Medieskoler

Midtvejsevaluering af Kulturministeriets pulje til forsøg med medieskoler

April/maj 99

Ved Martin Geysner og Lisbeth Nordam Hansen

Forord

Udviklingscenteret for folkeoplysning og voksenundervisning er af Kulturministeriets Radio og TV kontor blevet bedt om at gennemføre en midtvejsevaluering af støtteordningen til forsøg med medieskoler. En foreløbig vurdering af ideen med medieskoler og de gennemførte aktiviteter skal indgå i overvejelserne om behovet for forsøgspuljer eller lignende fremover. Evalueringen er foretaget på baggrund af ansøgninger om støtte og efterfølgende selvevalueringer. Desuden er der foretaget en spørgeskemaundersøgelse omfattende samtlige skoler, og ved 8 skolebesøg er der foretaget interviews med de ansvarlige for medieskolerne. Det er hensigten, at midtvejsevalueringen følges op af en afsluttende rapportering ved afslutningen af forsøgsperioden - det vil sige 1. halvår af 2001.

Midtvejsevalueringen er tilrettelagt og gennemført af forskningsmedarbejder Martin Geysner i samarbejde med forskningsmedarbejder Lisbeth Nordam Hansen, der blandt andet har medvirket i forbindelse med de kvalitative interviews. Studentermedhjælperne Ib Jensen og Charlotte Sørensen har stået for registreringen af ansøgningerne til medieskolepuljen samt indtastning af spørgeskemaer m.v.

Hermed tak til de medieskoler, der har medvirket i undersøgelsen ved at udfylde spørgeskemaer og afsat tid til vort besøg/interview samt til Kulturministeriet, der har finansieret evalueringen.

Peter Bacher

Centerleder

København, april 1999

Indhold

1 Indledning

1.1 Baggrunden for medieskolerne
1.2 Datamaterialet

1.3 Kort om rapportens kapitler

2 Ansøgningerne

2.1 Retningslinier for tilskud
2.2 Ansøgerfeltet

2.2.1 Hvor mange har søgt?
2.2.2 Hvor mange har fået støtte?
2.2.3 Hvor mange har fået afslag?
2.2.4 Institutionstyper: Hvem har søgt og i samarbejde med hvem?
2.2.5 Projekterne: Tendenser og typologisering
2.2.6 Behov: Hvad er der søgt støtte til?
2.2.7 Deltagerne
2.2.8 Mediepædagogik

3 Vurdering af forløbene

3.1 Indledning
3.2 Udbyttet forløbene - hvad gik godt, hvad gik skidt?

3.2.1 Udbyttet i forhold til målsætningerne
3.2.2 Udbyttet i forhold til samarbejdet internt og eksternt

4 Medieskolernes betydning nu og i fremtiden

4.1 Medieskolens betydning for institutionens primære virke
4.2 Medieskolepuljens betydning for skolens fortsatte drift (økonomi)

5 Kortfattet opsamling

5.1 Ansøgerne
5.2 Medieskolerne
5.3 Deltagerne
5.4 Mediepædagogik
5.5 Udbyttet
5.6 Medieskolepuljens betydning
5.7 Anbefalinger

Litteratur

Bilag 1: Institutioner der har modtaget støtte fra mediepuljen
Bilag 2. Tilsagn
Bilag 3. Afslag

1 Indledning

1.1 Baggrunden for medieskolerne

Ifølge Folketingets mediepolitiske aftale fra maj 1996 blev der pr. 1. januar 1997 etableret en 4-årig pulje til forsøg med medieskoler. Forsøgspuljen er på 20 millioner kr., der fordeler sig med 5

millioner pr. år i perioden 1997-2000. Alle indehavere af en tilladelse til lokal radio- eller fjernsynsvirksomhed - både kommercielle og ikke-kommercielle - samt medieværksteder (fx bånd, video- og filmværksteder på skoler) kan søge tilskud. Endvidere kan der i særlige tilfælde ydes tilskud til medieskoler, hvor DR og TV2's regionale virksomheder indgår i et samarbejde med et medieværksted.

Målsætningen med forsøgspuljen er at sikre medieskoler, hvor borgerne får mulighed for at lære om de (lokale) elektroniske medier gennem fx besøg, korte kurser, længere undervisningsforløb m.v. Medieskolerne skal have en "tæt tilknytning til det virkelige liv", hvor tilknytningen til eksisterende stationer fx giver mulighed for udsendelse af programmer produceret af deltagerne.

Målgruppen er primært børn og unge, men også andre befolkningsgrupper kan indgå. Det gælder fx "minoritetsgrupper af etnisk, sproglig eller anden art". Der er ingen retningslinier for, hvordan medieskolerne skal fungere. Det er derfor op til ansøgerne selv, at fastlægge indhold, form og målsætninger for den lokale medieskole. Midlerne gives både til idéudvikling, planlægning og fx ansættelse af konsulenter (se afsnit 2.1 "Regler for tilskud"). Tilskudsordningen administreres af Udvalget vedr. lokal radio og -TV og Kulturministeriets Tilskudssekretariat fungerer som sekretariat for udvalget i disse sager.

1.2 Datamaterialet

Midtvejsevalueringen er foretaget på baggrund af institutionernes; 1) ansøgninger om støtte, 2) selvevalueringer og 3) reviderede regnskaber, der ved evalueringens start var fremsendt til Kulturministeriet. Endvidere er der foretaget spørgeskemaundersøgelse blandt samtlige 26 institutioner, der har fået støtte i perioden 1997-99 samt foretaget interview og besøg/observationer på 8 institutioner.

I forbindelse med ansøgningerne om støtte og spørgeskemaerne er følgende foretaget:

- Samtlige tilsagn er bearbejdet med henblik på at tilvejebringe sammenlignelige parametre og efterfølgende indtastet i statistikprogrammet SPSS. I bearbejdningen indgår også mere kvalitative parametre som målsætninger og målgrupper.

- Samtlige afslag er ligeledes bearbejdet, dog kun hvad angår faktuelle økonomiske og geografiske parametre.

- De returnerede besvarelser af spørgeskemaerne er indtastet og sammenkædet med de indtastede oplysninger fra ansøgninger og tilsagnsbevillinger. I nødvendigt omfang har vi rykket de institutioner, der ikke returnerede spørgeskemaet inden svarfristens udløb. Flere institutioner er således blevet rykket 2 til 3 gange og udbyttevurderingerne i afsnit 3 og 4 repræsenterer herefter 25 af de 26 institutioner.

