sänd-

ningstider ledde helt naturligt till lägre tittarsiffror, samtidigt som ansvariga på det nationella TV-bolaget felaktigt argumenterade för att de nämnda globala serierna hade höga tittarsiffror. Det lokala magasinprogrammet inkorporerades slutligen i en global kampanj för Tazo-kort (för barn att byta med) och chips – med hjälp av *Looney Tunes* (äldre tecknade kortfilmer från Warner Brothers) och *The Simpsons* (animerad serie producerad av Saban Entertainment för Fox Network).⁶ Slutresultatet blev att den ursprungliga public service-serien *What Now?* mer eller mindre kvävdes, samtidigt som den mot producenternas vilja hade utnyttjats i samband med och för att lansera globala TV-serier.

Hur är då läget i Sverige? Sverige är ett litet land som producerar ytterst få egna animerade TV-program. I den tidigare nämnda studien av nationella TV-kanaler i Europa som visade att proportionen utländska animerade barnprogram ökade i förhållande till andra barnprogram i Europa under första hälften av 1990-talet framkom att de nordiska länderna var de som var minst påverkade av denna utveckling. I Norden hade de nationella barn-TV-redaktionerna i störst utsträckning lyckats bevara den ursprungliga public service-idén och hade fortfarande mycket egenproduktion, stor mångfald och jämförelsevis liten andel utländsk animation (Blumler & Biltereyst 1995).

Sedan den studien har det emellertid gått ganska många år.

Svenska analyser av TV-utbudet som helhet visar att TV i Sverige allmänt importerar många TV-program från USA. Det finns dock en skillnad mellan kommersiella kanaler, såsom TV3 och Kanal 5 där de USA-producerade programmen dominerar, och public service-kanaler som har en betydande andel program från andra europeiska länder. Från USA importeras främst TV-serier, såpor, sitcoms och långfilmer men även 'blandprogram' och tecknade barnprogram (Gustafsson 1995, Asp 2003).

INKÖP OCH POLICY FÖR ANIMERADE PROGRAM I NÅGRA TV-KANALER I SVERIGE

Eftersom animerade TV-program som sänds i Sverige med få undantag är inköpta från andra länder, var det intressant att få veta något om de svenska TV-kanalernas inköp av och policy för animerade program.

Tidigare forskning om detta är bristfällig. 1995 genomfördes en studie i Sverige om inköpsprocesser i allmänhet av program och filmer på åtta TV-kanaler som sänder i Sverige – SVT, TV3, TV4, Kanal 5, TV6, ZTV, TV1000 och Filmnet (Gustafsson 1995). 2003 gjordes också en journalistisk rapport om vilka faktorer som bestämmer fiktionsutbudet i SVT, TV3, TV4 och Kanal 5 (Grip 2003). Dessa studier urskilde dock inte särskilt barn-TV-program eller animerade program.

Den förstnämnda studien visade, som alla som arbetat vid TV-bolag vet, att det är förvånansvärt få personer som står för inköpen av program trots att dessa program ofta utgör en stor andel av kanalens totala utbud. Vidare framkom att inköpsorganisationen är störst på SVT. Inköparna där ansvarar för vissa bestämda språk- och genreområden. Mest handlade rapporten om hur inköpen går till. Alla intervjuade ansåg att konkurrensen på marknaden har ökat. Fastän det finns många program i världen är det ändå få som inköparna ansåg vara riktigt bra – och de programmen vill alla ha. Alla intervju-

ade betonade att de vill ha kvalitet på de inköpta programmen. Kvalitet bedömdes dock olika för olika genrer och på olika kanaler. Kvalitetskriterier som flera nämnde är programmets och de medverkandes professionalitet, liksom dess popularitet hos en stor publikgrupp, och det var inköparna på de kommersiella stationerna som var mer benägna att framhäva det sistnämnda. Ett annat kvalitetskriterium är trovärdigheten när det gäller människo- och miljöteckning. Andra kriterier kan vara att det finns välkända namn eller stora, kända, säkra leverantörer bakom produktionen. Åter ett annat kriterium är att det finns ett budskap som förmedlas. Ett kriterium som flera inköpare nämnde var också programmets ursprungsland, inte minst engelskspråkiga produktioner (USA, England, till en del Australien och Kanada). Man menade sig ha erfarenhet av att europeiska program från andra språkområden och kulturer inte går hem hos den svenska publiken. Planerad sändningstid och budgetstorlek är andra avgörande faktorer. Vid dyrare inköp kan systerkanaler (ingående i samma koncern) gå ihop, men det händer även att konkurrerande kanaler kan samarbeta vid vissa inköp, t.ex. genom att man delar på stora programpaket. Det hade SVT och TV3 samt TV1000 gjort i fråga om Disneypaket. Det händer också att nordiska kanaler går ihop om inköp.

De forskningsuppgifter som finns om inköp av barn-TV-program i Sverige gäller så långt tillbaka som 1976-77 när vi bara hade två SVT-kanaler (von Feilitzen, Filipson & Schyller 1977). En serie undersökningar från den tiden gäller även språkliga bearbetningar av inköpta program. Bl.a. visar de att barn upp till 9-10-årsåldern, men även många 11-åringar, inte hinner med att läsa när de utländska programmen är textade (t.ex. Schyller 1972, 1977).

FRÅGOR TILL INKÖPARE

Eftersom nästan alla i huvudsak animerade program i undersökningsveckan för den här aktuella studien är barnprogram kontakades vintern 2002 inköpare av barnprogram på SVT1, TV4, TV3 och Kanal 5 för intervjuer (i SVT2 sändes inga huvudsakligen animerade program – se nästa kapitel – främst beroende på att SVT:s barnprogram ligger i SVT1). SVT1 ställde upp på en personlig intervju som bandades, medan TV4 och Kanal 5 valde att besvara samma frågor per e-mail. Trots många påminnelser – och vänliga svar och ursäkter – hade TV3 inte tid att besvara frågorna.

Svar finns därför från representanter för tre TV-kanaler: Annika Cederborg vid SVT1, en av de båda nationella licensfinansierade marksända public service-kanalerna, Ingrid Arai vid TV4, den nyare nationella marksända public service-kanalen som är reklamfinansierad men inte har reklam riktad till barn, samt Katarina Eriksson vid Kanal 5, en av de stora privata reklamfinansierade satellitkanalerna som liksom TV3 sänder i Sverige från Storbritannien och har reklam för såväl barn som vuxna.

SVT1:s barnprogram var både live action och animerade och sändes under veckan på vardagar kl. 18-19.30, på lördags- och söndagsmorgnarna, samt i viss mån på helgens kvällar. TV4:s barnprogram var också såväl live action som animerade och sändes under veckan framför allt på lördags- och söndagsmorgnarna. Kanal 5:s barnprogram var (liksom TV3:s) helt och hållet animerade och sändes med något enstaka undantag varje morgon under veckan (se närmare nästa kapitel).

Det faktum att SVT:s inköpare intervjuades personligen innebär att SVT:s svar är långt utförligare än TV4:s och Kanal 5:s kortfattade e-mail-svar. En annan mindre bidragande orsak till SVT:s längre svar kan vara att inköparen där har arbetat längre tid än inköparna vid

TV4 och Kanal 5.

Att också veta vid läsningen av svaren är att SVT har två inköpare av barnprogram, varför vissa SVT-svar kunde ha blivit annorlunda om båda eller den andre intervjuats. Vid TV4, Kanal 5 (och TV3) finns endast en inköpare av barnprogram vid respektive kanal.

Som nämnts tidigare är studien av barn och animerade TV-program en förstudie. Det har inte varit möjligt att inom ramen för studien göra uttömmande och/eller uppföljande intervjuer med inköparna. Läsningen av deras svar väcker i stället nya väsentliga frågor att gå vidare med i framtida studier.

INKÖPARNAS SVAR

Frågorna återges ordagrant nedan men har grupperats i delvis annan ordning än i intervjuguiden, beroende på att det inte alltid gick att hålla isär svaren efter frågornas formuleringar. Detta har även medfört ett fåtal redigeringar av svaren som dock inte inverkat på sakinnehållet.

OMVÄRLD OCH FÖRÄNDRING

Vilka länder/produktionsbolag i världen dominerar försäljning/distribution av animerade program globalt sett?

SVT

– Globalt sett är det USA som dominerar. Särskilt måste man nämna Disney och de Disneypaket som flödar över hela världen. Nickelodeon och Turner är exempel på två andra stora som producerar och

distribuerar animerad film. Den japanska manga-animationen är också stor i världen. Det finns också en växande produktion av animerade program i Europa.

TV4

– Vissa länder producerar mycket animerat, såsom USA, Asien, Spanien, Frankrike, mycket beroende på att dessa länder har en annan syn på animation än vad vi har i Sverige, en tecknad kultur som går långt tillbaka.

Kanal 5

– Utan att veta säkert skulle jag tro att det är USA och Japan.

Har du någon uppfattning om hur utbudet av animerade program på världsmarknaden förändrats de senaste 10-15-20 åren?

SVT

– Ja, det har blivit otroligt många fler animerade program på världsmarknaden de senaste 20 åren. Men utbudet är väldigt likartat. Jag brukar kalla det mainstream. Det som är mainstream, det är mycket av det som går på 3:an och 5:an, serier som är innehållsmässigt likadana i 52 eller flera avsnitt. En annan sak som har förändrats är att det i dag är allt fler samproduktioner med ett flertal bolag involverade. Så var det inte förr. Nu är det ofta svårt att säga att ett visst enskilda program kommer från ett visst land.

TV4

– Har bara jobbat med detta i åtta år och har ingenting att jämföra med. Kanske kan man säga att fler serier med längre avsnitt produceras nu, troligtvis mycket beroende på att det är billigare att producera tecknat nu än för 20 år sedan.

Kanal 5

– Nej, inte direkt mer än att program av typen *Pokémon/Digimon* har blivit väldigt populära.

Om du jämför över tid, hur har utbudet av animerade program förändrats på din kanal (omfattning, policy, åldersgrupper/målgrupper, stilar, innehåll och dylikt)? Följdfråga: Om du ser någon förändring i din kanals utbud av animerade program, vad beror den på?

SVT

– SVT sänder mer barnprogram överhuvudtaget nu jämfört med vad vi gjorde förut. Vi sänder barnprogram varje dag mellan kl. 18 och 19.30. Vi hade till kl. 20 nyligen men den sista halvtimmen för ungdom har vi skippat; det var svårt att hitta program för ungdomar som lockade vid den sändningstiden – vi fick låga tittarsiffror. Vi sänder nu också på lördags- och söndagsförmiddagarna men det är mest repris. Förut hade vi bara morgonprogram under julen och på sommarlovet. Så de tecknade programmen har blivit fler. Men de har nog inte blivit procentuellt fler – barnutbudet har ökat. Någon annan förändring kan jag inte se. Målsättningen med de program vi köper är att de ska vara bra. Men det finns ett önskemål om att det ska finnas åtminstone en tecknad halvtimme i veckan i SVT på torsdagar kl. 18.00. I år har vi också startat *Allra mest tecknat*, ett en timme långt program där vi vill visa svenska och nordiska animerade program. Sen finns också andra korta animerade program som ingår i magasin, t.ex. *Bjørnes magasin*. Det sänds också en hel del animerat på lördags- och söndagsmorgnarna.

TV4

– Policyn har hela tiden varit densamma. [Se vidare nedan under ”Målsättning”]

Kanal 5

– Nej, det har inte varit någon direkt förändring i utbudet.

Vad har den ökande konkurrensen från andra TV-kanaler betytt för inköp och sändning av animerade program på din kanal?

SVT

– Vi köper helt olika saker så det är ingen större konkurrens oss emellan. Det kan finnas någon enstaka serie som TV4 tagit eller fått därför att vi på SVT inte velat eller kunnat köpa tillräckligt många avsnitt eller liknande, men det är försumbart.

TV4

– Inga alls. Vi har en annan inriktning än övriga kanaler så det är mycket sällan vi har konkurrerat om samma program.

Kanal 5

– Ingenting.

PRODUKTION, FÖRSÄLJNING, INKÖP OCH BEARBETNING

Ungefär hur stor andel av din kanals barnprogram är animerade? Är andelen olika för olika åldersgrupper/målgrupper ni vänder er till?

SVT

– Vi har ingen tillförlitlig statistik. Men de flesta barnprogram är live action. Av just inköpta program för yngre barn är dock det mesta animerat, det kan jag nog säga utan statistik. Om du köper från andra delar av världen är det lättare att göra en svensk version om den är

animerad. Det är svårt att dubba live action-serier. När vi köper live action måste det faktiskt vara för barn som kan läsa undertexter. Då är du uppe i 9-10-årsåldern i bästa fall (somliga barn kan ju inte läsa så bra då heller). Man kan förstås bearbeta småbarnsprogrammen med voice over, dvs. att lägga en berättare över hela programmet. Vi köper sådana program också, men det är mycket svårare att göra en bra svensk version av det. En animerad film ser ju ut som en svensk i och med att du har 100 procent svenska röster på den. Men vår målsättning är också att visa program från andra kulturer, från hela världen. Så vi jobbar hårt på att också hitta program där man verkligen kan lära om andra kulturer men som vi – eftersom de ofta är live action – kan bearbeta på ett vettigt sätt för svenska barn.

TV4

– Numera är alla inköpta program animerade (förutom *Teletubbies* som fungerar som animation) – medan alla egenproducerade program är skådespelade. Orsaken till detta är att barn 5-9 år ännu inte kan hänga med i den översatta texten. Tidigare när vi sände senare på morgonen samt på eftermiddagarna och hade en målgrupp på 7-12 år, hade vi även inköpta skådespelade serier som var textade på svenska.

Kanal 5

– Alla våra barnprogram är animerade.

Gör ni några egna animerade program? Vilka? Några samproduktioner? Följdfråga: Säljer ni några av era ev. egenproducerade animerade program? Hur stor andel av din kanals animerade program är inköpta?

SVT

– Nej, vi producerar inte många animerade program själva. Vi samproducerar en del med våra nordiska grannar. Vi säljer förstås inte

mycket egenproducerat animerat, eftersom vi inte gör så många sådana program. Däremot köper vi ibland FST:s (svenska delen av TV-kanalen Yle, Finland) versioneringar [språkbearbetningar] av animerade program och de köper våra. Så gott som alla våra animerade program är alltså inköpta.

TV4

– Vi producerar inga egna animerade program, det är en kostnadsfråga. Samtliga våra animerade program är inköpta.

Kanal 5

– Vi producerar inga animerade program. 100% av våra animerade program är inköpta.

Vilka länder föredrar ni att köpa animerade program ifrån? Vilka producenter/ distributörer?

SVT

– Jag själv köper från Europa (större delen), Norden, Baltikum, Ryssland och lite grann Afrika eftersom det är fransmännen som säljer afrikanska program. Min kollega, den andra inköparen av barnprogram på SVT, köper från Nord- och Sydamerika, Asien, Tjeckien, Balkanländerna. Vi har delat in världen i territorier. Så han har fler större distributörer. Vår målsättning är att hitta program från absolut hela världen, något som vi verkligen jobbar på. När man ser till inköpta program som faktiskt sänds i SVT totalt är det ändå mest från Kanada, USA och Europa, fastän jag tror att när det gäller Barn och Ungdom är det nog mest från Europa, bl.a. av kostnadsskäl. Kanada är inte lika dyrt som USA. USA är dyrast. Även om det inte alltid blir så många program från andra delar av världen lägger vi som sagt ner enorm tid på att försöka hitta de pärlorna. Det produceras inte så mycket i de

flesta länder i Afrika, Asien och Latinamerika och det är inte så mycket som passar oss. Men det finns sådana program då och då. Jag är glad att jag just nu kunnat köpa tre dokumentärer (inte animerade) om pojkar i 10-15-årsåldern som överlever på gatan i olika delar av världen och som hittar trådar i livet att överleva efter och som har en tro på framtiden, trots att de är utslagna från början. Av det som sänds i SVT och som kommer från länder utöver de sedvanliga står Barn och Ungdom för omkring hälften. Den nya programdirektören betonade nyligen att vi ska visa program från hela världen. Jag har aldrig hört någon uttala det så tydligt förut. Kul att höra, faktiskt.

TV4

– TV4 köper bl.a. från Storbritannien och Australien. Om man ser på vad olika länder köper in så beror det helt och hållet på det inköpande landets kultur och allmänna inställning. T.ex. så köper vi i Sverige mycket från England och Australien och mycket litet från Spanien, Italien, Frankrike, främst för att vi inte delar samma humor.

Kanal 5

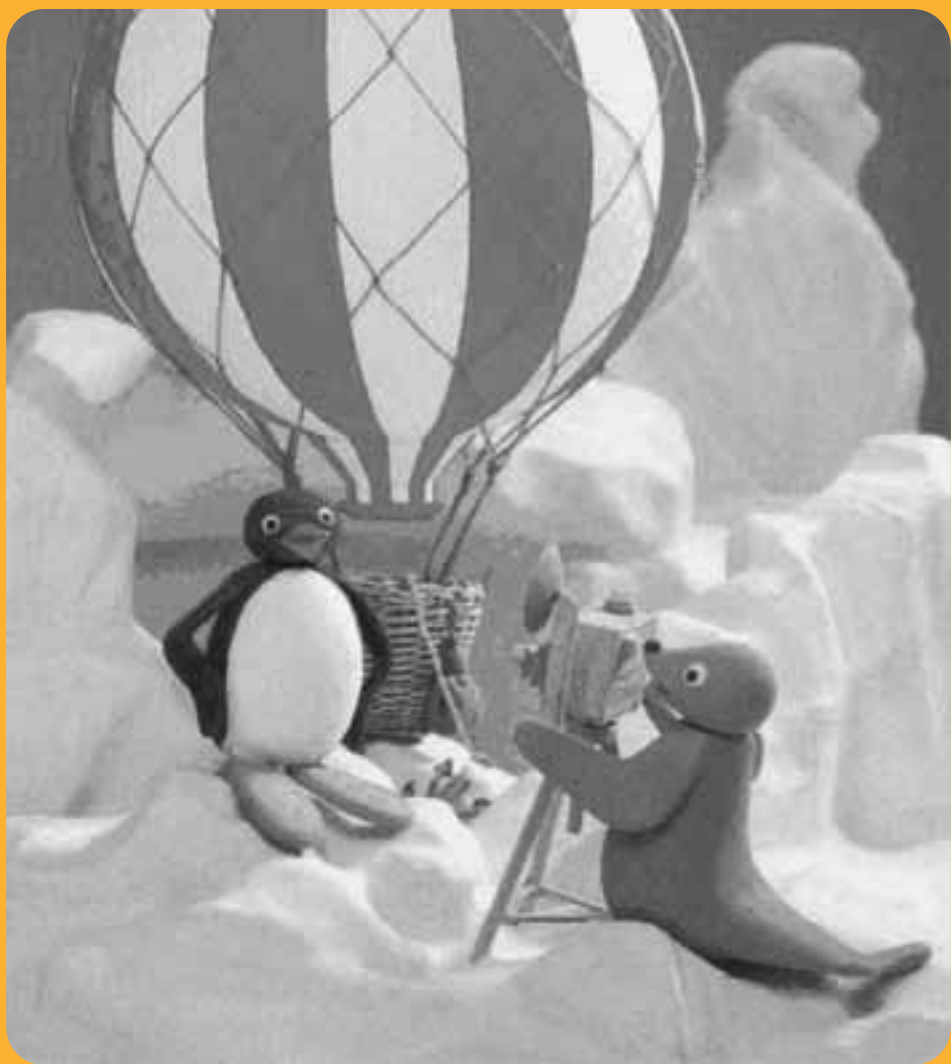
– Warner Bros i USA för vi har ett större avtal med dem.

Hur kräsen kan man vara? Måste man köpa paket eller kan man vraka och välja enstaka program? Kan ni se hela serierna i förväg eller bara pilotprogram? Om ni måste köpa paket/hela serier – sänder ni allt/det mesta eller väljer ni ut bara vissa program för sändning?

SVT

– På barnsidan har vi bara behövt köpa paket från Disney. I övrigt har vi tidigare kunnat plocka ut åtta program av 13 episoder, om vi tyckte de var lämpliga. Det kan vi fortfarande göra ibland. Men pressen på oss har blivit större eftersom man i dag inte gör serier/program om

tretton avsnitt utan kanske 52 eller 104 avsnitt. På SVT vill vi fortfarande helst titta på alla och välja ut de avsnitt som vi vill ha. I dag får vi kanske inte köpa endast tretton episoder, eftersom det då är svårt för distributören att sälja resten av serien till något annat TV-bolag, utan måste köpa 26 eller kanske 52. (Det är alltid gånger 13, dvs. 13, 26, 39, 52 osv, antagligen därför att 26 veckor är ungefär en säsong.) Vi tvingas alltså i dag att göra större köp än vad vi behövde förut. Vi har just varit i en situation där jag köpte 13 avsnitt av *Bob the Builder* och sedan ville vi ha 13 till och då tvingades vi köpa 26. Men det var OK. Serien är populär. I de flesta fall, om de tvingar mig att köpa 26 avsnitt, så brukar jag i alla fall få titta igenom alla 26. Men man får inte välja precis hur som helst. Någon gång har jag inte heller fått chansen att se alla i förväg. Då sätter jag mig direkt och tittar igenom alla programmen när de väl är inköpta. Och det händer att jag tar bort några i efterhand. Jag känner ett otroligt ansvar. Om jag tvingas köpa 26 och tre inte är bra, då kastar jag dem rakt av, omedelbart, innan vi ens börjar bearbeta dem. Ett exempel: För länge sedan blev det en schism mellan producenten och distributören som var ett schweiziskt bolag om serien *Pingu*, så vi fick inte sända serie fem för producenten hävdade att distributören inte hade rätt att sälja den. Så den låg här i flera år. Men plötsligt köpte ett annat bolag den. Och då fick vi sända den för vi hade ju köpt den en gång tidigare. Jag satte mig nyligen och tittade igenom de 13 avsnitten och valde bort tre. För i ett fall klipper mamman till Pingu ganska rejält och det vill inte jag visa. Och så var det två stycken som hade ett för magert innehåll. Jag tycker att programmen ska vara bra. Det går förstås inte alltid att förutsäga när små barn blir rädda. Jag har t.ex. hört om barn som inte tycker om *Babar* eller *Mumin* på grund av att de är stora figurer. Barn kan helt individuellt bli rädda för saker som vuxna inte kan förutse. Den risken tar vi hela tiden, att något barn kan bli rädd för någonting. Men vi vill inte propagera för att slåss. Och det säger ju OK till, om vi visar när figurer slåss.



Bilden ur PINGU (HIT Entertainment)

TV4

– TV4 köper bara enstaka serier, aldrig i paket. Det är sällan barnprogram säljs i paket över huvud taget. Få kanaler har behov av så många program. Jag brukar se ett eller två avsnitt av en serie och bestämma mig på det.

Kanal 5

– Jag har inte tid att screena hela serier. Vi köper bara helt färdiga serier då de måste ha svensk dubb. Vi sänder alla avsnitt av serien.

Hur bearbetar/versionerar ni de animerade programmen? Vem gör bearbetningen – ni själva eller någon utomstående firma?

SVT

– Ibland bearbetar vi helt själva, ibland lägger vi ut bearbetningarna på stan men övervakar dubbningen, och ibland lämnar vi ut bearbetningen till ett bolag på stan och överlämnar hela ansvaret på det externa bolaget. Vi lägger ner mycket tid på bearbetningen, mycket mer, vågar jag säga, än t.ex. 3:an och 5:an. Framför allt märks det på manuset, tycker jag. Manuset är för dåligt i animerade program i många TV-kanaler. Det är inte genomarbetat, de gör en ren översättning, sedan får skådespelaren den i handen och får läsa rakt av. Men på SVT går producenterna igenom varenda munrörelse, varenda replik och jobbar väldigt mycket med manus. Vi tycker det lönar sig med bra kvalitet. Eftersom man nu ofta måste arbeta med, säg 39 avsnitt, så tar det ganska lång tid att dubba en sådan serie. Vi försöker hitta nya sätt att arbeta på för att det ska bli rationellt samtidigt som vi bibehåller kvaliteten, t.ex. att vi själva dubbar tretton avsnitt och sedan lägger resten av serien på ett dubbningsbolag på stan så att de kan fortsätta i samma anda själva.

TV4

– Vi lägger ut dubbningen på dubbstudior.

Kanal 5

– Ingen bearbetning sker.

KOSTNADER

Vad kostar i genomsnitt en halvtimmes egenproducerad animation?

SVT

– Vet inte alls vad egenproducerad animation (eller egenproducerad live action) kostar i genomsnitt. Det kan kosta hur mycket som helst och hur litet som helst. Jag vet inget snittpris. Det är inte heller stor mening att jämföra.

TV4

– Cirka 100.000 kronor.

Kanal 5

– Har ingen aning.

*Köper ni i allmänhet det animerade programmet eller sändningsrätten?
Har ni animerade program i lager som ni sänder i repris?*

SVT

– Vi köper sändningsrätt och brukar begära tre års licenstid. För vissa program – om de är jättebra – köper vi kanske ett par sändningar och fem år. Om programmet är bra, kan man förnya sändningsrätten efter licenstiden. På Barn och Ungdom tycker vi det är viktigt med re-

priser av bra program. Det kommer ju nya barn vart fjärde, vart femte år. Så programmen kan gå i repris med flera års mellanrum till dess att man tycker de känns gamla.

TV4

– Sändningsrätt. I de fall vi köper sändningsrätt med reprisrätt så sänder vi givetvis repriserna innan sändningsrätten går ut.

Kanal 5

– Sändningsrätter. Vi sänder i repris. Vi försöker att förhandla till oss så många visningsrätter som möjligt.

Allmänt sett – vad kostar i genomsnitt (sändningsrätten för) en halvtimmes inköpt animation (inklusive bearbetning)?

SVT

– Det beror på vilken sorts program det är och från vilket land det kommer (och hur lång tid sändningsrätten gäller och hur många sändningar det är fråga om). Det blir billigare med textat än med dubbat. Det kostar också mer från USA än t.ex. från England, särskilt i fråga om live action. Men även amerikanska tecknade program är lite dyrare än de europeiska. Det har mycket att göra med dollarkursen och den svaga kronan. Vi är inte fullt så svaga gentemot europeisk valuta. Jag vågar mig inte på att göra några jämförelser om snittpris. När det gäller själva bearbetningen är det mycket billigare att låta enstaka vuxna förvränga rösterna och försöka låta barnsliga än att arbeta med barnröster och flera skådespelare. 3:an och 5:an satsar bara en bråkdel av vad vi lägger på bearbetningar. De samarbetar kanske med Nickelodeon eller liknande och då får det kosta 10-15 000 kronor per halvtimme, medan vi ofta betalar mer än det dubbla för bearbetningen. De kostnader jag nämnt gäller alltså bara bearbetningen – dessutom till-

kommer kostnaden för licensen/sändningsrätten [inköpet] och tekniska kostnader [sändningen].

TV4

– Det är en företagshemlighet.

Kanal 5

– Cirka 1 000 dollar.

Hur har prisutvecklingen varit över tid?

SVT

– Det är ingen direkt skillnad i prisutvecklingen för animerade program jämfört med andra program.

TV4

– I stort sett stilla.

Kanal 5

– Stabil.

ANDRA ARBETSVILLKOR

Hur många är ni som köper in animerade program?

SVT

– Vi är två personer som köper in barnprogram. Allt som allt är vi cirka 40 personer som arbetar med programinköp – inköpare, bearbetningsproducenter och administratörer. Dessutom finns det ytterligare 4-5 inköpare på andra avdelningar än Programinköp. Och vi står för ungefär en tredjedel av SVT:s totala utbud. Programinköp

hör till Planeringsavdelningen. Vår nya planeringschef lyfter fram inköpta program mer än tidigare planeringschefer. Av oss två inköpare av barnprogram är den andra en man. Så eftersom jag är kvinna och vi har totalt olika uppväxt tycker vi ibland olika – man är ju en produkt av sin miljö – samtidigt som vi tycker samma i mycket också. Det är viktigt med utrymme för oliktankande.

TV4

– Det är bara jag.

Kanal 5

– En person.

Hur länge har du själv arbetat med att köpa in animerade program?

SVT

– Jag började med att bearbeta 1973 och min första mäs sa var 1976 i Cannes. 1976 började jag köpa in. Jag har alltså köpt in i 26 år. Den andra inköparen har varit med sedan i början av 1980-talet. Förut var vi tre som köpte in barnprogram men den tredje gick i pension förra året. Så nu har vi delat upp hans arbete på oss också. Samtidigt är jag själv inte längre gruppchef utan arbetar endast som inköpare. Jag tycker nog att vi hinner med ganska bra, även om världen inte blir lika nitiskt granskad som den blev tidigare. Det är ofrånkomligt att man prioriterar sådana distributörer som man vet att man får mycket av.

TV4

– Åtta år.

Kanal 5

– Åtta år.

Hur går inköpen till? Hur lätt är det att hitta bra animerade program på mässor osv?

SVT

– Man åker på festivaler och mässor. Annecyfestivalen t.ex, är särskilt viktig för animerade program. På MIPCOM i Cannes finns alla typer av program. Dit kommer nästan hela världen i dag. På festivalerna och mässorna får du kataloger med alla program plus adresser till distributörerna. Så även om du på festivalen eller mässan inte hinner titta på alla dessa program kan du efteråt ta kontakt med den som säljer genom de stora katalogerna. Katalogen blir sedan vår bibel. Även om vi inte kan åka till jordens alla hörn får vi alltså kontakter. Man mailar och beställer hem kassetter. Jag sitter ofta här och tittar på programmen. Jag har kontakt med alla distributörer. Och de är inprogrammerade på att höra av sig. Alla stora distributörer hör av sig så fort de har ett program som de tror passar mig. Det är en dialog som vi har kontinuerligt. Dels skickar de programmet till mig så fort det är klart, dels hänger jag på det jag tror är extra intressant, så att de programmen inte går någon annanstans. Då och då åker man också på mer uppsökande resor. Den andra inköparen reste nyligen runt till tyska bolag och pratade med folk på barn- och ungdomsredaktionerna. Annars träffar vi bara distributörerna. Får man kontakt med producenter, kan man hitta andra program. Och det händer också att man träffar folk när man är ute som leder till nya kontakter. Vi försöker på alla möjliga kreativa sätt att hitta nya bra program. Sex eller sju resor om året gör jag, ungefär en vecka per gång. Vad man mest gör när man är på inköpsresor är att sortera bort. Man spar faktiskt på administrationen genom att vara ute, förutom att man träffar nya människor och får nya ingångar. Vi jobbar också väldigt intimt inom Norden. De nordiska uppköparna utväxlar reserapporter, tipsar varandra, hjälper varandra. Så mellan oss finns det knappast något

barn- och ungdomsprogram i världen som inte någon av oss har sett.

TV4

– Det finns ett enormt utbud och det blir mycket tittande för att hitta det bästa.

Kanal 5

– Köper oftast via distributörer vi har större avtal med, då vi inte satsar speciellt mycket tid eller pengar på barnprogram.

Diskuteras de inköpta animerade programmen på redaktionen?

SVT

– Javisst, ofta visar jag dem för producenterna som ska bearbeta programmen. Jag kan t.ex. se ett intressant program som kräver en specialvariant när det gäller bearbetningen. Då ger jag det till producenten innan jag köper in programmet och frågar: ”Kan du göra något bra av det här?”. Vi har väldigt tätt samarbete.

TV4

– Ja, både före inköp och efter.

Kanal 5

– Inte särskilt ofta.

Har annonsörer/reklambyråer något inflytande på de animerade programmen i Kanal 5? (Frågan var bara aktuell till Kanal 5)

Kanal 5

– Inte direkt.

MÅLGRUPPER OCH MÅLSÄTTNING FÖR DE ANIMERADE BARNPROGRAMMEN

Vilka åldrar/målgrupper vänder ni er till med olika animerade program?

SVT

– Det är som med andra barnprogram. Vi tänker i termer av småbarn 4-7 år (kl. 18.00-18.30), 7-10-åringar (kl. 18.30-19.00) och 10-14-åringar (kl. 19.00-19.30). På lördags- och söndagsmorgnar var det förut mest repriser från veckan men nu har vi ändrat lite. För närvarande går t.ex. först för småbarn en live-underhållning med lärande inslag och människor i kostymer [alltså inte animerat]. Idealåldern är 6-7 år men jag tror det är 4-10-åringar som tittar. Sedan går en tecknad serie för lite äldre barn.

TV4

– Åldersmässigt har vi förändrats successivt med hur programmen [vare sig de är animerade eller skådespelade] varit placerade i tablån. Tidiga morgnar sitter fler små barn framför TV:n medan eftermiddagarna har en äldre målgrupp. 1996 slutade vi med barnprogram på eftermiddagen och sänder endast på morgnarna. Vi startar tidigt på lördags-/söndagsmorgnar med *Teletubbies* som är för barn, 2-4 år. Därefter går vi, under de två timmar barnprogrammen sänds, uppåt i åldrarna. Generellt kan man säga att vi sänder program för barn mellan 5-9 år.

Kanal 5

– 5-12 år.

*Vilken policy/målsättning har ni för de animerade programmen?
Vilka kriterier använder ni vid inköp, dvs. vilka aspekter gör att ni köper/undviker att köpa programmen?*

SVT

– Det ska vara någon mening med programmen. De ska beröra på något sätt. Man ska komma ihåg programmet efteråt. Barnen kan skratta, gråta, identifiera sig, bara det blir ett engagemang, det är det absolut viktigaste. Det är bra om programmet underhåller och jättebra om man lär sig något också. Man kanske lär sig något om det är en konflikt mellan mor och dotter, om att samarbeta om en lösning, det kan vara vad som helst. Men gärna att man skrattar, för det finns alldeles för få program med humor i. De här kriterierna skiljer sig inte från tidigare, det är de som vi alltid haft på Barn och Ungdom. Det som är mainstream [se ovan under ”Omvärld och förändring”] försöker jag undvika. Vi vill ge upplevelser och en varierad kost och inte bara hamburgare varje morgon. Jag tycker att varje program ska ha något särskilt att berätta. Det ska inte bara vara skurkar som jagar, vitt och svart, ont och gott. Det ska tillföra något mer. Man ska, som sagt, komma ihåg vad man sett. Det ska inte vara de här serierna som är innehållsmässigt likadana i 52 avsnitt. Det är klart att ungarna gillar det, för det nöts ju in i dem. De får ju se så många avsnitt så ofta, så jag förstår att de blir populära. Men man tillför egentligen ingenting. Totalt sett i världen är många av de här serierna, alltså *Pokémon* och *Digimon* och en mängd andra, inte några märkvärdiga program men ändå slår de så enormt. Jag tror att det har mycket att göra med mängden. Jag tror att det är samma sak med vissa dåliga Disneyserier – SVT har köpt in serier i paket för att få köpa Jul-Kalle, så där är vi lika de andra kanalerna. Disney producerar i dag inte vad de producerade förr i tiden utan det har blivit att det onda slåss mot det goda i ständiga jakter, man jagar hela tiden. Eftersom Disney dessutom producerar sådana mäng-

der, blir manus utslätat. Det är inte alls samma historier, samma finurligheter, som i de gamla *Kalle Anka*-filmerna t.ex.

TV4

– Policyn har hela tiden varit densamma. Vi har försökt undvika de allra våldsammaste serierna, med blandat resultat. När det gäller innehållet har vi hela tiden försökt att ha fantasidrivna program, inte verklighetsbaserade, inga undervisande program, vi vill roa och underhålla. Vi ser till humor och det allmänna underhållningsvärdet.

Kanal 5

– Att de ska följa ITC-föreskrifter,⁷ att de ska vara dubbade till svenska.

Kan man tala om olika genrer bland de animerade program som din kanal sänder?

SVT

– Knappast i fråga om barn. Det är sällan vi t.ex. köper in animerade faktaprogram för barn. Det kan röra sig om några 5-minutare på ett år.

TV4

– Nej.

Kanal 5

– Nej, inte direkt.

Vilka olika animationstekniker är vanliga bland de animerade program som din kanal sänder? Följdfråga: Görs några av de animerade programmen med datoranimation?

SVT

– Vi köper mest in klassiska tecknade filmer som är 2D, tvådimensionella. En del är också t.ex. leranimation eller dockor. Vi köper även 3D (tredimensionellt) som är mer tydligt datoranimerat. Men även inom 2D i dag använder man mycket datoranimation för färgläggningar, för att minska antalet rutor man behöver rita osv. 3D är datoriserat på ett annat sätt. Man ser väldigt snabbt skillnaden mellan den klassiska 2D och den nya 3D. 3D är ofta lite kallare, lite kyligare. Men 3D har utvecklats också på senare tid.

TV4

– 2D och 3D.

Kanal 5

– Tecknat, inga program görs särskilt med datoranimation.

I vilka huvudsakliga avseenden tycker du att de animerade programmen i din kanal skiljer sig från dem i SVT, TV4, TV3 och Kanal 5? (jämförelser gjordes inte med den egna kanalen)

SVT

– Dels är vår bearbetning mycket bättre. Sedan lägger vi ner otroligt mycket tid på att välja ut program. De andra kanalerna sänder ju flera månader i rad samma programserie, de har en helt annan programställning än vi har. Hur de får sina program vet inte jag. Men jag tror att det köps i stora paket. Vad jag förstår så letar de inte alls program i världen på det sätt som vi gör.

TV4

(ej svar)

Kanal 5

– SVT känns ”snällare”. [Kanal 5 har] ganska likvärdigt utbud som TV4 och TV3 fränsett att TV3 har Disney som är ett mycket starkt varumärke.

PUBLIKEN

Hur nöjd är du med de animerade program som din kanal sänder? Bra exempel? Sämre exempel?

Vet du något om vilka av de animerade program som din kanal sänder som enligt tittarsiffror är mer populära? Mindre populära?

Vilka animerade program har ni särskilt fått spontana tittarreaktioner på? Från barn? Från vuxna? Positiva? Negativa?

SVT

– En serie som heter *Sagor från andra länder* är av otroligt hög kvalitet. Det är ett världsomspännande samarbete som ett bolag från Wales håller i. UNICEF är inblandat. Men vi har inte råd att göra ett animationsavsnitt i den serien, det skulle kosta 1¹/₂ miljon så vi kan inte gå med. Sagorna kommer ofta från små länder. Zimbabwe kanske har tagit fram en saga, och om de inte kan producera filmen så görs den kanske i ett annat land där man har produktionsresurser. Och alla sagor har testats på lokala barn. Två serier à 13 episoder har producerats. Av de första 13 valde jag ut åtta. De andra var helt obegripliga för svenska barn. Det är inte så konstigt, för sagorna görs utifrån mycket olika förutsättningar och en del är väldigt våldsamma. Från de andra 13 valde jag ut sex. Det är otroligt välgjorda och fina sagor. Sagorna sänds nu på tisdagar i SVT kl. 18.15. De är jättefina. Ett populärt program vi har är *Bob the Builder*. Vi får spontana reaktioner genom Programupplysningen och jag tittar lite då och då på tittarsiffror för att se hur det funkar. Plus att det har varit en stor kampanj utanför

SVT samtidigt, eftersom det finns massor med leksaker och andra saker att köpa ute på stan – på så sätt får vi hjälp, kan man säga. De är inte de absolut bästa programmen i världen, de är inte som *Sagor från andra länder*, men ungarna gillar dem. Varken jag eller den andra inköparen köper sånt som vi inte tycker om, så det är svårt att komma på något exempel på vad som varit sämre. Det enda som vi sänder som jag inte tycker är bra är Disneyserierna. 3:an har ju också Disney. Om du frågar ”Vad tycker du om *Bolibompa*?”, skulle barnen och föräldrarna säga det är bra också. Fast *Bolibompa* är bara en ram. Det har blivit lika etablerat, för det sänds varje dag. Både Disney och *Bolibompa* har sänts i årtal. *Åtta Sagor från andra länder* har föräldrarna aldrig sett – det är alldeles för lite! Men går man in på Programupplysningen och läser är det också många som tycker att Disneyserierna är botten. ”Varför är inte Disney som förr?” m.m. Det är alltså väldigt mycket gnäll på Disney, att de är skrämmande och våldsamma och så. Men nu har vi bara en halvtimme Disney i veckan även om det kommer att komma lite Disneyserier på sommarlovet. Men i stället för att sända Disney 90 minuter så sänder vi nu Disney bara 30 minuter. Det är vi tacksamma för. Beträffande *Pokémon* så har ju barnen hållit på att byta kort och det finns massor av Pokémongrejer och då har föräldrarna lockats att titta på *Pokémon* för att se vad det är, och så blir de besvikna. De hade inte tittat på det där *Pokémon*-programmet om det inte hade varit en del av barnets hela kultur.

TV4

- Mycket nöjd, bra program, bra tittande. (tittarsiffror?)
- Det vi sänder nu är mycket populärt rakt av. (spontana tittarreaktioner?)
- Många positiva reaktioner på *Pokémon*, både från barn och äldre.

Kanal 5

– Hyfsat nöjd.

(tittarsiffror?)

– *Batman* och *Superman* är mest populära.

(spontana tittarreaktioner?)

– Många positiva reaktioner från barn och vuxna på *Oggy och kack-erlackorna*.

ÖVRIGT

Har din kanal några framtidsplaner när det gäller animerade program?

Här framkom inga direkta svar från någon av kanalerna.

Övrigt viktigt som du kommer på?

Inte heller på denna fråga kom några svar.

SAMMANFATTANDE ORD

Trots att utförligheten i svaren varierar markant mellan de tre kanalerna framkommer i vissa fall tydliga skillnader som har att göra med om TV-bolaget är ett public service-företag eller om det är reklamfinansierat. Bilden blir tydligare i nästa kapitel som tar upp vilka animerade TV-program som faktiskt sändes under en vecka i de olika TV-kanalerna.



TVÅ:

UTBUD

SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Som nämnts har de animerade program som gått igenom sänts under en vecka i SVT1, SVT2, TV4, TV3 och Kanal 5. Syftet var att få en övergripande bild av hur mycket och vilka typer av animerat som förekommer under en vanlig vecka. De frågor om dessa program som förstudien gällde var:

- 🌀 Mängden animerade program
- 🌀 Animationstekniker och, i någon mån, genrer
- 🌀 Produktionsland och produktionsår
- 🌀 Målgrupper och sändningstid
- 🌀 Språkbearbetning och tempo
- 🌀 Målsättning och innehåll
- 🌀 Typ av huvudfigurer (människor, djur, fantasivarelser, barn-vuxna, kön)

🌀 Förhållande till land, nationalitet och klass samt andra värderingar

🌀 Fysiskt våld

Resultaten och reflexionerna ska betraktas som möjliga underlag för kommande undersökningar.

VAL AV TV-KANALER OCH UNDERSÖKNINGSPERIOD

Skälet till att valet föll på SVT1, SVT2, TV4, TV3 och Kanal 5 var att barn, den huvudsakliga målgruppen för de animerade programmen, ser mest på dessa fem TV-kanaler. 3-14-åringars totala tittartid en genomsnittlig dag under första halvåret 2001 då undersökningsveckan inföll fördelades enligt Mediamätning i Skandinavien AB (MMS) som i tabell 2:

Tabell 2. TV-kanalernas marknadsandelar (tittartidsandelar) bland 3-14-åringar en genomsnittlig dag under perioden 1.1-1.7 2001, totalt och efter ålder (horisontell %)

	SVT1 %	SVT2 %	TV4 %	TV3 %	Kanal 5 %	Övriga kanaler %	Summa %
Totalt 3-14 år	31	9	26	13	5	15	100
3-6 år	42	9	20	9	3	16	100
7-10 år	32	7	28	14	4	15	100
11-14 år	21	10	30	17	8	15	100

Källa: MMS (2001b)

Utifrån all tid som hela 3-14-årsgruppen tittade på TV blir rangordningen av de största kanalerna alltså följande: SVT1, TV4, TV3, SVT2 och Kanal 5. Enligt mer finfördelade åldersgrupper inom intervall 3-14 år är trenden att barn med ökad ålder ser allt mindre på SVT1 och allt mer på de kommersiella kanalerna, i första hand TV4.

Vad döljer sig bland ”övrige kanaler” i tabellen? På 6-10 plats kom dessa, rangordnade efter 3-14-åringarnas tittartid (vars andel anges inom parentes): TNT/ Cartoon Network (1,8%), ZTV (1,5%), Eurosport (0,9%), MTV (0,7%) och TV1000 (0,7%). Sedan följde en lång rad andra TV-kanaler med allt lägre marknadsandelar (tittartidsandelar) bland barn (MMS 2001b).

Ur aspekten animerade program skulle därför TNT/ Cartoon Network (sedd lite mer av 3-10-åringar med en tittartidsandel bland dessa åldrar på cirka 2,4% och tillgänglig hos 11% av Sveriges befolkning) och MTV (sedd lite mer av 11-14-åringar med en tittartidsandel i dessa åldrar på 1,3% och tillgänglig hos 46% av Sveriges befolkning) (ibid) vara mest intressanta att undersöka av de övriga kanalerna. Emellertid arkiveras dessa kanalers sändningar inte regelmässigt av Statens Ljud- och Bildarkiv. Att köpa eller själv banda en hel veckas utbud bedömdes alltför dyrt/tidskrävande då tittandet bland barn på dessa kanaler ändå var så jämförelsevis litet. En hel del animerade program som ingår i Kanal 5:s barnprogramblock är också desamma som sänds i Cartoon Network, varför denna kanal ändå delvis är representerad i urvalet. När det gäller MTV förklarade en representant att kanalen själv inte arkiverar sina sändningar per dag utan i stället som separata musikvideor, vilka varvas i olika blandningar i rutan, varför det inte lätt gick att åter skapa vad som sänts under en viss vecka. Dessutom sades att man funderade på att dra ner på tecknade inslag (*Beavis and Butthead*) i MTV.

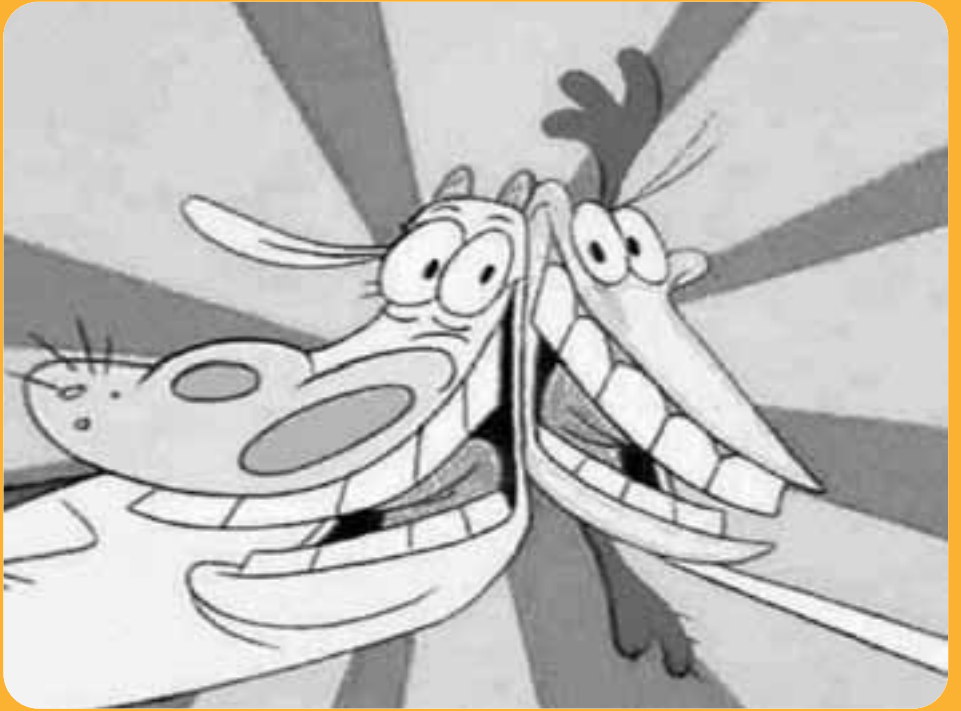
Den vecka som valdes för studien låg i månadsskiftet januari – fe-

bruari 2001. Vid Statens Ljud- och Bildarkiv finns referensband av alla sändningar från de största TV-kanalerna – men de är tillgängliga tidigast sex månader (ofta senare) efter det att programmen sänts. Valet föll på den nämnda veckan därför att den var tillgänglig och därför att den var en ”normalvecka” (inga särskilda programsättningar på grund av lov eller helger, inga så stora nyhets- eller sporthändelser att de försköt den sedvanliga programläggningen osv.). Dessutom hade motsvarande vecka ingått i innehållsanalyser tidigare år (t.ex. Cronström 1999), varför kopierat material skulle kunna användas vid mer noggranna forskningsjämförelser i framtiden.

REPRESENTATIVITET OCH GENERALISERBARHET

Det bör understrykas att en kalendervecka inte är representativ för ett helt år. Syftet med studien har dock, som nämnts, inte varit att generalisera till hela utbudet animerade program utan i stället att ringa in forskningsfrågor för framtiden. För detta syfte kan en vecka anses tillräckligt, speciellt som de övergripande mönstren i programmets innehåll och sändningstider inte radikalt har förändrats.

Givetvis har programändringar skett fram till i dag. Flera av de animerade programserierna som sändes då går inte längre, utan andra i stället, men det finns samtidigt en hel del animerade programserier som är desamma nu som då. Under hösten 2003 sänds t.ex. i TV3 och Kanal 5 serierna *Jim Guldknapp*, *Disneys frukostklubb*, *Ed, Edd + Eddy*, *Cow & Chicken*, *Dexters laboratorium*, *Max Steel*, *Oggy och kackerlackorna*, *Superman* och *Batman* som är serier som ingår, ofta med flera program vardera, i undersökningsveckan 2001. Många animerade programserier produceras i stort omfång. De anses också ofta ha en lång livslängd, eftersom handlingen och figurerna är relativt oberoende av tid och kultur, och programmen kan



Bilden ur COW & CHICKEN (David Feiss)

därför många gånger repriseras för nya barngenerationer (se föregående kapitel).

Omfattningen av animerade program och tiden på dygnet de sänds är relativt likartade. SVT har samma huvudtider för sina barnprogram 2003. Det har dock tillkommit ett magasin om en timme inriktat på svenska och nordiska animerade program, *Allra mest tecknat*, i SVT1. TV3 har 2003 sina programtider för de animerade barnprogrammen något tidigare på vardagarna och har dragit ner lite på sändningstiden då, vilket kompenseras av ett längre programblock på lördagar och söndagar. Kanal 5 har också tidigare lagt sitt barnprogramblock på vardagar och har förlängt lördags- och söndagsblocken med vardera en timme. Om något, tycks det snarast förekomma fler animerade program i de aktuella kanalerna nu än i den undersökta veckan och grundstrukturen i programtablåerna är i huvudsak densamma.

DEFINITION OCH URVAL AV ANIMERADE TV-PROGRAM

Som sagts inledningsvis i denna skrift förekommer animationer i vart och vartannat program och i de allra flesta programvinjetter osv. Hur skulle ett animerat TV-program definieras? Bortsett från de tydliga animerade programmen, såsom alltigenom tecknade program, dock- och leranimationer och dylikt, kunde det tänkas att exempelvis musikvideor, långfilmer, science fiction-serier och annan fiktion med många specialeffekter som bygger på animation borde ingå. Kanske skulle även reklam tas med – den är ofta animerad. Ett mycket stort antal TV-program av dessa och andra typer (faktaprogram, kulturprogram m.m) sågs därför igenom innan den pragmatiska definitionen gjordes att minst hälften av programtiden skulle

bestå av animation för att programmet skulle anses som animerat. En vidare definition skulle innebära att de flesta program i veckan undersöktes vilket inte var möjligt utifrån de resurser som avsatts för studien. Det är alltså i huvudsak animerade program som studerats, vilket också sammanfaller med hur inköpare och informatörer på TV-kanalerna uppfattat uttrycket ”animerade program”.

Frågan uppstod emellertid genast vad som är att betrakta som ett program. Om det i en dokumentär om Astrid Lindgren ingår ett avsnitt av någon av de tecknade långfilmer som bygger på hennes böcker – skulle då inslaget betecknas som ett program? Eller om det i *Kulturnyheter* ingick ett avskiljbart avsnitt med en konstnärlig videoanimation? Eller om ett ungdomsprogram omfattade en eller flera hela musikvideor som var i huvudsak animerade? Animerade kortfilmer finns också i bl.a. magasinprogram för barn, såsom t.ex. *Lilla Sportspegeln* som i övrigt har många live action-reportage med sportande barn. Beslutet blev att sådana animerade kortfilmer eller animerade tydligt avgränsade och sammanhängande avsnitt med en början och ett slut också skulle ses som program och medräknas i studien. Kortfilmen eller den enskilda musikvideon har alltså betraktats som ett program i programmet. Detta innebär att den här studien har letat efter i huvudsak animerade program eller ”i huvudsak animerade avskilda sammanhängande programavsnitt med en början och ett slut i andra program”. För enkelhetens skull kallas sådana avsnitt eller inslag också för program i fortsättningen.

Men det finns alltså en oändlig mängd animationer i TV som ingår i program och som inte tagits med i studien. Det gäller sådana som snarare är redskap för narrativet, som t.ex. ett rörligt diagram i nyhetsrapporteringen, en anfallande tio meter lång orm som med hjälp av specialtekniker fåtts att anfalla människor i djungeln i en fiktionfilm, sekvenser i science fiction-filmer där vi ser rymdskeppet utifrån, eller skådespelare i en TV-teaterpjäs som försvinner liksom i

en dröm med hjälp av chroma key. Det gäller också alla animerade vinjetter till program som i övrigt inte är huvudsakligen animerade samt alla animerade trailers. Vidare gäller det all animerad reklam i de kommersiella kanalerna (även om reklam och trailers således utslutits, görs senare i texten en beräkning av hur mycket animerad reklam och animerade trailers som ligger mellan de animerade avsnitten och programmen just i de särskilda barnprogramblocken i TV3 och Kanal 5).

Sammanfattningsvis: eftersom studien inriktar sig på i huvudsak animerade program, är andelen animation i TV överhuvudtaget betydligt underskattad i studien.

Det bör också påminnas om att program med levande skådespelare utklädda i dräkter till fantasifigurer, djur och dylikt inte är animation, som t.ex. i *The Teletubbies*, Björne i *Björnes magasin* och figurerna i *Bananer i pyjamas*, en typ av program som det fanns flera av i undersökningsveckan. Inte heller är tecknade program med stillbilder animation – en sådan berättelse fanns också. I TV-fantasins värld blandas stillbilder, olika typer av animerat, live action, specialeffekter, levande människor utklädda till djur osv, och en mer strikt definition av vad som egentligen är animerat upplevs antagligen inte på samma sätt av publiken.

För att hitta de i huvudsak animerade programmen och de klart avskilda animerade kortfilmerna/programavsnitten (i programmen) såg jag igenom programtablåer i Aftonbladets TV-bilaga, gick igenom datorarkivet på Statens Ljud- och Bildarkiv och ringde programförtrogna vid samtliga undersökta TV-kanaler. Eftersom TV-informatörerna dock i allmänhet endast angav program som i sin helhet var animerade och i flera fall bortsåg från animerade kortfilmer som ingår i andra program eller programblock sågs för undersökningen igenom alla barn- och ungdomsprogram och alla program under veckan som kunde tänkas vara i huvudsak animerade

eller inkludera animerade avskilda, sammanhängande programavsnitt med en början och ett slut.

Genomgången av programmen har helt och hållet skett vid Statens Ljud- och Bildarkiv (SLBA) där de anställda varit mycket generösa med att ta kopior av alla program som jag önskat se.

Dock finns i undersökningen ett bortfall: de referensband som sänts till SLBA från TV3 började vid tre tillfällen för sent på morgonen. Därför saknas två program i serien *Blomsteraffären* och ett program i följetongen *Jim Guldknapp*. Genom SLBA:s dator och MMS:s tittarsiffror kunde jag utröna att programmen verkligen sänts och mycket information om dem kunde jag sluta mig till från de andra program i serierna som förekom under veckan. De har därför kunnat kodus i fråga om längd, produktionsuppgifter, målgrupp, animationsteknik m.m. Däremot har jag inte kunnat se igenom dem för att avgöra just deras specifika handling.

RESULTAT

MÄNGDEN ANIMATION

I de fem TV-kanalerna under veckan förekom 192 i huvudsak animerade program (eller tydligt avskiljbara programavsnitt med en början och ett slut). Inget animerat program var ett singelprogram utan samtliga ingick i serier, dvs. i 53 äldre eller nyare dito. 13 program förekom bara en gång under veckan medan den serie som representerades av flest program, *Oggy och kackerlackorna*, förekom 15 gånger (fem block à tre avsnitt vardera). 8 av de 192 avsnitten var repriser under samma eller i förhållande till föregående vecka.

Samtliga programtitlar återfinns i bilaga 1. I texten här har lagts in några illustrerande programexempel i separata rutor.

Längden på de animerade programmen varierade från 1/2 minut till 29 minuter. De få program som var 1/2-1 minut var främst 'quickies', en mycket kort inskjuten, ofta humoristisk episod. Den vanligaste programlängden var cirka 7-8 minuter, vilket ofta utmärker en sedvanlig tecknad kortfilm ('cartoon' eller 'toon'), men ganska många sådana kortfilmer var också omkring 10-11 minuter. De ännu längre programmen hade oftare karaktären av mer utförliga berättelser – sagor för mindre barn (t.ex. *Mumindalen* och *Babar*), äventyr för mellanbarn (t.ex. *Jim Guldknapp* och *Oliver Twist*) eller actionserier ('action cartoons') (t.ex. *Batman*, *Superman*, *Pokémon*, *Max Steel* och *X-Men*). I ett par fall var dessa berättelser explicita följetonger. Det längsta programmet var *Mosquito* som presenterar en blandning av gamla och framför allt nya animationstekniker (se ruta 1).

1 MOSQUITO

MOSQUITO med Thomas Gylling och medproducenter sändes under veckan i SVT1 på tid för 11-14-åringar kl. 19.00-19.30 men kan också ses som ett familjeprogram (ett annat program i serien sändes i repris sen kväll). MOSQUITO visar avancerad, ny program- och filmteknik i form av t.ex. digitala 3D-animationer blandade med andra animerade (dock i allmänhet inte vanliga tecknade) kortfilmer, chroma key-inslag, filmade specialeffekter, musikvideor, gamla filminslag från arkiv m.m. Från animations-synpunkt intar programmet en särställning eftersom det bl.a. syftar till att visa det nyaste inom datoranimation. De många olikartade animerade inslagen, som ofta är några sekunder långa men ibland en halv minut till tre minuter, utgjorde huvuddelen av programmen.

I ett av de båda programmen gör estradören Thomas Gylling en exposé om "människans förhållande till djuren". På ett specifikt galet humoristiskt sätt får vi se honom tillsammans med en tiger i studion, i konstruerade djungler m.m. Vidare finns en mångfald animerade inslag med fantasifigurer, även sammanblandade med Thomas Gylling (som t.ex. visas med fågelhuvud). Inte att för-glömma är den animerade myggan i MOSQUITO. Programmet var nyproducerat av SVT1 med flera inslag från andra länder, och credits ges vid ett antal tillfällen till specifika animationsstudior i Europa och USA.

Den sammanlagda tiden för de animerade programmen i veckan var närmare 34 1/2 timmar eller i genomsnitt nästan 5 timmar per dag. I praktiken fanns dock mer animerat på lördag – söndag (då det sändes över 7 timmar per dag) än på vardagarna, då det sändes drygt 3 till knappt 5 timmar om dagen. Tiden animerat under de olika dagarna i de fem TV-kanalerna visas i tabell 3.

Tabell 3. Animerade program under en vecka i fem TV-kanaler 2001, totalt, efter TV-kanal och efter veckodag (timmar, minuter)

	SVT1 tim min	SVT2 tim min	TV4 tim min	TV3 tim min	Kanal 5 tim min	Totalt tim min
Måndag	34		6	1 51	1 20	3 51
Tisdag	23,5			1 48,5	1 14,5	3 26,5
Onsdag			1	1 53	1 18,5	3 12,5
Torsdag	1 19		21	1 52,5	1 13,5	4 46
Fredag	51		2	1 49	1 37	4 19
Lördag	2 23		52	2 14,5	1 33	7 2,5
Söndag	1 32		55	3 26,5	1 55,5	7 49
Totalt	7 2,5*		2 17	14 55	10 12	34 26,5

* Av tiden animerade program i SVT1 låg 1 timme och 10 minuter i block från Utbildningsradion (UR). Vidare var av tiden i SVT1 1 timme och 39 minuter repris från samma eller föregående vecka.

Som också framgår av tabellen förekom inget i huvudsak animerat program i SVT2. Visserligen sändes barnprogrammen i SVT1, men i SVT2 fanns t.ex. ungdomsprogram, bl.a. med musikvideor. Ingen musikvideo var dock just denna vecka i huvudsak animerad. Även om rörliga digitala bilder och annan animation förekom bestod dessa musikvideor i huvudsak av live action med specialeffekter, dubbelexponeringar och snabba klipp. Inte heller förekom något vuxenprogram i SVT2 som var animerat enligt den definition som används i studien.

Av de övriga kanalerna fanns färre animerade program i TV4 och

flest i Kanal 5 och TV3. SVT1 låg däremellan.

En beräkning gjordes av mängden animerad reklam och animerade trailers som sändes i eller mellan just de animerade barnprogramblock som förekom i TV3 och Kanal 5 på morgnarna (reklam och trailers som är i huvudsak live action uteslöts alltså). Under en vanlig vardagsmorgon i TV3 t.ex, med ett sammanhängande block om 2 timmar och 10 minuter för barn, fanns fyra avbrott mellan programmen som kunde variera mellan 1½ och 5 minuter men oftast var 3-4 minuter. I ett sådant avbrott fanns kanske sex animerade reklamspottar och en animerad trailer. På lördag och söndag med längre programblock fanns fler sådana avbrott. Situationen var liknande i Kanal 5 men där fanns dessutom ständiga animerade trailers för program som skulle komma om en stund inom det block av program som samlats under rubriken *Cartoon Cartoons* som härrör från Cartoon Network.

Om alltså några barn till äventyrs ser ett helt morgonblock i TV3 eller Kanal 5 blir andelen animerat längre. I TV3 blev det i genomsnitt under veckan cirka 10 minuter mer animerat per dag och i Kanal 5 drygt 15 minuter mer animerat per dag (men alltså lite mindre på vardagar och lite mer på helger). Och till veckans hela utbud av animerat i de undersökta TV-kanalerna kan vi addera drygt 3 timmar.

ANIMATIONSTEKNIKER OCH GENRER

Av alla animerade program eller programavsnitt under veckan var 88 procent tecknade och 12 procent gjorda med andra animationstekniker – dockanimation, leranimation, cut out-animation och tydlig tredimensionell datoranimation (se exempel på det sistnämnda i ruta 2). Som nämnts kan datorer mycket väl ha bidragit också i tvådimensionella tekniker, t.ex. genom att producera ett stort antal mellanrutor, bidra med färgläggning osv. Detta märker ofta inte en vanlig tittare.

2 MAX STEEL

Programmen i serien MAX STEEL i TV3 påminner om ett datorspel med ganska "fotorealistiska", digitala, vuxna "människodockor" som rör sig stelt. Söndagsprogrammet, cirka 21 1/2 minuter långt, börjar med en rörig vinjett med ett par inslag ur det kommande programmet, liksom blix-, sport-, rymd-, skurkinslag m.m. som på lördagen. Talet är dubbat till svenska. I det här programmet anländer kinesen Chang och hans kumpaner till företaget N-TEC där Max Steel arbetar och lyckas komma över en diskett med dataprogrammet Seraf. Det innehåller ett krypteringsprogram som kan knäcka alla dataprogram, t.o.m. kärnvapenkoder, på några minuter. Chang är dock mer intresserad av pengar än av globalt kaos och man får veta att han tänker auktionera ut disketten till högstbjudande på en båt i Shanghais hamn under kvällen. N-TEC sänder dit Max Steel som, efter att ha tränat kinesiska på resan, anger att han är representant för señor Martinez, en av dem som ska delta i budgivningen (i själva verket en utklädd representant för N-TEC). Max lyckas komma in på kinesens båt och smyger omkring i osynligt läge. Budgivarna under auktionen framträder på sex monitorer. Under budgivningen upptäcker kinesens robotvakter med hjälp av dataskärmar att det finns otillåten kroppsvärme på båten men Max Steel lyckas smita. Till slut har N-TEC:s representant lagt det högsta budet. Chang hämtar Max Steel, nu vändande i en hytt i vanlig kostym, för att eskortera honom till valvet där disketten ligger. Just när disketten har överlämnats kommer två cyberdrakar och säger att señor Martinez gjort en fake-överföring - inga pengar har satts in på banken i Schweiz. →

Max Steel binds och kastas i vattnet och disketten läggs tillbaka i valvet - men Max har bytt den mot en falsk. En kvinna (Dragonelle) i maskopi med kineserna har dock förstått att Max kommit över den riktiga disketten och klär ut sig till en av N-TECs kvinnliga representanter (Sofia) för att ta tillbaka den. En våldsam strid med olika laservapen och slagsmål utbryter, men Max Steel klarar av det hela med hjälp av sina superkrafter och eftersom han slår om till turboläge, vilket innebär att han kan klättra på väggar m.m. Till slut bryter han med flit sönder disketten. Historien avslutas med att Max anländer till en väns bröllop (en bi-historia som löpt genom berättelsen) som det varit osäkert om Max skulle hinna till. Credits ges till Adelaideproductions 2000 (som tycks vara franskbaserat) och avsnittet följs av logotypen Columbia Tristar Television, a Sony Pictures Entertainment Company (USA). En hemsida anges också (www.maxsteeltv.com, där man kan köpa figurer och andra produkter, ladda ner kort m.m som hör till TV-serien).

De animerade programmen i särskilt SVT men även TV4 visade prov på större variation i fråga om animationstekniker. I SVT var t.ex. två tredjedelar av programmen tecknade och en tredjedel representerade alla de andra ovannämnda animationsmetoderna (dock-, ler-, cut out- och tydlig tredimensionell datoranimation).

I TV3 var 95 procent av de animerade programmen tecknade. Det fanns också en dockanimation och två tredimensionella datoranimationer (*Max Steel*). I Kanal 5 var samtliga program tecknade.

Genreindelningar är komplicerade och kräver ingående analys. En sådan vore intressant att göra framöver. Här ska kortfattat konstateras att drygt hälften av de animerade programmen kan karakte-

riseras som kortfilmer med försök till humoristiska knorrar. Ungefär en femtedel av programmen kan snarare betraktas som sagor och vardagsberättelser. Ungefär en femtedel av programmen var i stället spänningsbetonade i form av äventyr eller action. Vissa program var tydliga blandningar av humor och äventyr/action. Det gällde t.ex. *Kalle Anka* i TV3 där Kalle trasslar in sig och misslyckas på komiska sätt samtidigt som Knattarna är upptagna av att motarbeta skurkar, rymdmonster m.m. i ofta omvälvande action. Det gällde på liknande sätt också *Powerpuffpinglorna* i Kanal 5 (se exempel i ruta 8). Slutligen kan cirka 5 procent av de animerade programmen kategoriseras som ”övrigt” (ett enstaka reportage, spel med datorspel, program om animation m.m).

Det ska emellertid poängteras att denna genreindelning ingalunda är solklar trots sin enkelhet. Delvis kan svårigheten att klargöra genrer bero på att de ändrar sig över tid och att många av dagens animerade TV-program inte längre passar in i de tidigare genrerna. Berättandet har efter andra världskriget genomgått stora förändringar och de klassiska filmgenrerna har gradvis upplösts på grund av det fragmenterade TV-flödet och datoranimationens ”hypertexter” (se t.ex. Lindholm 1993). Historierna i dag är därför inte alltid ”historier”. De kan i stället vara narrativ som inte lägger tonvikt vid logiska lägesmarkeringar, tydliga motiveringar, sannolika följder, huvudkaraktärens utveckling eller subtila relationer. De kan i stället handla om att man som tittare (eller interaktiv deltagare) hamnar i ett nytt rum där man snirklar sig fram och utforskar en okänd värld (Kennedy 2003). Och även om vi skulle anta att den mesta TV-animationen ändå fortfarande håller sig inom en mer sluten eller traditionell berättarform med ganska sedvanlig rumslig och tidsmässig trovärdighet osv. visar en undersökning av sju tecknade Disneyfilmer 1937-1995 att dessa sagofilmer blivit mer komplexa över tid med allt fler olika delberättelser som antingen avlöser varandra eller löper paral-

lellt och med huvudkaraktärer som har allt fler roller, mer komplicerade egenskaper, flera olika typer av interaktioner m.m. (Fransson & Rimforsen 2003).

Samtidigt tycks mig tolkningar om tidsmässiga genreförändringar ibland vara alltför pretentiösa i förhållande till somliga av de animerade TV-programmen i undersökningsveckan. Skälet till varför vissa alster är svåra att genreklassificera kan också vara att historierna är påhittade utan större eftertanke. Kanske har datoranimationen bidragit till att man som producent ibland alltför lätt förlitar sig på animationsformen utan att egentligen ha något att berätta? Vissa program i TV3:s och Kanal 5:s morgonblock verkar, för att använda Mårten Blomkvists (2000) ord, vara ”snabbtecknat”.

Intressant för framtiden vore också en estetisk studie av färg och form. Med det stora utbudet animerat i dag finns en omfångsrik palett av nya tecknarstilar och färgkombinationer, varav vissa kan framstå som ”fula” och ”slarviga” om man skulle ha den välkända Disneystilen som norm. Och medan Disneys animationstradition är ”rundare” är t.ex. den i *Pokémon* ”plattare”. Somliga animerade serier är mycket enkla och stiliserade medan andra har stor detaljrikedom osv.

PRODUKTIONSLAND OCH PRODUKTIONSÅR

Som nämndes i förra kapitlet (”Marknad”) är det numera ofta svårt att utifrån endast TV-tittande avgöra produktionsland för många animerade program, som ju också ofta dubbas till det landets språk till vilket programmet importerats. Ibland står inga produktionsuppgifter alls, ibland anges i credits (för- eller oftast eftertexterna) en mängd olika medarbetare eller firmor med namn som visar att olika länder medverkat vid tillkomsten av programmet – men det är ofta oklart om dessa personer och firmor är underleverantörer till ett



Bilden ur POKÉMON (Nintendo)

större bolag eller om det är fråga om en reell samproduktion. Många firmor har dessutom internationella namn och det anges inte var i världen de är baserade. Vanligt är även att programmet bara avslutas med en logotype tillhörande ett bolag utan närmare produktionsuppgifter.

Som också framkommit tidigare köper stora underhållningsbolag och TV-kanaler ofta upp animerade barnprogram inklusive rättigheterna, bl.a. därför att sådana program anses kunna säljas över världen och har lång livslängd eftersom de snart kan repriseras för nya barnkullar. Det innebär att det bolag för vilket logotype visas i rutan inte behöver ha gjort programmet utan kan vara ägare av det. Det innebär också att det årtal som kan stå i slutet av ett animerat program inte behöver vara produktionsåret utan det år när ett nytt bolag fått copyright, fastän programmet i själva verket producerades tidigare. Inte sällan framstod programmet som äldre än det årtal som angavs (när det angavs). Vid några tillfällen bekräftades detta genom att programmet uppgavs ha ”bearbetats” av ett nytt bolag. Det kunde också ha ”förpackats” i ett block tillsammans med andra program på ett ”nytt” sätt.

Konsekvensen är att uppgifter om produktionsland och produktionsår kan saknas och att – när ett bolag och år anges – det kan vara svårt att skilja producent och ägare samt om årtalet står för produktionsår eller för den senast förvärvade rättigheten till programmet.

En uppskattning är ändå att cirka tre fjärdedelar av de animerade programmen i veckan emanerar från USA och cirka en fjärdedel från övriga världen, där olika länder i Europa och Kanada var mest framträdande. Ett par program kom även från Japan och ett från Israel. Av de europeiska programmen var några gjorda i Sverige men de flesta i Frankrike.

SVT1 hade en varierad produktion av animerade program med avseende på land. De flesta av SVT1:s animerade program var från

olika bolag i Europa inklusive några från Sverige. Programmen från USA, som alltså var i minoritet i SVT1, var samtliga från Disney. De angivna årtalen var oftast från andra hälften av 1990-talet och från år 2000, men det fanns även några äldre program (t.ex. *Pluto*).

Även TV4 sände en varierad animerad produktion under veckan med ursprung i såväl Frankrike, Kanada, Japan, Storbritannien som USA. Dock är ju TV4:s animerade program klart färre än de andra kanalernas, eftersom TV4 har färre barnprogram generellt. För de flesta av TV4:s animerade produktioner angavs år från sent 1990-tal.

De animerade programmen i TV3 var oftast från USA och därnäst av fransk-kanadensiskt ursprung. Många var inköpta från Saban International (som numera ägs av Disney) och vissa från Disney. Åtminstone hälften av programmen hade år från 1980-talet och början av 1990-talet, medan hälften hade senare årtal.

Samtliga program i Kanal 5 kom från USA utom *Oggy och Kack-erlackorna* som är en fransk produktion av Gaumont Multimedia (numera Xilam). De produktionsbolag som angavs för de amerikanska programmen i Kanal 5 ingående i blocket *Cartoon Cartoons* var främst Hanna Barbera, Warner Bros och Metro Goldwyn Mayer som ägs av Cartoon Network (som ingår i AOL-Time Warner). För så gott som samtliga program angavs årtal från andra hälften av 1990-talet men några hade årtal från början av 1990-talet och några (*Snurre Sprätt* och *Tom & Jerry*) från slutet av 1950-talet.

Sammanfattningsvis hade SVT och TV4 med avseende på produktionsland ett mer blandat utbud av animerade program utan övervikt av USA-produktioner, medan TV3:s och Kanal 5:s animerade program var övervägande nordamerikanska.

MÅLGRUPPER OCH SÄNDNINGSTID

Vem vänder sig programmen till? Utgående från sändningstider och intervjuerna med inköpare av barnprogram (se föregående kapitel) kan man dra slutsatsen att alla i huvudsak animerade program under veckan vänder sig till barn eller yngre ungdomar – med undantag av fem program.

De fem program som vände sig till vuxna eller äldre ungdomar var *Futurama* under torsdagen kl. 23.15-23.40 i TV4 och *Toonsylvania* natten mellan torsdagen och fredagen kl. 02.35-03.00 i Kanal 5 (fyra kortare episoder).

Futurama är en amerikansk tecknad serie, textad på svenska och med en jämförelsevis vuxen framtoning. Programmet i undersökningsveckan innehåller en del fysiska övergrepp liksom hot och psykiskt överväld, men direkta våldsamheter i bild är få. Jämfört med många tecknade barnprogram förekommer här mindre manifest fysiskt våld och i stället läggs tonvikten i högre grad än i barnprogram på tal och sexuella anspelningar (se ruta 3).

3 FUTURAMA

Det aktuella programmet (del 2 av 16) är 21 minuter och heter "Nya FP-högkvarteret Neutrala Zonen". Den unga människokillen Fry, roboten Bender och den 25-åriga människoliknande kvinnan Leela, som endast har ett cyklopöga, lever på ett rymdskepp tillsammans med Professorn och utnyttjar slötider till att städa rymdskeppet. Handlingen utspelas i framtiden. De olika planeter-nas befolkningar ska främja freden. Fry, Bender och Leela →

åker iväg i ett mindre rymdskepp med uppgift att klippa av invigningsbandet i en sal där utomjordingar och människor samlats för att etablera nya FP-högkvarteret (motsvarande FN "förr i tiden"). Den illasinnade människan Zapp Brannigan säger emellertid att han äcklas av neutraliteten och skär av bandet med en laserstråle, varmed det nya högkvarteret sprängs. Handlingen förflyttas till Förre högkvarteret där Brannigan åtalas för dådet. Juryn dömer Brannigan skyldig och den kvinnliga domaren beslutar att han mister sin kaptensgrad och anställning. Under förhandlingarna har Leela vittnat, men eftersom hon är under ed blir hon även tvungen att erkänna att hon haft sex med Brannigan.

Brannigan och hans tidigare betjänt måste nu titta sig fram. Senare ringer de båda lodisarna på rymdskeppet och Professorn erbjuder dem arbete på grund av deras misär. Under ett nytt rymduppdrag, där Leela är hårdför kapten och tvingar alla att arbeta, lyckas Zapp intrigera, ta över kaptenskapet och arrestera Leela i tvättstugan. Hans plan är att ta upp kampen mellan det goda och det neutrala och angripa Neutrala Planeten. När Fry och roboten inser planens hela vidd lyckas de göra Leela till kapten igen, och anfallet på Neutrala Staden avvärsjs. I en ny domstolsförhandling skyller Zapp på Leela, bl.a. genom att säga att "Leela greps nog av mensrelaterad panik". Av någon anledning håller Leela med, varpå Zapp erkänns ha utfört hjältedådet och får tillbaka sin anställning och kaptensgrad. Programmet avslutas med att Fry, roboten och Leela städar rymdskeppet. Credits ges till The Curiosity Company och copyrights innehas 1999 av Twentieth Century Fox Film Corporation, USA.

Toonsylvania är också tecknat och presenteras i Kanal 5 av en röst som säger: ”Nu nattens sista program. En av *mina* tecknade favoriter – *Toonsylvania*. Så luta er tillbaka och njut. För det tänker jag göra. Godnatt!” Inte heller detta program innehåller fler våldsinslag än många av de animerade program som sänds på barnprogramtid, snarare tvärtom. Däremot har det troligtvis bedömts som olämpligt för barn, eftersom vissa episoder handlar om döden och det som är dött. Språket är också vuxet, ibland filosoferande, men inte nödvändigtvis alltid svårare eller mer vuxet än i flera av de program som sänds under barnprogramtid (se ruta 4).

4 TOONSYLVANIA

De fyra programmen har slagits samman till ”del 7” och omfattar totalt cirka 21 minuter, men avbryts efter det första programmet av en cirka 1/2 minuts live action-trailer. Här sammanfattas de två längre programmen.

I TOONSYLVANIAS vinjett ser vi under klassisk orgelmusik ett spökslott belyst endast av månen högst uppe på en klippa. Därefter vidtar en engelskspråkig kör som sjunger – ganska glatt i schlager- eller marschstil – om det hemska Toonsylvania. Flera fula figurer visas. Det första programmet heter ”Död med utsikt” och är cirka 7 1/2 minuter långt. Figurerna talar utpräglad brittisk engelska och talet är textat på svenska. Döden sitter på kontoret och talar i telefon om pest. Sekreteraren kommer förbi och säger att han har tusentals dagar sparad semester – varför inte ta ut några? Döden beslutar sig för detta och flyger till Igors värdshus-slott, där han blir varmt mottagen. I själva verket har värds- →

huset hyrts ut till skummisar och en mängd förvecklingar sker. Döden själv märker egentligen inget av detta utan vill bara vara i fred och läsa boken REST IN PEACE. Men för att undvika att Döden ska upptäcka vad som sker bakom hans rygg släpas han till simbassängen för motion, tvingas han att spela olika spel (där han kastas omkring, skadas, plattas till) och liknande. Han bestämmer sig trött för att döda folket på värds huset, eftersom han inte får vila. Men då han misslyckas med detta, inser han att han måste skaffa nytt jobb. Han klär sig i kostym och blir lärare, vilket slutar med att alla barn börjar kasta saker på honom.

Nästa program är drygt 7 minuter och heter "Promenad med död hund". Nu är talet amerikansk engelska. En pojke i cirka 8-årsåldern kommer hem och säger att det inte gick bra i fotbollsmatchen, huvudet ramlade av och han fick en boll i ögat. Mamman håller på länge och väl med att dra ut bollen ur huvudet med en sugkopp, medan pappan pratar om att det viktiga inte är att vinna utan att delta. Pojken går sedan ut med hunden Frisky rullande på en platta. Han leker i parken med den och tar av den från plattan - och det visar sig att det är en död hund. Därefter tar han hunden till en hundutställning. Man vägrar först att låta honom ställa ut en död hund - men ingenstans hittas någon regel om att det skulle vara förbjudet, varför hunden ändå tillåts tävla. I alla grenar får Frisky 0 poäng av juryn. Men i den sista tävlingsomgången "Vem som kan stå still längst" får Frisky första pris.

Efter ytterligare två kortare program ges credits till en rad medarbetare. Producent är Steven Spielberg och copyrights har 1998 Dream Works LLC. Credits följs av en animerad logotype för Dream Works SKG.

Alla övriga animerade program i veckan var alltså för barn eller yngre ungdomar. SVT1 har en uttalad policy att lägga program för olika åldersgrupper på olika sändningstider (<http://www.svt.se>). På vardagar kl. 18.00-18.30 sänds program för 3-6-åringar, kl. 18.30-19.00 för 7-10-åringar (*Bolibompa* kl. 18.00-19.00 vänder sig alltså i första hand till 3-10-åringar) samt kl. 19.00-19.30 för 11-14 åringar. På lördagen och söndagen sändes i SVT1 i undersökningsveckan barnprogram både på morgnarna och kvällarna (dock mindre på söndagskvällen), och även här hade man sökt tänka i termer av åldersgrupper.