For at sikre validiteten af de registrerede oplysninger samt for at foretage kvalitative sammenligninger blandt forsøgene har vi udvalgt 8 medieskoler geografisk spredt over hele landet til besøg og interview med leder og/eller medarbejdere. Det drejer sig om:

Den Grønne Kanal, København (Christiania)
Vesterbros Video Værksted, København V
Radio Al-Fatiha, København N
Nordjyllands Medie Center, Åbybro
Animationsværkstedet, Viborg
Det Åbne Båndværksted, Århus C
Fyens Musik Radio, Nyborg
Lokalradio Rørvig, Rørvig

Ud over den geografiske spredning er medieskolerne udvalgt på baggrund af ansøgningerne med udgangspunkt i at dække en spredning i målsætninger, tilrettelæggelsesformer og målgrupper.

1.3 Kort om rapportens kapitler

Rapporten er opdelt i 4 hovedafsnit, der kort er beskrevet nedenfor:

I andet kapitel gennemgår vi medieskolepuljens retningslinier for tilskud. Herefter følger en nøjere gennemgang af ansøgerfeltet med udgangspunkt i hvor mange der har søgt, hvor mange der har fået støtte og hvor mange der har fået afslag. Desuden beskriver vi institutionerne bag medieskolerne, målsætningerne med projekterne, hvad der er søgt støtte til og hvem deltagerne er. Kapitlet slutter med en opsamling af projekternes mediepædagogiske aspekter.

I tredje kapitel diskuterer vi institutionernes egne vurderinger af forløbene og ser på udbyttet af forløbene. Herunder ser vi på udbyttet af forsøgene i forhold til institutionernes/medieskolernes interne og eksterne samarbejde.

I fjerde kapitel ser vi på medieskolepuljens betydning i forhold til på den ene side institutionernes primære virke og på den anden side i forhold til institutionernes fortsatte drift.

Endelig slutter vi rapporten af med en kortfattet opsamling i kapitel 5, med henblik på hovedpunkter i de foregående tre kapitler. Endvidere kommer vi med en række anbefalinger, der er blevet til på baggrund af analyserne af ansøgningerne og interviewrunden på de 8 medieskoler.

2 Ansøgningerne

2.1 Retningslinier for tilskud

Udover at projekterne skal opfylde de meget overordnede målsætninger og rammer som beskrevet i afsnit 1.1, fordeles forsøgspuljens midler af "Udvalget vedrørende Lokal Radio og TV" ud fra en række rummelige kriterier. I vurderingen af ansøgningerne skal eller bør der lægges vægt på følgende:

- At projekterne har lokal karakter (og det lokale nævns eventuelle prioritering blandt flere ansøgere).
- At midlerne så vidt muligt fordeles geografisk jævnt over hele landet.
- At der ydes tilskud til forskelligartede projekter.

Endvidere kan der lægges vægt på:

- At den eksisterende lokale station/medieværksteds tekniske udstyr og lokaler stilles til rådighed for projektet.
- At fx udgifter til teknisk udstyr alene vedrører supplerende anskaffelser.
- At projektet får lokale tilskud, en eventuel egenfinansiering eller lignende.
- At projektet enten allerede modtager - eller har mulighed for at opnå - tilskud i form af andre offentlige midler end medieskolepuljen.

2.2 Ansøgerfeltet

2.2.1 Hvor mange har søgt?

Kulturministeriet har pr 1. marts 1999 modtaget 110 ansøgninger om støtte fra medieskolepuljen. Heraf er 47 blevet bevilget støtte og 63 er afslået. I alt har 69 institutioner indgivet ansøgning, hvoraf 26 har fået støtte, hvilket svar til ca. 38% af ansøgerne i løbet af de 3 første år.

2.2.2 Hvor mange har fået støtte?

Flere institutioner har modtaget støtte mere end én gang: Ud af de 26 forskellige institutioner, der har opnået støtte, har 14 fået støtte gennem 2 perioder og 7 igennem alle 3 perioder.

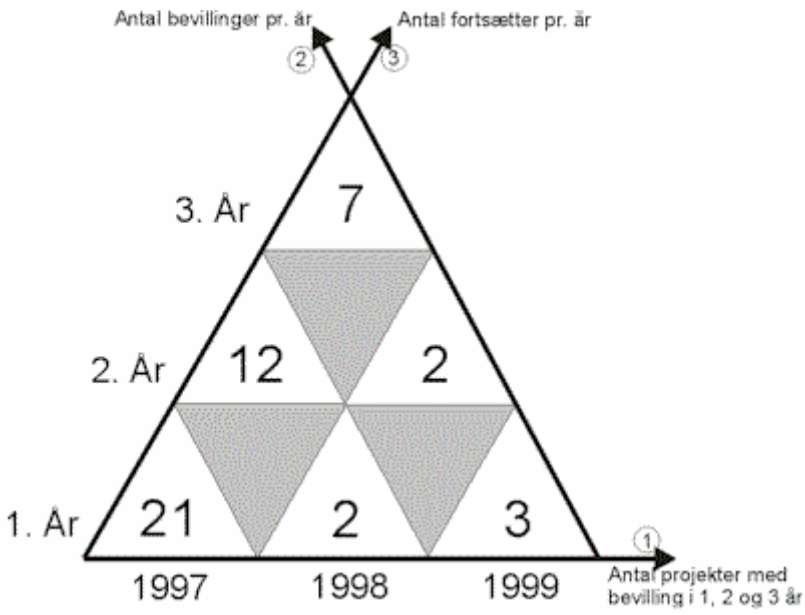
Igennem de 3 første forsøgsår fordeler projekterne sig som følger:

- I 1997 givet tilsagn om støtte til 21 forsøg.
- I 1998 blev der givet 14 tilsagn, hvoraf 12 var bevillingsmodtagere fra 1997.
- I 1999 blev der givet 12 tilsagn, hvoraf 2 var bevillingsmodtagere fra 1998 og 7 var bevillingsmodtagere fra både 1997 og 1998.

Disse sammenhæng er illustreret i *tabel 1*.

Ved at læse *tabel 1* vandret ser man antallet af projekter, der har fået støtte i henholdsvis 1, 2 og 3 år. Læses skemaet efter akse 2, kan man se, antal bevillinger pr. år i henholdsvis 1997, 1998 og 1999. Læst efter akse 3, fortæller skemaet, hvor mange 'fortsættere', der er i 2. og 3. år.

Tabel 1. Oversigt over bevillinger.



Der er kun 5 nye institutioner, der har opnået støtte efter det første forsøgsår, resten er gengangere.

Blandt de institutioner der har opnået tilskud, er der 4, som ikke har opnået støtte ved genansøgning. Årsagen til at så få nye forsøg bliver sat i gang, er blandt andet, at "Udvalget vedrørende Lokalradio og TV" i 1998 og 99 først har behandlet ansøgere, der tidligere har fået støtte.

Bilag 2 viser den geografiske spredning af medieskolerne samt tilskudsåret. Det fremgår således, hvilke områder, der har fået støtte længst.

2.2.3 Hvor mange har fået afslag?

43 institutioner har forgæves søgt forsøgspuljen og i ingen tilfælde opnået tilskud. I alt er der til disse institutioner givet 54 afslag. 10 af institutionerne har søgt flere gange:

- 33 institutioner har søgt 1 gang.
- 9 institutioner har søgt 2 gange.
- 1 institution har søgt 3 gange.

Her til kommer en enkelt station (TV Trekanten), der i første omgang modtog støtte til et forprojekt, men som ikke opnåede støtte til projektets gennemførelse.

Geografisk fordelt er 54% af de 63 afslag givet til projekter i hovedstadsområdet, som i forvejen er dækket godt ind med medieskoler. 30% af afslagene er givet til projekter i Jylland - ligeledes til områder, hvor der i forvejen er institutioner med medieskoler. Generelt set vurderer vi, at afslagene ikke har givet nogen skæv geografiske fordeling. Dette ændre dog ikke på, at både den vestlige del af Midtjylland og den vestlige og sydlige del af Sjælland ikke er repræsenteret med medieskoleforsøg (jf. *Bilag 3*: kort over afslag).

2.2.4 Institutionstyper: Hvem har søgt og i samarbejde med hvem?

Blandt de 26 institutioner der har fået støtte, har 19 egen sendetilladelse, 5 har tæt samarbejde med en station med sendetilladelse og 2 har intet umiddelbart sendesamarbejde.

13 beskæftiger sig primært med lokalradio og 6 primært med lokaltv. Hertil kommer 7 institutioner, der er kendetegnet ved ikke at have egen sendetilladelse: Her har 1 samarbejde både med lokalradio og lokaltv, mens de øvrige 6 beskæftiger sig med fx video, animation, filmiske virkemidler og Internet (Se *Bilag 1*: Tabel over institutionerne).

I de fleste projekter henvises, der til en kortere eller længere række af samarbejdspartnere, der dækker bredt fra uddannelsesinstitutioner og skoler over foreninger og folkeoplysende institutioner til erhvervsorganisationer og virksomheder. De fleste af disse er dog primært samarbejdspartnere i den forstand, at de benytter de enkelte medieskolers tilbud. Herudover har enkelte af projekterne samarbejde med andre lignende medieinstitutioner fx i forbindelse med distribution af færdige produkter. Her kan fx nævnes Vesterbro Video Værksteds samarbejde med Vesterbro LokalTV (VLTV), der ligger i samme hus: Udsendelserne udsendes via VLTV og institutionerne deler faciliteter til studieoptagelser.

2.2.5 Projekterne: Tendenser og typologisering

Ser vi på de ansøgninger, der er blevet bevilget støtte igennem de sidste 3 år, kommer disse fra

tilsyneladende særdeles forskelligartede institutioner spredt ud over det meste af landet.

Institutionernes forskellighed og organisatoriske og økonomiske situation afspejler sig tydeligt i de enkelte projekters målsætninger for medieskoleaktiviteter. Mange af projekterne mangler ressourcer både til drift (fx til lønnet personale) og anlæg (tidssvarende produktionsudstyr og lokaler). Puljen til forsøg med medieskoler giver derfor nye muligheder for at dække nogle interne ressourcebehov og samtidig fastholde eller tiltrække nye kræfter.

Generelt virker mange af projekterne solidt forankret i de enkelte lokalområder og tilfredsstiller både institutionelle, foreningsmæssige og individuelle behov for radio- og tv-formidling. Hertil kommer, at enkelte af ansøgerne har lagt særlig vægt på kreative og mediepædagogiske aspekter i deres mediepraksis. Netop disse projekter er tilsyneladende kendetegnet ved tilstedeværelsen af solide faglige kompetencer, der sikrer både den pædagogiske og faglige kvalitet i mødet med brugere og deltagere i medieskoleaktiviteter. Behovet for mediepædagogik og kompetenceudvikling er her væsentlige parametre at evaluere på i forbindelse med medieskoleforsøgene.

Ser vi mere specifikt på projekternes målsætninger og aktiviteter er der imidlertid tydeligvis en række forskelligheder, der kan være med til at karakterisere og opdele de enkelte projekter i nogle hovedgrupper. For overskuelighedens skyld har vi i sat fokus på 5 væsentlige målsætninger eller tendenser, der i forskelligt omfang knytter sig til projekterne:

- At udvide eller forbedre kvaliteten af institutionens sendeflade ved at uddanne grupper eller enkeltpersoner;

  a) fra foreninger/institutioner så de kan formidler aktiviteter m.m. via radio-/tv-stationen.

b) så de kan blive frivillige på institutionen.

c) der ønsker at komme til udtryk gennem medierne (stationen).

- At udbyde medieservice til institutioner (skoler og foreninger) og privatpersoner med det formål at styrke;

  a) foreningernes/institutionernes mediekompetencer, så de kan anvende fx radio, tv, antenneforeningens sendemuligheder, Internet (www).

b) individuelle og kollektive kreativitet eller udtryksmuligheder.

c) nærdemokrati.

- At tilbyde målrettede medieuddannelser i form af;

  a) strukturerede læringsforløb som en slags grunduddannelse til den øvrige medieverden eller andre medieuddannelser

  b) forløb for arbejdsløse, der sigter på at bringe dem i arbejde inden for en voksende medieverden.

- At danne en social ramme (social dimension) med det formål at;

  a) tiltrække de mediesvage (både socialt og psykisk belastede), der kræver tid og rum for at kunne deltage og producere.

b) Fungere som værested for fx minoritetsgrupper.