I SVT1 fanns klart fler animerade program för yngre barn 3-6 år än för äldre barn 7-10 år eller för alla åldrar 3-10/12 år (som t.ex. vissa Disneyprogram). För 11-14-åringar fanns ännu färre animerade program (nämligen *De tre vännerna ... och Jerry*, *Mosquito* samt UR-programmet *Framtidssåpan* gjort av skolklasser).

Det bör dock understrykas att majoriteten av SVT:s barnprogram *inte* är animerade utan live action (samt i den aktuella veckan ett stillbildsprogram). Av samtliga barn- och ungdomsprogram i SVT1 och SVT2 (18 timmar och 20 minuter under veckan) var drygt en tredjedel animerat. Räknar man bort ungdomsprogrammen i SVT2 och UR:s program i SVT1 och bara beaktar SVT1:s vanliga barnprogramtider, blir andelen animerat också ungefär en tredjedel.

Även TV4 har olika åldersgrupper i åtanke med sina sändningstider för barnprogram, så att kanalen på lördags- och söndagsmorgnarna börjar med program för yngre barn och sedan tänker uppåt i åldrarna ju senare sändningstiden är. Men generellt vänder sig TV4 till barn 5-9 år, vilket även gäller en kvart *Lattjo Lajban* kl. 7.15-7.30 i *Nyhetsmorgon* på vardagarna. Eftersom det inte förekom så många animerade program i TV4 under veckan är det inte helt lätt att uttala sig om ifall det fanns fler sådana program för yngre än för äldre barn inom detta åldersintervall. Inte heller majoriteten av TV4:s barnprogramtid består av animerade program. Sådana utgjorde – liksom i

SVT – ungefär en tredjedel av alla barnprogram under veckan.

När det gäller TV3:s barnprogram var däremot samtliga animerade. I de olika morgonblocken (vardagar kl. 6.30-8.40) var det svårt att urskilja någon programläggning utifrån ålderstänkande, annat än att programmen fr.o.m. kl. 8.10 under samlingsnamnet *Gustaf & Co* var textade, varför vi kan tänka att blocket fr.o.m. denna tidpunkt framför allt är ägnat personer 10-11 år och uppåt (fr.o.m. den åldern hinner barn med att läsa undertexterna, se Schyller 1977). För en vanlig tittare framstår det således som om program för äldre och yngre barn som sänds före denna tidpunkt är åldersmässigt blandade, dvs. att de programmen tycks vara riktade till alla barn i åldrarna 5-12 år. I så fall är det ett mönster som hämtats från de traditionella TV-bolagen i USA. TV3:s barnprogram var i övrigt dubbade till svenska (med undantag för ett program som var producerat i Sverige och hade svenskt tal samt en leranimation som inte alls hade tal). Ett visst ålderstänkande framträdde emellertid i blocken på lördagen (kl. 7.00-9.30) och söndagen (kl. 7.00-10.00) bland de program som var dubbade till svenska, eftersom actionserierna *Max Steel* och *X-Men* sändes sist. Ett undantag från dubbandet fanns också, nämligen serien *The Simpsons* vars båda program dessutom sändes en helt annan tid – under tidig söndagskväll. *The Simpsons* hade amerikanskt tal och var textat på svenska, vilket markerar att programmen vänder sig till äldre barn.

Även alla Kanal 5:s barnprogram var animerade. De sändes kl. 6.55-8.30 på vardagar, kl. 8.00-10.00 på lördagar och kl. 8.00-10.30 på söndagar. På liknande sätt som i TV3 tycktes inte Kanal 5:s programläggning präglas av ålderstänkande. Lättare och svårare program varvades om vartannat och slutsatsen är att även Kanal 5:s program är avsedda för alla barn cirka 5-12 år, vilket bekräftas av e-mail-intervjun med Kanal 5:s inköpare (se tidigare kapitel). Det bekräftas också av den inledande presentationen av barnprogramblocken. Efter det att en röst hälsat god morgon och talat om att kanalen börjar

med tecknade barnprogram följde alla dagar utom söndag upptakten till dessa program bestående av en animerad grafisk vinjett för Cartoon Network och en manlig forcerad röst som sade: ”Tecknat från topp till tå för både stora och små! Nu är det dags för *Cartoon Cartooooons* från Cartoon Network!”. Alla Kanal 5:s program var också dubbade till svenska med undantag av *Oggy och kackerlackorna* som inte har tal alls. Lördags- och söndagsmorgnarna utgjorde dock delvis ett undantag i målgruppshänseende eftersom *Batman* och *Superman*, som inte är för de allra yngsta men också är dubbade till svenska, låg sist i blocken. Ett undantag från dubbandet fanns. Söndagens morgonblock avslutades med science fiction-serien *Invasion jorden* som hade amerikanskt tal och var textat.

Det är möjligt att vissa eller många animerade program egentligen vänder sig till såväl barn som vuxna. Viktigt är exempelvis tankar om att både barn och föräldrar, eller olika familjemedlemmar, ska kunna få ut något (men kanske på olika plan) av samma program och därför gärna ser programmen tillsammans. Många barn-TV-program under årens lopp har varit populära bl.a. därför att de lyckats uppnå detta. Men även om en sådan målsättning säkert är ett önskemål från alla parter uttalades den varken i TV-kanalernas programpresentationer eller i TV-tablåer i pressen – eller i de intervjuer/e-mail-svar som erhållits i denna undersökning (se tidigare kapitel). Man måste också komma ihåg att sändningstiderna talar sitt språk. Att sända barnprogram på tidig kvällstid, som i SVT, innebär större förutsättningar för TV-tittandet att ingå i en familjegemenskap än när det gäller program som sänds på morgnarna.

För att sammanfatta i fråga om barn och yngre ungdomar har SVT ett tydligt målgruppstänkande med särskilda program för barn i olika åldrar vid olika sändningstider. Ett liknande men inte lika tydligt mönster finns i TV4. TV3 och Kanal 5 vänder sig i stället till alla barn med ett par enstaka undantag på helgmorgnarna.

SPRÅKBEARBETNING OCH TEMPO

Huruvida blandningen av program för ”stora och små” i TV3 och särskilt i Kanal 5 attraherar barn i olika åldrar och kanske även vuxna är en empirisk fråga. För yngre barn kan det ofta vara tillräckligt att uppmärksamma och tycka om detaljer eller enstaka figurer för att programmet ska vara roligt. En fråga att ta upp i framtida undersökningar är ändå ifall varje program bör ha element som uppskattas av olika åldrar för att dra till sig publik eller om det räcker att program för yngre och för äldre varvas i samma programblock. Ett antagande är att de yngre barnen tröttnar när det kommer ett eller flera alltför vuxeninriktade program eller program i alltför snabbt tempo, samtidigt som många äldre barn eller vuxna uttråkas av alltför många barnsliga program. Om man inte alls hänger med – eller om nivån mellan programmen åker berg- och dalbana – blir det kanske inte tillräckligt attraktivt. Det kanske mer blir en fråga om att ha TV:n på, höra ljud i bakgrunden och titta till då och då – vilket i och för sig kan vara tillräckligt ur annonsörernas synpunkt.

En subjektiv bedömning gjordes av programmen ifall de skulle gå att något sånär hänga med i (eller få ut något roligt/spännande av) i de åldrar de var avsedda för. En enkel ”skala” användes: ja, tja/kanske, nej. För ungefär en femtedel av programmen blev svaret nej och för ytterligare en tredjedel av programmen var jag tveksam (”ja” gällde alltså knappt hälften av programmen). De program för vilka svaret var nej sändes så gott som uteslutande i TV3 och i Kanal 5 – och av dessa alldeles särskilt i Kanal 5. Bedömningen är inte vetenskaplig utan pekar bara på att det kan finnas anledning till forskning i frågan.

En subjektiv bedömning gjordes också av programmets tempo – om handlingen var långsam, medel eller snabb. Enligt den bedömningen hade cirka en tredjedel av programmen snabbt tempo, unge-

får hälften ett medeltempo och cirka 15 procent ett långsamt tempo. De snabba programmen låg så gott som uteslutande i TV3 och särskilt i Kanal 5. Framför allt låg de snabba programmen i Kanal 5: block *Cartoon Cartoons*.

Det var inte så att de program som bedömdes som svåra att hänga med i också alltid var de som hade ett snabbt tempo. Exempelvis fanns under veckan kortfilmer där mindre och större djur jagar eller retar varandra (flera olika typer av program à la *Tom & Jerry*). Dessa program bedömdes i allmänhet inte svåra trots att en del hade snabbt tempo. Program som bedömdes både snabba och svåra att hänga med i var exempelvis ur serierna *Blomsteraffären*, *I.R. Baboon – I am Weasel* och *Ed, Edd + Eddy* (se ruta 5, 6 och 7).

5 BLOMSTERAFFÄREN

BLOMSTERAFFÄREN i TV3 inleds av en lång tecknad vinjett med sången "Kom till vår blomsteraffär" samtidigt som vi ser en pojke, växter, fragment av många olika händelser, krasch och bom ... i snabbt tempo. Det tecknade tisdagsprogrammet, bearbetat med svenska röster och cirka 20 minuter långt, handlar om Seymour - en spinkig pojke i målbrottsåldern med glasögon och bakåtvänd skärmössa - inledningsvis sittande på en parkbänk med en stor krukväxt, Junior, som har en gasmask på sig. De klarar på den dåliga luften och man ser mycket rök, avgaser och skräp i stadsbilden. Parken är i dåligt skick. En storväxt fotbollsspelare frågar om Seymour vill vara med i hans lag men Seymour får strax bollen hårt i magen. Snart ligger han trött och utslagen på marken. Fotbollsspelaren säger att ingen vill ha med dig i sitt →

lag, "din hjärnlösa idiot", och hånskrattar. Växten och Seymor går hem. Där provar systemen Audrey, för att träna sin säljteknik, små skor på sin pappa (som talar med brytning). Skon åker av och slår pappan i huvudet. Seymor hälsar sin pappa med "Hej, åldring" och växten snor sig delvis runt pappans huvud, varvid pappan skriker som en tokig och hoppar bort på ett ben med ond fot.

Växten säger att den ska prova fotbollsskor. Barnen och växten befinner sig sedan i en skoaffär där växten äter upp skor och ett skoluftskepp flyger i taket. Växten sjunger en lång rap-låt i snabb takt om att den måste ha riktiga skor. När Seymor kommer hem med nya skor sitter pappan med foten i en balja och ber Seymor leverera blommor för en vigsel. Pappan skriker till av ilska när blomsterkorgen törnar emot hans ansikte. Seymor försöker cykla iväg men en arg bulldog biter tag i cykeln. Den ilska fotbollsspelaren trycker ner Seymors huvud och skjuter iväg cykeln så att Seymor ramlar. I den efterföljande röran har fotbollsspelaren sönder cykeln och börjar äta upp den. Men växten Junior får Simon att flyga med de nya skorna, för de har riktigt gummi och Junior har magisk kraft i fråga om växtriket. Seymor skriker eftersom det går för fort och han är på väg mot en vägg. Växten ser dock till att han åker upp och ner mellan husen i en väldig fart. Efter fortsatt skrikande blir Seymor till slut glad och börjar sjunga med fåglar. Tvätt på tork dras med, en skylt går sönder, en vägg krossas. Till slut får den argt väntande bruden blomsterbuketten - men nu vill brudgummen inte gifta sig eftersom en match börjat på TV, varvid bruden slänger blommorna i huvudet på brudgummen.

Seymor hamnar sedan i diverse otäcka situationer. Skorna →

fungerar inte och han försöker rädda sig in i ett flygande luftskepp men piloten vill inte släppa in honom, Seymor ramlar skrikande från en trasig repstege ner i en soptunna osv. I närheten sitter Audrey deprimerad men börjar efter ett tag sjunga en lång sång om skor. Ytterligare våldsamma händelser inträffar med den arga bulldogen, den ilska fotbollsspelaren m.fl. Växten har emellertid beslutat att hämnas på fotbollsspelaren på grund av miljoner nedtrampade grässtrån. Barnen och fotbollsspelaren spelar baseball. Växten åstadkommer att baseballträet blir större. Seymor slår med träet, börjar springa och programmet slutar i krasch och bom och grå rök. Credits ges till Saban International, New York, Saban Entertainment, Inc. och Saban International Paris and La Cinq, 1991. Programmet framstår som svårbegripligt inte minst för yngre barn, vilket förstärks av en del svåra ord. Tempot är snabbt och händelserna många och osammanhängande.

6 I.R. BABOON - I AM WEASEL

Den hastiga vinjetten med sång och rörliga inslag i den tecknade serien I.R. BABOON - I AM WEASEL anger att I.R. Baboon anser sig vara den bästa babianen, och man får en försmak av att två figurer, en förmänskligad grå babian och en dito brun vessla (båda överdrivet korkade och framstående som i vuxen ålder), vill överglänsa varandra om vem som är bäst. Serien är från CARTOON CARTOONS i Kanal 5. I ett cirka 7 minuter långt program, "Den →

vilda babianen”, talar Weasel om att han var i djungeln och filmade djur; han ville dokumentera en babian – den sista av en viss art som är känd för att placera sina husvagnar i oländiga områden och alltid lukta på sitt finger. Historien som följer är snabb och svårbegriplig. Det är också ofta svårt att höra vad babianen och vesslan säger. Babianen bombarderas av golfbollar, är på en skjutbana och längtar efter mamma. Det pangar och boomar. Efter ett antal explosioner flyttar han. Weasel som följer efter frågar varför och Baboon svarar att han vill bli av med Weasel. Baboons husvagn far i ett huj ner för ett vattenfall. Men babianen klarar sig och hittar andra babianer. Weasel hamnar i stället i fångelse. Plötsligt är vi hos COW & CHICKEN (figurer i en annan programserie) och det avslöjas att alla haft en Weasel-dröm. De är samlade i en säng och skrattar. Weasel vänder sig mot TV-rutan och ber någon av TV-tittarna att åka hem och väcka honom. Någon credit ges inte här men copyrights har Hanna Barbera.

7 ED, EDD + EDDY

Den tecknade serien ED, EDD + EDDY i CARTOON CARTOONS i Kanal 5 inleds med en vinjett där tre pojk huvuden dyker fram – upp och ner i överkanten av TV-bilden. Under jazzmusik och melodisk vissling hoppar pojkarna ner, gör grimaser, stöter bort varandra, blir groteskt förvridna. De är ”fult ritade”, ständigt grimaserande och i mellanåldern och deras slarviga ”klädstil” är åt hip-hop-hållet. Vid programtiteln i vinjetten framgår att serien är →

skapad av Danny Antonucci. Ett program som är cirka 12 minuter långt och troligtvis benämnt "HYPNO-ED" av den svenska rösten ("LOOK INTO MY EDS") börjar med att en massa barn leker buss på gatan. Barnen stiger på och en av Eddarna drar medan en annan Ed är kusk. Kusken får dock trädkvistar i huvudet och förlorar kontrollen över bussen som dessutom hamnar i nedförsbacke och kör över Ed som drar. Alla barn blir rädda och skriker. Därefter får en av Eddarna en psykologihandbok "för att studera onormalt mänskligt beteende". Eddarna får även tag i ett hypnoshjul. Genom programmet hypnotiseras Eddarna och flera andra barn. Man blir vad man alltid velat bli. En börjar dansa, en annan betar sig som ett djur och börjar äta på en Ed. En liten pojke blir stark, en flicka börjar äta insekter och vara som en kameleont. En äldre pojke (som talar med brytning) blir elak som vilda djur osv. Eddarna hypnotiserar även barn för att samla in pengar från dem. Sedan "blir" Eddarna bundna hundar och en kvinna slänger en sko på dem. Programmet som antas återge barns fantasilekar är svårt att hänga med i och bitvis otäck. Det är även svårt att urskilja de rörliga tecknade bilderna och ofta vad som sägs. Credits ges till Cartoon Network, a.k.a. cartoon, 1999.

Vad som i mångt och mycket kan bidra till eller hindra upplevelsen av humor, spänning eller fantasi eller annat i programmet är språkbearbetningen – om det är svårt att höra vad rösterna säger, om de talar för fort, om språket har många vuxenassociationer osv. Som redan framgått var de allra flesta animerade program under veckan dubbade med svenska röster. I en minoritet av fallen hade programmet i stället svensk "voice over" (berättarröst) och i några fall automatiskt svenskt tal (ifall programmet var producerat i Sverige). To-

talt hade därför omkring tre fjärdedelar av programmen på något sätt svenskt tal. Cirka 10 procent av programmen hade inte alls tal utan i stället ljud i form av t.ex. kackel, mjau-ljud, smållar, plopp-ljud, bara illustrerande musik eller dylikt. Slutligen var cirka 15 procent av programmen på andra språk men textade till svenska och därför sannolikt avsedda för äldre barn (eller, som nämnts, i några fall för äldre ungdomar/vuxna).

Hurdant tal hade då de svensktalande, dvs. framför allt de dubbade programmen? Eftersom dubbingen var mycket olika mellan de olika kanalerna gjordes bl.a. en bedömning av ljudnivån – var den hörbar, normal, hög eller skrikig? Det subjektiva utfallet var att i en femtedel av fallen var ljudnivån hög eller skrikig och det gällde i några fall TV3 (vissa program i serierna *Blomsteraffären* och *Monsterfarmen*) men oftast Kanal 5 (några program i serien *Dexters laboratorium* men framför allt i *Powerpuffpinglorna*, *Cow & Chicken*, *I.R.Baboon – I am Weasel* och *Ed, Edd + Eddy*). I Kanal 5 var även röstpresentationerna mellan programmen mycket högljudda och forcerade, och stundom nästan skrek man fram det kommande programmet.

I en del fall var det dessutom mycket svårt att höra vad de svenska rösterna sade. Jag hade ändå möjligheten att stanna videon, spola tillbaka och försöka höra om och om igen, men kunde trots det inte utläsa allt vad figurerna sade i t.ex. flera program i serierna *I.R.Baboon – I am Weasel* och *Ed, Edd + Eddy* i Kanal 5. Svårigheten att höra vad som sades gällde 6 procent av alla program. Utöver dessa till stor del ohörbara program fanns cirka 4 procent av programmen med en stor mängd svåra ord (huvudsakligen i TV3 och Kanal 5). Att ett program innehåller svåra ord behöver inte vara någon nackdel. Om handlingen i övrigt är intressant kan de ibland vara stimulerande för tittaren. Här avses när andelen svåra ord staplas på varandra och därmed blir ”alltför” stor.

Det måste understrykas att bedömningarna av ljudnivån respektive alltför många svåra ord – vilket totalt sett alltså skulle gälla cirka en tiondel av de animerade programmen – är subjektiva. Hur tittarna uppfattar detta, och om det spelar någon roll för dem, kan bara avgöras genom frågor och liknande till dem själva.

Tilläggs kan att SVT och TV4 har synliga ”hallåor” eller programledare som presenterar programmen (eller programavsnitten om det är magasinprogram eller block). Något enstaka undantag fanns där en animerad kortfilm oväntat dök upp i ett magasinprogram. I TV3 och Kanal 5 syns inga presentatörer alls i rutan utan man hör bara röster. I ett block av animerade program säger rösten ofta vad det nya programmet heter – men detta skedde inte genomgående under den undersökta veckan, vilket ibland gav ett förvirrande intryck.

Dock hade TV3 och Kanal 5 producerat var sin särskild barnvinjett som inledde och avslutade barnprogramblocket och ofta (men inte alltid) användes i kortform när det skulle komma reklam. TV3-morgonens barnvinjett var cirka 1/2 minut av huvudsakligen live-action, där barn säger ”Gomorrön och välkommen till Barntrean”, varefter de sjunger och spelar. Såpbubblor far omkring och ibland ser man genom dem. Sedan springer barnen till en jättstor TV-soffa. I Kanal 5 förekom en cirka 20 sekunders live action-vinjett där en flicka och en pojke i förskoleåldern leker med byggklossar och målar med händerna till lugn klassisk musik. En tredje, yngre pojke tittar upp mot kameran och en kvinnlig vuxenröst säger någon variation av: ”Gomorrön och välkommen till Kanal 5. Vi börjar som vanligt med tecknade barnprogram.” Man ser nu att barnen har målat siffran 5 och lagt klossar i ring omkring.

Reklamen var allmänt sett lättare att uppfatta än många animerade program. Reklamspottarna mellan (och ibland i) barnprogrammen i blocken i TV3 och Kanal 5 på morgnarna var av traditio-

nell karaktär och gick ut på att tydligt presentera en produkt. Sedan är det en annan fråga att yngre barn inte förstår det bakomliggande syftet med reklamen, se t.ex. Jarlbro 2001. Samma reklaminslag upprepades dessutom gång på gång, varför det var ytterst svårt att missa huvudbudskapet. Reklaminslagen var också oftast desamma i de två kanalerna (se inramad text).

REKLAM I TV3:S OCH KANAL 5:S MORNING-BLOCK FÖR BARN

90 procent av alla 160 reklaminslag mellan de animerade barnprogrammen i TV3:s morgonblock bestod av 10 produkter som återkom i genomsnitt minst 7 gånger under veckan, dvs. en gång per dag, men ofta två-tre gånger samma dag i blocket. Dessa tio produkter var rangordnade efter hur ofta de presenterades: den tecknade långfilmen *Kejsarens nya stil* (av Disney) som snart skulle ha premiär på biograferna, Hemglass, den tecknade serietidningen *Kalle Anka* (av Disney), barnfilmer i TV1000, Bionicle-figurer (plastleksaker), Kelloggs Frosties (fling-zor), mat från McDonalds (som Disney samarbetar med), den tecknade långfilmen *Törnrosa* (av Disney) tillgänglig på köpvideo, Lördagsgodis med tuggummit Extra samt CD:n *Kalles favoriter* (med musik från Disneys långfilmer).

I Kanal 5:s morgonblock för barn förekom ibland på lördagen och söndagen reklamavbrott även i de animerade programmen. Dessutom ”presenterades” lördagens och söndagens barnprogramblock ”i samarbete” med chokladägget Kinder, vilket innebar nya trailers. Denna typ av reklam har jag här bortsett ifrån. →

99 procent av alla 205 reklamspottar mellan och i programmen i Kanal 5 under veckan bestod av 10 produkter som återkom i genomsnitt minst en gång per dag men ofta två-fyra gånger om dagen i blocket. Dessa reklaminslag var i mångt och mycket desamma som i TV3, dvs. i rangordning: den tecknade långfilmen *Kejsarens nya stil* (av Disney), den tecknade långfilmen *Törnrosa* (av Disney) på video, Hemglass, den tecknade serietidningen *Kalle Anka* (av Disney), Bionicle-figurer (plastleksaker), Kelloggs Frosties (flingor), Lördagsgodis med tuggummit Extra, CD-albumet *McWorld, Vol. 1* ("den ultimata hitsamlingen") innehållande värdekuponer från McDonalds (som Disney samarbetar med), mat från McDonalds samt Blümchens avskedsplatta (en CD).

Utifrån denna enda vecka går det inte att dra slutsatser om vad som främst annonseras till barn i TV. Som framgår är det i den här veckan fråga om: andra medieprodukter, godis/mat samt leksaker – och mer än hälften av reklaminslagen hade anknytning till Disney. De flesta tidigare undersökningar om vilka varor som annonseras till barn i TV är från USA och 1970- och 80-talen. En liten studie gjordes 2002 i Danmark om TV-reklam för barn på lördags- och söndagsmorgnarna i danska TV2 och TV3 (samma kanal som i Sverige). Urvalet spreds under flera veckor för att få ett mer varierat underlag men eftersom reklaminslag som återkom sorterades bort återstod ändå bara 80 inslag. De vanligaste produkterna där var: mat/restauranger, leksaker, teknologi/medieprodukter, sport/spel, kläder/personlig hygien samt semester mål/evenemang (Niss 2003).

Sammanfattningsvis föreslås fortsatta undersökningar med tittare om svårighetsgraden i vissa animerade program, liksom om hur blandningen av svårare och lättare program om vartannat i TV3 och Kanal 5 uppfattas. Mitt antagande är att somliga program är för svåra för att attrahera målgruppen och att blandningen av svårt och lätt bidrar till att många tittare ger upp. En hel del program i dessa båda kanaler och särskilt i Kanal 5 hade också snabbt tempo, ibland i kombination med en komplicerad handling, hög ljudnivå, svårbegriplig översättning och/eller ohörbart tal. Det är möjligt att morgonblocken med animerade program i många hem därför blir en ljudtapet i vilken programmen snarast fungerar som stöd för eller transportsträckor till reklamen som många gånger är lättare att förstå, ofta är animerade och inte sällan har komiska, suggestiva eller på annat sätt lockande innehåll.

MÅLSÄTTNING OCH INNEHÅLL

På SVT:s hemsida (<http://www.svt.se>) kan man läsa följande om barnprogrammen allmänt:

”Vi vill göra program för barn i alla genrer, dvs. drama, animation, nyheter, fakta, kultur, musik och underhållning. Alla olika barn ska kunna identifiera sig med våra program. Vi står på en bas av egenproduktion (cirka 2/3) och vill erbjuda den typen av program som de kommersiella kanalerna aldrig kommer att satsa på.

Här är ett utdrag ur vårt måldokument:

- *Vi vill inspirera till lek, skratt och fantasi.*
- *Vi vill stärka barns identitet både för sig själva och i samhället.*

- *Vi vill uppmuntra till kritiskt tänkande.*
- *Vi vill vara ett forum för barns egna tankar och åsikter.*
- *Vi vill medverka till ökad förståelse mellan grupper i ett mångkulturellt och klassiskt samhäll.*
- *Vi vill vara utmanande och utbildande.”*

Liknande formuleringar om barnprogrammen har jag inte hittat på de övriga kanalernas hemsidor. TV4 säger generellt att kanalen vill sätta publiken i centrum och att kvalitet och varumärke också är centrala inriktningar (<http://www.tv4.se>). Vid e-mail-förfrågan till inköparen av TV4:s barnprogram (se tidigare kapitel) nämndes att kanalen vill undvika de allra våldsammaste serierna och försöker ha fantasidrivna barnprogram i syfte att roa och underhålla. På TV3:s hemsida sägs bl.a. att syftet med kanalen är att underhålla tittarna (<http://www.tv3.se>). Kanal 5 vill överraska, beröra och väcka känslor och ”är den nyfikna tittarens underhållningskanal” (<http://www.kanal5.se>).

Dessa olika målsättningar återspeglas något i kanalernas utbud av animerade barnprogram. Inte så att SVT:s animerade barnprogram alla tydligt uppfyller samtliga SVT:s ovannämnda målsättningar – animation innebär trots allt uttrycksformer som lämpar sig särskilt väl för fantasi. Men då man studerar de animerade programmen i SVT1 den aktuella veckan fanns inte bara renodlat sagoaktiga, humoristiska och spännande program utan också flera program som samtidigt var pedagogiska och syftade till att lära ut någonting, program som var filosofiskt finurliga och tankeväckande, mer vardagsnära program som inbjuder till funderingar om sociala och praktiska problem man möter mer eller mindre dagligdags, program bestående av utpräglat estetisk animation och ett par program med syfte att inspirera barn att själva göra animation.

Nu var situationen ändå inte sådan att TV4:s, TV3:s och Kanal 5:s

program bara var underhållande, dvs. humoristiska, spännande och/eller fantasidrivna. Även bland dessa kanalers animerade program fanns exempel på program med syfte att vara tankeväckande, pedagogiska och/eller inbjudande till identifikation med vardagsproblem. Men såvitt jag kan bedöma var exemplen på sådana program inte lika många i dessa kanaler som i SVT.

Emellertid bör man komma ihåg att ett program sällan, om någonsin, kan vara bara humoristiskt, spännande eller fantasifullt. Underhållning är snarare en *form*. Sagor, humor, fantasi och spännande berättelser kan, om inte annat så på ett omedvetet plan, bidra till att tittaren bearbetar problem eller inser hur människor och omvärlden är beskaffad. Humor kan öppna ögonen för invanda stereotyper m.m. Det viktiga är alltså inte formen ("underhållning") utan *vilka* tankar, normer och värderingar som ingår i programmet, hur konflikterna löses osv. Ideologier finns alltid. Det viktiga blir därför – oberoende av om program är underhållning eller information – att inte föreställningar om orättmätig makt eller illegitima hierarkiska strukturer förstärks eller skapas. Man lär sig något av alla TV-program, särskilt dem man berörs av. Det gäller alltså snarare att fundera över vilka värderingar som finns dolda i programmen och vad de enskilda programmen – liksom det övergripande mönstret i den stora helheten av program – egentligen förmedlar för underliggande budskap.

Därtill reagerar olika människor olika, lägger olika tolkningar i programmen och får ut olika saker av dem, varför man bör göra empiriska undersökningar av vilka intryck skilda tittare verkligen får av programmen.

I det följande görs några reflexioner över ett fåtal aspekter av innehållet i de animerade programmen.

HUVUDFIGURER

Tabell 4 visar andelen av de animerade programmen under veckan som hade djur, människor, fantasifigurer m.m. i huvudrollerna. Förmänskligade djur hade huvudroller i omkring två tredjedelar av programmen, människor i drygt hälften av programmen, superpersoner/rymdvarelser/mutanter i en knapp tiondel av programmen och andra fantasivarelser i en knapp tiondel av programmen. I omkring en tredjedel av programmen var både människor och djur/superpersoner/fantasivarelser i förgrunden, varför summan av procenttalen överstiger 100.

Tabell 4. Animerade program med olika typer av figurer i huvudrollerna (procent av programmen)

Djur	47 %
Djur + människor	20 %
Människor	17 %
Superpersoner/rymdvarelser/mutanter + människor	7 %
Andra fantasivarelser + människor	9 %
n = antal program	192

BARN ELLER VUXNA?

Eftersom djuren är förmänskligade framkommer ganska ofta om de är barn eller vuxna och detsamma gäller superpersoner/rymdvarelser/mutanter. För människokaraktererna går det ganska lätt att av-göra ålder i grova drag. Omkring hälften av programmen (där åldersdimensionen gick att applicera) handlade om både vuxen- och barnfigurer (upp till cirka 18-årsåldern). Det näst vanligaste var att

den animerade världen befolkades av bara vuxengestalter (i cirka en tredjedel av programmen) och sedan fanns en mindre andel program som bara handlade om barn.

MARKANT MANSDOMINANS

Bortsett från i en liten minoritet av programmen går kön att avgöra för de flesta huvudfigurer. Mansdominansen är överväldigande. Grovt sett hälften av de animerade programmen befolkades av bara pojkar eller män i de framträdande rollerna medan grovt sett hälften befolkades av figurer av båda könen. I endast ett par fall handlade programmen i den studerade veckan enbart om flickor/kvinnor – men då var det antingen en väntande flicka i rullstol (*Solen är en gul giraff*) eller en kycklingflicka i förskoleåldern som gör fel (leranimationen *Koki*).

Pojkarna och männen hade i allmänhet mycket mer aktiva roller än flickorna och kvinnorna, vilka också ofta mest framstod som söta, förnumstigt förmanande eller retliga. Det fanns också exempel på grabbiga program där kvinnofigurer behandlades ytterst kränkande.

Men bland programmen med båda könen fanns ändå några undantag från den traditionella genusordningen. Exempel: I ett avsnitt av *De tre vännerna ... och Jerry* i SVT1 drivs med könsrollerna eftersom tre pojkar ska sitta barnvakt, vilket de kapitalt misslyckas med, medan flickorna är på idrottstävling. *Johnny Bravo* i Kanal 5 handlar om en självfixerad, korkad muskelbyggare som tror att han är snygg och attraktiv men såväl småflickor som unga kvinnor nonchalerar eller driver med honom. I programmet för äldre i TV4, *Futura* (se ruta 3) är Leela med cyklopögat den mest drivande personen. *Mona Vampyr*, likaså i TV4, är en flicka som i det här fallet ordnar upp Alla hjärtans dag (som hon egentligen tycker är larvig men som gör vuxna glada), en dag som Cupido har glömt detta år därför att han själv är

olyckligt kär. Rogue i *X-Men* i TV3 är en kvinnlig aktiv mutant. *Powerpuffinglorna* i Kanal 5 är förskoleflickor med superkrafter (se ruta 8). Även Cow i *Cow & Chicken* i samma kanal får då och då superkrafter (se exempel i ruta 9). Och Lisa i *The Simpsons* i TV3 tycks vara den klokaste i familjen (se ruta 10).

Trots detta är perspektivet ändå oftast manligt även i de program där starka flick- eller kvinnogestalter skapats. Det framstår som om ytterst få kvinnor är producenter eller regissörer för animerade program och filmer.

8 POWERPUFFINGLORNA

Serien POWERPUFFINGLORNA i Kanal 5 inleds med en stilistisk, enkelt ritad, i konsttermer närmast tidig 1900-talsfuturistisk animerad vinjett, där olika ingredienser blandas i en skål. En manlig röst berättar: "Socker, peppar och salt och allt som är snällt. Det var dessa ingredienser som skulle skapa de perfekta småflickorna. Men professor Utonium hade av misstag i en extra ingrediens i blandningen - kemikalien X!" Vi ser och hör en explosion. Rösten fortsätter med allt högre emfas: "Så föddes Powerpuffinglorna!!! Med superkrafter!!!" Tre små enkelt tecknade flickor med stora huvuden och ögon men minimala kroppar kommer upp ur skålen och vi får höra att Blomman, Bubblan och Buttran därför vigt sina liv åt att bekämpa brott och onda makter. Vi ser dem också flyga mot hemska monster till snabb musik. Den manliga svensktalande rösten ropar nu: "Powerpuffinglor-naaa!!!" Avsnitten är delvis dubbade med vuxna röster (som i Pinglornas fall försöker tala med ljusa, pipiga småbarnsröster, →



Bilden ur POWERPUFFINGLORNA (Warner)

eftersom de tre flickorna går i förskolan), delvis hör vi den manlige berättaren. Det är ofta svårt att uppfatta vad de olika figurerna säger och Powerpuffinglorna använder också en hel del svåra ord. Avsnitten handlar nästan alltid om hur staden Townsville får problem med brottslingar eller inkräktande monster och liknande och hur Powerpuffinglorna klarar av dem. Ofta tackas de av borgmästaren.

I programmet "Fräckis Bläckis" som är cirka 10 1/2 minuter långt, har staden först attackerats av tre drakar som de små Pinglorna klarar av och börjar hoppa hopprep med. De filmas på TV och ses av den hemske skurken Han. Av någon anledning börjar Blomman och Buttran gräla på väg hem från borgmästaren och Bubblan gråter därför att de andra två bråkar. Väl hemma sitter en bläckfisk i sängen. Blomman och Buttran slåss inbördes och ytterst hotfullt med laserkrafter; man ser monster, hör höga ljud, skrik och explosioner. Bubblan frågar Bläckis vad man kan göra. Då blir Bläckis stor och Bubblan förstår att det är Han. Bläckis blir allt större, ger sig ut i staden och slår sönder bilar och hus. Bubblan flyger ut för att stoppa honom men blir fångad av honom och skriker. Blomman och Buttran kommer då till hennes hjälp. Hemska strider mellan flickorna och Bläckis utbryter. Till slut brinner Bläckis upp allt medan han skriker "Nej!". Powerpuffinglorna blir vänner. Berättaren ropar forcerat att staden än en gång är räddad på grund av Powerpuffinglorna!!! Avsnittet innehåller mycket våld, höga ljud och handlingen förlöper i snabbt tempo. Credits ges till Cartoon Network, Hanna Barbera Cartoons, A Time Warner Company 1998. Många personer anges ha varit med i produktionen.

9 COW & CHICKEN

I vinjetten till den tecknade serien COW & CHICKEN i Cartoon Cartoons i Kanal 5 rimmas om Cow och Chicken som är syster och bror, två barn med mänskliga föräldrar – hur kunde det bli så? Så framträder många figurer och våldsamma händelser under dans och sång till rockmusik i väldig fart.

Ett cirka 7 1/2 minuter långt program i serien, vilken är dubbad på svenska, heter "Galna bioklipp". Cow (en upprättgående ko som är mycket större än Chicken men är lillasyster) och Chicken (en kyckling som i ett annat program under veckan sades vara elva år) ser på TV och retas. I rutan visas korta amatörvideofilmer som ska vara så idiotiska som möjligt och som folk skickar in för att vinna en tävling. Ofta innehåller video-filmerna våld. Cow och Chicken beslutar att själva spela in idiotiska videofilmer för att vinna pengar. De klistrar fast Chicken på Cows huvud och spelar in en film – men sedan kan de inte komma loss från varandra och en massa våldsamma händelser inträffar när de sitter ihop. Slutligen kommer deras film till final i TV. Man får se de tre filmerna och finalisterna. Cow och Chicken vinner. "Hon är fet och äcklig", säger den manliga programledaren om Cow, "en fet ko, varför visar hon den världsdelen?" (programledaren syftar här på Cows enorma och svajiga juver som dessa program ofta anspelar på ur ett manligt perspektiv, eftersom Cow går upprätt på två ben). Cow blir då en arg Supercow och slår stark och våldsam ner programledaren. I slutet av programmet har Cow och Chicken kommit hem från Kanadaresan som de vunnit. De är arga eftersom kanadensiska pengar är lite värda. De har också lossnat →

från varandra och sitter och ser på en tävling från Uganda på TV. Avsnittet innehåller mycket våld. Credits ges till The Cartoon Network, Inc. 1998. Den avslutande vinjetten för Hanna Barbera, A Time Warner Company, innehåller som vanligt smällar och skratt.

10 THE SIMPSONS

På tidig söndagskväll i TV3 sändes två program om tillsammans cirka 50 minuter av THE SIMPSONS, en tecknad serie om en dysfunktionell småstadsfamilj, särskilt fadersfiguren, i USA. Familjen Simpson - pappa Homer, mamma Marge, skolbarnen Bart och Lisa samt babyn Maggie - talar amerikanska och programmen är textade på svenska. I ett av programmen har familjen sett Zorro, vilket inspirerar pappa Homer att till kreti och pleti säga "Du sårar min heder" och slå dem i ansiktet. Till slut antar en sydstatsöverste utmaningen och vill ha duell, vilket leder till att Simpsons måste smyga iväg. De reser till farfars gård, som visar sig ha blivit ett övergivet ruckel. Där försöker de sätta igång lantliv och bruka jorden men traktorn och redskapen faller sönder, diverse olyckor inträffar och familjen har bara tistlar att äta. Homer beställer plutonium för att få igång odlingarna. Efter lång tid finner de en, ja, flera groddar och en massa tomater växer fram. Det konstiga är att tomaterna smakar fimp - de har korsats med tobak. Familjen börjar sälja sina illasmakande "tobater" som visar sig vanebildande, varför folk står i kö för att köpa. Ett →

tobaksbolag anländer och erbjuder massor av miljoner för den lysande tobatidén men Lisa och Bart tycker inte de ska anta erbjudandet, då cigarettbolag tjänar pengar på andras lidande. Barnen blir också alltmer negativa till själva plantorna. Plötsligt har djuren ätit hela odlingen och blir aggressiva då det bara finns en planta kvar. Lisa tänker förstöra den men då kommer tobaksbolaget i helikopter och knycker plantan. Ett aggressivt får hoppar efter plantan upp på helikoptern som blir för tung på grund av allt plutonium fåret fått i sig, och kraschlandar. Familjen ser ingen annan utväg än att åka hem igen för att vara med om duellen. Men mamman bjuder på köttfärspaj och översten skjuter därför Homer bara lite i armen, varefter han slår sig ner för att äta. Credits ges till Grace films 1999 i samarbete med ©20th Century Fox Television, A News Corporation company.

FÖRHÅLLANDE TILL LAND, NATIONALITET OCH KLASS

I animationens värld lever figurerna oftast i fantasimiljöer både ute och inne, både i stad och på land, i vildmarken, på havet, i luften eller i rymden. Miljöerna är också ofta så allmänna att det kan vara mer eller mindre var som helst på jordgloben. I en tiondel av programmen angavs dock ett specifikt land eller en världsdel för handlingen och det var oftast USA och England. I några fall framkom också att berättelsen utspelade sig i Sverige. Vidare nämndes i var sitt fall Afrika, Grekland, Japan, Kanada, Kina och Sydamerika.

Givetvis har de flesta animerade figurer inte heller någon uttalad nationalitet. De nationaliteter som dock framkom var desamma som

ovan förutom att Snurre Sprätt i ett fall irriterar sig på en fransman som bygger en damm ovanför ett vattenfall där Snurre vill duscha, och ett fall där djurfigurerna i *Oliver Twist* har en sorts affärer ihop med en rysk rävkvinna.

Utän att några ingående analyser har gjorts har jag stött på exempel på diskriminering av nationaliteter. Dessa fall har samtliga varit i USA-producerade program sända i TV3 och Kanal 5: den dumme fransmannen som förstör Snurres duschande talar med brytning, den korkade pappan i *Blomsteraffären* är invandrare och bryter, en snäll men dum kioskinnehavare i *Kalle Anka* bryter och en hotfull kvinna som planerar att behärska världen och spränga Ankeborg i ett annat *Kalle Anka*-program omges av östeuropeisk musik.

Vidare: I ett program i actionserien *Max Steel* (se närmare ruta 2) kämpar Max mot kinesiska skurkar. I ett program i serien *Dexters laboratorium* beger sig Dexter och hans syster Dee Dee till Sydamerika för att leta efter ett borttappat monster. Sydamerika framställs skrämmande och ödligt med bara bråkande getter och misstänk samma bybor. I ett *Oliver Twist*-program bjuder den ryska rävkvinnan Anushka (som bryter) hunden Oliver, grisen Charlie och kani nen Filuren på pudding efter ryskt recept. Puddingen är emellertid mycket seg, i det närmaste oätbar. Ytterligare ett exempel är ett *Johnny Bravo*-program där handlingen tilldrar sig ”djupt, djupt in i det mörkaste Afrika” och en liten vit babypojke är den som gång på gång räddar alla förmänskligade och människoklädda vuxna djur som bor i djungeln, och genom sin godhet också vinner kampen mot den elaka apkungen, Mr Monkeyman.

På liknande sätt som de flesta animerade figurer ändå är befriade från nationalitet och land framställs de också relativt sällan tillhöra någon särskild samhällsklass. I omkring en tiondel av programmen framträder emellertid någon form av ganska tydlig arbetarklassmiljö eller att figurerna har det mycket fattigt. Det finns t.ex. ett program i

den kanadensiska serien *Richard Scarrys äventyrsvärld* i SVT1 som är en saga om hur den första Olympiaden kom till för mer än tusen år sedan. Fem killingar i en säng i Grekland ska fylla år nästa dag (de är femlingar) och kan inte sova av upphetsning. Men föräldrarna är bekymrade eftersom familjen är fattig och de inte har några presenter. Nästa dag har pappan dock hittat på nya lekar som de kan fira dagen med, som t.ex. hur långt man kan kasta en tallrik, hur fort man kan springa osv. Borgmästaren räven blir först arg (eftersom tallrikarna hamnar hos honom) men när han får höra att familjen firar födelsedag tycker han att alla byar ska vara med. Spelen uppkallas efter mammans namn, Olympia, och det sägs att de olympiska spelens fem ringar symboliserar de fem killingarna Alfa, Beta, Tri, Kvart och Qvint.

Andra mer nutida arbetarklassmiljöer gäller t.ex. program i de båda serierna *Nisse* och *Cats & Co* i TV3 där bl.a. ett antal ungdomligt klädda katter framställs som hemlösa och mestadels hållande till i skrotupplag. Det gäller serien *Ed, Edd + Eddy* i Kanal 5 där pojkar i skolåldern och deras kamrater fördriver tiden på gatan. Det gäller ett program i *Lyckliga familjer* i TV3 där en flicka önskar att hennes pappa inte var soggubbe. I ett program i *I.R. Baboon – I am Weasel* i Kanal 5 bor babianen i en husvagn och har ingen mat medan vesslan grillar en god middag i sin villaträdgård alldeles intill. I ett program i serien *Lusfamiljen* i Kanal 5 måste lössen arbeta idogt och på övertid åt herr Fästing som kallar dem ”arbetarlöss”. Den tonåriga dottern sjunger en protestsång i soulstil. Lusdottern och en loppa upp-dagar senare att förtryckaren Fästing har tillförsäkrat sig omätliga rikedomar på arbetarnas bekostnad och en motståndskamp påbörjas. En annan mindre uttrycklig klasskamp ingår i en leranimation i SVT1, *Roffiga Robert*, där de självgoda och nedlåtande Räv och Björn samt fyra arbetarklassiga grodor ska tävla om vem som kan springa snabbast. En underfundig kortfilm om klasshierarkier sammanfattas också i ruta 11.

11 BOB OCH BOBEK

En tecknad programserie i SVT1 heter BOB OCH BOBEK och det cirka 7 minuter långa programmet under veckan har namnet "Besöket från rymden". Det handlar om två vita kaniner som gör morgongymnastik, men en är sömnig och hoppar tillbaka i sängen/natten. De söker jobb och får ett oöverstigit arbete att hugga och såga ner träd i skogen för en människa, en omänsklig skogsägare som är aggressiv och hotar med vapen. På natten ser kaninerna i skogen en rymdfarkost med prickiga kaniner. En prickig kanin glöms kvar men hämtas senare av rymdfarkosten. De vita kaninerna får på så vis veta hur det är på de prickiga kaninernas planet. Där är det kaniner och inte människor som bestämmer och på TV ser de prickiga kaninerna t.ex. på människor som hoppar. Filmen innehåller inget fysiskt eller psykiskt våld mellan de olika kaninerna. Temat är på ett filosofiskt plan det strukturella våldet - de vita kaninerna får insikt i förtryck och skillnaden mellan hierarki och demokrati. Detta är dock inte något som uttryckligen påpekas. Och kanske är det bara en fantasifull dröm ... Credits ges till tjeckiska televisionen i Prag 1993.

Klassmarkeringar i övrigt anger (när de finns) oftast medelklass. I några fall förekommer överklasspersoner och de är i allmänhet odrägliga. Det är fallet med herr Fästing ovan eller den bortskämda prinsessan som kommer till *Powerpuffinglornas* dagis och vill ha superkrafter som de har. Det är också fallet när monstren i *Monsterfarmen* i TV3 kidnappar en överklasspojke för att få pengar. Men pojken betar sig avskryvärt och monstren tvingas till slut att betala själva för

att bli av med honom. Ett fjärde exempel ingår i ett program i *Cats & Co* i TV3 där flickkatten Cleo är arg eftersom hon inte blivit bjuden på flickkatten Muffies fest av skälet att Cleo inte har någon stamtavla. Ändå räddade Cleo Muffie när de var barn. Cleo tar hjälp av manliga kattkamrater och hämnas genom att stöka till det på festen. Ett femte exempel utgör den onde kärnkraftsverksägaren Mr Burns i *The Simpsons* i TV3. När det går utför med hans ekonomi och han förlostrar kärnkraftverket utnyttjar han Lisas företagsamhet att samla skräp för återvinning och lyckas därigenom till slut köpa tillbaka kärnkraftverket. Lisa som ändå hade trott honom om gott och försökt hjälpa honom kan ingenting göra men river sönder den check på ett mycket stort belopp som han ger henne.

Det ska tilläggas att det även finns en god sagoprinsessa i gammal stil och hennes pappa kungen i Disneyserien *Bumbibjörnarna* i SVT1.

ANDRA VÄRDERINGAR

Sammanfattningsvis existerar en mycket uttalad mansdominans i de animerade TV-programmen, liksom exempel på rasism och etnisk diskriminering. Detta visar att olika grupper värderas olika i samhället, vilket indirekt uttrycks i de animerade programmen och tar formen av ett strukturellt symboliskt våld.

I fråga om samhällsklass är de få programexemplen under veckan tvärtom vanligtvis emot den illegitima övermakten.

Ett stort antal program innehåller tydligt också andra värderingar som framhålls som önskvärda i vår kultur. Det finns t.ex. en hel del pedagogiska berättelser som visar hur man ska vara och hur man kan uppnå saker tillsammans, som vänner och på fredlig väg. Det finns finurliga drömmar och idéer om hur man som barn kan klara av saker och göra något för andra och samhället. Det finns komiska djur-

fabler som driver med egenskaper som självgodhet, inbilskhet, egoism, avundsjuka och förtryckartendenser. Och det finns spännande äventyr och actionserier som nästan alltid handlar om kampen mellan det onda och goda och där de räddande hjältefigurerna står på det godas sida.

Animerade *TV-program* har knappast uppmärksammats i forskningen. En del kvantitativa innehållsanalyser, men särskilt kvalitativa textanalyser av *serietidningar* och *animerade filmer* har dock varit av kritisk karaktär och gällt ideologiska stereotypiseringar av kön, klass, ras/etniska minoriteter, liksom olika typer av värderingar som romantik, individualism, imperialism, konsumism, kommersialism m.m. I detta sammanhang har särskilt Disneys värld fokuserats (t.ex. Field 1942, Dorfman & Mattelart [1971]1975, Schickel 1985, Smoodin 1994, Bell, Haas & Sells 1995, Bryman 1995, Byrne & McQuillan 1999, Wasko 2001).

Ett par studier och betraktelser (Rönneberg 1983, 1993, 2001, Drotner 2003) har i stället sökt anlägga barnperspektiv på de animerade filmerna för att söka förstå vad barn får ut av dem. Något om dessa studier omnämns i nästa kapitel ("Barn").

FYSISKT VÅLD

Animerade *TV-program* har i stället främst uppmärksammats i kvantitativa innehållsanalyser av våldsinslag. Oftast har det då varit fråga om innehållsanalyser av större delar av TV-utbudet och flera genrer (t.ex. all fiktion, alla typer av program osv.). Resultatet brukar vara att tecknade eller animerade TV-program är en av de genrer som innehåller flest våldsskildringar. Sådana undersökningar har gjorts i ett flertal länder. För att bara ta någon enstaka illustration: i en ungersk innehållsanalys 1998 av all fiktion under morgontimmarna och under bästa sändningstid på kvällen i två public service-kanaler och

två kommersiella TV-kanaler framkom att 77 procent av långfilmerna och 71 procent av de tecknade kortfilmerna innehöll våldsinslag. De tecknade kortfilmerna innehöll mer tid, fler sekvenser och fler handlingar med våld än någon annan fiktiv programgenre. "Våld för våldets egen skull" eller våld med rent destruktiva motiv där utövarna njöt av våldet var också vanligast i tecknade barnprogram (Szilády 1999). Även en studie år 1997 av sex TV-kanaler som sänder i Sverige (de fem som ingår i den här aktuella studien samt TV1000) visade att de våldsinslag som finns i barnprogram till största delen var tecknade våldsskildringar (oftast från USA) och att våldssekvenser i barnprogram upptog lika mycket tid som våldssekvenser i fiktionprogram som riktar sig till en äldre publik (Cronström 1999).

I dessa studier har våldsinslag i allmänhet definierats som det *avsiktliga fysiska* våldet, eller hotet om det, riktat mot levande varelser och föremål, liksom konsekvenserna av detta våld. Olyckor och liknande brukar alltså inte inkluderas. Inte heller har studierna tagit upp psykiskt våld eller strukturellt våld.

I den här aktuella undersökningen framkom att 82 procent av de animerade programmen innehöll konflikter. Konflikter i sig är nästan alltid en förutsättning för fiktion och drama och en mer relevant fråga är om konflikterna löstes med fysiskt våld. En genomgång gjordes ifall de animerade programmen under veckan innehöll fysiska våldsinslag enligt definitionen ovan och resultatet blev att 71 procent gjorde det, ett resultat som alltså liknar exempelvis den ungerska undersökningen.

Några ingående analyser av antalet våldshandlingar, längden på våldssekvenserna, typen av våldshandlingar (vem som utövar dem, vem som utsätts för dem, motiven till dem, konsekvenserna av dem osv.) har inte gjorts i denna studie. En subjektiv bedömning (som alltså inte bygger på noggranna mätningar) gjordes av om det före-

kom relativt lite, ganska mycket eller mycket våld. Den visade att – av programmen som innehöll fysiska våldsskildringar – knappt hälften hade relativt lite våld, medan en tredjedel hade ganska mycket våld och knappt en fjärdedel mycket våldsinslag. Omräknat för alla animerade program hade därför cirka 40 procent skildringar med ganska mycket eller mycket våld.

Det var stor skillnad mellan kanalerna. I SVT1 innehöll de flesta av de 40 animerade programmen inga våldsskildringar. När våldsskildringar förekom var det lite våld utom i fyra fall då det bedömdes vara ganska mycket våld. Alla dessa fyra program var producerade av Disney.

Även i TV4, som ju sände färre barnprogram, hade de flesta av de 14 animerade programmen inget eller lite våld. Det fanns dock två *Pokémon*-program under veckan, varav det ena bedömdes ha ganska mycket våld och det andra mycket våld (se ruta 12).

12 POKÉMON

Ett av de två tecknade POKÉMON-programmen i TV4 heter "Eevee-bröderna", är drygt 22 minuter långt och versionerat med svenska röster. Efter en introducerande sång om vikten av att fånga flest pokémon (fickmonster), träna dem var dag, bli bäst, tillsammans vara ett lag och rädda världen om igen, talar en berättarröst om att våra hjältars resa fortsätter. Ash, Misty och Rock (två pojkar och en flicka i äldre skolåldern) vandrar i skogen tillsammans med musen Pikachu och upptäcker ett litet bundet djur som blivit lämnat ensam. Genom en handdator får de veta att djuret Eevee kan utvecklas till en av tre pokémon beroende →

på vilken sten som används mot den. De tar med sig Eevee och kommer snart till ett sorts garden party med olika människor, pokémon och vatten-, eld- och åskstenar. Det illasinnade Team Rocket (de unga Jessie och James som är mot sanningen och kärleken, samt deras katt) är där för att både ta stenar och fånga pokémon. Genast upptäcker några på festen lilla Eevee och tar djuret från våra huvudpersoner. Eevee hoppar fram till en liten pojke, Mickey, som lyfter upp honom i famnen. Mickey blir utskälld av sina tre äldre bröder, som är tränare av större Eevee-pokémon (de har var sin typ) därför att han inte håller reda på sin Eevee. Men Mickey svarar att han inte bryr sig om att tävla och inte vill utveckla sin pokémon. Genom en kupp lyckas Team Rocket få tag i lilla Eevee och alla tre typer av stenar. Men hjältarna kommer ikapp och en lång, våldsam fight utbryter, där även olika pokémon är inblandade. Till slut slåss även Mickey och lilla Eevee och Team Rocket övervinns. Mickeys bröder är imponerade, eftersom Mickey inte har utvecklat sin Eevee. Mickey säger nu att han ska bli Eevee-tränare. Mickey ger Misty en blomma - de är vänner för alltid. En avslutande berättarröst säger att Team Rocket än en gång besegrats och att alla pokémon är hos sina riktiga tränare. Mickeys bröder fick sig en riktig läxa. "Vi måste alla ha modet att gå vår egen väg." Efter den avslutande sången (densamma som i inledningen) anges (1997, 1998 Nintendo Japan) och ett flertal samarbetsbolag. Av många uppgifter anges också att programmet är baserat på en historia av Satoshi Tajiri. Programmet handlar om kampen mellan det goda och det onda men på ett annorlunda och mer kollektivt sätt än vi är vana vid från västerländska berättelser.

I TV3 hade de allra flesta av de 66 animerade programmen under veckan lite eller ganska mycket våld och några mycket våld. 23 program bedömdes ha ganska mycket våld och 6 program mycket våld – ett i *Blomsteraffären*, två i *Kalle Anka*, ett i *Cats & Co*, ett i *Max Steel* och ett i *X-Men*.

I Kanal 5 bedömdes de allra flesta av de 72 animerade programmen innehålla lite, ganska mycket eller mycket våld. 23 program bedömdes visa ganska mycket våld och 23 program mycket våld. De sistnämnda var följande: tre i *Powerpuffinglorna* (se exempel i ruta 8), ett i *Ed, Edd + Eddy*, ett i *Dexters laboratorium*, två i *Johnny Bravo*, ett i *Cow & Chicken*, två i *Tom & Jerry*, två i *Snurre Sprätt*, åtta i *Oggy och kackerlackorna* (se exempel i ruta 13 och 14), ett i *Batman*, ett i *Superman* och ett i *Invasion jorden*.

13 OGGY OCH KACKERLACKORNA I

I en trailer för **OGGY OCH KACKERLACKORNA** talar en kvinnlig röst om att det här är Oggy och det här är kackerlackorna som bor i Oggys hus. De gör allt för att göra livet surt för Oggy och hans vänner. Vi ser katten Oggy och de elaka kackerlackorna som i snabb takt "gör ofog" som t.ex. att tända stubiner som exploderar. "De elakaste småkryp du någonsin träffat", säger rösten med tonvikt på varje ord.

Vinjetten till den tecknade programserien består av en blå rymd med planeter. En av planeterna med texten "Gaumont Multimedia Presents" kommer i förgrunden. En tecknad hand med en spik förs in i bilden och sticker sönder planeten som →



Bilden ur JOHNNY BRAVO (Cartoon Network)

förvandlats till en bomb/ballong som därför börjar flyga hit och dit med en väldig fart. Den exploderar till slut ut i en annan bild där det står "Oggy" och en blå fantasikatt åker runt. Flera figurer presenteras med namn hastigt under snabb, rytmisk musik. Serien är enkelt och stilfullt tecknad med vackra färger på hela fält. Det finns inget tal, bara sparsamma illustrerande ljud. Alla program är cirka 7 minuter långa.

Ett program heter "Jack-in-a-box". Det börjar med att Jack (en grön katt som är vän till den blå katten Oggy) arbetar med en stor maskin. Den fortsatta historien går ut på att flera av figurerna med avsikt läggs i maskinen och krossas. T.ex. klämmer Jack ner en ko i maskinen (eftersom kon ätit av det gröna håret på hans huvud). Ur maskinen kommer i stället ostar, förpackade köttbitar, skor, en väska m.m. (men sedan åker produkterna baklänges i maskinen och blir till kon igen). De tre kackerlackorna medverkar och gapskrattar. Bl.a. släpper de ut burkar på golvet som Oggy ramlar på, varvid Oggy upptäcker att burkarna är bitar av Jack och låter dem åka baklänges i maskinen. Ut kommer Jack - men utan skelett. Det har kackerlackorna behållit och givit till hundgrannen som Oggy är i ständig fejd med, och hundgrannen har börjat äta på skelettet. I nya aktioner från kackerlackornas sida framkommer ur maskinen blandningar av Jack och kon m.m. Slutligen blir Jack räddad och lägger de tre kackerlackorna i maskinen. De kommer ut som tre platta "linjaler". I en avslutande vinjett med musik och våldsamt jakt där Oggy och kackerlackorna jagar varandra ges credits till Xilam-Gaumont-Les Prontions Coquerelles Inc., France 5 1999. Vinjetten inkluderar också en allmän logotype från Xilam.

14 ÖGGY OCH KACKERLACKORNA 2

Ett annat program i samma serie benämns "Oggy's Bag". Det börjar med att Oggy badar och sjunger i badkaret - utan badvatten eftersom han slickar sig ren. Han går insvept i ett badlakan till klädskalet som är tomt så när som på en strumpa. Allt ligger i smutskorgen som han drar till tvättmaskinen. När han öppnar den översvämmas han av vatten och bubblor. Där inne sitter de tre kackerlackorna i skumbad och blir arga över att störas. Oggy beordrar dem att gå ut. De passar på att springa iväg med tvätten när han håller i tvättmedlet, varpå de gapskrattar. Han springer efter dem men de slänger en strumpa framför honom så att han ramlar och glider iväg i hög fart. Kackerlackorna borstar framför honom som man gör framför curlingklot. Därför far Oggy in i centrifugen och kackerlackorna sätter på den. Medan Oggy pressas runt sprider kackerlackorna ut hans smutsiga kläder och kryper ner i en väska. Oggy kommer efter dem, ramlar ner i en "brunn" och hamnar i ett stort utrymme med högar av smutskläder. Vissa smutskläder vandrar iväg och dansar. Oggy får tag på tre strumpor som skrattar och hoppar på dem som en galning. En stor strumpa börjar då hoppa hårt på Oggy så att han plattas till. De tre kackerlackorna gapskrattar. Han jagar dem genom ett blixtlås som dock kackerlackorna drar till om hans hals. Sedan tänds de en bomb så att han exploderar och blir en lös skalle. I nästa ögonblick jagar Oggy kackerlackorna bland tygbalar. Han ramlar i en ficka. Kackerlackorna sitter i en portmonnä och river sönder sedlar. Oggy hoppar ner, visslar och lägger många mynt i fickorna. Så återtar han jakten på kackerlackorna. Efter ett tag är →

mynten obegripligt borta. Oggy hoppar upp på ett löpande band med upprättstående kalsonger som rör på sig och petar på en kalsong. Till slut tar det löpande bandet slut och Oggy ramlar ner i en strykmaskin som slår ihop, ångar och plattar till honom samt lägger honom i form av en kalsong i en hög med andra nypressade kalsonger. Kackerlackorna dyker upp och ser ett kontrollbord med en stor monitor. De manövrerar smutsklädväskan att rulla ut i våldsamt fart på gatan. Därinne vacklar Oggy, kalsongerna och allt annat omkring. Oggy tittar ut genom blixtlåset och ser de tre kackerlackorna styra väskan och gapskratta. Genom ett fönster kan han se staden och bilar. Han försöker ta kontrollen men väskan fortsätter att rusa fram. Så kör väskan in i en flygplats med människor, förbi incheckningen, hamnar på ett löpande band med andra väskor, röntgas och körs till ett flygplan som lyfter. I nästa scen har flygplanet kraschat. Smutskläder, Oggy och kackerlackorna befinner sig i ett öde landskap. Där står fem skrattande jättefigurer (liknande hundar eller björnar) på två ben. Oggy blir rädd, slår händerna för ögonen och gråter.

Framtida forskning om våldsskildringar bör inte bara ta upp typ av våld, vem som utövar våldet, vem som utsätts för det, motiven till och konsekvenserna av våldshandlingarna osv. – utan är viktigt att ytterligare nyansera. Ett intressant försök har gjorts i *National Television Violence Study* i USA (se t.ex. Wilson et al 1997, 1998) där man kodat våldsinslagen utifrån tidigare forskningsresultat om påverkan av medievåld (ty det finns givetvis inget direkt kausalsamband av typen att några enstaka program är den enda orsaken till aggression hos tittaren). Man har därmed urskiljat elva olika kontexter som förutsäger

sannolikheten för ökad eller minskad aggression, rädsla respektive tillvänjning vid tittande på vissa sorters våldsinslag i TV-utbudet. Exempelvis kan en attraktiv våldsutövare (t.ex. hjälten), berättigat våld (ur tittarens synvinkel), realistiskt våld, våld som belönas, humor, avsaknad av straff för våldsutövandet samt det faktum att lidande av våldet inte visas, bidra till ökad aggression. Å andra sidan kan ett offer för våldet som tittaren identifierar sig med, oberättigat våld (ur tittarens synvinkel), realistiskt våld och våld som belönas, bidra till rädsla.

En annan forskningsfråga för framtiden är om våldet i animerade program ökat över tid. Nu har vi inte haft kommersiella satellitkanaler så länge i Sverige men tillkomsten av dem och det faktum att de sänder många program från USA har givetvis medfört att våldsinslagen blivit fler än förr.

I USA har man jämfört våldsinslagen i TV över tid varje år med början 1967 i samma kanaler. Jämförelsen visar att mängden våldsskildringar i programmen i de större allmänna TV-kanalerna har varit anmärkningsvärt hög och stabil (någon motsvarande jämförelse av utbudet i de nyare globala särskilda barn-TV-kanalerna har jag inte sett). På lördags- och söndagsmorgnarna i ABC, NBC, CBS och Fox, när animerade barnprogram sänds, existerar våld i drygt 90 procent av programmen. Det förekommer ungefär 20 våldsinslag i timmen och ungefär 80 procent av huvudpersonerna är involverade i våldshandlingar. Också för fiktion på bästa sändningstid på kvällen, alltså program riktade till vuxna, har våldsskildringarna varit ungefär lika omfattande sedan slutet av 1960-talet i USA, men våldet är där inte lika utpräglat som i barnprogrammen på dagtid (t.ex. Signorielli 1990).

Eftersom våldsnivån redan på 1960-talet var så hög i de allmänna TV-kanalerna i USA, kan den kanske inte förväntas öka mycket mer. Även i Sverige bör man jämföra samma TV-kanaler över längre tid.

I animerade *långfilmer* för barn i USA och över en ännu längre period har våldsinslagen ökat. En studie gjordes vid Harvard University av våld i alla tecknade barntillåtna filmer 1937-1999, dvs. de filmer som klassificerats som G (for the general audience, för alla, dvs. ”barntillåtna”) av Motion Picture Association of America (MPAA – USA:s filmklassificeringsorgan), som spelats in på engelska och som finns tillgängliga för allmänheten på videokassett i USA. Den första filmen är Disneys *Snow White and the Seven Dwarfs* och den sista *The King and I*. Studien visade att alla undersökta tecknade barntillåtna filmer innehåller något våld. Fastän våldsinnehållet varierar i hög grad mellan filmerna är det en statistiskt signifikant ökning över de dryga 60 åren – i genomsnitt har våldet nästan fördubblats under perioden. De båda forskarna drar slutsatsen att även filmer som avgjorts vara acceptabla för mycket små barn innehåller en betydande mängd våld (Yokota & Thompson 1999).

SAMMANFATTNING

Flera skillnader mellan public service-kanaler och kommersiella TV-kanaler som framskyntade i förra kapitlet (”Marknad”) blir i studiet av själva de animerade programmen synliga. Det är uppenbart att kanalerna har olika policy för sina inköp av animerade program.

Av de närmare 35 timmarna animerade program under veckan förekom cirka 25 timmar i TV3 och Kanal 5.

De animerade programmen i SVT och TV4 var framställda med en större variation av animationstekniker och dessa kanalers animation var producerade i fler länder än de animerade programmen i TV3 och Kanal 5.

SVT och TV4 hade också ett urskiljbart ålderstänkande (olika

program för barn och unga i olika åldrar på olika tider) medan detta var mycket mindre märkbart i TV3 och Kanal 5 som sände långa block av blandade program för ”alla barn”.

TV3 och särskilt Kanal 5 hade även en inte oansenlig andel animerade barnprogram som var svårbegripliga, hade snabbt tempo, innehöll många svåra ord och vuxenassociationer (och ibland hade en skrikig ljudnivå) – vilket ger upphov till funderingen om det är programmen eller reklamen i blocken som kommer i första hand.

Generellt var det en mycket kraftig mansdominans och övervägande manliga perspektiv i de animerade programmen. Genom detta symboliska strukturella våld bidrar programmen till att reproducera den rådande makthierarkin mellan könen.

Enligt en subjektiv bedömning skildrade cirka 70 procent av alla animerade program under veckan något fysiskt våld och cirka 40 procent av alla animerade program ganska mycket eller mycket fysiskt våld. Programmen med ganska mycket eller mycket fysiskt våld återfanns främst i TV3 men särskilt i Kanal 5.

En övergripande fråga som ställdes i föregående kapitel var hur barnprogrammen i public service-kanalerna i ett litet land som Sverige påverkats över tid av det allt större utbudet animation på den internationella marknaden. Enligt en studie (Blumler & Biltereyst 1995) hade de traditionella barn-TV-kanalerna i Norden i mitten av 1990-talet i störst utsträckning (jämfört med övriga nationella kanaler i Europa) lyckats bevara den ursprungliga public service-idén beträffande barnprogram generellt. Dessa kanaler hade då fortfarande mycket egenproduktion, stor mångfald och en jämförelsevis liten andel utländsk animation. Även om den här studien inte gör några jämförelser med övriga Europa, inte gör några jämförelser över tid och dessutom bara gäller animerade TV-program, tyder den ändå på att mångfalden och egenproduktionen i svenska nationella kanalers barnprogram fortfarande är betydande. Både i SVT och TV4 var i

undersökningsveckan cirka en tredjedel av barnprogrammen animerade och cirka två tredjedelar live action. De animerade programmen i dessa kanaler var av olika karaktär och hade också varierat ursprung (exempelvis kom de flesta animerade program i SVT från Europa). Detta var i motsats till satellitkanalerna TV3 och Kanal 5 som enbart sände animerade barnprogram (och inga live action), och dessa kom huvudsakligen från USA.



TREE:

BARN

TITTARSIFFROR FÖR DE ANIMERADE TV-PROGRAMMEN

I det här kapitlet vänds blicken mot dem som använder de animerade programmen. Två aspekter tas upp; dels barns tittande på de animerade TV-programmen under den aktuella veckan, dels några barns uttalanden om varför de tycker om, eller inte tycker om, olika animerade program.

I Bilaga 1 redovisas tittarsiffror från Mediamätning i Skandinavien AB (MMS) som är den undersökningsfirma som sedan 1993 anlitas av TV-bolagen i Sverige för de dagliga publikräkningarna. I tabellen i bilagan ingår bara de program under undersökningsveckan som har definierats som i huvudsak animerade, dvs. att mer än hälften av programtiden består av animation (se resonemang i tidigare kapitel).

Publikräkningarna genomförs elektroniskt med s.k. people meters på TV-apparaterna hemma hos en tittarpanel (se närmare <http://www.mms.se>). Den vanligaste typen av tittarsiffror från MMS (och motsvarande institut i världen) – som också är de som presen-

teras i tabellen – är s.k. ratings, dvs. den genomsnittliga procentandelen tittare under programmets gång. Var det t.ex. fler personer som såg i början av programmet och färre i slutet så redovisas alltså ett medeltal som gäller vilket givet ögonblick som helst av programmet.

Tabellen omfattar två grupper av spalter. Den första gäller hela TV-befolkningen (alla som har TV i Sverige), den andra alla med tillgång till satellit-TV hemma. Inte riktigt alla med satellit-TV (som MMS estimerar till 6,3 miljoner år 2003) har tillgång till TV3 och Kanal 5 (båda kanalerna kan, enligt MMS 2003, vardera ses av närmare 5,5 miljoner) (ibid).

I varje spaltgrupp i tabellen finns fyra ålderskolumner: totalt 3-99 år, 3-6 år, 7-11 år och 12-14 år. I MMS:s tittarpanel ingår 1 080 hushåll vilket motsvarar cirka 2 200 personer i alla åldrar. I barngrupperna är bastalen (de barn som ingår i undersökningspanelen) därför inte mycket stora men understiger inte 50 barn i någon grupp. Man bör således ta fasta på de generella trenderna snarare än betrakta de enskilda procentsiffrorna som något exakt. Varje undersökningsmetod har också sina andra felkällor som har att göra med typ av urval, bortfall, mätmetod osv, vilket även gäller people meters.

Dessutom gäller tittarsiffrorna bara en enskild vecka. Fastän TV-tittandet är relativt stabilt kan siffrorna för samma program förstås delvis vara annorlunda en annan vecka.

För detaljer hänvisas till tabellen. I det följande omnämns några övergripande tendenser.



DE ANIMERADE PROGRAMMEN

På vardagarna gick barnprogrammen i SVT1 kl. 18.00-19.30 och på lördagarna och söndagarna både på morgnarna och på kvällarna.

De animerade barnprogram som ingick (tillsammans med live action-program) i *Bolibompa*-blocket kl. 18.00-19.00 på vardagarna i undersökningsveckan var: *Tom & Jerry* (i *Lilla Sportspegeln*), *Hund och Anka*, *Bob och Bobek*, *Roffiga Robert* och *Richard Scarrys äventyrs-värld*. I blocket kl. 19.00-19.30 i SVT1 som är tänkt för äldre barn gick ett program i den animerade tecknade serien *De tre vännerna ... och Jerry* en av vardagskvällarna. På fredagen sändes samma tid familjeprogrammet *Mosquito* (ett tidigare *Mosquito* gick i repris vid 23-tiden på måndagskvällen). Lite tidigare på fredagen, kl. 17.35, gick också *Disneystunden* med *Bumbibjörnarna*.

På lördagen kl. 18.30 sändes *Disneydags* som bjöd på *Nya äventyr med Nalle Puh* (två program), *Pluto* (två kortfilmer) och *Timon och Pumbaa* från *Lejonkungen* (två program). Söndagens *Bolibompa* på kvällen var en kvart långt och innehöll leranimationen *Kulleby sjukhus*.

De animerade programmen på lördags- och söndagsmorgnarna i SVT1 var *Disneystunden* med *Bumbibjörnarna*, *I Mumindalen* på samiska och med svensk text, *I Mumindalen* med svenska röster samt *Disneydags* (i repris från lördagen).

Dessutom sände UR de animerade kortfilmerna *Koki*, *Solen är en gul giraff* och *tots tv* i SVT1 på lördagsmorgonen samt *Framtidssåpan* som består av animerade program som skolklasser själva gjort. *Framtidssåpan* och *Barnmorgon UR* sändes även på torsdagsmorgonen.



Bilden ur TIMON OCH PUMBAA (Disney)

EXEMPEL PÅ TITTARSIFFROR

De högsta tittarsiffrorna bland barn för animerade TV-program i undersökningsveckan finns för SVT1. (Som framgått tidigare sändes inget i huvudsak animerat program denna vecka i SVT2.)

Som ett exempel kan nämnas att de animerade barnprogram som ingick i *Bolibompa*-blocket kl. 18.00-19.00 på vardagarna genomsnittligt sågs av grovt sett omkring 40 procent 3-6-åringar, drygt 20 procent 7-11-åringar och cirka 5 procent 12-14-åringar.

Ett annat exempel är *Disneydags* på lördagen kl. 18.30 som får sägas vara veckans animerade höjdpunkt i den bemärkelsen att blocket t.o.m. hade lite större publik totalt bland 7-11-åringar och 12-14-åringar än vardags-*Bolibompa* samma tid.

Ett tredje exempel är SVT1:s animerade program på lördags- och söndagsmorgnarna som i genomsnitt sågs av 12-25 procent 3-6-åringar, 5-15 procent 7-11-åringar och 2-6 procent 12-14-åringar.

Övriga animerade program i SVT1 hade lägre tittarsiffror.

Den allmänna tendensen var, som synes, att genomsnittstittandet på animerade program i SVT1 var högst bland förskolebarn, relativt högt även bland 7-11-åringar och betydligt lägre bland 12-14-åringar.

Som framgår av tabellen i Bilaga 1 tittade barn med satellit-TV hemma oftast något mindre på SVT:s animerade barnprogram än vad siffrorna för alla barn med TV anger. Skillnaderna är dock inte stora. 60-70 procent av barnen har satellit-TV. Detta innebär också att de barn som endast har SVT och TV4 hemma tittade något mer på SVT1 än vad siffrorna för alla barn med TV visar.

TV4

DE ANIMERADE PROGRAMMEN

TV4 sände 15 minuters barnprogram, *Lattjo Lajban*, på vardagsmorgnarna kl. 7.15-7.30. De enda animerade inslagen i dessa program under veckan var spel med datorspelet *Rummel & Rabalder*.

TV4 koncentrerade i stället sina barnprogram till lördags- och söndagsmorgnarna. På lördagen kl. 7.25 sändes ett magasin, *Gomårr!!!*, där det ingick två animerade kortfilmer, *Rotten Ralph* och *Mona Vampyr* samt spel med *Rummel & Rabalder*. På söndagen gick det animerade programmet *Babar* kl. 7.25 och ett animerat program i serien *Rotten Ralph* i magasinet *Nicke & Mojje*. Kl. 8.35 följde *Pokémon* både på lördagen och söndagen.

På torsdagskvällen kl. 23.15 sände TV4 cirka 20 minuter *Futura*, ett animerat program för äldre ungdomar och vuxna.

EXEMPEL PÅ TITTARSIFFROR

Lattjo Lajban på vardagsmorgnarna sågs i genomsnitt av färre än en tiondel barn. Fler 3-6- och 7-11-åringar än 12-14-åringar tittade.

Genomsnittstittandet på programmen i början av TV4:s lördags- och söndagsblock var ungefär lika stort som tittandet på *Lattjo Lajban* på vardagarna. *Pokémon* på lördagen och söndagen var populära undantag – de programmen hade genomsnittligt högre tittarsiffror och valdes av fler barn i mellanålderna än i de andra åldersgrupperna: 10-14 procent bland 3-6-åringar, 21-24 procent bland 7-11-åringar och 5-8 procent bland 12-14-åringar.

Liksom för SVT ser barn med satellit-TV hemma oftast något mindre på TV4:s animerade barnprogram än barn med bara SVT och TV4 hemma.

TV3

DE ANIMERADE PROGRAMMEN

TV3 sände under undersökningsveckan, som vi sett i tidigare kapitel, ett block av tecknade program under vardagsmorgnarna kl. 6.30-8.40 med program i samma serier varje dag. I *Aftonbladets* programtablå benämndes den första delen av blocket (1 timme och 40 minuter) *Barntrean med Disney* medan den sista halvtimmen kallades *Gustaf & Co*. Emellertid var det inte bara Disneyfilmer i det första blocket, utan man kunde se *Blomsteraffären*, *Oliver Twist*, *Disneys frukostklubb* (dvs. *Kalle Anka*-program cirka 25 minuter) och *Nisse* (inklusive *Cats & Co*). *Gustaf & Co* som kom därefter, inkluderade i sin tur också *Orsons Farm*. Mellan de olika programserierna kommer reklam och trailrar.

TV3:s animerade programblock på lördagsmorgonen sändes kl. 7.00-9.30 och bestod av *Barntrean med Disney* och *Max Steel* de sista 25 minuterna. Bakom dessa rubriker dolde sig följande serier (och liksom på vardagarna inte sällan flera program inom serien): *Lyckliga familjer*, *Jim Guldknapp*, *Monsterfarmen* inklusive leranimationen *Plonsters*, *Disneys frukostklubb* (dvs. *Kalle Anka*), *Peter Pan och piraterna* samt det tydligt datoranimerade *Max Steel*.

TV3:s animerade programblock på söndagsmorgonen sändes kl. 7.00-10.00 och omfattade *Barntrean med Disney* (dvs. *Lyckliga familjer*, *Jim Guldknapp*, *Skurts magasin*, *Disneys frukostklubb/Kalle Anka*, *Peter Pan och piraterna*) samt *Max Steel* kl. 9.05 och, avslutningsvis, mutanterna *X-Men* kl 9.30.

I TV3 gick även två program av den animerade serien *The Simpsons* cirka kl. 18.00-19.00 under söndagen.

EXEMPEL PÅ TITTARSIFFROR

Som alltid när det gäller tittande beror detta av en kombination av bl.a. sändningstid under dygnet, vilket program det är fråga om, vilken kanal det gäller (kanalens inriktning och omgivande program), konkurrens från andra kanaler, intresse hos tittaren samt konkurrens från andra aktiviteter. Tittarsiffrorna bland barn var t.ex. ofta låga för TV3 på vardagsmorgnarna då de flesta barn ska iväg hemifrån. Cirka kl. 7 till cirka kl. 8 visade sig ändå vara en bättre sändningstid än före och efter dessa tider. Programmet är likaså viktigt – det program som flest barn tittade på i hela blocket var *Disneys frukostklubb* (dvs. *Kalle Anka*-program). TV3 hade konkurrens från Kanal 5 som också sände animerade program på vardagsmorgnarna.

Genomsnittstittandet för TV3:s morgonprogram på vardagarna var genomgående under en tiondel bland barnen och ofta lägre än 5 procent.

Tittarsiffrorna på lördags- och söndagsblocken i TV3 var lägre än på vardagsmorgnarna – på helgmorgnarna finns ju konkurrens från inte bara Kanal 5 utan även från SVT1 och TV4 (hösten 2003 är situationen dock annorlunda – tittarsiffrorna för vissa enskilda program i TV3 på lördags- och söndagsmorgnarna är något högre än på vardagsmorgnarna, MMS 2003).

7-11-åringarna såg genomsnittligt mer än de andra åldersgrupperna på TV3:s animerade program.

Skiljer man ut barn med satellit-TV var tittarsiffrorna i allmänhet något högre än bland alla barn. Som exempel på höga tittarsiffror för TV3 kan nämnas att bland mellanbarnen med satellit-TV såg 7 procent på *Disneys frukostklubb* och 7 procent på *Max Steel* i TV3 på lördagsmorgonen.

The Simpsons cirka kl. 18.00-19.00 under söndagen utgör för första gången i den undersökta veckan en animerad serie som lockade

12-14-åringarna mer än yngre barn. Och något högre siffror kan skönjas när vi skiljer ut barn med satellit-TV i förhållande till alla barn. Som det mest markanta exemplet kan nämnas det andra *Simpsons*-programmet på söndagen som sågs av 9 procent av de 12-14-åringar som har satellit-TV hemma.

KANAL 5

DE ANIMERADE PROGRAMMEN

Kanal 5 sände, som sagts tidigare, ett block animerade program under vardagsmorgnarna kl. 6.55-8.30, vilket bestod av en rad kortfilmer under samlingsrubriken *Cartoon Cartoons* (från Cartoon Network) den första dryga timmen och *Oggy och kackerlackorna* den sista halvtimmen. *Cartoon Cartoons* bestod i sin tur av ett flertal program inom serierna *Powerpuffinglorna*, *Dexters laboratorium*, *Johnny Bravo*, *Cow & Chicken*, *I.R. Baboon – I am Weasel* samt *Ed, Edd + Eddy*. Liksom i TV3 sänds i Kanal 5 reklam och trailer mellan kortfilmerna.