- At medvirke til integration af indvandrere og danskere

Generelt dækker de fleste af projekterne flere af disse målsætninger. Men der er dog visse tendenser. Således er det primært radioerne (svarende til knap 1/3 af alle projekterne), der direkte eller indirekte i deres ansøgninger pointerer behovet for at kunne bruge medieskolen til at **udvide deres sendeflade** eller måske til blot at kunne fastholde den flade, de allerede har. Fyns Musik Radio´s medieskole er et eksempel på, hvordan de med deres målsætning om at uddanne unge til at være reportere i deres lokalområde får lavet flere udsendelser og dermed fornyet og forøget sendefladen. Radioen har hele tiden haft en sportsredaktion, men har haft svært ved at dække andre begivenheder i området, dels pga. manglende tid og kvalificerede medarbejdere. Det er gradvist ved at ændre sig i og med, at de unge har forskellige interesser og at nogle af dem selv kan stå for at lave udsendelserne. Der er dog også 4 tv-stationer, der mere sekundært peger på dette behov.

Det er også blandt radioerne, at vi finder de 3 projekter, der enten er **indvandrerradioer** eller medvirker til integration af indvandrer og danskere. Et eksempel her på er Radio Al-Fatiha på Nørrebro, der har lavet et længerevarende forløb på 20 uger for de helt unge. De unge indvandrere får indsigt i de elektroniske medier ved at producere egne programmer, hvor det musiske har stor betydning. Radioen har samtidig en **social funktion** som et være- eller samlingssted for de unge.

Over halvdelen af projekterne udbyder en form for **medieservice** enten til institutioner (foreninger og skoler) eller til enkeltpersoner. Hovedvægten ligger her på, at styrke specielt institutionernes mediekompetencer gennem kurser, hvorimod færre har dørene åbne overfor enkeltpersoner, der kommer direkte ind fra gaden og ønsker at lave en udsendelse. Det er primært værkstederne uden egen sendetilladelse, som yder denne medieservice, men enkelte radio- og tv-stationer gør det også. Et eksempel på disse værksteder er medieskolen i Nordjyllands Mediecenter i Åbybro, der har lavet kurser for fritids- og ungdomsklubber, idrætsforeninger, skoleelever, antenneforeninger og borgerforeninger. Deltagerne henvender sig til medieskolen med en idé, og i fællesskab udarbejder de et forløb, der dækker behovet. Nogle har produceret novellefilm, dokumentarprogrammer og musikvideoer, mens andre har lært at lave deres egen hjemmeside eller at producere tv-indslag af almen karakter til en lokal tv- kanal. Medieskolen lægger vægt på at styrke den indholdsmæssige fremfor den tekniske side af mediekompetencen med den begrundelse, at teknikken er blevet lettere tilgængelig og ses mere som et redskab til få det rigtige budskab frem.

Endelig er der mindst 6 institutioner, der tilbyder mere målrettet medieuddannelse, primært som en slags **grunduddannelse til den øvrige medieverden eller andre medieuddannelser**. Denne gruppe består fortrinsvis af institutioner, som arbejder med tv og video. Et eksempel her på er Medieskolen i Århus, der indgår i et integreret samarbejde med Århus Filmværksted og Det Åbne Båndværksted og i det daglige fungerer som en slags reception for det fælles mediehus. Medieskolen har nu fire arbejdsområder:

- Ét-årige uddannelser inden for både radio og film/tv
- Projekter og kurser der er tilpasset bestemte målgrupper som fx børn og unge og mediesvage grupper.
- Projekter der på forskellig måde arbejder med en kombination af medier og informationsteknologier.
- Projekter og uddannelse for eksterne rekvirenter som fx Den Østjyske Filmfond og Den Europæiske Socialfond.

De ét-årige uddannelser (medieskoleaktiviteter) er en central del af Århus Mediehus. Både film/tv- og radiouddannelserne indeholder 8 måneders arbejde på henholdsvis Århus Filmværksted og Det Åbne Båndværksted. Uddannelserne sigter på at have en høj kvalitet, så deltagerne kan komme ud i

arbejde eller uddanne sig videre inden for området. Gennem uddannelsen tilegner deltagerne sig en fælles basisviden inden for journalistik, fortælleteori og grundlæggende tekniske discipliner. Denne suppleres med særligt tilrettelagte elementer, der dækker deltagernes interesseområder.

2.2.6 Behov: Hvad er der søgt støtte til?

I *tabel 2* nedenfor er projekternes budgetoplysninger samlet i en række hovedkategorier (løn, husleje, transport, marketing, undervisningsmaterialer, teknik og andre udgifter). Tallene for de enkelte kategorier er opgjort samlet i procent af de samlede budgetomkostninger for det pågældende år. Som det fremgår af *tabel 2*, er lønomkostningerne absolut den tungeste post. Det er her værd at bemærke, at netop lønomkostninger stiger med 15-16% fra 1997 til 98, mens udgifterne til teknik falder næsten tilsvarende. Årsagen er sandsynligvis, at de tekniske indkøb for gengangerne er foretaget i det første tilskudsår.

Tabel 2. De bevilgede projekters budgetoplysninger fordelt på udgiftsposter (i procent).

	Administration	Løn	Husleje	Transport	Marketing	Materiale	Teknik	Andet	I alt	Ansøgt	Bevilget
År											
1997	4%	46%	3%	1%	1%	4%	37%	3%	100%	79%	67%
1998	4%	62%	2%	1%	1%	3%	23%	3%	100%	88%	69%
1999	5%	60%	4%	1%	1%	4%	23%	2%	100%	71%	71%

I anden sidste kolonne af *tabel 2* fremgår det, hvor stor en procentdel af det samlede budget, der i gennemsnit er blevet søgt støtte til. Tallene viser, at egenfinansieringen varierer fra år til år og ligger mellem 12 og 29%. Egenfinansieringen består primært af andre tilskud fra offentlige myndigheder, men i mindre omfang indgår også brugerbetaling.

Den sidste kolonne viser, hvor stor en procentdel af det samlede budget, der i gennemsnit er blevet ydet støtte til. Her fordeler gennemsnittet sig jævnt med omkring 70% af, hvad projekterne har søgt støtte til. 57% af tilsagnene har fået fuld støtte. Det er typisk 'de dyre' projekter, der har fået mindre end de søgte, hvorimod de 'billige' projekter i højere grad har fået, hvad de søgte. Således har 85% af dem der ikke har fået fuld støtte søgt om mere end ½ million kr.