På lördagen låg Kanal 5:s animerade programblock kl. 8-10. Under samlingsrubriken *Snurre Sprätt och hans gäng* sändes på lördagen en rad tecknade program de första en och en halv timmarna. Men under *Snurre Sprätt*-rubriken doldes återigen *Cartoon Cartoons: Powerpuffinglorna*, *Dexters laboratorium*, *Johnny Bravo*, *Cow & Chicken*, *I.R. Baboon – I am Weasel* samt *Ed, Edd + Eddy*. Dock fanns nu ytterligare tecknade kortfilmer – *Tom & Jerry* och flera program om *Snurre Sprätt*. Därefter sändes på lördagen cirka en halv timme av det likaså tecknade *Batman*.

På söndagen hade Kanal 5 ett ännu mer omfattande block av animerade program – kl. 8-10.30. Först sändes cirka 1/2 timme *Snurre Sprätt och hans gäng* som på söndagen inte innehöll de sedvanliga

Cartoon Cartoons utan *Tom & Jerry*, *Taz-mania* (två program), *Lus-familjen* (två program) och *Snurre Sprätt* (ett program). Nästa halvtimme utgjordes av *Superman*. Slutligen gick ett halvtimmesprogram i den animerade science fiction-serien *Invasion jorden*.

Kanal 5 sände också under natten mellan torsdagen och fredagen cirka 20 minuter tecknade vuxenprogram under rubriken *Toonsylvania*.

EXEMPEL PÅ TITTARSIFFROR

Kanal 5 är den kanal som fått lägst tittarsiffror bland barnen. Genomsnittstittandet på de olika programmen på vardagar varierade mellan 0 och 3 procent i de olika åldersgrupperna.

De animerade program under lördagen och söndagen som sändes i blocket *Snurre Sprätt och hans gäng* hade genomsnittligt minst lika låga tittarsiffror som under vardagar (hösten 2003 tycks dock vissa program i Kanal 5 på lördags- och söndagsmorgnar ha något högre siffror än programmen på vardagsmorgonarna, MMS 2003).

Av lördagens *Batman* och söndagens *Superman* och *Invasion jorden* tycks *Batman* ha attraherat flest. *Batmans* tittarsiffror var 4 procent bland förskolebarnen, 3 procent bland mellanbarnen och 1 procent bland 12-14-åringar i den undersökta veckan. Skiljer vi ut barnen med satellit-TV är tittarsiffrorna oftast aningen högre. Det tydligaste exemplet är *Batman* på lördagen som sågs av 6 procent av förskolebarnen och 5 procent av mellanbarnen med satellit-TV.

SAMMANFATTNING OM TITTARSIFFROR - OCH HUR MÅNGA ÄR I PROCENT?

Vi har kunnat se att animerade program under *Bolibompa*-tid på vardagar i SVT fick höga tittarsiffror bland främst förskolebarn men även bland 7-11-åringar, att detsamma gällde *Disneydags* på lördagskvällar (då även en inte oansenlig andel 12-14-åringar tittade), att SVT:s animerade program också drog till sig fler förskolebarn på främst lördags- men även söndagsmorgnar än TV4:s, TV3:s och Kanal 5:s animerade program, men att just *Pokémon* i TV4 var en stark konkurrent dessa helgmorgnar. *Pokémon* lockade en hel del förskolebarn men framför allt 7-11-åringar, ungefär lika många 7-11-åringar som såg på *Bolibompa* och *Disneydags* under tidig kväll i SVT. 12-14-åringar var helt enkelt mindre intresserade av de animerade program som erbjöds i TV-veckan. Men dessa äldre barn hade ett visst intresse av *Pokémon* och en hel del hade också valt att titta på *The Simpsons* under söndagskvällen i TV3.

Detta tittarmönster är i grova drag giltigt även i dag med undantag för att TV3 och Kanal 5 hade något högre tittarsiffror på lördags- och söndagsmorgnarna hösten 2003 än de hade den undersökta veckan, och SVT och TV4 något lägre.

Även om Kanal 5 och därnäst TV3 totalt sett hade lägre tittarsiffror för de animerade programmen än TV4 och framför allt SVT, är procenttal relativa mått som ändå kan betyda många barn i absoluta

tal. Barnkullarnas storlek böljar upp och ner och för närvarande finns fler barn i varje ålder bland 12-14-åringar än bland 7-11-åringar, som i sin tur är fler per ålder än förskolebarnen. Men som en tumregel kan man ändå få en viss uppfattning om man räknar med att det finns cirka 100 000 barn i varje åldersgrupp. 1 procent i en ålder är då cirka tusen barn. Talar vi om 1 procent bland 3-6-åringar är det cirka 4 000 barn. Och 1 procent bland 3-11-åringar cirka 9 000 barn osv. – vilket är mycket!

Dessutom redovisas här bara genomsnittligt tittande för varje program (ratings) – inte alla som har sett något (hela eller delar) av ett program. Sådana senare nämnda räckviddstal är förstås högre än ratings. Vidare gäller tittarsiffrorna en enstaka vecka. Det är inte sannolikt att alla barn ser på samma program varje dag utan de barn som t.ex. har sett något ur *Barntrean med Disney* eller ur Kanal 5:s *Cartoon Cartoons* osv. under en hel vecka eller längre tid kan vara en ganska betydande mängd. Om kanalerna står på på morgnarna, kan barn ha fått en ganska bra uppfattning om flertalet program i TV3:s och TV5:s morgonblock. De kan ha tittat till då och då och många serier omfattar ett mycket stort antal program som sänds dag efter dag, vecka efter vecka.

SER BARN MER PÅ ANIMERADE PROGRAM ÄN PÅ LIVE ACTION-PROGRAM?

Av utrymmesskäl och på grund av undersökningens fokus har här bara tagits upp barns tittarsiffror på animerade program under veckan. Hur är tittandet på de andra programmen? Ser barn mer på animerade program än på live action-program? Tittarsiffrorna på alla TV-program i de fem kanalerna under en vecka ger inte tillräckligt underlag för en detaljerad analys. Som framkommit med all tydlighet spelar bl.a. bra sändningstider och programmets kvalitet mycket stor roll. Så gott som alla barnprogram i SVT t.ex., oavsett om de är animerade eller live action, har högre tittarsiffror än de animerade programmen i TV3 och Kanal 5 (även om vi tar hänsyn till de barn som har satellit-TV hemma). Och det gäller även om vi granskar samma sändningstider, t.ex. bara jämför lördags- och söndagsmorgnarna.

Om vi endast ser till SVT är det inte heller så att just de animerade programmen får högst tittande eller att animerade program lyckats få höga tittarsiffror bara därför att de ligger i ett programblock, exempelvis magasin med blandad live action och animation. Nej, det finns många exempel i veckan på SVT-program som huvudsakligen är live action och som fått höga tittarsiffror bland förskolebarnen, t.ex. *Bjørnes magasin*, *Lilla Sportspegeln*, *Vi fem är nio*, *Abrakadabra*, *På teatern*, *Rea*, *Lisa*, *Myror i brallan*, *Bröderna Lejonhjärta*, *Fem my-*

ror är fler än fyra elefanter och *Nu är det nu*. Flera av dessa program har även setts av 7-11-åringar i lika hög grad som de sett animerade program (*Lilla sportspegeln*, *Vi fem är nio*, *Abrakadabra*, *På teatern*, *Rea*, *Lisa*, *Bröderna Lejonhjärta*). Andra live action-program med höga tittarsiffror bland 7-11-åringar i SVT under veckan var t.ex. *Kompisar* och *Lilla Aktuellt*.

Ett helt annat exempel och från TV4 är familjeprogrammet *Gladiatorerna* på lördagskvällen som var det allra mest sedda programmet bland 7-11-åringar under hela veckan. *Gladiatorerna* var även det program i alla fem kanalerna som fick högst tittande bland de äldsta barnen, 12-14-åringarna.

Många vuxna tror att tecknat är mest populärt bland barn. Så är alltså inte fallet. Tecknat av bra kvalitet är populärt bland barn men det är även live action av bra kvalitet. Som framgått av tittarsiffrorna ratas i stället många tecknade program i dagens TV-flöde.

Det stora utbudet animerat totalt sett har också fått en del vuxna att tro att barn föredrar utländska tecknade program framför program producerade i det egna landet. Som framgått av tittarsiffrorna under veckan är så alltså inte fallet i Sverige.

En jämförelse (Rydin 2000) av barns tittarsiffror från publikräkningar i Australien, Japan och Sverige, länder med relativt stort utbud barnprogram, visade också att av de 20 mest sedda programmen i Sverige (dvs. de program som hade högst ratings i januari och februari 1999) i åldersgruppen 3-11 år var 19 av svenskt ursprung och sändes i SVT medan ett var ett Disneyprogram i SVT. De program som flest barn i Sverige tittade på var drama och fiktion baserad på populära berättelser för barn. I Australien var 7 av de 20 toppprogrammen bland 5-12-åringar (i augusti 1998) av australiskt ursprung och 13 från USA, men i det här fallet måste man komma ihåg att båda länderna är engelskspråkiga. I Japan var alla 20 toppprogrammen bland 3-12-åringar (i oktober 1998) av japanskt ursprung

och sändes från många olika TV-stationer. Tolv av dessa program var animerade.

Liknande forskning från några asiatiska länder som producerar mycket få barnprogram gav emellertid andra resultat: i Indien var inte ett enda av de få barnprogram som ett urval intervjuade barn kom ihåg producerade i hemlandet. I stället nämnde de flesta barn vuxenprogram som de program de tyckte om – program om brott, thrillers, komedier och familjeserier. Och av de 100 mest sedda TV-programmen bland barn 6-14 år i Malaysia 1994 var bara tre stycken barnprogram. Dessa var alla utländska (Goonasekera 2000).

Vad barn tycker bäst om, eller tittar mest på, beror alltså till stor del på vad som erbjuds och på programmens kvalitet. Med ett stort och varierat utbud barnprogram på sändningstider när barn kan se är barn också selektiva och väljer såväl bland de animerade som bland live action-programmen de som de tycker är bäst.

FRÅGOR TILL BARN

Det finns en del studier om hur barn i olika länder och åldrar har upplevt och uppfattat olika TV-program, och ibland kan det ha varit fråga om tecknade program. Men mycket litet av denna forskning går att generalisera till andra program och andra länder, dels eftersom tolkningen beror på just detta speciella program – och animerade program kan ju vara sinsemellan mycket olika – dels eftersom barn tolkar innehållet i förhållande till sin personliga, kulturella och sociala kontext. Vi beslöt därför att försöka få några allmänna idéer om vad i animerade program som kan attrahera barn.

FRÅGESTÄLLNING OCH METOD

För den här delstudien var alltså huvudfrågeställningen: När barn tycker om (inte tycker om) animerade program, vilka är då skälen?

Informella intervjuer gjordes med sammanlagt 31 barn i åldrarna 5-6 år, 8 år och 10-11 år boende i Stockholms innerstad och i en förort söder om Stockholm. Intervjuerna genomfördes med barnen en och en, i ett fall med två, på daghem, i lekparker och hemma hos barnen. De allra flesta intervjuerna, som vardera tog mellan 15 minuter och en timme, gjordes under 2001 och några under 2002. Intervjuerna bandades. Föräldrarna hade i samtliga fall tillfrågats i förväg. Barnens sociala bakgrund varierade – det fanns några akademikerbarn men de flesta barnen hade föräldrar med kortare utbildning och med en rad olika yrken i olika samhällssektorer. Särskilt i söderförorten hade familjerna ofta anknytning till andra länder och en lägre social position i samhället. Urvalet är alltså inte statistiskt representativt – resultaten kan inte generaliseras till alla barn i dessa åldrar i Sverige.

De frågor som ställdes handlade först om animerade/tecknade TV-program som barnen tyckte om (och inte tyckte om) allmänt – och därefter om programmen i undersökningsveckan.

För många av programmen i den undersökta TV-veckan kunde varje individuellt barn inte svara på grund av differentierade tittarvanor och det stora utbudet animerat. Barnen hade sinsemellan sett olika program och filmer, var selektiva och hade olika åsikter om programmen. Tecknat eller animerat är ”vardagsmat” för barn i dag. De flesta barnen i studien hade vuxit upp omgivna av sådana program och filmer (med visst undantag för 10-11-åringarna som inte alltid haft lika mycket animation på satellit-TV att tillgå men hade sett tecknade långfilmer på video i hela sitt liv). Hos somliga barn stod TV3 och Kanal 5 på på vardagsmorgonen och man tittade till samtidigt som man gjorde sig i ordning för förskolan eller skolan. På kvällen fanns ofta något animerat inslag i *Bolibompa*. Helgmorgnarna var fulla av animerat i många kanaler. Några barn hade också särskilda barnkanaler hemma, som Cartoon Network. Med allt fler TV-kanaler och andra medier får varje enskilt program en mindre publik, varför det är helt naturligt att allt färre har sett ett visst program. Men eftersom många programserier går under långa tidsperioder eller flera säsonger, och eftersom flera barn också kände till serier som de lekte på dagis fastän de aldrig hade sett dem, kunde de också säga något om dem. Men sammanfattningsvis: för vissa program i undersökningsveckan finns inga kommentarer alls och för andra program endast några få.

De kommentarer som nämns i det följande är ett illustrerande urval av samtliga barnuttalanden i studien.

Det bör understrykas att intervjuer med frågor om så många olika program med nödvändighet inte kan vara djupgående. Frågorna har snarare syftat till ett brett svep och ger inte några uttömmande svar om vilken mening barnen konstruerar när de ser dessa program, vil-

ken relevans de tecknade programmen har i deras liv eller vilka inre behov programmen fyller. Långa och insiktsfulla samtal, gärna koppelade med etnografiska observationsmetoder, skulle behövas om varje enskilt program för att den typen av frågor skulle kunna besvaras. De här intervjuerna är, som övriga delar i denna skrift, alltså att betrakta som en förstudie.



Bilden ur BYGGARE BOB (HIT Entertainment)

BARNENS SVAR

VAD ÄR TECKNADE PROGRAM?

Först ställdes frågorna: *Vad är tecknade program? Vad är animerade program?*

Alla de intervjuade barnen visste vad som är tecknade program och några få kände också till ordet animerat. Men även om många inte visste vad begreppet animerat betyder kunde de tydligt skilja på tecknade och andra animerade program, t.ex. de som är gjorda med rörliga lerfigurer, rörliga leksaksfigurer och tydligt med dator.

”*Kulleby sjukhus*, det är i lera. *Byggare Bob* är också i lera, det är ganska bra. De dricker kaffelera. Undrar hur det går att göra så att de rör sig i lera?” (pojke 6 år)

”*Hund och Anka*, det är leksaksdjur som rör sig så det är inte tecknat, det är jättebra. Ibland åker de någon annanstans och börjar sjunga, det är jättebra.” (flicka 5 år)

Barnen hade inte heller några svårigheter att förstå att de tecknade/animerade programmen ”är påhittade” eller ”inte är på riktigt” utan att de är fantasi. Detta stöds, som nämnts, av tidigare studier som visar att just tecknade program vet de allra flesta barn är på låtsas fr.o.m. 5-årsåldern och så gott som alla i 6-årsåldern (t.ex. Rydin 1983). Däremot kan t.ex. en dramaserie i live action i vissa fall uppfattas som återspeglade verkligheten ända upp till 12-årsåldern.

Därefter ställdes frågor av typen: *Brukar du titta på tecknade program på TV? Vilka? Vilka såg du på när du var yngre?*

Alla barnen som intervjuades brukade titta på tecknade program. Barnen skilde dock först inte alltid på animerade TV-program och videofilmer när de berättade spontant. Och de talade också gärna om live action-program. Så här kunde det exempelvis inledningsvis låta:

”Pippi, Alfons och Lilla Sjöjungfrun är de som är bra. Värst är

Kapten Star, det är jättetråkigt och det är på ett annat språk. Han är kapten på ett rymdskepp, det är en annan planet. Det finns en med orange tröja som har tjugo huvuden och en som tycker om fiskar och har fiskar i lamporna. Fast det är för större barn, de säger att små barn ska lägga sig.” (flicka 6 år)

”Jag tycker bäst om *Robinson* av allt som är på TV. Ser mest *Full House* om en familj där alla är helknäppa, den är inte tecknad. Och *Bolibompa* på torsdagar och *Lilla Sportspeglan*. Jag ser bara några tecknade program, mest på Disney. De bästa videor jag har är *Harry Potter*, *Nalle Puh*, fast det är den engelska versionen, och så *Aladdin*, fast den är inte så jättebra, och så *Babar*. Harry Potters trollerier är datagjort. Av det som jag inte har gillar jag ganska mycket *Musse Pigg*. När jag var liten tyckte jag jättemycket om *Pingu*, fast det är inte tecknat, det är med lera.” (flicka 10 år)

På direkta frågor kunde dock barnen skilja på vad som var TV-program och videofilmer, vad som var tecknat och inte tecknat, vad som var tecknade kortfilmer (‘cartoons’), animerade ‘actionserier’ (t.ex. *Batman*, *X-Men*, *Max Steel*) och program som anknöt till animerade långfilmer (t.ex. *Lejonkungen*).

Vid frågor om animerade program i undersökningsveckan var barnen ganska noga med att tala om ifall de såg på det nu, om det var för barnsligt, för större barn, vid vilken ålder de själva gillat programmen, vilka åldrar det passade för osv.

- ★ ”Den [*Nya äventyr med Nalle Puh*] är lite barnslig men i alla fall bra.” (pojke 6 år)
- ★ ”Nja, den [*Hund och Anka*] har jag sett. Pianot, allt blir levande, men den är för 4-5 år.” (pojke 6 år)
- ★ ”Den [*Muminrollet*] är för små barn. Den är tråkig. Jag gillar läskiga saker.” (pojke 6 år)

- ★ ”Såg *Oggy och kackerlackorna* när jag var fem år, då var den rolig.” (flicka 6 år)
- ★ ”*Snurre Sprätt* är lite gammaldags och lite vuxen, den är inte så bra.” (flicka 8 år)

SKÄL TILL ATT BARNEN TYCKTE OM/INTE TYCKTE OM ANIMERADE PROGRAM

Säg något sådant tecknat program som du tycker om. Hur kommer det sig att du tycker om det? (och motsvarande frågor om tecknade/animerade program man inte tyckte om)

Alla barn kunde säga något animerat/tecknat program eller en film som de tyckte om. Skälen varierade kraftigt. Alla barn kunde också tala om animerade/tecknade program som de inte tyckte om. För de yngre barnen var skälet att inte tycka om ofta att de inte förstod – men de uttryckte sig inte så utan sade i stället att programmet var ”tråkigt” eller ”långtråkigt” eller att det var ”för mycket prat”. Ett undantag var följande flicka:

- ★ ”Jag ville se *X-Men*, de kan flyga upp. Men jag fick inte för mamma. Sedan fick jag se. Men det var tråkigt, jag vet inte varför de gjorde så.” (flicka 6 år)

Barnen tyckte inte heller om program som de blivit rädda för, även om inte alla barn – särskilt inte pojkarna – ville erkänna att de blivit rädda (se exempel senare i texten).

FORMATET

Ett viktigt skäl till att barn tycker om vissa animerade program är formaspekter. Det animerade/tecknade formatet är ofta lämpligt för yngre barn. För små barn är det rent fysiskt svårare än för äldre barn och vuxna att kunna urskilja vad som visas på TV-skärmen eller bi-duken och höra vad som sägs. Detta underlättas av t.ex. tecknade program med tydliga linjer och former och där färgfälten är klart avgränsade från varandra, liksom av enkelt språk och tydligt tal. Ju fler detaljer program- eller filmsekvenserna innehåller, desto mindre ser och hör barnet. Barn har också lättare att se starka färger och tycker även om glada färger. Ju äldre barnet blir, desto bättre kan han eller hon uppfatta komplicerade linjer, former och färger medan komplicerade bilder kan skapa stress eller ointresse hos yngre barn (Djénati 2001). Ett uppskruvat tempo kan också skapa stress, hyperaktivitet, orolighet och i vissa fall aggression hos yngre barn (Singer & Singer 1983).

De yngre barnen (5-6 år) i undersökningen nämnde inte själv-
mant något om tydliga linjer, former och färger eller om högt tempo
annat än att några av dem sade att de inte tyckte om när det var ”då-
ligt eller fult tecknat”. Vad flera yngre barn i undersökningen nämnde
var dock ifall det var ”bra eller fina röster”. Förutom att man hör
bättre med tydliga röster, kan röster (glada, ljusa, mörka, hotfulla
osv.) hjälpa till att förklara de animerade figurernas egenskaper.

Men filmer utan röster kunde också vara bra, enligt de flesta av
barnen – man förstod ändå ofta på grund av ”hur de rör sig” (de tyd-
liga, ofta överdrivna rörelserna hos animerade figurer). Flera yngre
barn sade också att det skulle vara ”bra eller rolig musik” och musi-
ken kunde hjälpa till ”så man förstår”. De yngre barnen kunde även
vara besvikna på om programmet var på annat språk och bara textat
på svenska; de visste då att det var program för äldre barn.

Att kommentera programmets tempo, ljud, tal, musik, färg och

hur det var tecknat eller animerat på annat sätt var dock vanligare ju äldre barnet var (8, 10-11 år). Man undrade hur programmet var gjort, sade att det var ”bra gjort”, att det ”gick för långsamt”, ”för fort”, ”att det var för skrikigt”, att ”de äldre Disneyfilmerna är bättre tecknade” osv. Eller som en flicka uttryckte det:

- ★ ”Det är inte så viktigt hur det är tecknat men Disneys figurer är mer runda och *Pokémon*, de är mer kantiga. *Dexters laboratorium* är mer slarvigt tecknat. Det är dåligt när färgerna hamnar utanför.” (flicka 10 år)

Ett par äldre barn kommenterade i detta sammanhang *Mosquito*:

- ★ ”*Mosquito* är bra gjort fast inte alltid så trevligt.” (pojke 10 år)
- ★ ”Det är roligt. Jag ser på det ibland. Vet inte vad som är roligt med det. Roligt att se på konstiga tekniker. Allt går in i vart annat.” (flicka 10 år)

BARNS UTVECKLING

Att äldre barn oftare än yngre kommenterade de animerade programmets format hänger samman med att de har större möjligheter att reflektera och tänka mer abstrakt än barn i mellanåldrarna, som tänker i mer konkreta termer, och än ännu yngre barn som i sin tur tänker ”här och nu”. Detta gäller inte bara formen utan även innehållet. Mindre barn förstår inte en sammanhängande handling på det sätt som äldre barn och vuxna gör utan ser gärna till detaljer som de gillar, något som också kan räcka för att de ska tycka om hela programmet. Ju äldre barnet blir, desto mer ser det till den övergripande röda handlingstråden, handlingens struktur och innebörd och desto mer kan barnet analysera programmet.

De yngre barnen i undersökningen började alltså ofta med stor inlevelse att berätta om detaljer och ibland bifigurer i programmets innehåll. Små barn identifierar sig också ofta med, eller tycker om, djurbarn och barn i samma eller yngre ålder, sådana som de både känner igen sig i och skulle vilja vara (von Feilitzen & Linné 1974). De yngre barnen i studien berättade därför ofta om något djur eller barn i programmet som de gillade, tyckte var gulligt, bra, skulle vilja vara eller skulle vilja ha m.m. De figurer man skulle vilja vara, ha, etc. var många gånger för de yngre flickorna de minsta, klokaste och söstaste djuren/barnen och för de yngsta pojkarna de minsta, klokaste och tuffaste djuren/barnen.

- ★ ”*Pokémon* är inget bra, det är för mycket slagsmål och handlar om sådant som inte finns. Men Chicorita är en gullig pokémon, den skulle jag vilja ha, den är 3 år. Charizard är 14-17 år. Pikachu är en katt, inte en mus, han är jättegammal. Ibland är han så arg och ibland så lugn som gamla.” (flicka 6 år)
- ★ ”*Pokémon* är det bästa programmet, de slåss och strider mycket. *Digimon* är näst bäst. Jag har pokémonspelen med gameboy och brukar spela med mamma. Jag skulle vilja vara Pikachu som är en pojke som sitter på Ashs axel. En pokémon, hon är avundsjuk på Pikachu, hon får sitta i en boll för att hon inte ska kunna springa. En äter bara träd och måste sitta i en boll, den är tjock. Misty, flickan, blev arg på den tjocka. Squirtle tycker jag inte om. Jag har också pokémonkort. Jag har *Supermario* också som ska rädda en drottning.” (pojke 6 år)
- ★ ”Jag vill vara Jerry [i *Tom och Jerry*], han klarar sig bäst.” (pojke 5 år)

För barn – och allra mest för yngre barn – är det psykologiskt viktigt med trygghet, t.ex. att man känner igen sig på något sätt i program-

met/filmen, att det slutar bra, att djur- eller människoföräldrarna tycker om sina barn, att det ensamma eller övergivna barnet räddas och återbördas till familjen osv. Många sådana kommentarer framkom eller kunde tolkas i den riktningen.

Men behovet av trygghet samspekar hela tiden med behovet av självständighet, att våga något själv, att klara något. Och ju äldre barn blir, i desto vidare cirklar vågar barnet röra sig från familjen. Kamrater får också allt större roll i skolåldern och en mer djupgående frigörelseprocess sker i allmänhet från föräldrarna i ungdomsåren. Äldre barn identifierar sig oftare än yngre barn med gestalter i medierna som är äldre än de själva eller med ungdomliga och vuxna hjältar. Men även förskolebarn kan identifiera sig med vuxna idoler i medierna (von Feilitzen 1989).

Uppskattning av goda, självständiga äldre hjältar framkom alltså även hos de yngre barnen i undersökningen. Särskilt pojkar lade tonvikt på personer som räddar och befriar:

- ★ ”De [i *Pokémon*] befriar. Elaka Tim och Rocket tar pocket och Ash och Jane befriar pocket.” (pojke 6 år)
- ★ ”Jättebra [*Monsterfarmen*], monstren dödar, sedan finns det snälla monster som befriar så att de blir snälla.” (pojke 6 år)
- ★ ”Den [*Batman*] är bra för Batman räddar.” (pojke 5 år)
- ★ ”*Batman* har jag sett, han brukar rädda saker. Han är kär i en tjej och en tjej är kär i honom men han klär ut sig och tjejen vet inte det. Det är bara han och hans assistent som vet det.” (flicka 6 år)

Genomgående var det roligt, enligt barnen, att det är djurbarnet, barnet, den ungdomlige hjälten som man identifierar sig med eller som man tycker om, som är den kloka, goda, som klarar sig, ordnar upp situationen – och inte de stora (”vuxna”) som ofta framställs som mer korkade eller hjälplösa. I de program barnen gillade kunde de

också skilja på de figurer som var goda och de som var onda (om programmet innehöll sådan kamp eller konflikt, vilket inte alla animerade program gör – se tidigare kapitel). En flicka sade också filosofiskt om *Pokémon*:

- ★ ”*Pokémon* kommer från Spanien. Ingen är god och ingen är ond. Om man är snäll mot dem [monstren], är de snälla tillbaka, om man är dum, är de dumma tillbaka.” (flicka 8 år)

Flera flickor betonade därutöver att det är roligt med flickor i programmen, och att många program bara var för killar. Intressant är alltså att flera flickor tyckte om animerade program där flickor inte bara är söta utan kan göra saker, som att flyga och rädda. Vissa flickor sade också att det finns alltför få sådana program:

- ★ ”Den [*Superman*] är dålig, den är för killar.” (flicka 6 år)
- ★ ”Den [*Johnny Bravo*] är bra. Han är knäpp, han ramlar när tjejer blåser eller knäpper på honom.” (flicka 6 år)
- ★ ”Den [*Powerpuffinglorna*] är bra, de är starka. Jag vill vara Bubblan, den gula. Hon tänker och är söt.” (flicka 5 år)
- ★ ”Den [*Powerpuffinglorna*] är jättebra. De flyger, det är roligt. Monstren är roliga, de har ett öga. Det är bra att det är flickor, det är nästan aldrig flickor. Jag skulle helst vilja vara Bubblan, sen Blomman, minst Buttran. En gång blev alla någon annan, en gammal kvinna blev ond. Professorn äger *Powerpuffinglorna*. Till slut blev Bubblan professorn och botade alla.” (flicka 6 år)
- ★ ”I *Tarzan* klarar de sig alltid. Det är trist att det alltid är han som räddar Jane, aldrig Jane som räddar Tarzan. Det tycker jag är trist, alltid killar som räddar tjejer, aldrig tjejer som räddar killar. I *Pochahontas* finns en tjej som gör mycket, men den filmen är ändå inte så bra. Det skulle vara roligt om det var mer flickor

som räddade. När jag var liten, när jag började titta på tecknade filmer, då trodde jag att det skulle vara så, att pojkar skulle rädda flickor. I *Pokémon* finns en flicka men hon är mest söt. Om jag fick göra ett program så skulle det handla om en pojke och en flicka som åker någonstans, och sedan ska de därifrån åt olika håll, och pojken fastnar och flickan ska rädda honom. Det ska vara en serie med olika äventyr.” (flicka 10 år)

Samtidigt ville yngre pojkar inte vara Powerpuffinglorna trots att de har superkrafter och räddar staden Townsville gång på gång från tjuvar och monster:

★ ”Den [*Powerpuffinglorna*] är väldigt bra. Det är killar som är tjuvar, jag gillar tjuvarna. Chefen [borgmästaren] är jätteliten. Det är kul när Powerpuffinglorna blir fast. Jag vill inte vara Powerpuffinglorna, jag vill vara tjuvarna.” (pojke 6 år)

Att barn (och vuxna) identifierar sig med TV- och filmfigurer av sitt eget kön är belagt i många undersökningar. Flickor kan dock även identifiera sig med pojkar, som ofta är de aktiva i handlingen. Däremot är det ytterst sällsynt att pojkar identifierar sig med flickor (von Feilitzen & Linné 1974, von Feilitzen 1989).

HUMOR

Formatet är alltså ett skäl till att animerade program och filmer kan uppskattas av barn. Ett annat är om programmen/filmerna på ett lämpligt sätt fyller barns behov av trygghet, självständighet och identifikation, vilket förstås också gäller live action-program/filmer. Ett tredje skäl är humor. Animerade korta filmer och program bygger oftare mer renodlat på humor än animerade längre berättelser,

actionserier och långfilmer. Om ett animerat TV-program var bra (eller dåligt) på grund av humorn och om man skrattade eller fnissade eller inte, nämndes ofta av barnen i undersökningen.

Den vanligaste associationen i samband med animerade kortfilmer är kanske för många vuxna 'cartoons', avsedda att visas som förspel på biograf och som handlar om "små, vilda och lekfulla lurifaxar och stora, tama och tröga träkmånsar" (Rönnerberg 1983, s. 66). Oftast är det fråga om djur i dessa kortfilmer och många gånger är djuren (eller motsvarar de) möss som busar med katter. Till synes är det lilla djuret underlägset de stora busarna men musen är modig, listig och oförfvägen och klarar sig bäst. Margareta Rönnerberg har gjort en analys av cirka 200 tecknade klassiska kortfilmer producerade under perioden 1934-1969 där hon bl.a. pekar på hur barn har möjlighet att identifiera sig med "musen" (medan "katten" är den vuxne) samt hur de tecknade figurernas rörelser och jakt väl stämmer överens med barns lekmotiv i olika åldrar: "bygga upp/riva ned, söka/gömma, jaga/undfly, fånga/frita, anfalla/försvara, hålla samman/skingra, ligga i bakhåll/lista sig förbi, förföra/motstå frestelser etc." (ibid, s. 83). Författaren menar att bl.a. lekmotivet är en viktig anledning till att barn tycker om sådana kortfilmer om "rättans lek med katten".

Vissa av de animerade programmen i undersökningsveckan var av denna klassiska katt- och råttakaraktär, men även om dessa program relativt ofta kommenterades var de inte alltid program som barnen tyckte om. Exempel:

Tom & Jerry

- ★ "Jag tycker inte om den, de bara bråkar." (flicka 5 år)
- ★ "Jag skrattar bara ibland, Tom är knäpp." (flicka 6 år)
- ★ "Det som är bra med den tror jag är för att de jagar varann och katten får alltid skäll." (flicka 8 år)

- ★ ”*Tom & Jerry* är bra för att de jagar varandra. Jerry busar och vinner.” (pojke 8 år)
- ★ ”Det går att titta på om man inte har något annat att titta på, ganska kul när de bråkar.” (pojke 10 år)

Kalle Anka

- ★ ”Kul men bara så där.” (flicka 6 år)
- ★ ”Kalle Anka är rolig, han har rolig röst, jag läser den också.” (flicka 6 år)
- ★ ”Kalle Anka är rolig men Musse Pigg är ändå lite tråkig.” (pojke 8 år)
- ★ ”Jag gillar Kalle Anka, det är en av de bästa tecknade, han är så rolig. Jag skrattar på riktigt då. Fast när jag läser tidningen, inte på TV.” (flicka 10 år)

Oggy och kackerlackorna

- ★ ”Den är inte bra, de är så elaka. Jag vill inte prata om den.” (pojke 5 år)
- ★ ”Den är sådär, den är tråkig för att de inte pratar. Oggy är knäpp, han säger bara mjau. Kackerlackorna retas.” (flicka 6 år)
- ★ ”Den är jätterolig. Grannen och Oggy skjuter bebisar fram och tillbaka och kackerlackorna är i Oggys hjärta. Det är bra musik.” (pojke 6 år)
- ★ ”Den är jättebra, tycker jag. De är så retliga.” (pojke 8 år)
- ★ ”De är bra, tycker jag. Kackerlackorna retas alltid. De slåss och skjuter och bråkar mycket, det är skojigt.” (flicka 8 år)
- ★ ”Jag älskar *Oggy och kackerlackorna*. Det är våld rakt igenom. Det är för skolbarn.” (pojke 11 år)

Frågan är trots allt om inte sådana ”katt- och råttor”-program egentligen uppskattas mer av äldre barn, tonåringar och vuxna än av yngre

barn. Detta vore värt en egen undersökning.

I undersökningsveckan fanns program med en stor variation av olika sorters humor och många av dessa uppskattades minst lika mycket som de med ”katt- och rått-humor”. Olika individer uppskattar också olika typer av humor. Pojkarna tycktes oftare än flickorna uppskatta aggressiva, fientliga skämt som i många ”cartoons”, medan flickorna oftare tycktes uppskatta skämt utan aggression, nonsens-skämt, ordlekar, filosofiska skämt osv.

Vidare: ju äldre barnet är, desto större betydelse får den verbala humorn med logiska överraskningar/ologiska vändningar samt, framåt tonåren, även ironin och satiren (Schyller & Rydin 1989). Detta belyses något av de två följande yttrandena i undersökningen (mina kursiveringar):

I.R. Baboon – I am Weasel

- ★ ”Den är bra, Baboon är bra, han gör konstiga saker.” (flicka 6 år)
- ★ ”Tycker den är bra för att de är roliga. Roliga repliker och bra humor.” (pojke 11 år)

Ett program som bygger mycket på verbal humor är **The Simpsons**:

- ★ ”Jätteroligt, för de är sjuka i huvudet.” (pojke 10 år)
- ★ ”Jag tycker den är bra och rolig för Simpson är så dum i huvudet och barnen är roliga, Bart och Lisa. Rolig att se på för pappan är så himla knasig.” (flicka 11 år)

VARDAGSÄVENTYR, FANTASIER, DRÖMMAR

Många andra animerade program bygger inte nödvändigtvis bara på humor utan innehåller även annat av vardagsäventyr, lekar och olika sorters fantasier och drömmar som kan intressera barn. Ett par exempel:

Dexters laboratorium

- ★ ”Det är bra, en gång vaknade han för sent och stoppade tiden i 30 minuter. Allt stoppades. Han kunde inte äta frukost, tog sakerna i ryggsäcken och klarade allt. Han kan göra sig jätteliten och jättestor.” (pojke 6 år)
- ★ ”Dexter vill alltid göra en massa märkvärdiga saker, det är inte på riktigt. Dee Dee [systemen] är retlig.” (flicka 6 år)
- ★ ”[Det är] roligt när Dexter stör sig på sin syster. De är som jag och min syster.” (pojke 11 år)

De tre vännerna ... och Jerry

- ★ ”Jerry får skäll, det är jättebra.” (pojke 6 år)
- ★ ”De är roliga. Det handlar om tre killar och en annan kille som heter Jerry. Det är en massa äventyr. Jerry kommer på något, så tror alla på det, men så slutar det dåligt.” (flicka 10 år).

Peter Pan och piraterna

- ★ ”Den är bra därför att skurkarna dör och Peter Pan klarar sig. Den är bra för att den har en särskild sorts fantasi. Och kapten Krok, eller vad han heter, är rolig. Det finns en flicka och en älva också.” (flicka 8 år)

STARKA KÄNSLOR

Ytterligare ett skäl till att tycka om/inte tycka om animerade program – vilket givetvis även gäller live action-program – är om de väcker (lagom) starka känslor. Nu ingick i den undersökta veckan med TV-program inga animerade långfilmer utan antingen animerade kortfilmer, actionserier eller programserier med anknytning till animerade långfilmer (dvs. program som handlade om figurer i vissa långfilmer).

Att programmen var spännande och innehöll äventyr var skäl som barnen oftare nämnde om de längre animerade berättelserna och actionserierna i TV. Det var emellertid minst lika ofta animerade långfilmer för bio och video som tycktes ha givit anledning till stark inlevelse och som hade utrymme för starka känslor av spänning, romantik, sorg, önskad rädsla m.m.

Romantik nämndes bara av flickor. Ett program från undersökningsveckan diskuterades t.ex. livligt av två flickor ur denna aspekt:

- ★ ”*Kulleby sjukhus* är jätterolig. De som kör ambulansen är knäppa och alla är kära i varandra fast i olika. Katten är kär i hunden och hunden i flodhästen [flickorna berättade ingående om alla som är obesvarat kära i varandra].” (två flickor 6 år)

När det gäller rädsla och sorg kunde det låta så här:

- ★ ”Mårran [i *Muminrollet*] är hemsk. Hon är jätteroligast.” (flicka 6 år)
- ★ ”Jag har blivit rädd en gång när jag sett på TV, det var på *Bolibompa*. Det var en sådan här riktig spökhistoria som var läskig. Och sen var det ett program till, jag tyckte fantasin var jätteläskig. *Trollet i parken* var det. Den tyckte jag var läskig. Den handlar om ett troll som älskar blommor. Och så är det en kung och en drottning som är jätteelaka och han får inte bo kvar. Det var drottningen som var hemsk ... *Alice i underlandet* är konstig, jag förstod inte så mycket, plötsligt ramlar hon i vatten. Och när jag såg *Snövit och de sju dvärgarna* var jag rädd, jag tror det var när styvmodern blir som förtrollad till en häxa ... *Bambi* är så sorglig när Bambi blir övergiven. Då blir Bambi jätteledsen och träffar kaninen.” (flicka 10 år)

Särskilda frågor ställdes om barnet blivit rädd för något tecknat/animerat TV-program. Oftare än animerade program nämnde barnen live action-program som skrämmande – både barnprogram och vuxenprogram, vilket överensstämmer med resultat från tidigare studier (och det som skrämmer allra mest intensivt är verklighetstrogna program som nyheter, eftersom man då inte alls kan skjuta ifrån sig det hemska och intala sig att det bara är på låtsas) (von Feilitzen 1996). Men barnen här framhöll också vissa tecknade/animerade TV-program och filmer som otäcka på det ena eller andra sättet, flickor oftare än pojkar. Olika 5-6-åringar nämnde *Batman*, *Dinosaurier*, *Jurassic Park*, *Kalle Anka*, monster, *Mulan*, *Spindelmannen*, *Stålmannen/Superman* och *Tom & Jerry* som något de inte bara hade sett med skräckblandad förtjusning, önskad rädsla eller stark spänning utan som de känt olust inför eller hade blivit obehagligt uppskrämda av. Olika 8-åringar nämnde *Batman*, *Cow & Chicken*, *Digimon*, *Dinosaurier*, *Max Steel*, *Pokémon*, *Tom & Jerry* och *X-Men*. 10-11-åringarna gav snarare exempel på animerade program (eller filmer) som de blivit rädda för när de var yngre.

Det är nu inte helt lätt i korta intervjuer med barn att få dem att tala om att de blivit rädda eller vad som skrämde. Ibland yttrade det sig så att barnen sade att det var läskigt och sedan inte ville tala mer om programmet. Andra exempel var att man tyckte det var äckligt, mycket våld eller bråk, djur eller barn som skadades eller att det var för farligt för dem, fula figurer, hemska monster eller dylikt, stora djur, mörker, att det var för högt eller skrikigt eller att en figur hade blivit utskälld. Även detta överensstämmer med vad barn kan tycka är otäckt vid live action-program (ibid).