I gennemsnit har projekterne ansøgt medieskolepuljen om ¾ af deres samlede budget. Det vil sige, at knap 25% af driften er kalkuleret som egenfinansiering. 10 af de 26 institutioner har imidlertid ikke kalkuleret med nogen form for egenfinansiering. Ser vi blot på de resterende 16 institutioner, der tilsammen har haft 26 projekter, har 13 af projekterne en egenfinansiering på under 25%, 7 projekter har kalkuleret med en egenfinansiering på mellem 25-50% og 6 projekter med en egenfinansiering på mellem 50-75%. I gennemsnit består knap ¾ af egenfinansiering af andre offentlige som private tilskud. 19% er brugerbetaling og 7% salg.

Den store forskel i egenfinansieringens størrelse viser, at projekternes økonomiske fundament er af ganske forskellig karakter. Nogle projekter er et resultat af veletablerede institutioners samarbejde, mens andre er mere spinkle og græsrodsbaserede projekter, der ikke har ressourcer eller kompetencer nok til at skaffe den ofte nødvendige egenfinansiering. For disse institutioner/projekter kan det være vanskeligt at gennemføre et ansøgt projekt, hvis bevillingen er væsentligt lavere end det ansøgte.

Det er primært værkstederne (dem der ikke selv har sendetilladelse), der har den højeste brugerbetaling. Her er det (som fx i tilfældet med Animationsværkstedet i Viborg) skolerne, institutioner eller foreninger, der yder brugerbetalingen. Men andre steder som fx på Vesterbro Video Værksted er der en engangsbetaling for at starte et projekt. Brugerbetalingens størrelse er her afgørende for, om fx de unge har økonomisk mulighed for at bruge værkstedet, hvorfor værkstedet ønsker at holde brugerbetalingen så lav som muligt.

2.2.7 Deltagerne

22 af de 25 institutioner, der har returneret spørgeskemaet, har oplyst, at de tilsammen har haft knap 4.100 deltagere sammenlagt for de perioder, de har fået tilskud. Imidlertid varierer deltagerantallet ganske betydeligt fra medieskole til medieskole:

- 38% af disse medieskoler har således haft under 25 deltagere.

- 24% har haft mellem 25-50 deltagere
- 19% har haft mellem 50 og 100 deltagere.
- Hertil kommer 2 institutioner, der har haft omkring 600 deltagere, og 2 institutioner som har haft 11-1200 deltagere.

Det varierende deltagerantal skal selvfølgelig ses i forhold til både de tildelte midler og varigheden og karakteren af de enkelte forløb. Fx har Animationsværkstedet i Viborg været ude på 38 skoler i løbet af et år og haft godt 1.100 deltagere på et kursusforløb af 1 uges varighed, mens TV2/Bornholm har haft 6 deltagere på et 18 ugers forløb.

I *tabel 3* nedenfor er det gennemsnitlige tilskud pr. deltager regnet ud uafhængigt af varigheden af forløbet. Her ses det, at på 68% af institutionerne koster en deltager under 10.000 kr. og på 14% af institutionerne koster de mellem 10-20.000 kr. På en enkelt institution koster en deltager knap 90.000 kr.

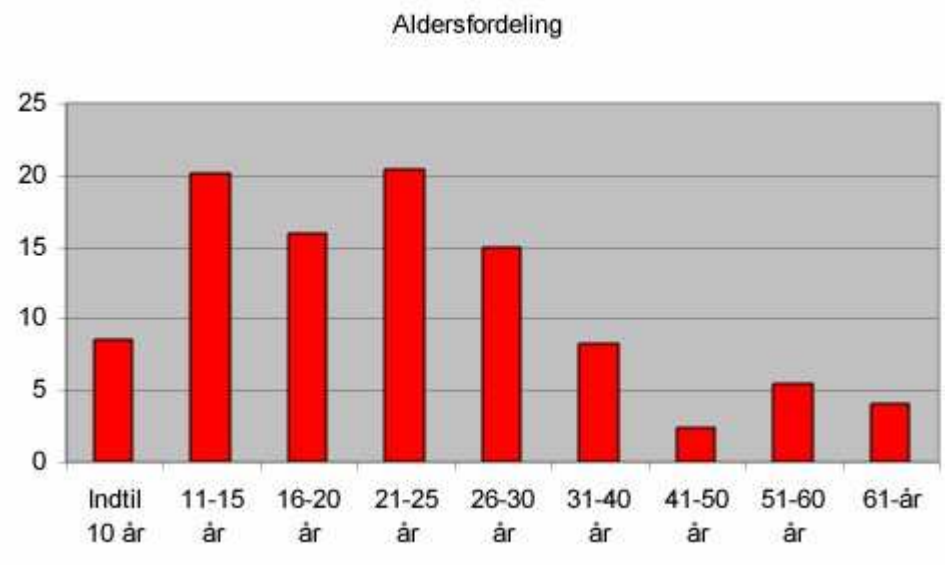
Tabel 3. Gennemsnitlige tilskud pr. deltager.

% af deltagerne	Tilskud pr. deltager i kr.
40,9	0 - 4.999
27,3	5.000-9.999
13,6	10.000-19.999
4,5	20.000-29.999
4,5	30.000-39.999
4,5	50.000-59.999
4,5	80.000-89.999
100,0	

18 af de 26 institutioner har oplyst om deltagernes fordeling på køn. Her viser det sig, at knap 60% er mænd. Der kan spores en lille tendens til, at kønsfordelingen er mere jævn blandt de tv- og videoproducerende institutioner end blandt radioerne.

Ser vi på den gennemsnitlige aldersfordeling udgør de unge under 20 år omkring 45%. Selv de helt unge under 15 år er godt repræsenteret (se *figur 1.*) med godt 29%.

Figur 1. Medieskoledeltagernes aldersfordeling.



Kun 20% af deltagerne er over 30 år - til gengæld er generationerne over 50 ganske godt repræsenteret i denne gruppe.

I undersøgelsen er der også spurgt til, hvor mange af deltagerne, der i forvejen indgik i institutionens virke som frivillige/ansatte. Af besvarelserne fremgår det, at kun mellem 2-5% af deltagerne i 1997-98 kommer fra institutionerne selv. Imidlertid er der et eksempel på, at flertallet af deltagerne kommer fra en anden lokalradio, der samtidig var repræsenteret i medieskolens bestyrelse.

12 ud af 22 skoler svarer, at deltagerne kommer som repræsentanter for (eller deltagere i) andre uddannelses- eller foreningsaktiviteter. Langt de fleste (3/4) af disse kommer fra grundskoler (folkeskoler, efterskoler og ungdomsskoler). 1/3 kommer fra sports- og idrætsforeninger. Men også andre skoler, foreninger og organisationer bliver nævnt: Fx hf, højskoler, kultur- og sociale projekter, AF, socialcentre, lærerhøjskolen, flygtningehjælpen, hjemmeværnet, friskoler, fagforeninger, Ungdomsringen, DGI, antenneforeninger.

Vi må her understrege, at tallene vedrørende deltagernes antal, køn og alder bygger på institutionernes egne skøn, idet der kun på de færreste medieskoler er foretaget en løbende systematisk registrering af deltagerne på disse parametre.

2.2.8 Mediepædagogik

Ser vi på tværs af projekterne er der flere forhold, der peger på, at begrebet "medieskole" ikke er den mest velegnede betegnelse for de aktiviteter og den pædagogik, der praktiseres. Begrebet skole giver indtryk af mere strukturerede læringsforløb, hvor læringsansvaret traditionelt hviler på læreren. De fleste af projekterne har i den betydning meget lidt til fælles med skole i traditionel forstand.

På flertallet af medieskolerne er undervisningen tilsyneladende praksisorienteret og erfaringsbaseret. I modsætning til fx de unges oplevelser i folkeskolen eller gymnasiet er det op til deltagerne selv at definere, hvad de vil. Både idéen og dens gennemførelse hviler langt hen ad vejen på deltagerne. Medieskolerne tilbyder produktionsmuligheder og faglig rådgivning - initiativet er deltagernes. Endvidere indebærer specielt tv- og videoproduktionerne en høj grad af samarbejde og ansvarlighed kombineret med planlægning og organisering. Deltagerne bliver, i det omfang de ønsker at være med til at gennemføre en idé, nødt til at indgå ansvarligt i teamwork med andre. Mange af Medieskolerne har i den forbindelse markeret, at specielt de yngre deltagere gennem deres skoletid ikke er vant til at

møde disse krav om ansvarlighed og samarbejde.

Mediepædagogisk er medieskolerne altså ikke skoler i den gængse forstand. Lærerne er erstattet af fagfolk, der for det meste ikke har en pædagogisk baggrund. Her ses eksempler på, at de enten er journalister med flere års erfaring eller tidligere /nuværende medarbejdere på den lokale radio- eller tv-station. Klasseværelset er erstattet af redaktionslokaler, redigerings- og studierum. Bøgerne er erstattet med et videokamera eller en båndoptager. Her er tale om læringsmiljøer, der minder om mesterlærens, men som i sin form er langt friere.

Et eksempel på, at medieskolerne kan tilbyde en anden slags pædagogik end folkeskolen er Animationsværkstedet i Viborg, der har etableret en rejsende workshop, som et tilbud til folke-, fri- og efterskoler i Danmark. Den rejsende workshop kommer med alt det nødvendige udstyr samt to instruktører og arbejder med en skoleklasse i en uge. Hele produktionsforløbet bag en animeret film leger børnene sig igennem. Der arbejdes i grupper, og hver gruppe laver en lille film. Forløbet giver børnene en berøring med den professionelle verden samtidig med, at arbejdet med animation tilsyneladende er et godt pædagogisk værktøj, hvor eleverne selv styrer processen. Vurderinger fra deltagende lærere peger på, at mange af de ting, der traditionelt tages op i danskundervisningen, er faldet på plads i elevernes bevidsthed. De oplever, at danskundervisningen ikke blot er noget, der skal bruges i skolen. Der er ønsker om, at konceptet eventuelt kan udbygges med mere bundne opgaver, der løses gennem animation: Fx i forbindelse med tabubelagte eller kontroversielle emner som seksuelle minoriteter, seksualundervisning i al almindelighed, racisme, vold, druk osv. alt afhængig af klassetrin.

3 Vurdering af forløbene

3.1 Indledning

I spørgeskemaundersøgelsen har vi bedt institutionerne om at tage stilling til, hvordan forløbene er gået i forhold til målsætningerne, og hvordan samarbejdet i tilknytning hertil har været. Disse vurderinger er yderligere suppleret med resultaterne fra interviewrunden på de 8 medieskoler.

3.2 Udbyttet forløbene - hvad gik godt, hvad gik skidt?

3.2.1 Udbyttet i forhold til målsætningerne

52% (11) ud af 21 institutioner vurderer, at målsætningen med deres projekt i høj grad er blevet indfriet, mens 43% (9) vurderer det i nogen grad. Kun en enkelt institution vurderer, at målsætningen slet ikke blev indfriet: Her fik man fx opbygget de tekniske faciliteter, men kunne ikke skaffe nye medarbejdere til driften, hvilket måske skyldes, at der ikke var søgt om midler til løn.

Imidlertid kan det være svært at sammenligne disse vurderinger, da projekternes professionaliseringsniveau med hensyn til planlægning og gennemførelse er og har været meget forskellige. Dette hænger snævert sammen med de lige så forskelligartede faglige og personlige kompetencer, der er til stede på de enkelte medieskoler. Endvidere er virkningshorisonterne i de enkelte projekter også varierende: Nogle projekter ser således umiddelbart resultatet af et snævert målrettet kursusforløb fx relateret i forhold til erhvervelse af teknisk kompetence, mens andre arbejder bredere fx i forhold til udvikling af nærdemokrati eller integration af indvandrere.

I de projekter, hvor målsætningerne har været formuleret omkring involvering af flere aktive i

mediearbejdet har det hovedsageligt været radioer, der har ønsket at involvere nogle unge fra lokalområdet til at lave radio. Flere steder er det lykkedes, og som på Fyns Musik Radio har de måttet udvide deres medieskolehold fra et til to på grund af den stigende interesse. Da de kun havde budgetteret med undervisning af et hold, har de prioriteret at give plads til alle og i stedet afkorte undervisningforløbet. Andre medieskoler har oplevet en større aktivitet og interesse efter, at et undervisningforløb var afsluttet. På animationsværkstedets medieskole i Viborg har nogle af de unge efterfølgende været i praktik på animationsværkstedet, og nogle gange har de forlænget den ugentlige praktikperiode med nogle hverdagsaftener.