The Independent Television Commission (ITC), som numera ingår i Ofcom som reglerar kommersiell TV i Storbritannien, genomförde några fokusgrupper med barn dels i 5-6-årsåldern, dels i 8-9-årsåldern (*Cartoon Crazy*, årtal saknas). De flesta barnen i den stu-



Bilden ur BATMAN (Warner Brothers)

dien sade först allmänt att de inte blev skrämnda av tecknade program, eftersom de inte var på riktigt. Men när vissa inslag visades för barnen framkom ändå att det kunde vara skrämmande. Barnen skilde på önskeskräck och spänning å ena sidan och rädsla, obehag, att de ville slå av TV:n eller slå över till en annan kanal å andra sidan. Flickorna tyckte oftare än pojkarna att inslagen var skrämmande. Vad som skrämde kunde t.ex. vara att figurerna eller monstrena var fula eller otäcka, att det var för hög musik, för mycket slagsmål eller att barn eller djur var i fara. Obehaget kunde också yttra sig i att barnen tyckte programmen var svåra och tråkiga och att de inte mindes mycket av programmen (inte kunde återberätta dem), fastän de i princip kände till nästan alla tecknade program som togs med i undersökningen. Äldre barn kunde lättare relatera innehållet till verkliga livet och kunde därför känna sig illa till mods vid några av de mer verklighetsbetonade tecknade actionserierna.

Ytterligare ett exempel på att barn kan bli rädda vid tecknade program utgör en sydafrikansk studie med framför allt barn upp till 7 år, bland vilka närmare hälften kände sig obehagliga till mods av program riktade till dem, som *Power Rangers* och *Biker Mice from Mars* (Ramsden 1997).

DISNEY

De animerade program och filmer som flest barn i den här aktuella undersökningen kommenterade var Disneys, såväl i som utanför undersökningsveckan. De andra animerade program i undersökningsveckan som flest av de intervjuade barnen kommenterade var dem i SVT. Därefter kom *Pokémon*, *Tom & Jerry*, *Powerpuffinglorna* och *Oggy och kackerlackorna*. Att de ofta var omnämnda behöver dock, som framgått, inte betyda att de enbart var positivt bemötta.

Den aktuella studien var ju inte särskilt inriktad på Disneys pro-

gram och filmer utan försökte göra ett mycket vidare svep över alla typer av animerat i undersökningsveckan. Men sinnebilden för tecknat är trots allt Disneys stora och långvariga produktion av olika medier och varor, vilken förstärkts av att bolagets globala marknadsföring, som framgått tidigare, har intensifierats kraftigt efter omorganisationen i mitten av 1980-talet. Att notera är detaljen att Disney hade att göra med minst hälften av alla reklaminslagen i barnprogramblocken i TV3 och Kanal 5 i undersökningsveckan (se kapitlet ”Utbud”). Det går inte att komma undan Disney. Disney har ”alltid” funnits. Disney har också föräldrarna vuxit upp med. Intressant är även att ett par av särskilt de yngre barnen betonade den egna familjekontexten i samband med Disney: det är så roligt att se på Disneyfilmer eftersom man brukar göra det tillsammans med vuxna på fredags- och lördagskvällarna och alltid på julafton.

Barnintervjuerna har sammanfattningsvis hittills visat på några huvudgrupper av skäl till varför barn tycker om att se animerade program och filmer, nämligen: 1) formatet 2) att vissa animerade program/filmer appellerar till barns olika behov av trygghet, självständighet och identifikation i olika åldrar och kön 3) humor 4) att programmen/filmerna anknyter till barns vardag, fantasier och drömmar 5) att programmen kan väcka starka känslor som spänning, romantik, sorg och (önskad) rädsla. De flesta av dessa skäl gäller givetvis även live action-program som man tycker om.

Det faktum att Disney nämndes mest kan i sig ses som ett sorts skäl till att tycka om (ibland inte tycka om) animerade program och filmer – av historisk anledning är Disneyanimationer mer välkända än andra animerade program och filmer.

Trots detta har tills helt nyligen inga universitetsstudier genomförts av hur Disneys program och filmer tas emot av barn. Däremot har bolaget själv internt testat sina produkter (Drotner 2003). De allra senaste åren har emellertid två forskare tagit upp just Disney ur ett

barnperspektiv. Dessa undersökningar omnämns här i slutet, eftersom de inriktat sig på dessa specifika animerade program/filmer och inte scannat den stora mängden animerat som förekommer i dag.

Margareta Rönnberg (2001, s. 9-12) har sammanfattat olika skäl till varför just Disneys långfilmer går hem hos barn. De skäl hon trycker främst på är:

- ☉ att tecknade långfilmer för många barn är förknippade med den första bioupplevelsen
- ☉ det tecknade mediets begriplighet och tydliga överklighetsmarkörer
- ☉ filmernas känslomässiga genomslagskraft
- ☉ de humoristiska bifigurerna och den kroppsligt uttryckta komiken
- ☉ att Disneys figurer upplevs som inhemska eftersom figurerna talar barnets eget språk
- ☉ de välvalda rösterna – barn hör på rösterna vilka egenskaper de tecknade karaktärerna har och Disney har alltid valt röster med yttersta omsorg
- ☉ den oftast enastående musiken
- ☉ Disney-bolagets insikter i barnpsykologi och det underhållande sätt på vilket barns upplevelser och utvecklingsproblematik tas upp: t.ex. identitetssökandet och önskan om tillhörighet och gruppgemenskap, separationslusten (viljan att bege sig ut på upptäcktsfärd, stå på egna ben, själv bestämma) parad med

separationsångest, liksom barns nedärvda rädslor. Till hoten för barn hör att vara övergiven, ensam, utsatt, angripen, rent av nära att förintas. Till önskningarna hör t.ex. att ha mer makt över sig själv, vara stor och stark, söt och omtyckt. Att kunna ge sig ut i den stora, spännande världen men trots det vara beskyddad. Att bli uppskattad som god, vacker och framgångsrik. Allt cirklar kring att bli något unikt och ändå vara en del av gemenskapen – Disneyfilmerna har alltid ett gott slut

- 🌀 att man jämför inte bara sig själv utan även närstående med filmfigurerna. Särskilt skurkarna och skurkinnorna kan hjälpa till att artikulera ogillande eller kritik mot vissa sidor hos exempelvis det tittande barnets föräldrar
- 🌀 att det slösas moderskärlek på barnen i filmerna och även fäderna älskar sina barn högt. Barnen verkar inta en central plats i de vuxnas liv, ja, betyda allt för sina föräldrar
- 🌀 att barn beskrivs som kompetenta och besegrar eller överglänsar inkompetenta, auktoritära vuxna, som alltid tas ned på jorden av försigkomna barn
- 🌀 att berättelserna präglas av optimism, gott humör och lyckliga slut. Här värdesätts ett gott hjärta, hjälpsamhet och vänlighet. Filmerna handlar om vänskap och solidaritet vid undanröjandet av auktoritära och grymma tyranner eller självupptagna, barnhatande, penningfixerade typer
- 🌀 magin och förändringspotentialen i hjältinnornas fina glittrande, stjärnbeströdda klänningar och hjältarnas lika mäktiga, förtrollade, blixtrande vapen

Kirsten Drotner (2003) är den andra forskaren som studerat Disney från barns perspektiv. Hon har gjort en empirisk undersökning om Disney i Danmark, dvs. om hur barn upplever Disneys hela universum (filmer för bio, på video/DVD, TV-program, serietidningar, skivor, datorspel, kläder, prylar, godis och glass, pappersvaror, leksaker m.m.). Drotner gjorde individuella informella intervjuer med 48 danska barn och deras föräldrar under år 2000. Hälften av barnen bodde i Köpenhamnsområdet och hälften i en medelstor stad. Barnen var 6-7 respektive 11-12 år. Det som de danska barnen främst förknippade med ordet Disney var underhållande animerade figurer upplevda genom TV och video.

Så gott som alla av de drag i Disneys långfilmer som Rönnerberg beskrivit, återkommer som viktiga för barn i Drotners studie. I stället för att upprepa ungefär samma punkter med andra ord, kan man därför lägga till ytterligare några aspekter som Drotner fann var av relevans för barn:

- 🌀 barn är förtjusta i att humor hos Disney ofta hänger samman med överskridandet av kroppsliga begränsningar (som t.ex. att flyga eller att kroppen på annat sätt kan sätta sig över fysikens lagar)
- 🌀 att Disney gör det lätt för barn att skilja mellan ont och gott och därmed förstå moralen i berättelsen
- 🌀 att vissa barn tycker om när filmen liknar verkligheten (anlägger ett funktionellt kvalitetsperspektiv) medan särskilt de äldre barnen (och då särskilt de med högutbildade föräldrar) är mer distanserade från Disneyfilmerna och också lägger stor vikt vid den tekniska kvaliteten i dem

- ☉ att flickorna är de som talar om de sorgliga inslagen och berättar att de kan gråta (både av lust och olust)
- ☉ att flera flickor uppskattar starka flickkaraktärer (t.ex. *Mulan*)
- ☉ att Disneys julprogram i TV är en fast ritual i barndomen och att man ofta ser långfilmerna tillsammans med föräldrarna på video eller bio

Sammanfattningsvis finner man alltså att mycket av det som gäller animerade program på TV allmänt även gäller många av Disneys program och filmer allmänt, vilka i särskilt hög grad tycks fånga upp ”det gottaste” med animerat för barn.

POKÉMON

Vid sidan om Disney och animerade program i *Bolibompa* i SVT1 har även *Pokémon* i TV4 i hög grad uppmärksamats av barnen i den här studien – och tittarsiffrorna visade att i Sverige ses det TV-programmet mer av barn i mellanåldrarna än av förskolebarn. Det har också framskyttat (t.ex. i kapitlet ”Marknad”) att *Pokémon* och annan japansk animé innebär en annan berättarstil och animationsteknik som konkurrerar med västvärldens ”Disneystil”. Liksom västerländska storsatsningar är även *Pokémon* omgärdat av licensierade kringprodukter. *Pokémon* är det mest sålda datorspelet någonsin, de globalt mest sålda korten att byta med, ett av de internationellt sett mest framgångsrika barn-TV-programmen, den mest sedda japanska filmen och bland de fem mest inkomstbringande filmerna i världen. När *Pokémon*-fenomenet stod på sin höjdpunkt 1996-2000 trodde Nintendo att de hade en produkt, som Barbie och Lego, som alltid skulle sälja, och att den, som Musse Pigg och Kalle Anka, skulle fram-

bringa bestående världskända ikoner (Tobin 2000).

Även *Pokémon* har uppmärksamrats i forskningen – i ett projekt i flera länder (ibid) – något som kan vara intressant att ta upp här för en förståelse av varför *Pokémon* går hem, vid sidan av faktorer som den omfattande marknadsföringen. Det faktum att *Pokémon* vunnit så stor popularitet internationellt beror, enligt Joseph Tobin (ibid), bl.a. på att det har något för många åldrar och både för pojkar och flickor. Mycket små barn kan t.ex. leka pokémon genom att vara dem: ”Jag är Charizard. Du är Squirtle.” Barn som är lite äldre kan också leka men tenderar att föreställa sig att de är tränarna snarare än pokémon: ”Jag är Misty och du är Ash.” Å andra sidan behöver detta mönster inte gälla överallt; det tycks t.ex. som om barn i USA är mer intresserade av tränarna medan japanska barn är mer inriktade på pokémon. När barnen blir ännu äldre vill de inte lika gärna leka och identifiera sig med figurerna utan inriktar sig mer på att samla kort och hålla reda på deras valörer.

Det tycks också finnas ett åldersmönster i hur barn gillar pokémonkortet. När de ska tala om vilket kort de tycker är bäst, väljer de yngsta barnen ofta ett med den figur som de lättast kan identifiera sig med. Lite äldre barn väljer i stället en av de figurer som de anser har mest social status. Social status ersätts sedan gradvis av uppfattningar om efterfrågan, tillgång och värden på korten: ”Detta är ett av mina bästa, för det är svårast att få tag i. Jag kan sälja det för mer än 50 dollar.” En mindre grupp äldre barn som behärskar de komplexa kortreglerna, identifierar som sina bästa kort de som har störst strategiskt värde i kortbytet.

En av nycklarna till *Pokémon*s succé är också att det erbjuder både pojkar och flickor att pröva på ett stort antal teman – bl.a. tävlan, slagsmål, samarbete, vänskap, vård och uppfostran och t.o.m. sexualitet.

Men när barnen blir äldre tenderar deras engagemang i *Pokémon* att dela sig efter kön. För pojkar i mellanåldern t.ex. kan ett *Pokémon*-

spel som är märkt för lite äldre åldrar innebära en värld av ungdomlig maskulinitet. För flickor tycks *Pokémons* främsta attraktion vara det som är sött och gulligt, menar Tobin.

Ålder är också en viktig tidsdimension i *Pokémons* uppgång och fall. När *Pokémon* var nytt var det en sorts tekno-kultur som var cool också för ännu äldre barn och för vissa entusiastiska vuxna. Flera år senare är det mest något intressant för yngre barn – och fortfarande för de verkligt inbitna fansen.

Som antyddes ovan (när det gällde skillnader mellan barn i USA och Japan i fråga om *Pokémon*) – och som mycket annan forskning visat – kan man inte särskilt lätt generalisera forskningsresultat över nationsgränserna. Barn tolkar i sin personliga kontext och där ingår också den kulturella och samhälleliga bakgrunden. Lemish & Bloch (se Lemish 2002) studerade hur 46 israeliska 6-11-åringar med medelklassbakgrund (intervjuade i grupper) uppfattar *Pokémon*-serien på TV. T.ex. förnekade barnen att serien är våldsam. De menade att det finns regler för hur man ska uppföra sig i slagsmålen och att pokémon är djur, så våldet i serien har med den vilda naturen att göra och är inte slagsmål. Detta bör ses, menar Lemish (2002), mot bakgrund av det myckna realistiska våldet som israeliska barn matas med till vardags på TV (militära strider, skjutande, självmordsbombare, lynchningar och avrättningar på både den israeliska och palestinska sidan).

De israeliska barnens diskussion kan kanske delvis ses som ett bearbetande av detta våld, tror de israeliska forskarna. Vikten av vänskap prioriterades helt klart av barnen oberoende av kön och ålder. Värden som kärlek, tillgivenhet, självuppoffring, hjälp, välbehövande, att vara tillsammans och att bry sig om, sade barnen var det viktigaste i samvaron mellan människor och mellan människor och pokémon – inte att vinna. Att vikten av gruppidentitet framhölls i så hög grad har också att göra med den israeliska kulturen, där detta be-

tonas i hela skolgången och i militärträningen (för både män och kvinnor). Samtidigt har Israel gått igenom en senmodern amerikaniseringsprocess, varför individualismen också börjar vinna fäste, så kanske ligger den israeliska kulturen i dag i detta avseende mellan den japanska med sin betoning av kollektivism och den amerikanska individualistiska. Detta stöddes av vissa israeliska barns uttalanden om att det var viktigt att vara tillsammans för att man skulle kunna förverkliga individuella ambitioner (ibid).

För att vi ska kunna förstå dessa resultat bättre är det alltså väsentligt att även intervjua barn i andra kulturer och i olika åldrar om *Pokémon*. Vad tar egentligen svenska barn fasta på? Denna lilla studie om varför barn tycker om eller inte tycker om animerade TV-program i undersökningsveckan i Sverige ger, som sagt, inte några sådana insikter i barnens meningsskapande.

SAMMANFATTNING OCH EFTERORD

Det förra kapitlet visade att SVT1, TV4, TV3 och Kanal 5 har olika policy när det gäller animerade program och att särskilt SVT men även TV4 (som dock har färre barnprogram generellt) med sina barnprogram – där de animerade programmen utgör omkring en tredjedel, till skillnad mot i TV3 och Kanal 5 där alla barnprogram är animerade – tycks leva upp till public service-ideal såsom mångfald och stor egenproduktion för barn.

Det här kapitlet har visat att animerade program i SVT fick klart högre tittarsiffror bland barn både på tidig kvällstid och lördags- och söndagsmorgnar än animerade program i de andra kanalerna. *Pokémon* i TV4 var den starkaste konkurrenten på helgmorgnarna.

Det har också framgått att animerat inte nödvändigtvis är mer populärt än live action-program bland barn. Animerat av bra kvalitet är uppskattat av barn men det är även live action av bra kvalitet. Med ett stort och varierat utbud barnprogram på sändningstider när barn kan se, väljer barn såväl bland de animerade som bland live action-programmen det som de tycker är bäst och ratar annat.

Tecknat eller animerat i TV är vardagsmat för barn i dag. Och barn har olika åsikter om olika animerade program.

När de *inte tycker om* sådana program är skälen dock ofta att de inte förstår, dvs. att programmen är ”tråkiga” eller ”långtråkiga” eller att det är ”för mycket prat”. Barnen tycker inte heller om program som de känt obehag eller oönskad rädsla inför.

Ett viktigt skäl till att barn *tycker om* vissa animerade program är formaspekter. Det animerade/tecknade formatet är ofta tydligt för

yngre barn. Andra skäl till att tycka om vissa animerade program/filmer är att de tilltalar barns olika behov av trygghet, självständighet och identifikation i olika åldrar och kön, att programmen/filmerna är humoristiska, att de anknyter till barns vardag, fantasier och drömmar samt att de kan väcka starka känslor som spänning, romantik, sorg och (önskad) rädsla. De flesta av dessa skäl gäller givetvis även live action-program som man tycker om.

Många av dessa skäl fångas upp på ett särskilt sätt av en del av Disneys program och filmer, av flera animerade program i SVT och troligtvis även av *Pokémon*. Man måste samtidigt komma ihåg att Disneys popularitet också beror på att dessa filmer/program m.m. producerats under så lång tid och även är välkända bland föräldrar. Disneyprogram, Disneyfilmer, Disneytidningar osv. omgärdas dessutom av en enorm marknadsföring och tusentals licensierade kringprodukter. En del av nyckeln till *Pokémons* framgång ligger också i synergin mellan olika medier och i sådan ”merchandise”.

Studien ger inte några besked om vilka *inflytanden* animerade program kan ha på barn. För det krävs andra typer av metoder.

Inga barn talade exempelvis spontant om att de lärde sig något från de animerade programmen eller filmerna som de gillade, utan de betraktade dem i första hand som något roligt eller spännande (vad vi vuxna kallar underhållning). I stället sade en flicka så här:

”*Bolibompa* är bäst – för de säger hur man fixar saker, sågar och så. Man kan skicka in brev och de talar om hur man gör en kaninbur eller ett maskeradparty.” (flicka 6 år)

Men andra undersökningar visar att barn även lär sig av tecknade program, både medvetet och omedvetet (t.ex. Morduchowicz 2002).

Bortsett från rädslopplevelser hos barn vid animerade program vilket redan berörts, visar åter andra undersökningar att våldet i många tecknade program kan bidra till imitation – och att mer aggressiva tecknade program ger upphov till mer aggressiv lek och imi-

tation hos barn (Brody 1977). Eller som ett av undersökningsbarnen uttryckte sig:

”Vuxna är [när det gäller animerade program] oroliga för småbarnen, om de tittar och lär sig. De kanske inte blir sådana precis, men de härmar och slår andra barn. Sedan är vuxna oroliga för att det är läskigt och barnen kan bli rädda.” (flicka 10 år)

Nu behöver varken rädsla eller imitation alltid vara något negativt. Förmågan att bli rädd är en biologisk gåva, en förutsättning för att överleva. Men det finns också onödig och skadlig rädsla. Och den rädsla som förnekas eller förträngs och inte bearbetas, kan leda till oro och ångest – som förr eller senare också kan ta sig uttryck i destruktiv aggression (von Feilitzen 1981). Det finns därför ingen anledning att barn, när de ser på animerade barnprogram, ska känna sig illa till mods.

Imitation å sin sida kan ibland vara bearbetande. Yngre barn kan via kroppsspråk och lek också behöva avreagera sig från alltför starka medieintryck. Yngre pojkar har i alla tider lekt våldss lekar. Men imitation har även en inlärande funktion (barn imiterar för att lära sig). Vuxna bör alltså fundera på vilken imitation som kan vara viktig för barnet i hans/hennes vardagsliv och sociala miljö och vilken imitation som går för långt (von Feilitzen 2001).

Vuxna kan på olika sätt ha stor betydelse för barns TV-tittande. Våldsskildringsrådet bad elever, 16-18 år, i tjugo gymnasieklasser vid både studie- och yrkesförebredande program runt om i Sverige att skriva ned sina spontana tankar om film och filmvåld. Det resulterade i att 397 elever under lektionstid skrev essäer från några rader till fyra sidor. Essäerna lämnades in i slutna kuvert utan att deras lärare fick tillgång till texterna, i syfte att stimulera eleverna att skriva personligt. I publikationen (Agebäck 2002) redovisas ett antal essäer – och brottstycken ur andra – med strävan att ”hitta både det representativa och det avvikande” (s. 10). En av flera slutsatser i redaktio-

nens inledning är att ungdomarna anser att filmvåldet påverkar ungdomar med svåra sociala situationer och/eller trasiga uppväxtvillkor. Men eleverna menade vidare att små barn påverkas mer och annorlunda. En överväldigande majoritet ansåg därför att det är föräldrarnas och samhällets ansvar att skydda små barn mot våldsamma filmer och serier, vare sig det gäller *Tom & Jerry* eller *Pokémon*. Föräldrarna ska inte använda TV:n som barnvakt utan sitta med barnen, trösta och förklara för dem. Samhället å sin sida bör med större kraft markera att de åldersgränser som satts upp även ska följas. Det gäller inte minst inom videohandeln. ”Sammantaget kan man se att det i essäerna finns en tydlig vädjan till samhället/vuxenvärlden om att sätta tydliga gränser, att rentav förbjuda vissa filmer” (ibid, s. 11).

Det finns också en hel del exempel på att ungdomarna säger att de påverkats själva. För att ta ett par exempel om animationer på bio och TV:

- ★ ”När jag var 11 år gick filmen *Jurassic Park* på bio. Den gången var den från 11 år och jag gick för att se den. Jag kan säga att jag nog aldrig varit så rädd i hela mitt liv som under den filmen. Det var bland det värsta jag har varit med om. I cirka två år efter att jag sett filmen hade jag mardrömmar nästan varje natt om dinosaurier som var ute efter mig. Jag kan säga att min mamma och pappa fick känna av det också eftersom jag alltid gick ner för att sova i deras säng.” (pojke, samhällsprogrammet, Vilhelmina)
- ★ ”När jag var liten såg jag *Gremlins*⁸ och det var den äckligaste film jag sett då. Jag fick mardrömmar av den. Jag drömde att jag vaknade mitt i natten av en mardröm och då satt min mamma, pappa och syster i köket. Jag satte mig i min mammas knä för att få tröst men när jag satt där så förvandlades hon till en ‘Gremlin’. Jag kommer ihåg den drömmen så väl!” (flicka, samhällsprogrammet, Norrköping)

- ★ ” ... Och det där programmet *Oggy och kackerlackorna* är ett av de mest hysteriska jag sett. Jag mår riktigt dåligt när jag ser på sådant ...” (flicka, estetikprogrammet, Kristinehamn)
- ★ ”Såg på TV häromkvällen ... *Tom och Jerry* var i full gång med sina sedvanliga katt- och råttalekar. Jag har aldrig varit en särskilt stort beundrare av tecknade serier, eller *Tom och Jerry* för den delen, men den här kvällen skulle nog inte ens en trogen tittare ha skrattat. När Tom för tredje gången stoppade in tassens i ett eluttag så kändes det inte roligt längre, och när Jerry med huvudet före blev dränkt i mjölken så blev det bara för mycket. Jag började tänka. Om jag, som är 18 år, blir illa berörd av tecknade filmer på barnens bästa sändningstid, vad ska då inte de bli som är mycket yngre än jag ...?”
(flicka, samhällsprogrammet, Strömsund)

Det bör understrykas att det också finns uttalanden från ungdomar som gillar tecknade filmer i rapporten (ibid):

- ★ ”Jag älskar våldsfilmerna i alla kategorier, allt från *Tom och Jerry* till *Motorsågsmassakern*. *Tom och Jerry* är nog den våldsfilm som jag tycker bäst om ...”
(pojke, byggprogrammet, Trollhättan)

Vuxna inverkar också på barns TV-tittande genom hur de själva ser på TV – vuxnas egen medieanvändning är en av de viktigaste förklaringarna till hur barns medieanvändning formas. Vidare är det viktigt att vuxna talar med barnet om vad som sänds. Att tala med barn om TV (‘active mediation’) har visat sig framgångsrikt för att förstärka önskade och motverka oönskade inflytanden, medan att bara sätta upp regler och restriktioner för TV-tittande (‘restrictive mediation’) och

att bara titta på TV tillsammans med barnen ('co-viewing') har givit en del motsägelsefulla resultat (Nathanson & Cantor 2000).

Att tala med barn om TV-program måste inte heller innebära att vuxna samtidigt också alltid tittar på TV tillsammans med sina barn. De två forskarna (ibid) genomförde en studie med 351 barn i andra till sjätte klass i olika skolor i USA. Före tittandet på ett 5-minuters-avsnitt av den tecknade kortfilmen *Hacke Hackspett* uppmuntrades en av tre grupper barn att tänka på följderna av våldet ur offrets perspektiv. I det här avsnittet är Hacke Hackspett irriterad eftersom en "träd-doktor" med goda avsikter har väckt Hacke ur hans slummer. Hacke tillbringar hela avsnittet med att försöka bli kvitt mannen genom att våldföra sig på honom. Det hela slutar med att Hacke hackar mannen medvetlös och sedan lyckligt återvänder till sin tupplur.

Resultaten var statistiskt signifikanta. Även de äldsta pojkarna som såg denna orealistiska tecknade kortfilm utan uppmuntran att tänka på följderna av våldet ur träd-doktors perspektiv, var mer aggressionsbenägna efter tittandet. Men de pojkar som fick sådan uppmuntran visade ingen ökad aggression. Varken kortfilmen eller uppmuntran påverkade flickornas aggressionsbenägenhet.

Några sannolika förklaringar, som stöddes av samtal med barnen, är att de som fick uppmuntran, uppfattade våldet mot offret som mindre berättigat. Snarare än att se det hela ur den mer attraktivt framställda och humoristiska våldsutövaren Hackes synvinkel, betraktade dessa barn våldet annorlunda. Och fastän de faktiska följderna av våldet för offret inte visades ingående, kunde dessa barn föreställa sig sådana följder. De båda forskarna rekommenderar fortsatt forskning om föräldrars "mediation" i samband med barns tittande på program med våldsinslag. De påpekar också att olika typer av "mediation" kan vara lämpliga för olika åldrar. T.ex. kan yngre barn ha svårigheter att sätta sig in i andras perspektiv.



FYRA:

FÖRÄLDRAR

SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

I detta sista kapitel belyses föräldrars syn på animerade TV-program. Ett par frågor ställdes i en intervjuundersökning, genomförd av SKOP (Skandinavisk opinion ab) på uppdrag av Våldsskildringsrådet, till föräldrar med barn i 4-11-årsåldern.⁹

Syftet med frågorna om animerade TV-program till föräldrarna var att göra en förstudie av föräldrarnas inställning till sådana program. Vilka animerade/tecknade program som barnet gärna vill se tycker föräldrarna är lämpliga respektive olämpliga för barnet? Varför? Och kan föräldrarna ge exempel på program som barnet självt inte velat se mer av?

Inledningsvis lästes följande upp:

Nuförtiden finns det ju allt fler program i TV där figurerna inte spelas av levande människor eller djur – utan figurerna är tecknade och ibland gjorda med dator så att de ser nästan verkliga ut. Vi skulle vilja ställa några frågor om sådana TV-program.¹⁰

Frågorna var sedan dessa:

Efter en första fråga om *ungefär hur ofta föräldern sett sådana TV-pro-*

gram tillsammans med barnet det senaste året, följde totalt tre frågor med vardera två följdfrågor:

Finns det några sådana program som ... (barnets namn) gärna vill se och som Du tycker är lämpliga för ...?

Om ja: Kan Du ge exempel på några som är lämpliga? Varför tycker Du att de är lämpliga?

Finns det några sådana program som ... (barnets namn) gärna vill se och som Du tycker är olämpliga för ...?

Om ja: Kan Du ge exempel på några som är olämpliga? Varför tycker Du att de är olämpliga?

Finns det några sådana TV-program som ... (barnets namn) sett lite av men sedan inte velat se?

Om ja: Vilket eller vilka TV-program var det? Vad tror Du det beror på att ... (barnets namn) inte vill se programmen?

I undersökningen ingick också följande bakgrundsvariabler:

- 🌀 barnets ålder (inom intervallet 4-11 år)
- 🌀 barnets kön
- 🌀 föräldrarnas ålder (inom intervallet 25-51 år)
- 🌀 föräldrarnas kön
- 🌀 föräldrarnas utbildning
- 🌀 föräldrarnas bostadsort (storstad etc.)
- 🌀 antal egna barn
- 🌀 om föräldern sammanbor regelbundet med barnet som frågorna handlar om, mer eller mindre än två helger i månaden
- 🌀 tillgång till kabel- eller satellit-TV i hushållet

Med hjälp av bakgrundsvariablerna kan man alltså få en idé om ifall föräldrarnas uppfattning skiljer sig åt beroende på barnets ålder och kön eller på föräldrarnas ålder, kön, utbildning, bostadsort, antal barn, tillgång till kabel-/satellit-TV m.m.

METOD

Cirka 1 000 föräldrar över hela Sverige intervjuades per telefon. På grund av en urvalsprocedur i två steg och okunskap om bortfallets storlek kan urvalet inte sägas vara statistiskt representativt (se närmare Bilaga 2 där metod, urval och bortfall beskrivs).

RESULTAT

HUR OFTA SER MAN TILLSAMMANS?

Det finns en stor spridning i svaren om hur ofta föräldern säger sig se animerade program på TV tillsammans med barnet (tabell 5). Grovt sett är det omkring en fjärdedel av föräldrarna som menar att de ser på sådana program med barnet (varje dag eller) flera gånger i veckan. Läger vi till de föräldrar som ser åtminstone en gång i veckan blir summan omkring hälften. Och lägger vi till dem som ser någon eller några gånger i månaden blir det omkring tre fjärdedelar. Den resterande fjärdedelen föräldrar ser animerade program endast några gånger per år, mer sällan eller aldrig tillsammans med barnet.

Tabell 5. Om du tänker på det senaste året, ungefär hur ofta har Du sett sådana [animerade/tecknade] TV-program tillsammans med ... (barnets namn)?

	%	kumulativ %
Varje dag	6	
Flera ggr i veckan	21	
En gång i veckan	22	49 (minst en gång i veckan)
Flera ggr i månaden	10	
En gång i månaden	16	75 (minst en gång i månaden)
Några ggr per år	10	
Mer sällan eller aldrig	13	
Ej svar	1	
n (antalet intervjuade) =	1 002	

Det bör understrykas att denna fråga *inte säger någonting om hur ofta barnet ser på animerade program* på TV (och inte heller hur ofta föräldern ser sådana program överhuvudtaget – kanske ser han eller hon sådana program utan barn eller tillsammans med något annat barn). Eftersom barn också ser mycket annat än animerade program på TV får vi inte heller veta hur ofta barn och föräldrar allmänt tittar tillsammans.

Tidigare undersökningar visar, som nämnts, att föräldrar oftast inte ser på barnprogrammen tillsammans med sina barn (Schyller 1989, Gustafsson, Filipson & Eckert 1995). Föräldrar ser mer på TV tillsammans med barnen på kvällarna än på dagtid. Vissa föräldrar försöker också titta till då och då samtidigt som de lagar mat osv. Några helt färsk data om familjetittandet på barn- och vuxenprogram allmänt tycks emellertid inte finnas och det faktum att allt fler barn har TV i sitt rum (t.ex. Livingstone & Bovill 2001) innebär sannolikt att barn oftare ser på TV utan vuxensällskap nu än förr.

Det visar sig att mammor och pappor ungefär lika ofta tittar på animerade program tillsammans med sina barn. Föräldrarnas ålder

spelar ingen roll i det här avseendet. Det gör inte heller föräldrarnas utbildning (med ett undantag: den lilla grupp föräldrar som bara har högst grundskoleutbildning ser lite mindre ofta animerade program på TV tillsammans med sina barn än föräldrar med längre utbildning). Inte heller är det av betydelse var man bor (storstad, glesbygd osv.) och knappast heller hur många barn i åldern 4-11 år föräldern har eller om hushållet har tillgång till kabel-/satellit-TV (och alltså i allmänhet kan se TV3 och Kanal 5) respektive bara har SVT 1, SVT2 och TV4. Barnets kön inverkar inte alls.

Det som däremot mycket klart har samband med hur ofta föräldern ser animerade program tillsammans med barnet är barnets ålder – ju yngre barnet är, desto oftare ser man sådana program med barnet. Exempelvis säger sig omkring 70 procent av föräldrarna med 4-5-åringar se animerade program tillsammans med barnet någon gång i veckan eller oftare och ända upp till det att barnet är i omkring 8-årsåldern säger sig i stort sett hälften av föräldrarna se sådana program tillsammans med barnet åtminstone någon gång i veckan. Bland 11-åringarna däremot är motsvarande andel av föräldrarna omkring en fjärdedel. Detta återspeglar andra undersökningsresultat som visar att ju äldre barnet är, desto mindre inflytande har föräldrarna på barnets TV-tittande och desto oftare har barn även TV i det egna rummet (se t.ex. de tidigare nämnda studierna av Schyller 1989, Gustafsson, Filipson & Eckert 1995 samt Livingstone & Bovill 2001).

LÄMPLIGA ANIMERADE PROGRAM

Enligt tabell 6 tycker ungefär hälften av de intervjuade föräldrarna att det finns många eller ganska många animerade TV-program som barnet vill se och som är lämpliga för henne/honom, medan ungefär hälften av föräldrarna säger att det finns några få, något enstaka eller inga sådana program som är lämpliga för barnet. Åtminstone något

enstaka lämpligt animerat program för det utvalda barnet menar dock majoriteten att det finns.

Tabell 6. Finns det några sådana [animerade/tecknade] TV-program som ... (barnets namn) gärna vill se och som Du tycker är lämpliga för ... (barnets namn)?

	%	kumulativ %
Ja, många	12	
Ja, ganska många	35	47 (många eller ganska många)
Ja, men bara några få eller något enstaka	38	85 (åtminstone något)
Nej, inga	13	
Ej svar, vet ej	1	
n (antal intervjuade) =	1 002	

Barnets kön är inte avgörande för föräldrarnas åsikter och knappast heller föräldrarnas ålder, kön, utbildning, antal barn föräldern har, bostadsort eller om man har tillgång till kabel-/satellit-TV eller ej i hemmet.

En viss tendens framträder först att ju yngre barnet är, desto oftare menar föräldern att det finns många eller ganska många lämpliga animerade program. En närmare analys visar dock att sambandet med barnets ålder i det här fallet är skenbart. Kontrollerar man för (konstanthåller) föräldrarnas tittande på animerade program tillsammans med barnet (något som ju är vanligare ju yngre barnet är), försvinner nämligen sambandet mellan barnets ålder och föräldrarnas åsikter om lämpliga animerade program. I stället är det faktum att föräldern själv tittar på animerade program med barnet som är avgörande för om föräldern anser att det finns sådana lämpliga program.

Bland föräldrar som oftare tittar på animerade program tillsam-

mans med barnet finns det alltså klart fler som menar att det existerar lämpliga sådana program, än bland föräldrar som ser animerade program mer sällan med barnet (58% bland de föräldrar som ser åtminstone en gång i veckan tycker att det finns många eller ganska många lämpliga animerade program, medan motsvarande siffra är 37% bland de föräldrar som ser mindre ofta). Man kan tänka sig flera förklaringar till denna skillnad. En är t.ex. att föräldrar som tittar oftare med barnet, kanske själva uppskattar sådana program mer – medan föräldrar som anser att animerade program mer sällan är lämpliga avstår från att titta. Kanske ser även barnen till de i det här fallet mer negativa föräldrarna mindre ofta på animerat. En annan tänkbar förklaring är att de föräldrar som oftare tittar på animerade program tillsammans med barnet har bättre kännedom om sådana program. De drar därför kanske inte lika lätt alla animerade program över en kam och har större förutsättningar att avgöra vilka som är lämpliga för barnet.

Föräldrarnas eget tittande är sammanfattningsvis alltså egentligen den enda faktorn – av de variabler som undersökts – som inverkar på om föräldrar tycker att det finns lämpliga animerade program.

VILKA LÄMPLIGA PROGRAM?

Vilka animerade program som barnet gärna vill se, nämnde då föräldrarna som lämpliga? Frågan hade inga fasta svarsalternativ. De oftast nämnda programmen presenteras i figur 1.

Figur 1. Oftast nämnda lämpliga animerade program (procentbasen är här samtliga 1 002 föräldrar).

27%	"Disney", DISNEYDAGS (programblock i SVT1), "Disneyfilmer (se tidigare)" och liknande"
7%	De tecknade programmen i BOLIBOMPA eller i SVT:s barnprogram (om inklusive Disneydags 20%)
4%	POKÉMON
3%	TOM & JERRY
2%	BUMBIBJÖRNARNA, TOY STORY
1%	DIGIMON, CARTOON NETWORK, BAMSE, PIPPI LÅNGSTRUMP, BANANER I PYJAMAS, KALLE ANKA, DE TRE VÄNNERNA ... OCH JERRY

Skyhögt över alla andra program nämnde föräldrarna något med Disney allmänt, nämligen bara "Disney" eller *Disneydags* (programblock i SVT1 i undersökningsveckan) eller "Disneyfilmer" och ibland, men mer sällan, *Disneyklubben* (troligtvis *Disneys frukostklubb* i TV3), "gamla Disneyfilmer" m.m.

27 procent av alla undersökta föräldrar hamnar i denna "Disneygrupp" (eller 32% av de föräldrar som menar att det finns åtminstone något program som barnet gärna vill se och som föräldern tycker är lämpligt). Lägger vi därtill de föräldrar som nämnt en specifik Disneyfilm, blir siffran mer än 30 procent av alla föräldrar (eller 36% av de föräldrar som sagt att det finns något lämpligt animerat program).

På andra plats hamnade – också i allmänna termer – de tecknade programmen i *Bolibompa* eller "SVT:s barnprogram" (7% av alla föräldrar eller 8% av de föräldrar som fann något animerat program

lämpligt). Nu sändes ju även *Disneydags* vid tiden för undersökningen i SVT och följaktligen kan föräldrarna även ha tänkt på det blocket när de svarade ”SVT:s barnprogram”. Läger vi alltså till just *Disneydags*, kan man säga att 20 procent av alla föräldrar (24% av de föräldrar som nämner något lämpligt animerat program) refererade allmänt till lämpliga animerade program i SVT. Adderar vi dessutom de föräldrar som nämnt ett specifikt animerat program i SVT blir procenttalet förstås ännu högre och börjar närma sig andelen som nämnt något med Disney överhuvudtaget.

På tredje plats kom *Pokémon* (i TV4) (4% av alla föräldrar eller 5% av de föräldrar som fann något animerat program lämpligt).

Därefter följer en uppsjö av olika program. De program eller kanaler som åtminstone 1 procent (minst tio föräldrar) nämnt är *Tom & Jerry*, *Bumbibjörnarna*, *Toy Story*, *Digimon*, *Cartoon Network*, *Bamse*, *Pippi Långstrump*, *Bananer i pyjamas* (som dock inte är animerat eftersom bananerna och de andra figurerna spelas av utklädda skådespelare), *Kalle Anka*, *De tre vännerna ...och Jerry*.

Slår vi samman ovannämnda yttranden har ändå bara hälften av vad föräldrarna nämner som lämpliga animerade program kommit med. Men alla de andra programmen har alltså vardera nämnts av färre än tio föräldrar. Följaktligen är det fråga om en mycket varierad provkarta av animerade program som barnet gärna vill se och som föräldrarna menade är lämpliga.

Det finns inte mycket tydliga tendenser mellan lämplighet och barnets ålder. Orsaker kan bl.a. vara att så många olika program nämnts av föräldrarna, att barn i olika åldrar inte ser på alla tecknade program och att frågan formulerats utifrån vad barnet gärna ser. ”Disney” är det som flest föräldrar i undersökningen menar utgör lämpliga animerade program. Disneyprogrammen ligger enligt föräldrarna högt i ”lämplighet” för barn i hela åldersintervallet 4-11 år – dock med en viss koncentration för 4-8-åringar. Även *Boli-*



Bilden ur TOY STORY (Disney/Pixar)

bompa/SVT:s barnprogram har ansetts lämpliga för barn i alla åldrar – men med en viss koncentration på 4-5-åringar. Det går inte särskilt bra med denna metod – där föräldrarna har fått svara med egna ord om lämpliga och olämpliga program utifrån vad barnet gärna vill se – att utstaka tydliga åldersgränser för vilka vissa program skulle passa generellt. Med en annan direkt fråga till föräldrarna om åldersgränser, skulle kanske en åldersanalys av lämpligheten och olämpligheten hos vissa program kunna göras.