Nogle medieskoler har haft en målsætning om bedre samarbejde med lokalområdets foreninger og skoler. Nogle arbejder stadig på at opbygge en god kontakt og skabe et samarbejde, mens andre er nået så langt, så de har fået et konkret samarbejde i gang. Som eksempel arbejder Århus Medieskole i øjeblikket på at få et samarbejde op at stå med Århus Filmby om at få etableret en filmarbejderuddannelse. Århus Filmby er dog endnu ikke selv etableret, og samarbejdet har derfor et langsigtet perspektiv. Medieskolen på Animationsværkstedet i Viborg fortsætter med at lave undervisningforløb på folkeskolerne og sidst har de også været på lærerseminarierne for at undervise de studerende i mediepædagogik. Nogle af medieskolerne har oplevet, at der gennem de unge er kommet en stigende interesse fra forskellige foreninger i lokalområdet, og der er eksempler på, at flere af foreningerne er begyndt at orientere medieskolerne om forskellige arrangementer, som de gerne vil have enten radio- eller fjernsynsdækket.

Ud af de tre radioer, som har haft målsætningen om at integrere flygtninge og indvandrere, har to af dem etableret en medieskole, så den udelukkende består af indvandrerbørn og-unge, mens den tredie har forsøgt at blande både danske og indvandrerunge i medieskolen. I den blandede medieskole er integrationen foregået gennem det samarbejde, der foregik, når der skulle laves radio. Og i de to andre har der været tale om integration i den forstand, at de unge på en og samme tid havde en interesse, som de kunne udfylde deres fritid med, og som samtidig gennem radioudsendelser kunne gøre dem bevidste om den kultur, de er bærere af og om den, som de lever i. Desuden har andre medieskoler, der ikke har haft en målsætning om integration af indvandrere oplevet, at der i takt med lokalområdets øgede kendskab til medieskolen også var unge indvandrere, der tilmeldte sig.

3.2.2 Udbyttet i forhold til samarbejdet internt og eksternt

Af ansøgningerne fremgår det, at medieskoleprojekterne har influeret på det interne og eksterne samarbejde. Internt er medieskolerne flere steder etableret som en forening, der organisatorisk ofte indgår i en tæt sammenhæng med institutionen. Lederen og underviserne på medieskolen er typisk medarbejdere, der i forvejen har arbejdet eller arbejder på institutionen. De kender til stedets arbejdsgang, de andre medarbejdere samt faciliteterne på stedet. Samtidig deler mange af medieskolerne også lokaler med institutionen, både fordi meget af undervisningen foregår i studierne eller redigeringsrummene, men også fordi nogle institutioner i forvejen kun har nogle beskedne lokaler til rådighed. Det har betydet, at medieskolen ikke kun har arbejdet tæt sammen med den samlede virksomhed, men i dagligdagen nærmest fungeret som en del heraf. Dog lyder der fra flere skolers side et stort ønske om forbedrede lokaler til den mere teoretiske undervisning, så de ikke skal placeres i husets mødelokale eller fællesrum.

Af spørgeskemaerne fremgår det, at ingen umiddelbart har vurderet, at samarbejdet har fungeret mindre godt eller dårligt i forbindelse med etableringen af medieskolen. Det er dog kun 1/3, der vurderer, at det interne samarbejde har fungeret særdeles godt. De øvrige har svaret godt eller meget godt.

Eksternt har projekterne et bredt samarbejde med brugergrupper i lokale foreninger og på skoler. Mange har i deres ansøgninger vedlagt udtalelser og samarbejdserklæringer fra disse og

projektbeskrivelserne og interviewene vidner da også om dette samarbejde. Imidlertid støder enkelte af institutionerne på barrierer, når de skal samarbejde med fx de kommunale skoler. Nogle steder har kommunerne eller skolerne selv etableret en praksis for medieundervisning, andre steder er det sandsynligvis medieskoleprojekternes manglende PR-mæssige indsats eller pædagogiske kompetence, der er skaber barriererne. Generelt vurderer skolerne dog, at det eksterne samarbejde har fungeret særdeles godt eller meget godt - kun en enkelt har markeret, at det fungerer mindre godt.

4 Medieskolernes betydning nu og i fremtiden

4.1 Medieskolens betydning for institutionens primære virke

I flere af projekterne er der tilsyneladende ikke noget tydeligt skel mellem medieskoleaktiviteterne og institutionernes øvrige aktiviteter. Det har derfor været nærliggende at spørge til medieskolepuljens betydning for institutionens drift i det hele taget.

Hen ved 2/3 har markeret, at medieskolepuljen har haft afgørende betydning for institutionen med hensyn til både at forbedre kvaliteten af institutionens virke og at involvere nye aktive i forbindelse med det daglige virke. Her til kommer, at knap 2/3 også peger på, at det har haft afgørende betydning, at skabe nye og nødvendige samarbejdsrelationer til fx foreninger og organisationer.

Disse vurderinger af medieskolepuljens betydning peger hen på den første målsætning eller funktion, vi beskrev i afsnit 2.2.5: At udvide eller forbedre kvaliteten af institutionens sendeflade ved at uddanne grupper eller enkeltpersoner.

At medieskolepuljen ikke blot har haft betydning for medieskoleaktiviteterne i sig selv, understreges også af, at omkring 40% vurderer, *at det at skaffe nyt og mere tidssvarende udstyr*, også har haft afgørende betydning for institutionen, hvilket også kan ses af, at mellem 1/4 og 1/3 af bevillingerne går til indkøb eller leje af teknisk udstyr jf. afsnit 2.2.6.

Derimod har medieskolepuljen ikke haft den store betydning i forhold til at fastholde eller skaffe nye kvalificerede medarbejdere via lønmidler. Årsagen hertil er tilsyneladende, at mange institutioner ikke troede, at det var muligt at søge til drift i form af lønmidler, hvilket har været en misforståelse vi er stødt på flere steder.

4.2 Medieskolepuljens betydning for skolens fortsatte drift (økonomi)

Mere end ¾ af institutionerne markerer, at de ønsker at fortsætte medieskolen udover forsøgsperioden. Kun 2 ud af 23 institutioner har svaret nej. Blandt dem der svarer ja, vurderer ½, at de ikke selv fremover kan finansiere driften via brugerbetaling og lokale samarbejdspartnere. 9 af institutionerne peger dog på, at de i nogen grad selv kan finansiere driften. Undersøgelsen viser dog, at dette vil ske på bekostning af de brugergrupper, der ikke kan finansiere en større deltagerbetaling, hvilket sandsynligvis vil ramme de 'mediesvage' grupper først, der ikke har andre steder at søge hen.