VARFÖR LÄMPLIGA?

Föräldrarna fick också med egna ord tala om varför de tycker de nämnda programmen är lämpliga. Även här kom en brokig flora av svar.

- ☉ Den klart vanligaste typen av motivering är att programmen inte innehåller våld (eller möjligen lite eller snällt våld), är ofarliga, bara innehåller bus och lek, inte är råa och inte är skrämmande.
- ☉ Den näst vanligaste motiveringen är att barnet tycker programmen är roliga, har humor, är glada.

De följande grupperna av motiveringar framhålls också av många föräldrar och sinsemellan i ungefär lika hög grad:

- ☉ Programmen har lagom tempo, är lugna, inte stressiga, barnet förstår.
- ☉ Programmen är sagoaktiga eller fantasifulla, det syns att det är överkligt.
- ☉ Programmen är pedagogiska, har ett budskap, ger kunskap.

- 🌀 Programmen passar mindre barn, barnets ålder.
- 🌀 Programmen har vardagsteman, barnet kan känna igen sig, de innehåller snälla, bra, trevliga, gulliga barn/figurer.

Ytterligare några grupper av motiveringar som nämndes av färre föräldrar är:

- 🌀 Programmen är spännande.
- 🌀 Det finns moral och etik i programmen.
- 🌀 Det är roligt våld.
- 🌀 Programmen är bra tecknade, av hög kvalitet, genomarbetade, musikaliskt bra.

De flesta av dessa motiveringar gäller för barn i alla åldrar 4-11 år. Några motiveringar är dock vanligare för yngre barn, som att programmen innehåller vardagsteman, har snälla, bra, trevliga gulliga barn/figurer, passar mindre barn och att barnet kan känna igen sig.

Man kan fundera över att särskilt ”Disney” men också animerade barnprogram i *Bolibompa*/SVT nämns av så många föräldrar i allmänna termer. Det finns flera tänkbara skäl. Beträffande SVT sänds olika animerade barnprogram ofta i magasinprogram eller blandade med live action-program, varför föräldrarna kan tycka att åtskilliga sådana program är lämpliga och kanske inte heller alltid kommer ihåg namnen på enskilda program eller inte alltid har sett dem. Man måste också komma ihåg att föräldrarna (som är födda åren 1950-1976) själva växt upp med SVT:s barnprogram och inte med TV4:s eller satellitkanalernas, varför föräldrarnas egna barndomstittarupplevelser (även om det då fanns långt färre animerade program) kan färga deras svar.

Liknande förklaringar, men i ännu större utsträckning, kan gälla Disneys långvariga produktion. Även om många av Disneys anime-

rade filmer innehåller våld, gör andra det inte i särskilt hög grad, och det finns säkert för alla föräldrar några Disneyprodukter som man minns som något speciellt positivt sedan man själv var liten. Flera Disneystudier har gjorts om hur unga vuxna, inte minst universitetsstudenter, upplever Disneys universum. En översikt av dessa vuxenstudier finns i Wasko, Phillips & Meehan (2001) som också lett en undersökning om hur mindre grupper universitetsstudenter i arton länder i olika kontinenter upplevt Disneys produkter i barndomen, tonåren respektive som vuxna. Dessa upplevelser och åsikter är på intet sätt representativa, varken för alla vuxna eller för alla barn i världen. Intressant är ändå att studenternas upplevelser av vad Disney står för, visar på stor överensstämmelse. När de ombads att spontant och kortfattat beskriva Disney, nämndes hundratals ord – men de vanligaste var i nämnd ordning: ”fun”, ”happiness”, ”fantasy”, ”imagination”, ”family” och ”magic”. Några exempel på andra vanliga ord var ”child/childhood”, ”color”, ”music”. Det råder av detta och andra frågor i undersökningen ingen tvekan om att Disney är populär bland vuxna, även om det, fastän mer sällan och oftare i vissa länder, också framkom kritik som bl.a. hade att göra med multinationella affärer, profit och reklam. Och vissa personer menade att Disney promoverar fysisk skönhet, patriarkat, rasism och en amerikansk eller västerländsk livsstil. Disney har ju ofta hämtat motiv från andra länders sagor och berättelser och ett annat tydligt resultat var att särskilt när respondenten bedömde filmer med motiv från sitt eget land var han eller hon kritisk till att originalhistorierna hade feltolkats, homogeniserats och mist sin lokala färg, blivit för söta, romantiska, för enkla och dylikt (medan intervjupersonerna alltså var mindre kritiska om berättelserna hade sitt ursprung i andra länder). Ett genomgående resultat var också att Disney nästan fullt ut associerades med animation (trots att Disney även producerat live action-film).

Att föräldrarnas egna barndomsupplevelser delvis kan spela in

även i den här aktuella studien stöds av att ett par föräldrar motiverat lämpligheten hos ”Disney” med att ”man har själv växt upp med det”.

OLÄMPLIGA PROGRAM

Ungefär en fjärdedel av de intervjuade föräldrarna menar att det finns många eller ganska många animerade program som barnet gärna vill se och som föräldern anser är olämpliga för henne/honom. Läger vi till de föräldrar som säger att det finns åtminstone något sådant olämpligt program, är det drygt hälften (56%) (tabell 7). På grund av frågans formulering kan det förstås även finnas andra animerade program – dvs. som barnet inte gärna ser – och som föräldern finner olämpliga för barnet. Det är ganska självklart att program som barnet inte gärna ser ibland kan vara olämpliga.

Samtidigt kan det även finnas lämpliga program som barnet inte gärna ser. Utrymmet för frågor i undersökningen var begränsat och en hel del föräldrar har inte så stor kunskap om det animerade barnprogramutbudet i stort, varför valet föll på en konkret och fokuserande fråga som anknyter till barnets tittande. Nu speglar svaren i stället också något av den konflikt som kan finnas i skärningspunkten mellan TV-utbudet, barnen och föräldrarna.

Tabell 7. Finns det några sådana [animerade/tecknade] program som ... (barnets namn) gärna vill se och som Du tycker är olämpliga för ... (barnets namn)?

	%	kumulativ %
Ja, många	8	
Ja, ganska många	15	23 (många eller ganska många)
Ja, men bara några få eller något enstaka	33	56 (åtminstone något)
Nej, inga	43	
Ej svar, vet ej	1	
n (antal intervjuade) =	1 002	

En liknande fråga ställdes 1995 till föräldrar med barn i 6- respektive 10-årsåldern – men den frågan gällde TV- och videoprogram överhuvudtaget¹¹. Svaren var likartade: drygt hälften av föräldrarna tyckte att det fanns sådana olämpliga program (53% av föräldrarna till 6-åringar och 58% av föräldrarna till 10-åringar) (Filipson 1995).

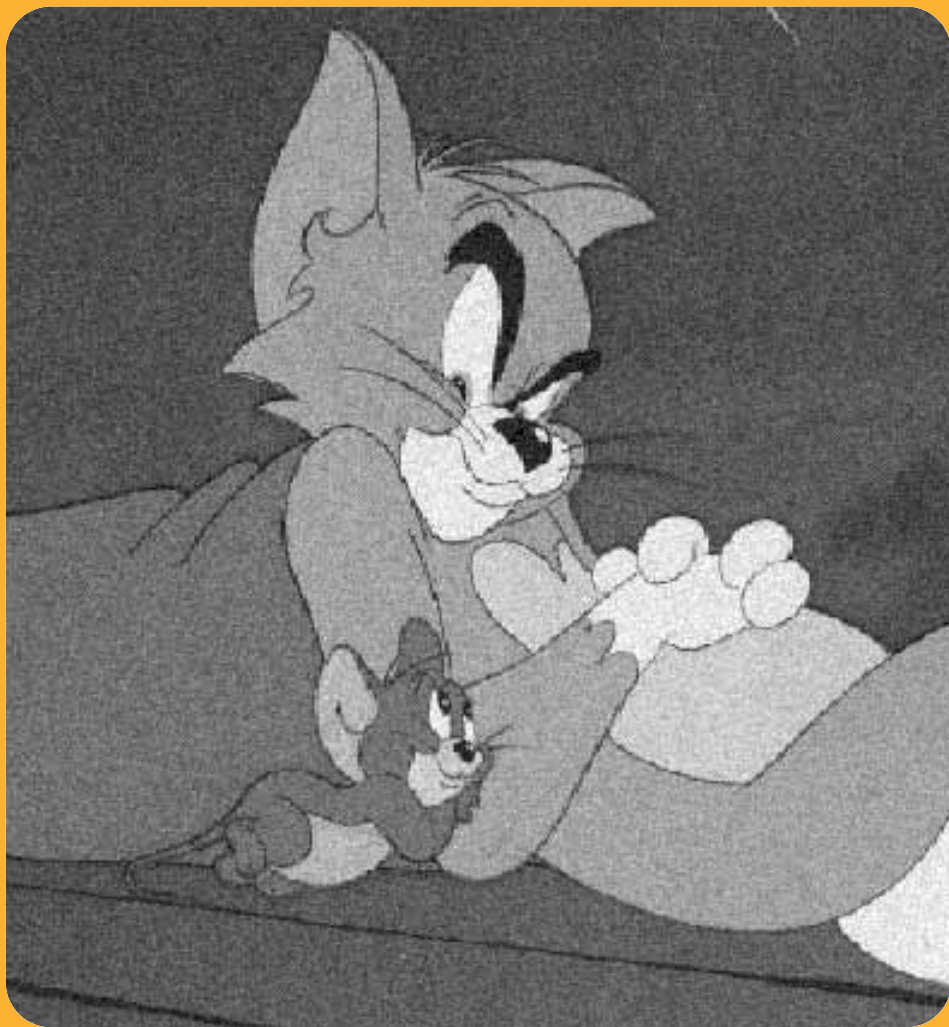
Exempel på TV- och videoprogram allmänt som 6-åringarna ville se men som föräldrarna tyckte var olämpliga i undersökningen 1995 var i stor utsträckning barnprogram men också vissa vuxenprogram, t.ex. *Darkwing Duck*, *Ninja Turtles*, det tecknade utbudet i TV3: ”*Tom och Jerry* gör ingenting annat än slåss”, *Jurassic Park*, *Aladdin*, *McGyver*, programmen i Cartoon Network, *Power Rangers*, Steven Spielberg, våldsfilmerna i TV1000 och Filmnet.

10-åringarnas föräldrar angav inte så många konkreta program-exempel utan mer principerna: ”sena deckare”, ”blodiga deckare och andra våldsamma program”, ”långfilmer med för mycket våld”, *Rederiet* och ”wrestling” (ibid).

När det gäller frågan om olämpliga animerade program i föreliggande undersökning är det fler föräldrar till 4-8-åringar som tycker att sådana finns, än föräldrar till 9-11-åringar. Barnets kön spelar däremot ingen större roll.

Föräldrarnas ålder och kön inverkar inte heller nämnvärt på åsikten om olämpliga animerade program. Däremot är det lite fler föräldrar med 13 års eller längre utbildning som anser något animerat program vara olämpligt (60%) än föräldrar med högst gymnasieutbildning (52%). Antalet barn i 4-11-årsåldern som föräldern har, har ingen betydelse i sammanhanget och inte heller bostadsort. Men det är fler föräldrar i hushåll med kabel-/satellit-TV (60%) som tycker att det finns något olämpligt animerat program för barnet, än föräldrar i hushåll med bara de nationella TV-kanalerna (48%).

Av vikt i sammanhanget är också om föräldern brukar titta tillsammans med barnet. Bland de föräldrar som ser animerade pro-



Bilden ur TOM & JERRY (Warner Brothers)

gram med barnet åtminstone någon gång i veckan finns fler (62%) som tycker något sådant program är olämpligt, än bland föräldrar som mer sällan ser animerade program med barnet (49%).

Man skulle kunna tro att föräldrar som anser att det finns många eller ganska många lämpliga tecknade program för barnet skulle vara mindre benägna att finna olämpliga program och vice versa – men så är inte fallet. De som finner lämpliga animerade program har också en tendens att finna olämpliga.

Medan den avgörande faktorn för om föräldern finner animerade program lämpliga för barnet är om föräldern själv brukar titta tillsammans med barnet, är det flera faktorer som inverkar på om föräldern anser att det finns något olämpligt animerat program. När man i fråga om olämpliga program kontrollerar för (konstanthåller) föräldrarnas tittande på animerade program med barnet, kvarstår inverkan av de andra faktorerna som nämnts ovan (även om något försvagade).

Störst roll för om föräldern anser att det finns något olämpligt animerat program spelar sammanfattningsvis det faktum att föräldern brukar titta på sådana program med barnet. Därefter kommer tillgång till satellit-/kabel-TV, dvs. i ”satellitfamiljer” tycker fler föräldrar att det finns olämpliga program än i familjer med bara SVT och TV4. Dessutom, men i mindre grad, har barnets ålder betydelse (ju yngre barn desto oftare olämpliga animerade program) samt, slutligen, föräldrarnas utbildning (det är lite vanligare att föräldrar med längre utbildning nämner olämpliga animerade program än föräldrar med kortare utbildning).

VILKA OLÄMPLIGA PROGRAM?

Vilka animerade program som barnet gärna vill se nämnde då föräldrarna som olämpliga? Frågan hade inga fasta svarsalternativ. De oftast nämnda programmen visas i figur 2.

Figur 2. Oftast nämnda olämpliga animerade program (procentbasen är här samtliga 1 002 föräldrar).

13%	POKÉMON
4%	BATMAN, DIGIMON, våld av olika slag
3%	Cartoon Network
2%	SIMPSONS, SPINDELMANNEN, STÅLMANNEN, TOM & JERRY
1%	SAILOR MOON, X-MEN, SOUTH PARK, NINJA TURTLES

Som figur 2 visar är *Pokémon* det animerade program som barnet gärna vill se men som flest föräldrar fann olämpligt (13% av alla föräldrar eller 23% av de föräldrar som sagt att det finns något sådant olämpligt program). Därefter nämns, men av färre föräldrar, *Batman*, *Digimon*, ”tecknade/animerade program med våld, vapen, krig, mord, skjutande, slagsmål”, *Cartoon Network*, *Simpsons*, *Spindelmannen*, *Stålmannen*, *Tom & Jerry*, *Sailor Moon*, *X-Men*, *South Park* och *Ninja Turtles*.

Liksom när det gäller lämpliga animerade program har i figuren bara namngivits olämpliga program som tio eller fler föräldrar nämner. Därutöver har en mängd andra olämpliga animerade program framhållits.

Intressant är att vissa program hamnar bland såväl lämpliga som olämpliga program. *Pokémon*, *Digimon*, *Cartoon Network* och *Tom & Jerry* är de tydligaste exemplen, eftersom de kommer med i figuren (har nämnts av minst tio föräldrar var i båda fallen). I materialet finns även vissa andra program som både nämnts som lämpliga och

olämpliga (men då av färre föräldrar). Det finns också röster som är kritiska mot Disneyprogram/filmer.

Tendenser mellan de enskilda programmens olämplighet och barnets ålder är otydliga av samma skäl som togs upp i avsnittet om lämpliga animerade program – nämligen att så många olika program nämns av föräldrarna, att barn i olika åldrar inte ser på alla tecknade program och att frågan formulerats utifrån vad barnet gärna ser. För att ta ett förklarande exempel: *Simpsons* och *South Park* nämns oftare som olämpliga för de äldre barnen i undersökningen – men sannolikt tycker föräldrarna att de är minst lika eller ännu mer olämpliga för yngre barn. Men detta är antagligen inte program som de yngsta barnen i undersökningen gärna vill se. Exempel på program som nämns som olämpliga för yngre barn är snarare *Batman* och *Digimon*. *Pokémon* som flest föräldrar har nämnt som ett olämpligt animerat program anses olämpligt för barn i alla undersökta åldrar.

VARFÖR OLÄMPLIGA?

Föräldrarna fick också med egna ord tala om varför de tyckte de nämnda programmen är olämpliga. Även här kom en uppsjö av olika svar.

- 🌀 Den absolut vanligaste motiveringen som överskuggar alla andra och som nämndes av majoriteten föräldrar som angivit program är att de animerade programmen är olämpliga på grund av något med våld: för mycket våld, för tungt våld, rått våld, bomber och vapen, krig och död, meningslöst våld, otäckt osv.

Andra relativt vanliga grupper av motiveringar är:

- 🌀 Det är stressigt, högt tempo, skrikigt, bullrigt.
- 🌀 Det är konstiga, onda, otäcka, överkliga figurer.
- 🌀 Barnet förstår inte, det är för äldre barn, det är för vuxna, det är vuxet.
- 🌀 Barn tar efter sparkar och knuffar, de lär sig att använda våld.
- 🌀 Barnet blir rädd, får mardrömmar, får för mycket tankar efteråt.
- 🌀 Programmen är dåligt gjorda, det är dåligt språk.
- 🌀 Det är kommersiellt skräp, programmen är ytliga, har trista värderingar.

Att vissa grupper av motiveringar tydligt skulle hänga ihop med barnets ålder går inte att utläsa. Den övergripande negativismen mot våldet i de olämpliga animerade programmen gäller i lika hög grad alla åldrar inom 4-11-årsintervallet.

ANIMERADE PROGRAM SOM BARNET INTE VELAT SE

Det är naturligtvis mycket svårt för föräldern att veta om det finns animerade program som barnet sett lite av men sedan själv inte velat se. För att få ett tillförlitligt och giltigt svar på en sådan fråga krävs ju att föräldern alltid tittar tillsammans med barnet eller alltid får veta av barnet eller någon annan person att han/hon inte vill se programmet, vilket förstås inte sker för jämnan. Antalet ja-svar underskattar därför med största sannolikhet det verkliga förhållandet. Ungefär en fjärdedel av föräldrarna har svarat att det finns animerade program som barnet sett lite av men sedan inte velat se (tabell 8).

Tabell 8. Finns det några sådana [animerade/tecknade] TV-program som ... (barnets namn) sett lite av men sedan inte velat se?

	%
Nej	75
Ja	24
Ej svar, vet ej	1
n (antalet intervjuade) =	1 002

Att barnet inte velat se ett animerat program hänger till viss del ihop med barnets ålder – ju yngre barnet är, desto oftare svarar föräldern ja. Skillnaderna är ganska stora mellan föräldrar till 4-åringar och föräldrar till 11-åringar. En vag skiljelinje kan sägas gå mellan 8- respektive 9-årsåldern i den statistiska bemärkelsen att fler än genomsnittligt bland föräldrarna säger att 4-8-åringar inte velat se ett animerat program, medan färre än genomsnittligt bland föräldrarna säger att 9-11-åringar inte velat se ett sådant program. Något fler flickor än pojkar har sett lite av ett animerat program som de sedan inte velat se, men liksom vid andra frågor i undersökningen har barnets kön marginell betydelse.

Det är inte heller någon skillnad mellan mammors och pappors svar eller bland föräldrars i olika åldrar. Men föräldrar med längre utbildning än bara grundskola svarar oftare att barnet inte velat se ett animerat program än den lilla grupp föräldrar som har högst grundskoleutbildning. Var man bor tycks inte inverka anmärkningsvärt, liksom inte heller det antal barn i 4-11-årsåldern föräldern har. I hushåll med kabel-/satellit-TV svarar något fler föräldrar att barnet inte velat se ett animerat program. De föräldrar som ofta ser tecknade program med barnet svarar också något oftare ja än de föräldrar som sällan ser animerade program med barnet.

De starkaste sambanden beträffande att barnet inte velat se fram-

kommer med om föräldrarna har åsikter om lämpliga och olämpliga animerade program. Klart fler föräldrar som tycker det finns många eller ganska många animerade program på TV som är lämpliga för barnet menar att det hänt att barnet inte vill se ett animerat program, än föräldrar som tycker att det inte finns eller finns få lämpliga animerade program. Ett ännu starkare samband gäller föräldrar som tycker det finns olämpliga program, dvs. bland dem som anser att det finns något olämpligt animerat program på TV är det markant fler som säger att barnet inte velat se något sådant program än bland föräldrar som inte finner olämpliga animerade program.

De ovannämnda sambanden kvarstår i stort sett när inverkan av andra faktorer konstanthållits. Sammanfattningsvis är det alltså föräldrarnas åsikter om lämplighet och – ännu mer – olämplighet som är av störst vikt för om föräldern också svarat att det finns något animerat program på TV som barnet sett lite av men sedan inte velat se. Och som framkommit tidigare, är det i sin tur föräldrarnas tittande tillsammans med barnet som är mest avgörande för om föräldrarna anser att det finns lämpliga och olämpliga animerade program.

De exempel på animerade program som barnet inte velat se är oftast sådana som nämnts tidigare under olämpliga program. Medan vissa barn gärna vill se sådana program, är det alltså andra som inte vill det. Eller så vill somliga barn först se men ångrar sig när de tittat en stund. De vanligaste anledningarna till att barnet inte velat se ett speciellt animerat program är – förutom att vissa äldre barn har vuxit ifrån det och att vissa yngre barn inte förstår det – att barnet tyckte det var obehagligt, blev rädd, tyckte det var för mycket våld och liknande.

SAMMANFATTNING

Ungefär en fjärdedel av de tillfrågade föräldrarna med barn 4-11 år säger sig se animerade program tillsammans med barnet flera gånger i veckan och ungefär en fjärdedel åtminstone någon gång i veckan.

Ungefär hälften av föräldrarna tycker att det finns många eller ganska många animerade program som barnet gärna vill se och som är lämpliga för henne/honom. Å andra sidan anser ungefär en fjärdedel av föräldrarna att det finns många eller ganska många animerade program som barnet gärna vill se och som är olämpliga.

Åtminstone något enstaka lämpligt animerat program för det utvalda barnet menar dock majoriteten att det finns. Och åtminstone något enstaka olämpligt animerat program som barnet gärna vill se menar drygt hälften existerar.

Det som är avgörande för om föräldrarna menar att det finns *lämpliga* animerade program för barnet är om föräldern själv tittar på sådana program tillsammans med henne/honom. Vad föräldrarna framhåller som främsta skäl för lämplighet är att programmen inte innehåller våld och att de är humoristiska (men många andra skäl nämndes också). Disney och SVT:s animerade barnprogram nämndes oftast som lämpliga men generellt namngavs en mycket stor mängd olika program.

Störst betydelse för om föräldern anser att det finns något *olämpligt* animerat program är också att föräldern brukar titta på sådana program med barnet. Dessutom tycker fler föräldrar i ”satellitfamiljer” att det finns olämpliga program än föräldrar i familjer med bara SVT och TV4. I viss mån spelar också barnets ålder in (ju yngre barn desto oftare olämpliga animerade program) samt, slutligen, föräldrarnas utbildning (något fler föräldrar med längre utbildning nämner olämpliga animerade program). Det allt överskuggande skälet

till olämplighet är att programmen innehåller våld, samtidigt som en rad andra skäl också underströks av föräldrarna, t.ex. att det animerade programmet är stressigt, har högt tempo, är skrikigt och bullrigt m.m. En stor mängd olämpliga program namngavs.

Medan det är föräldrarnas tittande tillsammans med barnet som är mest avgörande för om de anser att det finns lämpliga och olämpliga animerade program som barnet gärna vill se, är det föräldrarnas åsikter om lämplighet och olämplighet som inverkar mest på om föräldern svarat att det finns något animerat program på TV som barnet sett lite av men sedan inte velat se.

Naturligtvis kan det finnas många andra orsaker till varför föräldrarna tycker och svarar som de gör – faktorer som inte tagits upp i den här undersökningen. En viktig omständighet som borde belysas i framtiden är t.ex. vilken roll föräldrarnas egna barndomsupplevelser har. Föräldrarna har själva vuxit upp med Disney och SVT men inte med TV4, TV3 och Kanal 5. Ett annat problemkomplex som inte alls har kunnat illustreras är troliga samband mellan å ena sidan tittande på och åsikter om animerade program och å andra sidan omfattande marknadsföring av programmen, ifall de sänds i stor mängd under lång tid och det faktum att programmen kan ha förankringar i andra medieprodukter på marknaden, t.ex. datorspel, filmer, serietidningar, leksaksfigurer och övriga kringprodukter. Det finns tendenser att det som är välkänt av en eller annan anledning också är mer populärt, något som studien alls inte har kunnat fördjupa sig i.

Vad resultaten ändå med all önskvärd tydlighet visar är att det är viktigt att föräldrarna tittar på TV med sina barn – inte bara på vuxenprogrammen utan också på barnprogrammen som i dag ofta är animerade. Det är då som föräldern lättare kan avgöra vilka program som är lämpliga och olämpliga.

Men som framkommit tidigare är det så och så med föräldrarnas tittande på barnprogram – och har varit i alla tider. Det är inte rea-

listiskt att förvänta att alla föräldrar kommer, eller har möjlighet, att se de barnprogram (eller alla vuxenprogram) som barnen tittar på – det har bristen på förändringar trots årtionden av rekommendationer om tillsammanstittande visat.

Ytterligare en övergripande slutsats från föräldraundersökningen är att en hel del föräldrar i dag är negativa till vissa animerade program. De starka önskemål om ”mer tecknat” på TV för barn som framkom från föräldrar på 1960-, 70- och 80-talen tycks i dag med det stora utbudet animerade TV-program ha avmattats. I dag skiljer föräldrar ofta på lämpliga och olämpliga animerade/tecknade program – det tycks ha varit humoristiska animerade program utan våld och inte våldsamma och skråniga animerade program man efterlyste.

FRAMTIDA

FORSKNING

FRAMTIDA FORSKNING

I den mån denna studie i fyra mindre delar kunnat besvara frågor som ställts har detta framgått av sammanfattningarna i slutet av varje kapitel. Syftet med studien var dock i första hand, som nämndes inledningsvis, att ringa in frågor som kan vara av intresse att följa upp i framtida undersökningar. Generellt finns lite forskning om animerade TV-program i världen.

Förslag till forskning har givits, och förhoppningsvis motiverats, i texten. Här sammanfattas dessa i kortform, tillsammans med ytterligare ett par förslag.

- 🌀 Det är många gånger svårt att få tag på internationella uppgifter om produktion, ägande och ekonomi beträffande animerade TV-program. Marknadsperspektiv på sådana program framstår emellertid som mycket väsentligt att anlägga i framtida forskning, eftersom de utgör en allt större del av det globaliserade TV-flödet.
- 🌀 Fördjupade intervjuer om inköpsprocesser och kriterier för inköp av animerade program till olika TV-kanaler som sänder i Sverige vore likaså värdefullt. En viktig tråd att fortsätta

följa är att jämföra public service-kanaler och kommersiella kanaler i detta avseende.

- 🌀 Marknadsperspektivet bör kombineras med utbudsanalyser, som förtydligar skillnaderna mellan kanalernas policy för och inköp av animerade program.
- 🌀 En övergripande fråga är hur barnprogrammen i TV-kanalerna i ett litet land som Sverige kommer att påverkas över tid av det allt större internationella utbudet animation. Man bör i detta avseende göra upprepade undersökningar av de animerade programmen i samma kanaler och också jämföra det animerade utbudet med dito i kanaler i andra länder.
- 🌀 Det kan finnas anledning att genomföra analytiska studier av själva de animerade programmen, både deras form och innehåll. Exempelvis tycks programmens genrer ha förändrat sig över tid. Intressant vore också en estetisk studie av färg, stilar m.m.
- 🌀 Analyser behövs också av värderingar i animerade program och vad de enskilda programmen – liksom det övergripande mönstret i den stora helheten av program – egentligen förmedlar för underliggande budskap. Eventuell framtida forskning om de fysiska våldsskildringarna i animerade program är viktig att nyansera och bör även omfatta det strukturella våldet, som t.ex. den markanta mansdominansen och de övervägande manliga perspektiven i dessa program.

- ④ Intressant vore att närmare undersöka reklamen riktad till barn mellan de animerade programmen, inte minst i avseendet vilka företag som ligger bakom. Det var t.ex. för mig förvånande att åtminstone hälften av de 365 reklamspottarna i TV3:s och Kanal 5:s morgonblock för barn under en vecka hade anknytning till Disney.
- ④ Vad som också bör prioriteras är att anlägga barnperspektiv på animerade TV-program. Det behövs fördjupade analyser av hur barn uppskattar och konstruerar mening av sådana program. Olika barn reagerar också olika, lägger olika tolkningar i programmen och får ut olika saker beroende på personlighet och kontext. Fortsatta undersökningar med barn kan bl.a. bestå av visningar av enskilda program (samt djupintervjuer och observationer). Sådana studier bör också kombineras med ingående kvalitativa analyser av programmen (ett välkänt exempel är Bob Hodges och David Tripps, 1986, semiotiska analys av ett tecknat program om en varulv och hur australiska barn i skolåldern konstruerade mening när de tittade på det). För att få en större insikt i barns uppfattningar och upplevelser bör sådana studier göras med barn i olika åldrar och kön – och även med vuxna. Skillnader mellan hur barn och vuxna ser på programmet/flera program kommer att ge en tydligare förståelse av barns tolkning och meningsskapande.
- ④ En variant med liknande tema är att göra studier där producenterna frågas om vad de tror att barn får ut av ett visst program – att jämföras med barns verkliga behållning.

- ④ Människor uppskattar olika typer av humor. En fråga är hur olika typer av humoristiska animerade program uppskattas av olika barnåldrar, tonåringar och vuxna samt av flickor/kvinnor respektive pojkar/män.
- ④ Undersökningar föreslås också om ifall vissa animerade program är för svåra för att attrahera barn (eller många barnåldrar på en gång) och ifall blandningen av svårare och lättare program om vartannat i TV3 och Kanal 5 medverkar till att man slutar titta. Bör varje program ha element som uppskattas av olika åldrar för att dra till sig publik eller räcker det att program för yngre och för äldre varvas i samma programblock? En hel del program i dessa båda kanaler hade också snabbt tempo, ibland i kombination med en komplicerad handling, hög ljudnivå, svårbegriplig översättning och/eller ohörbart tal.
- ④ Frågor om vilken relevans de animerade programmen har i barns liv eller vilka inre behov programmen fyller, bör ställas i långa och insiktsfulla samtal, gärna kopplade med etnografiska observationsmetoder.
- ④ För att vi ska kunna förstå barnresultaten bättre är det viktigt att även göra receptionsstudier av barn i andra länder. Vad tar barn fasta på i olika kulturer?
- ④ En sak är vad barn upplever och uppfattar – en annan hur de påverkas. Är det så att man, eftersom barn relativt tidigt inser att tecknade program är på låtsas och därför kan hålla distans, inte behöver oroa sig för oönskad påverkan? Eller är det så att detta, eftersom barn många gånger har lätt att urskilja

tecknat/animerat, bidrar till större engagemang eller inlevelse – något som kan förstärka de intryck man tar?

- 🌀 Och i vilka avseenden påverkas man? Att barn kan känna olust och bli uppskrämda även av animerade program har framkommit. Att många vuxna tycker att deras lekar och imitation av animerade program ibland kan gå för långt är inte heller att betvivla. Bidrar animerade program även till aggression? Hur bidrar de dolda värderingarna i programmen?
- 🌀 Hela frågekomplexet om hur realistiska respektive hur fantasiinriktade olika TV-program är och upplevs, vilka typer av våldsskildringar som upplevs som våldsamma och ej, samt hur detta sammanhänger med olika typer av påverkan är relativt utforskat. En viktig studie i detta sammanhang genomfördes med 9-12-åringar i Nederländerna. De fick se olika realistiska och orealistiska (bl.a. tecknade) program med våldsinslag. Studien pekade på att barn som såg på våldsskildringarna mer oengagerat eller på distans var mer benägna att gilla våldet och att vara mer aggressiva, medan barn som lätt påverkades emotionellt av våldsprogram, och lättare skrämdes, var mindre mottagliga för påverkan i form av aggression (van der Voort 1986).
- 🌀 Och vad menar barnen själva att de lär sig från animerade program? Någon sådan fråga ställdes inte i denna studie men har ingått i t.ex. en argentinsk undersökning (Morduchowicz 2002), där barnen gav ett flertal exempel på vad de lärt av tecknade TV-program.

- ☉ Att föräldrarnas roll för barns TV-tittande är väsentlig har framkommit på flera sätt. Bl.a. kan föräldrarna vara ”medlare” genom att tala med barn om innehållet. Här behövs mer forskning om hur detta kan influera hur barn ser på programmet och vilka intryck de tar.
- ☉ En viktig omständighet som borde belysas i framtiden är också vilken roll föräldrarnas egna tittarupplevelser i barn-
domen spelar.
- ☉ Ett annat problemkomplex att fokusera är troliga samband mellan å ena sidan tittande på och åsikter om animerade program bland barn (och föräldrar) och å den andra sidan omfattande marknadsföring av programmen, ifall de sänds i stor mängd under lång tid och har förankringar i andra medieprodukter på marknaden, t.ex. datorspel, filmer, serietidningar, leksaksfigurer, kläder, mat osv. Det finns tendenser att det som är välkänt av en eller annan anledning också är mer populärt.

Ett kombinerat marknads- och barnperspektiv efterlyses alltså, och i det perspektivet måste även programanalyser och föräldrarnas roll studeras. Forskning i framtiden bör således omfatta hela kommunikationsprocessen med anknytning till animerade program.

BILAGOR

Bilaga 1. Genomsnittlig andel tittare (ratings)* på animerade TV-program den 29/1 - 4/2 2001,

Kanal	Dag	Starttid	Minuter	Rubrik
SVT1	mån	18:30	5 av 29	Tom & Jerry (i LILLA SPORTSPEGLN)
SVT1	mån	23:07	29	MOSQUITO (repris)
TV3	mån	06:31	20	BLOMSTER-AFFÄREN
TV3	mån	06:55	22	OLIVER TWIST
TV3	mån	07:20	22	DISNEYS FRUKOSTKLUBB/KALLE ANKA
TV3	mån	07:45	22	NISSE
TV3	mån	08:11	26	GUSTAF & CO
TV4	mån	07:15	6 av 15	Rummel & Rabalder (i LATTJO LAJBAN)
Kanal5	mån	06:55	65	CARTOON CARTOONS
Kanal5	mån	08:00	26	OGGY OCH KACKERLACKORNA
SVT1	tis	18:00	16 av 34	Två animerade kortfilmer (i BOLIBOMPA)
SVT1	tis	18:50	9	ROFFIGA ROBERT
TV3	tis	06:31	20	BLOMSTER-AFFÄREN
TV3	tis	06:55	21	OLIVER TWIST
TV3	tis	07:21	22	DISNEYS FRUKOSTKLUBB/KALLE ANKA
TV3	tis	07:46	22	NISSE
TV3	tis	08:12	27	GUSTAF & CO
Kanal5	tis	06:55	64	CARTOON CARTOONS
Kanal5	tis	08:00	26	OGGY OCH KACKERLACKORNA
TV3	ons	06:31	20	BLOMSTER-AFFÄREN
TV3	ons	06:55	21	OLIVER TWIST
TV3	ons	07:20	22	DISNEYS FRUKOSTKLUBB/KALLE ANKA
TV3	ons	07:46	22	NISSE
TV3	ons	08:11	27	GUSTAF & CO
TV4	ons	07:15	1 av 15	Rummel & Rabalder (i LATTJO LAJBAN)
Kanal5	ons	06:55	65	CARTOON CARTOONS
Kanal5	ons	08:00	27	OGGY OCH KACKERLACKORNA
SVT1	tors	10:01	14	FRAMTIDSSÅPAN
SVT1	tors	10:15	24 av 29	Fyra animerade kortfilmer (i BARNMORGON UR)
SVT1	tors	18:00	23 av 29	RICHARD SCARRYS ÄVENTYRSVÄRLD
SVT1	tors	19:00	24	DE TRE VÄNNERNA & JERRY
TV3	tors	06:31	20	BLOMSTER-AFFÄREN
TV3	tors	06:58	21	OLIVER TWIST
TV3	tors	07:23	21	DISNEYS FRUKOSTKLUBB/KALLE ANKA
TV3	tors	07:48	22	NISSE
TV3	tors	08:12	28	GUSTAF & CO
TV4	tors	23:17	22	FUTURAMA

efter ålder

	Hela TV-befolkningen %				Satellit-TV-befolkningen %			
	3-99 år	3-6 år	7-11 år	12-14 år	3-99 år	3-6 år	7-11 år	12-14 år
	7,5	36,2	22,2	6	6,8	30,7	21,2	4,7
	1,1	0	0	0,3	1,1	0	0	0
	0,2	0	0,8	0,6	0,3	0	1,2	0,9
	0,5	0,9	4	1,4	0,8	1,4	5,9	2,1
	1,1	4,2	7,6	2,9	1,6	6,5	11,1	4,3
	0,8	4,2	3,4	0,1	1,1	6,5	5	0,1
	0,4	2,8	0,6	0,5	0,6	4,3	0,9	0,8
	2,4	6,7	5,5	3	2,6	7,7	4,1	4,5
	0,1	0,7	0,6	0,4	0,2	1,1	0,9	0,6
	0,2	1,8	0,6	1,1	0,3	2,8	0,9	1,7
	6,6	40,9	23,3	5	6,1	36,8	22,4	3,2
	6,2	41,5	23	5,5	5,6	37,7	22,1	3,7
	0,2	0,9	0,8	0,6	0,3	1,4	1,2	0,9
	0,6	2,5	3,9	1,3	0,9	3,8	5,7	1,9
	1,1	2,9	6,8	3,2	1,6	4,4	10	4,7
	0,4	2,8	2,3	0	0,6	4,3	3,4	0
	0,3	2,1	0,6	0	0,4	3,2	0,8	0
	0,2	0,4	1,4	1	0,3	0,7	2	1,5
	0,1	0,8	0,2	0	0,2	1,2	0,2	0
	0,1	0	1,2	0	0,1	0	1,8	0
	0,5	0,6	4,8	0,9	0,8	0,9	7,1	1,4
	1,2	1,9	8,3	3,1	1,8	3	12,2	4,7
	0,5	1,3	2,8	0,7	0,8	1,9	4,1	1,1
	0,1	0	0,5	0	0,1	0	0,7	0
	2,2	3,7	5,4	1,9	2,2	2	2,5	2,8
	0,2	0,4	1,1	0,3	0,3	0,6	1,6	0,4
	0,1	1,1	0,3	1,2	0,2	1,6	0,5	1,8
	0,4	1,5	0	0	0,5	2,2	0	0
	0,3	2,9	0,2	0	0,4	4,5	0,3	0
	5,8	37,1	22,6	1,6	5,8	35,7	21,5	2,4
	4,9	19,7	20,1	6,2	5	23	20	5,4
	0,2	1,2	1,2	0,5	0,3	1,9	1,8	0,8
	0,5	1,1	3,8	1,2	0,7	1,7	5,6	1,8
	0,8	1,5	7,3	2,3	1,1	2,4	10,7	3,5
	0,2	1,4	1,4	0	0,3	2,1	2	0
	0,1	0,5	0,5	0,1	0,2	0,8	0,7	0,2
	1,9	0	0	0	1,7	0	0	0

Forts. Bilaga 1. Genomsnittlig andel tittare (ratings)* på animerade TV-program den 29/1 - 4/2

Kanal	Dag	Starttid	Minuter	Rubrik
Kanal5	tors	06:55	65	CARTOON CARTOONS
Kanal5	tors	08:00	26	OGGY OCH KACKERLACKORNA
SVT1	fre	17:35	23	DISNEYSTUNDEN MED BUMBIBJÖRNARNA
SVT1	fre	19:00	29	MOSQUITO
TV3	fre	06:31	20	BLOMSTER-AFFÄREN
TV3	fre	06:56	21	OLIVER TWIST
TV3	fre	07:21	22	DISNEYS FRUKOSTKLUBB/KALLE ANKA
TV3	fre	07:46	22	NISSE
TV3	fre	08:11	27	GUSTAF & CO
TV4	fre	07:16	2 av 14	Rummel & Rabalder (i LATTJO LAJBAN)
Kanal5	fre	02:35	21	TOONSYLVANIA
Kanal5	fre	06:55	65	CARTOON CARTOONS
Kanal5	fre	08:00	27	OGGY OCH KACKERLACKORNA
SVT1	lör	07:30	23 av 29	Fyra animerade kortfilmer (i BARNMORGON UR)
SVT1	lör	08:36	24	DISNEYSTUNDEN MED BUMBIBJÖRNARNA
SVT1	lör	09:00	24	MUMINTROLLET PÅ SAMISKA (svensk text)
SVT1	lör	09:55	15	FRAMTIDSSÅPAN
SVT1	lör	18:30	59	DISNEYDAGS (repris)
TV3	lör	07:01	22	LYCKLIGA FAMILJER
TV3	lör	07:25	24	JIM GULDKNAPP
TV3	lör	07:50	20	MONSTERFARMEN
TV3	lör	08:17	22	DISNEYS FRUKOSTKLUBB/KALLE ANKA
TV3	lör	08:43	22	PETER PAN OCH PIRATERNA
TV3	lör	09:07	20	MAX STEEL
TV4	lör	07:26	27 av 70	Tre animerade kortfilmer (i GOMÅRR!!!)
TV4	lör	08:37	21	POKÉMON
Kanal5	lör	08:00	88	SNURRE SPRÄTT OCH HANS GÄNG
Kanal5	lör	09:30	27	BATMAN
SVT1	sön	08:34	26	I MUMINDALEN
SVT1	sön	09:25	59	DISNEYDAGS
SVT1	sön	18:01	14	KULLEBY SJUKHUS
TV3	sön	07:01	22	LYCKLIGA FAMILJER
TV3	sön	07:25	24	JIM GULDKNAPP
TV3	sön	07:50	24	SKURTS MAGASIN
TV3	sön	08:16	22	DISNEYS FRUKOSTKLUBB/KALLE ANKA

2001, efter alder

Hela TV-befolkningen %				Satellit-TV-befolkningen %			
3-99 år	3-6 år	7-11 år	12-14 år	3-99 år	3-6 år	7-11 år	12-14 år
0,2	0,2	1,8	1,5	0,3	0,3	2,6	2,3
0,4	1,3	1,6	2,7	0,6	2,1	2,4	4,1
3,8	13,3	8,3	1,9	3,2	15	8,7	1,4
5,2	18,5	18	6	4,8	17,5	15,8	4,3
0,1	0,5	0,5	0	0,1	0,7	0,7	0
0,5	4,2	3,6	0,3	0,8	6,4	5,2	0,5
0,9	6,1	6,1	3	1,4	9,4	9	4,5
0,5	6,1	1	1,9	0,8	9,4	1,4	2,8
0,4	2,7	0,3	2,8	0,6	4,1	0,5	4,1
2,9	8,5	6,3	1,8	2,7	4,8	2,7	2,1
0,1	0	0	0	0,1	0	0	0
0,1	0,3	1,3	0,4	0,2	0,5	1,9	0,5
0,2	1,3	1,1	0,4	0,3	1,9	1,6	0,7
1	7,9	2,4	0,1	1	7,3	0,8	0,1
3,2	24,9	11,6	2,9	2,8	19,2	10,4	0,1
2,9	20,4	15	1,7	1,8	10,8	8,5	0,3
0,9	7,1	2,4	1,7	0,4	3,4	0,2	0
9	39,7	27,3	11,7	8	37	22	10
0,4	1,3	2,3	0	0,6	2	3,4	0
0,5	2,3	2,8	0	0,8	3,5	4,1	0
0,7	2,8	2,8	0	1	4,2	4,1	0
1	2,6	4,6	0,3	1,4	4	6,8	0,4
0,5	3,3	2,6	0,3	0,7	5,1	3,8	0,4
0,7	2	4,5	0,9	1	3,1	6,7	1,3
1,4	5,3	9,4	2,4	1,1	3,7	7,4	3
3,1	9,7	23,5	7,8	2,7	9,4	18,5	8,8
0,3	1,2	1,7	0,5	0,4	1,9	2,4	0,8
0,6	4	3,3	0,5	0,8	6,2	4,9	0,7
1,8	12,1	5,3	2,1	1,3	6,1	5,8	2
3,3	17,8	9,1	5,8	2,3	11,9	7,5	3,9
2,9	12	4,7	0,9	3,2	13	4,5	0
0,3	0	0,2	0,3	0,4	0	0,3	0,5
0,4	0,6	1,4	0	0,6	1	2,1	0
0,5	1,7	0,2	0,3	0,7	2,6	0,2	0,4
1	3	1,5	1,2	1,5	4,6	2,3	1,8

Forts. Bilaga 1. Genomsnittlig andel tittare (ratings)* på animerade TV-program den 29/1 - 4/2

Kanal	Dag	Starttid	Minuter	Rubrik
TV3	sön	08:41	22	PETER PAN
TV3	sön	09:06	22	MAX STEEL
TV3	sön	09:32	20	X-MEN
TV3	sön	17:56	25	SIMPSONS
TV3	sön	18:22	27	SIMPSONS
TV4	sön	07:25	23	BABAR och Rummel & Rabalder
TV4	sön	07:51	11 av 49	Rotten Ralph (i NICKE & MOJJE)
TV4	sön	08:40	21	POKÉMON
Kanal5	sön	08:00	87	SNURRE SPRÄTT OCH HANS GÄNG
Kanal5	sön	09:30	26	SUPERMAN
Kanal5	sön	10:00	27	INVASION JORDEN

Not Rating = procentuell andel av ett visst universum (t ex hela TV-befolkningen, 8.601.000 personer, eller satellit-TV-befolkningen)
 Källa Mediamätning i Skandinavien (MMS AB), Stockholm

2001, efter ålder

Hela TV-befolkningen %				Satellit-TV-befolkningen %			
3-99 år	3-6 år	7-11 år	12-14 år	3-99 år	3-6 år	7-11 år	12-14 år
0,7	2,1	0,8	1,3	1,1	3,3	1,2	1,9
0,7	2	3,2	1,3	1	3,1	4,7	2
0,4	0,1	1	1,9	0,6	0,1	1,5	2,8
0,9	0	0,6	2,5	1,3	0	0,8	3,7
1	0	1,1	6,3	1,5	0	1,6	9,3
1,1	6,8	3,5	1,7	0,7	2,4	1,4	1,8
2,1	11,2	10,4	2,1	1,8	11,9	8,5	1,8
3,6	14,3	21,4	4,8	3,2	16,3	18,5	3,1
0,2	0,9	1	0,3	0,3	1,3	1,4	0,5
0,4	1,7	1,7	1,2	0,6	2,6	2,4	1,7
0,4	1,1	0,6	2,3	0,6	1,6	0,9	3,4

n, 6.312.000 personer) som sett programmet i genomsnitt under programmets gång. För ytterligare förklaring se: www.mms.se

METOD

Frågorna om animerade program ingick i en telefonintervjuundersökning med föräldrar cirka 25-50 år som har barn mellan 4 och 11 år. Undersökningsfirman SKOP ab gjorde datainsamlingen under perioden den 24 september – 9 oktober 2001.

POPULATION

Populationen är för de flesta frågor i undersökningen *föräldrar* födda 1950-1976 (25-51 år) med barn i åldrarna 4-11 år. För ett par frågor är populationen barn 4-11 år.

URVAL OCH BORTFALL AV FÖRÄLDRAR

Urvalet av föräldrar – intervjupersonerna – gjordes i två steg. Först drogs ur befolkningsregistret ett slumpmässigt urval av 4 895 personer födda mellan 1950 och 1976 (25-51 år). I bruttourvalet fanns 79 personer (2%) som bodde utomlands under längre tid, var alltför sjuka för att intervjuas, hade avlidit mellan urvalsdragning och datainsamling, kunde otillräckligt med svenska för att svara på frågorna och liknande. Detta gav ett nettourval om 4 816 personer 25-51 år.

Av dessa kunde telefonnummer inte spåras för 1 430 personer (30% av nettourvalet), medan 181 personer (4% av nettourvalet) var omöjliga att nå under datainsamlingsperioden och 181 personer (4% av nettourvalet) inte ville medverka i undersökningen. Detta innebar att 3 024 personer 25-51 år (63% av nettourvalet eller 62% av bruttourvalet) kunde intervjuas. Bortfallet i det första steget uppgår alltså till 37 procent av nettourvalet personer 25-51 år.

I ett andra steg tillfrågades nettourvalet, dvs. de 3 024 personerna

25-51 år, om hur många egna (biologiska eller adopterade) barn mellan 4 och 11 år de hade. Intervjuer genomfördes endast med de personer som hade barn i de aktuella åldersgrupperna, vilket var 1 002 personer, eller 33 procent av de personer 25-51 år som SKOP fick kontakt med och som gick med på att intervjuas.

URVAL OCH BORTFALL AV BARN

Eftersom frågorna om animerade TV-program hade att göra med ett enskilt barn, valdes en slumpmässig procedur (ifall den intervjuade föräldern hade flera barn 4-11 år), nämligen att ställa frågorna gällande det barn som senast hade födelsedag.

I de flesta fall är *analyspersonen* ändå *föräldern*, nämligen gällande frågan om föräldern tittat på animerade TV-program tillsammans med barnet och frågorna om föräldrarnas åsikter om lämpliga/olämpliga animerade TV-program för det utvalda barnet.

Men i ett fåtal fall är *analyspersonen* *barnet*, nämligen gällande frågorna om det finns några animerade TV-program som barnet sett lite av men sedan inte velat se. I detta fall finns möjlighet att väga svaren efter barnets sannolikhet att komma med i urvalet¹². Eftersom urvalet ändå inte är statistiskt representativt för samtliga föräldrar i 25-51-årsåldern som har barn i åldern 4-11 år, eller för samtliga barn i denna ålder (se nedan), har valet gjorts att inte presentera vägda resultat (provkörningar visar också att skillnader mellan ovägda resultat och resultat som är vägda efter antalet barn i hushållet inte påverkar slutsatserna på något avgörande sätt).

REPRESENTATIVITET

Med det urvalsförfarande som tillämpats vet vi inte hur stort bortfallet är bland föräldrar (och därmed också bland barn). Vi vet nämligen inte om procentandelen som har barn 4-11 år är lika många bland de 3 024 personer som SKOP frågade om de hade barn, som bland personerna i bortfallet, dvs. de 1 792 personer som SKOP inte kunde nå eller som inte ville medverka i undersökningen. Eller omvänt: vi vet inte om bortfallet också är 37 procent bland de som har barn. Dessutom utgörs den största andelen av bortfallet av personer vars telefonnummer inte kunde spåras. Vi vet inte om sådana personer i 25-51-årsåldern oftare eller mindre ofta har barn än personer vars telefonnummer kunde identifieras.

Om vi helt godtyckligt antar att bortfallet är 37 procent bland de personer som har barn, är ett sådant bortfall (även om det inte är ovanligt nuförtiden) alltför stort för att de intervjuade personerna ska kunna sägas utgöra ett representativt urval av föräldrar med barn i de aktuella åldrarna. Med största sannolikhet avviker personerna i bortfallet från de intervjuade personerna i något eller några avseenden som kan inverka på resultaten. Men vi vet alltså inte ens om bortfallet är 37 procent.

Undersökningsresultaten kan därför *inte* generaliseras till alla föräldrar och barn i de aktuella åldrarna. Detta har inte heller varit ambitionen med frågorna om animerade program – de är, som nämnts, tänkta som en pilotstudie där vi önskat få veta exempel på program som anses lämpliga och olämpliga för barn, exempel på skäl till detta samt några olika faktorer som kan tänkas spela in i detta sammanhang, såsom barnets ålder, kön, tillgång till kabel-/satellit-TV hemma m.m. Man bör alltså inte ta fasta på procentsiffrorna som något exakt för alla föräldrar i Sverige utan i stället uppmärksamma stora och tydliga trender i resultaten.

Tabell A. Föräldrarna (intervjupersonerna)	Antal	%
25-30 år	72	7.2
31-35 år	256	25.5
36-40 år	325	32.4
41-45 år	243	24.3
46-51 år	106	10.6
kvinnor	547	54.6
män	455	45.4
högst 9 års utbildning	92	9.2
10-12 års utbildning	459	45.8
13+ år utan högskoleexamen	187	18.7
examen från universitet/högskola	264	26.3
bor i Stockholms-, Göteborgs- eller Malmöområdena	314	31.3
bor i andra tätbefolkade kommuner (mer än 90 000 invånare)	363	36.2
bor i mindre tätbefolkade kommuner (27 000 - 90 000 invånare)	235	23.5
bor i glesbygdskommuner (mindre än 27 000 invånare)	76	7.6
uppgift saknas	14	1.4
har 1 eget barn i åldern 4-11 år	538	53.7
har 2 egna barn i åldern 4-11 år	389	38.8
har 3 egna barn i åldern 4-11 år	66	6.6
har 4 egna barn i åldern 4-11 år	6	0.6
har 5 egna barn i åldern 4-11 år	1	0.1
har 6 egna barn i åldern 4-11 år	2	0.2
sammanbor regelbundet mer än två helger i månaden med barnet om vilka frågorna ställts	988	98.6
sammanbor mindre än två helger i månaden med barnet om vilka frågorna ställts	13	1.3
ej svar	1	0.1
har tillgång till kabel-/satellit-TV i hushållet	622	62.1
har inte tillgång till kabel-/satellit-TV i hushållet	378	37.7
ej svar	2	0.2
Totalt antal intervjuade (n)	1 002	100.0

Det bör upprepas att föräldrar som är födda före 1950 och efter 1976 (och som alltså hamnar utanför åldersintervallet 25-51 år) inte ingår i undersökningen. Detta torde dock spela ganska liten roll, eftersom intervjuade föräldrar som är nästan så unga/gamla är få. De föräldrar som är 25-27 år utgör sammanlagt färre än 1 procent av de intervjuade föräldrarna. De föräldrar som är 49-51 år utgör drygt 3 procent.

HUR SER URVALET AV FÖRÄLDRAR OCH BARN UT?

Av tabell A till höger framgår att de intervjuade föräldrarna med barn i 4-11-årsåldern oftast är 31-45 år (82%). Anmärkningsvärt är att nästan 10 procent fler mammor än pappor har intervjuats, trots att intervjun inleddes med frågan om man har egna barn i de aktuella åldrarna (frågan om man regelbundet bor med barnet kom i slutet av intervjun).

Omkring 90 procent av föräldrarna har utbildning utöver grundskola och cirka en fjärdedel har examen från universitet/högskola.

31 procent bor i storstadsområdena (Stockholm, Göteborg, Malmö), 36 procent i andra tätbefolkade kommuner, 24 procent i mindre befolkade kommuner och 8 procent i glesbygd (se närmare förklaring i tabell A på sid 227)¹³.

Drygt hälften av de intervjuade föräldrarna har ett (1) eget barn i åldern 4-11 år, närmare 40 procent har två barn i dessa åldrar och 10 procent har tre eller fler barn mellan 4 och 11 år.

Nästan alla intervjuade föräldrar (99%) säger sig regelbundet sammanbo mer än två helger i månaden med det barn om vilka frågorna ställts.

62 procent av de intervjuade föräldrarna har tillgång till kabel-/satellit-TV hemma, medan 38 procent endast har SVT och TV4.

Av tabell B framgår att barnen som frågorna berör är aningen färre i de yngsta åldrarna och något oftare är pojkar än flickor.

Tabell B. Barnen (som frågorna berör)	Antal	%
födelseår 1989 (11 år)	14	1.4
födelseår 1990 (10-11 år)	129	12.9
födelseår 1991 (9-10 år)	147	14.7
födelseår 1992 (8-9 år)	137	13.7
födelseår 1993 (7-8 år)	144	14.4
födelseår 1994 (6-7 år)	127	12.7
födelseår 1995 (5-6 år)	97	9.7
födelseår 1996 (4-5 år)	124	12.4
födelseår 1997 (4 år)	83	8.3
flicka	474	47.3
pojke	528	52.7
bostadsort - se i tabell A om föräldrarna		
har tillgång till kabel-/satellit-TV i hushållet - se i tabell A om föräldrarna		
Totalt	1 002	100.0

NOTER

- 1 Fox Kids köptes 2001 av Disney, så det är oklart om namnet kommer att behållas i framtiden.
- 2 För att följa utvecklingen av barns tidningsläsning bör även Mediebarometern bakåt i tiden konsulteras. Den årliga Mediebarometern startade 1979 och genomfördes till 1993 av Publik- och programforskningsavdelningen, Sveriges Radio, i samarbete med Dagspresskollegiet vid Göteborgs universitet. Därefter har ansvaret för Mediebarometern överförs till Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.
- 3 Jag har tyvärr inte lyckats få tillgång till undersökningen.
- 4 Min översättning.
- 5 Programserien *The Teletubbies* började sändas i Storbritannien den 31 mars 1997. Den hade i slutet av 2001 sålts till 84 TV-stationer i 61 länder och översatts till 35 språk. Sammanlagt kunde över 120 länder ta emot programmet via satellit (Brenner, Erdholm & Fahlström 2001).
- 6 Serien *The Simpsons*, skapad av Matt Groening, dök upp i amerikansk TV 1987, kunde 2001 ses i mer än 90 länder och hade då dragit in cirka 1 miljard US dollar för Fox Network (Burkeman 2002).
- 7 ITC, Independent Television Commission, var tidigare det organ som utfärdade licenser och reglerade kommersiella TV-tjänster i Storbritannien. ITC har dock uppgått i Ofcom. Se närmare: <http://www.ofcom.org.uk>
- 8 Det är bara 'gremlin-figurerna' som är animerade medan filmen i övrigt har levande skådespelare.
- 9 Undersökningen gällde regeln om vuxensällskap på biograf.

- 10 Inledningen, liksom följdfrågorna, hade tidigare prövats med ett tiotal föräldrar med barn i de aktuella åldrarna. I den händelse intervjuaren i huvudundersökningen märkte att inledningen ändå var oklar för intervjupersonerna, lästes följande omformulering upp: ”Det räcker om du tänker på tecknade TV-program. Nuförtiden finns det ju allt fler tecknade program i TV. Vi skulle vilja ställa några frågor om sådana TV-program.”
- 11 ”Finns det några TV- eller videoprogram som ... (barnet) gärna vill se men som du tycker är olämpliga för honom/henne?”
- 12 Om föräldern har mer än ett barn i de aktuella åldrarna har ett enskilt barn mindre sannolikhet att komma med i urvalet än om föräldern bara har ett barn i den aktuella åldern.
- 13 Till grund för indelningen har använts Statistiska Centralbyråns så kallade H-regioner. Storstadsområden avser H-regionerna 1, 8 och 9, ”andra tätbefolkade kommuner” H-region 3, ”mindre befolkade kommuner” H-regionerna 4 och 5 samt ”glesbygd” H-region 6. Se förklaring i tabell A och en mer detaljerad definition i SCB (1998).

REFERENSER

Agebäck, Ann Katrin (red.) (2002) *Popcorn. Unga tankar om film och filmvåld*. Stockholm, Vårdsskildringsrådet, nr. 28

Altgård, Clemens (2000) ”Japan regerar i barnens värld”, *Sydsvenskan* 17 december, s. B2

Andrén, Gunnar, von Feilitzen, Cecilia, Holmqvist, Tove, Nowak, Kjell, Ross, Sven & Strand, Hans (1986) *Televisionens idévärld: Metod*. Stockholms universitet, Centrum för mass-kommunikationsforskning, MASS 10

Asp, Kent (2003) *Svenskt TV-utbud 2002. En undersökning på uppdrag av Granskningsnämnden för radio och TV*. Stockholm, Granskningsnämnden, nr. 11

Bell, Elizabeth, Haas, Lynda & Sells, Laura (eds) (1995) *From Mouse to Mermaid: The Politics of Film, Gender and Culture*. Bloomington and Indianapolis, Indiana University Press

Bjørnstad, Taran L & Ellingsen, Tom (2002) *Nettsvermere. En rapport om ungdom og Internett*. Oslo, Statens filmtilsyn

Blomkvist, Mårten (2000) ”Animerat för barn – en genre i kris”, *Zoom*, årg. 12 nr. 4, s. 14-15

Blumler, Jay G & Biltereyst, Daniel (1997) *The Integrity and Erosion of Public Television for Children. A Pan-European Survey*. A monograph of research sponsored by the Center for Media Education (Washington, D.C.), the Broadcasting

Standards Commission (UK), The European Institute for the Media (Düsseldorf, Germany), and the European Broadcasting Union (EBU)

Brenner, Lisa, Erdholm, Kristina & Fahlström, Karin (2001) *Bilderbok på TV – fenomenet Teletubbies*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (B-uppsats)

Brody, Stephen (1977) *Screen Violence and Film Censorship – a review of research*. London, Home Office Research Study, No. 40

Bryman, Alan (1995) *Disney and His Worlds*. Londo and New York, Routledge

Burkeman, Oliver (2002) ”Homer’s last stand”, *The Guardian*, 30 April 2002 (<http://www.guardian.co.uk>, maj 2002)

Byrne, Eleanor & McQuillan, Martin (1999) *Deconstructing Disney*. London, Pluto Press

Carlsson, Ulla, Weibull, Lennart, Facht, Ulrika & Hellingwerf, Karin (2002) Bokläsning i den digitala tidsåldern. Resultat från Mediebarometern 1979-2001. Underlag utarbetat för SCB och Bokpriskommissionen. Göteborgs universitet, Nordicom (<http://www.nordicom.gu.se>, december 2002)

Cartoon Crazy? Summary (årstal saknas). London, The Independent Television Commission (<http://www.itc.org.uk>, maj 2002)

Casas, Ferran (2000) ”Perceptions of Video Games among Spanish Children and Parents”, i Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson (eds) *Children in the New Media Landscape. Games, Pornography, Perceptions*. Yearbook 2000. The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen. Göteborg University, Nordicom, s. 123-125

Center for Media Education (2000) Brev till USAs presidentkandidater om att minska marknadsföringen till barn (<http://www.cme.org>, november 2000)

Crafton, Donald (1993) *Before Mickey: The Animated Film 1898-1928*. Chicago, The University of Chicago Press

Cronström, Johan (1999) *Gränslöst. Om TV, våld och ansvar*. Stockholm, Våldsskildringsrådet, nr. 21

Djénati, Geneviève (2001) *Psychoanalyse des dessins animés*. Paris, L'archipel

Dorfman, Ariel & Mattelart, Armand ([1971]1975) *How to Read Donald Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comic*. New York, International General

Drotner, Kirsten (2003) *Disney i Danmark. At vokse op med en global medie gigant*. København, Høst & Søn

von Feilitzen, Cecilia (1981) "Barns rädsla och tv", *Barn och kultur*, årg 27 nr. 6, s. 123-130

von Feilitzen, Cecilia (1989) "Identifikation och umgänge med mediepersonerna", i Cecilia von Feilitzen, Leni Filipson, Ingegerd Rydin & Ingela Schyller *Barn och unga i medieåldern. Fakta i ord och siffror*. Stockholm, Rabén & Sjögren, s. 171-187

von Feilitzen, Cecilia (1996) "Barn och de realistiska våldsskildringarna", i Kari Andén-Papadopoulos & Birgitta Höjjer (red) *Våldsamma nyheter. Perspektiv på dokumentära våldsskildringar i media*. Stockholm/Stehag, Brutus Östlings Bokförlag Symposion, s. 203-222

von Feilitzen, Cecilia (2001) *Medievåldets påverkan. En kortfattad forskningsöversikt*. The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen. Göteborgs universitet, Nordicom

von Feilitzen, Cecilia (u a) *Barnen i TV*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation

von Feilitzen, Cecilia & Bucht, Catharina (2001) *Outlooks on Children and Media. Child Rights, Media Trends, Media Research, Media Literacy, Child Participation, Declarations*. Yearbook 2001. The UNESCO International Clearinghouse on

Children and Violence on the Screen. Göteborg University, Nordicom

von Feilitzen, Cecilia & Carlsson, Ulla (2002) *Children, Young People and Media Globalisation*. Yearbook 2002. The UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media. Göteborg University, Nordicom

von Feilitzen, Cecilia, Filipson, Leni & Schyller, Ingela (1977) *Blunda inte för barnens tittande. Om barn, tv och radio nu och i framtiden*. Stockholm, Sveriges Radios förlag

von Feilitzen, Cecilia & Hammarberg, Thomas (1996) *Toppmötet – om TV:s och barns rättigheter*. Stockholm, Vårdsskildringsrådet, nr. 16

von Feilitzen, Cecilia & Linné, Olga (1974) *Barn och identifikation i masskommunikationsprocessen. En sammanfattning av nordisk forskning och en teoretisk diskussion*. Sveriges Radio, Publik- och programforskningsavdelningen, nr. 146/73

Field, Robert D (1942) *The Art of Walt Disney*. New York, Macmillan Company

Filipson, Leni (1995) ”Våld i TV och video – några frågor till föräldrar”, i Inga Gustafsson, Leni Filipson & Gisela Eckert *TV – bundsförvant eller fiende? Om barn, föräldrar och TV-tittande*. Stockholm, Vårdsskildringsrådet, nr 12, s. 23-49

Filipson, Leni (1999) Barnbarometern 98/99. 3-8-åringars kultur- och medievanor. Stockholm, Mediamätning i Skandinavien

Fransson, Helena & Rimforsen, Irene (2003) *Stilar kommer och går – men kärleken består. En analys av tecknad sagofilm*. Södertörns högskola, Medie- och kommunikationsvetenskap (C-uppsats)

Goonasekera, Anura (2000) ”Introduction”, i Anura Goonasekera et al. *Growing Up With TV. Asian Children's Experience*. Singapore, Asian Media Information and Communication Centre (AMIC), s. 1-11

Grip, Lars (2003) *Tittarögon. En rapport om vad som bestämmer TV-utbudet*. Stockholm, Vårdsskildringsrådet, nr. 30

Gustafsson, Ewa Z (1995) *Kampen om TV-tittarna. En studie av inköpsprocesser och TV-kvoter*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (D-uppsats)

Gustafsson, Inga, Filipson, Leni & Eckert, Gisela (1995) *TV – bundsförvant eller fiende? Om barn, föräldrar och TV-tittande*. Stockholm, Vårdsskildringsrådet, nr. 12

Hodge, Bob & Tripp, David (1986) *Children and Television. A Semiotic Approach*. Cambridge, Polity Press

<http://www animatorget.com> (oktober 2002)

<http://www.itc.org.uk> (september 2002)

<http://www.mms.se> (september 2003)

<http://www.kanal5.se> (september 2002)

<http://www.svt.se> (september 2002)

<http://www.tv3.se> (september 2002)

<http://www.tv4.se> (september 2002)

Jarlbro, Gunilla (2001) *Children and Advertising. The Players, The Arguments and the Research during the Period 1994-2000*. Stockholm, Swedish Consumer Agency

Kaitatzi-Whitlock, Sophia & Terzis, George (2001) "Greece: Disney's Descent on Greece: The Company Is the Message", i Janet Wasko, Mark Phillips & Eileen R Meehan (eds) (2001) *Dazzled by Disney? The Global Disney Audiences Project*. London & New York, Leicester University Press, s. 135-159

Kennedy, Louis (2003) "Forget about beginnings, middles and ends. The new storytelling is about making your way in a fragmented, imaginary world", *Boston Globe*, 6 januari 2003, s. N1

Kleveland, Åse (2001) ”En värld där allt är möjligt” i *Arena: Animerat – från Kapten Grogg till Final Fantasy. 7-8 december 2001, Filmhuset*. Stockholm, Svenska Film-institutet, s. 4

Lemish, Dafna (2002) ”Between Here and There: Israeli Children Living Cultural Globalization”, i Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson *Children, Young People and Media Globalisation*. Yearbook 2002. The UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media. Göteborg University, Nordicom, s. 125-134

Lindholm, Tommy (1993) ”Den våldsamma spänningen. Berättandets förändringar i en kulturell omdaningsperiod”, i Cecilia von Feilitzen, Michael Forsman & Keith Roe (red) (1993) *Våld från alla håll. Forskningsperspektiv på våld i rörliga bilder*. Stockholm/Stehag, Brutus Östlings bokförlag Symposion, s. 291-312

Livingstone, Sonia & Bovill, Moira (eds) (2001) *Children and Their Changing Media Environment: A European Comparative Study*. Mahwah, NJ, Erlbaum

Livingstone, Sonia, Holden, Katherine J & Bovill, Moira (1999) ”Children’s Changing Media Environment. Overview of a European Comparative Study”, i Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson (eds) *Children and Media. Image, Education, Participation*. Yearbook 1999. The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen. Göteborg University, Nordicom, s. 39-63

Marko-Nord, Adam (2001a) ”Animationsglosor”, i *Arena: Animerat – från Kapten Grogg till Final Fantasy. 7-8 december 2001, Filmhuset*. Stockholm, Svenska Film-institutet, s. 12-14

Marko-Nord, Adam (2001b) ”Digitala skådespelare och handgjorda höns”, *Zoom*, årg 13 nr. 3, s. 22-23

Marko-Nord, Adam (2002) ”Disney stjal från Japan?”, *Zoom*, årg 14 nr. 1, s. 7

McGinn, Daniel (2002) ”Coping with Arthur-itis. The predominance of cartoons in PBS programming for kids may be economical and entertaining, but is it educational?” *The Boston Globe Magazine*, June 10, 2002 (<http://www.boston.com/globe/magazine/2002/1006/coverstory.htm>) (oktober 2003)

MMS (Mediamätning i Skandinavien AB) (2001a) Muntliga uppgifter den 7 september 2001

MMS (Mediamätning i Skandinavien AB) (2001b) E-mail den 7 september 2001

MMS (Mediamätning i Skandinavien AB) (2003) E-mail den 20 november 2003

MMS Barnbarometer 2002/2003 (<http://www.mms.se>, oktober 2003)

Medier i Norden: Resymé, 18-31 januar 2002 (<http://www.nmn.org/E-nytt/02-jan2.htm#3>, februari 2002)

Morduchowicz, Roxana (2002) "The Meanings of Television for Underprivileged Children in Argentina", i Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson *Children, Young People and Media Globalisation*. Yearbook 2002. The UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media. Göteborg University, Nordicom, s. 135-148

Nathanson, Amy I & Cantor, Joanne (2000) "Reducing the Aggression-Promoting Effect of Violent Cartoons by Increasing Children's Fictional Involvement with the Victim: A Study of Active Mediation", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol. 44:1, s. 125-142

Nationalencyklopedin Multimedia (2000). Höganäs, Bokförlaget Bra Böcker AB

Niss, Hanne (2003) "Television advertising and children: A global perspective", i Flemming Hansen & Lars Bech Christensen (eds) *Branding and Advertising*. Copenhagen, Copenhagen Business School Press, s. 332-345

Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2002 (2003). MedieNotiser nr. 1-2003. Göteborgs universitet, Nordicom

Ramsden, Noreen (1997) "What Makes You Unhappy when You Watch Television? A Survey Carried Out among Children in South Africa", *News on Children and Violence on the Screen*, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen, Göteborg University, Nordicom, Vol. 1 No. 3, s. 3-4

- Rutenbergs, Jim (2001) "Violence Finds a Niche in Children's Cartoons", *New York Times*, January 28
- Ryding, Ingegerd (1983) *Växa med tv. Om bild, ljud och ord i barns tänkande*. Sveriges Radio, Publik- och programforskningsavdelningen
- Ryding, Ingegerd (2000) "Children's TV Programs on the Global Market", *News from ICCVOS*, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen, Göteborg University, Nordicom, Vol. 4 No. 1, s. 17-23
- Rönning, Margareta (1983) "Rättans lek med katten. En studie i 200 tecknade kortfilmer", *Filmhäftet*, dec 1983 nr. 42-44, s. 65-89
- Rönning, Margareta (1993) " 'Jag vill vara Michelangelo eller Donatello!' Om mediernas och barnens våldslekar", i Cecilia von Feilitzen, Michael Forsman & Keith Roe (red) (1993) *Våld från alla håll. Forskningsperspektiv på våld i rörliga bilder*. Stockholm/Stehag, Brutus Östlings bokförlag Symposion, s. 69-94
- Rönning, Margareta (2001) *Varför är Disney så populär? De tecknade långfilmerna ur ett barnperspektiv*. Uppsala, Filmförlaget
- SAFT-projektet (Safety and Awareness for Tweens) (2003) Parents know little about children's Internet use (<http://www.saftonline.org/vedlegg/799/Press%20release%20SAFT%20Children's%20Survey%2011062003.pdf>, november 2003)
- SCB (1998) *Regionala koder*. MIS 1998:2. Stockholm, Statistiska Centralbyrån
- Schickel, Richard (1985) *The Disney Version: The Life, Times, Art and Commerce of Walt Disney*. New York, Simon & Schuster
- Schyller, Ingela (1972) "Catweazle". *Barns förståelse av ett utländskt barnprogram*. Sveriges Radio, Publik- och programforskningsavdelningen nr. 213
- Schyller, Ingela (1977) *Textade barnprogram – kan de bli bättre? Ett experiment med barn och text i tv*. Sveriges Radio, Publik- och programforskningsavdelningen nr. 8

Schyller, Ingela (1989) ”Barn och ungdom tittar på svensk TV”, i Cecilia von Feilitzen, Leni Filipson, Ingegerd Rydin & Ingela Schyller *Barn och unga i medieåldern. Fakta i ord och siffror*. Stockholm, Rabén & Sjögren, s. 25-39

Schyller, Ingela & Rydin, Ingegerd (1989) ”Upplevelse och förståelse av humor”, i Cecilia von Feilitzen, Leni Filipson, Ingegerd Rydin & Ingela Schyller *Barn och unga i medieåldern. Fakta i ord och siffror*. Stockholm, Rabén & Sjögren, s. 158-170

Screen Digest 1999, http://www.screendigest.com/rep_bchild.htm (januari 2001)

Screen Digest 2001, http://www.screendigest.com/rep_animation.htm (oktober 2001)

Signorielli, Nancy (1990) ”Television’s Mean and Dangerous World: A Continuation of the Cultural Indicators Perspective”, i Nancy Signorielli & Michael Morgan (eds) *Cultivation Analysis. New Directions in Media Effects Research*. Newbury Park, CA, Sage, s. 85-106

Singer, Jeremy L & Singer, Dorothy, G (1983) ”Implications of Childhood Television Viewing for Cognition, Imagination and Emotion”, i Jennings Bryant & Daniel R Anderson (eds) *Children’s Understanding of Television*. New York, Academic Press, s. 265-295

Smoodin, Eric (ed) (1994) *Disney Discourse: Producing the Magic Kingdom*. New York, Routledge

Szilády, Szilvia (1999) ”Violence and Brutality on Television in Hungary”, *News from ICCVOS*, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen, Göteborg university, Nordicom, Vol. 3 No. 2-3, s. 3-4

Tobin, Joseph (2002) ”Pikachu’s Global Adventure”, i Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson *Children, Young People and Media Globalisation*. Yearbook 2002. The UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media. Göteborg University, Nordicom, s. 53-68

van der Voort, Tom H.A. (1986) *Television Violence: A Child's-Eye View*. Amsterdam, North-Holland

Wai, Mohamed Zubairu (2002) "Globalisation and Children's Media Use in Sierra Leone", i Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson *Children, Young People and Media Globalisation*. Yearbook 2002. The UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media. Göteborg University, Nordicom, s. 171-187

Wasko, Janet (2001) *Understanding Disney: The Manufacture of Fantasy*. Cambridge, Polity

Wasko, Janet, Phillips, Mark & Meehan, Eileen R (eds) (2001) *Dazzled by Disney? The Global Disney Audiences Project*. London & New York, Leicester University Press

Wells, Paul (2002) *Animation. Genre and Authorship*. London, Wallflower Press

Westcott, Tim (2001a) *The Business of Children's Television (2nd edition)*. Screen Digest

Westcott, Tim (2001b) *Animation: The Challenge for Investors*. Screen Digest

Westcott, Tim (2002) "Globalisation of Children's TV and Strategies of the 'Big Three'", i Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson *Children, Young People and Media Globalisation*. Yearbook 2002. The UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media. Göteborg University, Nordicom, s. 69-76

Wilson, Barbara J, Kunkel, Dale, Linz, Dan, Potter, James, Donnerstein, Ed, Smith, Stacy L, Blumenthal, Eva & Gray, Timothy (1997) "Part 1. Violence in Television Programming Overall: University of California, Santa Barbara Study", i *National Television Violence Study*. Volume 1. Newbury Park, Ca, Sage, s. 3-268

Wilson, Barbara J, Kunkel, Dale, Linz, Dan, Potter, W James, Donnerstein, Ed, Smith, Stacy L, Blumenthal, Eva, Berry, Mike & Federman, Joel (1998) "The Nature and Context of Violence on American Television", i Ulla Carlsson & Cecilia von Feilitzen *Children and Media Violence*. Yearbook 1998. The UNESCO

International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen. Göteborg University, Nordicom, s. 63-79

Yokota, Fumie & Thompson, Kimberly M (2000) "Violence in G-rated Animated Films", *Journal of American Medical Association*, Vol. 283 No. 20, May 24/31, s. 2716-2720

Zanker, Ruth (2002) "Tracking the Global in the Local: On Children's Culture in a Small National Media Market", i Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson *Children, Young People and Media Globalisation*. Yearbook 2002. The UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media. Göteborg University, Nordicom, s. 77-93

VÅLDSSKILDRINGSRÅDETS TIDIGARE SKRIFTER:

för mer information se www.sou.gov.se/valdsskildring

Tittarögon. En rapport om vad som bestämmer TV-utbudet. Lars Grip. 2003. Nr 30.

Barnens nät – Nätets barn. Referat från ett kunskapsseminarium om barns och ungdomars Internetvanor. 2003. Nr 29.

Popcorn. Unga tankar om film och filmvåld. Redaktör: Ann Katrin Agebäck. 2002. Nr 28.

Tillsammans. Erfarenheter av regeln om vuxenmedverkan på biograf. Redaktör: Ann Katrin Agebäck. 2002. Nr 27.

Stäng inte av! Film som verktyg för samtal. Åke Sahlin. 2001. Nr 26.

Våldsamt populärt. 1990-talets mest sedda filmer och videogram. Astrid Söderbergh Widding. 2000. Nr 25.

Veckans brott. En studie av våld i Reality TV-program. Ulf Dalquist. 2000. Nr 24.

Tusen flickor om film och våld. Antologi, redaktörer: Karin Stigbrand och Sofie Stolpe. 2000. Nr 23.

Monstermassakern. Datorspelens lockande värld. Jan Christofferson. 1999. Nr 22.

Gränslöst – Om TV, våld och ansvar. Johan Cronström. 1999. Nr 21.

Man ville vara hjälte ... Unga kriminella om faktiskt våld och filmvåld.
Gudrun Uddén. 1998. Nr 20.

Piteåmodellen – när eldsjälarna gjort sitt! Kristina Hansson. 1997. Nr 19.

Mediekunniga lärare? – Om lärarhögskolorna och mediepedagogiken.
Karin Stigbrand och Margareta Lilja-Svensson. 1997. Nr 18.

Argument i repris – pressdebatten om medievåld.
Jan Christofferson samt Carin Daal och Evalena Tholin. 1997. Nr 17.

Toppmötet – om TV:s och barns rättigheter. Cecilia von Feilitzen. 1996. Nr 16.

Jakten på videovåldet – om tillsyn och kontrollörer. Ann Katrin Agebäck.
1996. Nr 15.

40 timmar i veckan – en studie av våld i sex svenska TV-kanaler. Johan Cronström
och Birgitta Höjjer. 1996. Nr 14.

Inre och yttre hotbilder. Psykoanalytiker ser på våld i media. Anders Berge,
Magnus Kihlbom, Else-Britt Kjellqvist, Rolf Künstlicher och Andrzej Werbart.
1996. Nr 13.

TV – bundsförvant eller fiende? Om barn, föräldrar och TV-tittande.
nga Gustafsson, Leni Filipson och Gisela Eckert. 1995. Nr 12.

BBS – kommunikation. Vad är det? Om användningen av de elektroniska
anslagstavlor. Christina Bäcker och Christer Rindeblad. 1995. Nr 11.

Våldet i bildmedierna. Reflektioner utifrån en attitydundersökning.
Charles Westin. 1995. Nr 10.

Våldsskildringar i TV-nyheter. Produktion, utbud, publik. Birgitta Höjjer.
1994. Nr 9.

Våldsfilmerna på Folkets Bio. Ett mediepedagogiskt projekt. Charlotta Denward. 1994. Nr 8.

Samtal i Hollywood – en reserapport. Ann Katrin Agebäck. 1993. Nr 7.

Kontroll, granskning och censur av film, en nordisk inventering – med utblickar även mot andra länder. Redaktör: Richard Lagercrantz. 1993. Nr 6.

Om medieverkstäder, lokal-TV och annat ... Nya sätt att producera, utbilda och tänka. Antologi, redaktör: Karin Stigbrand. 1993. Nr 5.

Konsumentinformation om videogram – Finns den? Ann Katrin Agebäck. 1992. Nr 4.

Min syn på våldet i bildmedierna. Reflektioner av sju riksdagsledamöter. Redaktör: Richard Lagercrantz. 1992. Nr 3.

Om datorspel. Kai Honkonen och Magnus Rehn. 1991. Nr 2.

Mediekunskap i skolan. Vad vet vi? Vad gör vi? Karin Stigbrand. 1991. Nr 1.

Skrifterna kan beställas i enstaka exemplar eller via prenumeration från
Våldsskildringsrådets sekretariat, 103 33 STOCKHOLM.

Tel: 08/405 10 00, Fax: 08/20 15 64

E-post: monica.berglund@adm.ministry.se.



Våld skildringsrådet