5 Kortfattet opsamling

Vi vil i det følgende kort sammenfatte resultaterne af evalueringen samt give en række konkrete

anbefalinger i forhold medieskolepuljens fremtid.

5.1 Ansøgerne

I gennem de tre første forsøgsår har 69 forskellige institutioner søgt om støtte, hvoraf 26 institutioner har fået midler til forsøg med medieskoler. Efter det første år er midlerne primært givet til institutioner, der allerede havde fået det første år. Det har betydet, at der efter det første bevillingsår kun er kommet 5 nye institutioner til. I alt har 7 institutioner fået tilskud igennem alle tre år.

Institutionerne har primært søgt til løn og indkøb eller leje af ny teknik. Således udgør udgifterne i 1998 og 99 til løn knap 2/3 af budgetterne, mens udgifterne til teknik udgør knap 1/4. I gennemsnit udgør institutionernes egenfinansiering 24% af budgettet. Dog er det kun 16 institutioner, der overhovedet opererer med en eller anden form for egenfinansiering. Denne egenfinansiering består primært af andre offentlige og private tilskud. 19% er brugerbetaling og 7% er salg. Undersøgelsens resultater peger på, at kun de færreste af institutionerne har ressource, tid eller mulighed for at skaffe en større egenfinansiering.

5.2 Medieskolerne

Tilsyneladende er der en tendens til, at de enkelte medieskoler afspejler den pågældende institutions behov på en række forskellige områder. Det gælder på den ene side behovet for at;

- tiltrække nye ressourcepersoner (kompetencer)
- synliggøre institutionen i lokalområdet
- udvide samarbejdsfladen i forhold til skoler, institutioner og foreninger
- gøre programprofilen bredere.

På den anden side gælder det behovet for at skaffe midler til løn og teknik. Det vil sige som en overbygning eller støttepille for den øvrige drift.

Generelt kan projekternes målsætninger og aktiviteter sammenfattes i følgende indsatser. De fleste af projekterne berører flere af disse aspekter.

- At udvide eller forbedre kvaliteten af institutionens sendeflade ved at uddanne grupper eller enkeltpersoner.
- At udbyde medieproduktionsforløb/undervisning til institutioner (skoler og foreninger) og privatpersoner.
- At tilbyde målrettede medieuddannelser med henblik på den øvrige medieverden.
- At danne en social ramme (social dimension).
- At medvirke til integration af indvandrere og danskere.

5.3 Deltagerne

Over 4.100 deltagere har ind til videre haft glæde af medieskolepuljens midler. Antallet af deltagere er dog meget varierende fra projekt til projekt. I gennemsnit over forsøgsperioden har 38% af projekterne under 25 deltagere, 24% har mellem 25-50 deltagere og 19% har mellem 50-100

deltagere. 4 institutioner har over 600 deltagere, men er samtidig også kendetegnet ved at have en større egenfinansiering.

Prisen pr deltager er også varierende: På 68% af institutionerne koster deltagerne under 10.000 kr. om året, på 14% koster de mellem 10-20.000 kr. og på en enkelt koster de knap 90.000 kr.

Kvinderne/pigerne er let underrepræsenterede, idet 60% af deltagerne er mænd/drenge. De unge under 20 år udgør omkring 45%, og kun 20% er over 30 år. Tilsyneladende er det kun relativt få af deltagerne, der i forvejen kommer fra institutionerne selv, dog med enkelte undtagelser.

5.4 Mediepædagogik

Tilsyneladende er begrebet "medieskole" ikke særligt betegnende for de aktiviteter og den pædagogik, der praktiseres. Kun de færreste af projekterne har noget til fælles med begrebet skole i traditionel forstand. Undervisningen eller nærmere læringsforløbene er primært praksisorienteret og erfaringsbaseret i modsætning til det de unge i øvrigt oplever i skolesystemet. Desuden har deltagernes ansvarlighed og samarbejde/teamwork en afgørende betydning for, at de kan gennemføre deres projekt, hvilket for de unge er en ny dimension i deres læringsproces.

Endvidere spiller flere af projekterne på at benytte medieproduktionens kreative processer (fx i arbejdet med animation og filmiske virkemidler) til at styrke børnenes og de unges iboende udtryksmuligheder.

5.5 Udbyttet

52% af institutionerne vurderer, at målsætningen med deres projekt i høj grad er blevet indfriet, mens 43% vurderer det i nogen grad. Kun en enkelt institution vurderer, at målsætningen slet ikke blev indfriet.

Medieskoleprojekterne har i mange tilfælde haft en betydning for både det interne og eksterne samarbejde. Generelt peger undersøgelsen på, at de enkelte institutioner og medieskoler har et godt internt samarbejde, hvilket både er betinget af deres udsendelsesproduktion og nødvendigheden af at kunne koordinere de ofte begrænsede ressourcer, der er til rådighed. De projektansøgninger, der har opnået støtte, vidner i mange tilfælde om et forøget eksternt samarbejde, hvor der er sket en udbygning af det lokale netværk. Interviewene peger også på, at projekterne faktisk har styrket det eksterne samarbejde. Dog er der enkelte projekter, der ikke har gennemført de samarbejdsrelationer, der var lagt vægt på i ansøgningen.

5.6 Medieskolepuljens betydning

Hen ved 2/3 har markeret, at medieskolepuljen har haft afgørende betydning for institutionen med hensyn til både *at forbedre kvaliteten af institutionens virke* og *at involvere nye aktive i forbindelse med det daglige virke*. Hertil kommer, at knap 2/3 også peger på, *at det har haft afgørende betydning, at skabe nye og nødvendige samarbejdsrelationer* til fx foreninger og organisationer.

At medieskolepuljen ikke blot har haft betydning for medieskoleaktiviteterne i sig selv, understreges også af, at omkring 40% vurderer, *at det at skaffe nyt og mere tidssvarende udstyr*, også har haft afgørende betydning for institutionen

5.7 Anbefalinger

Undersøgelsen har givet indtryk af, at der generelt er visse netværk mellem institutionerne både vedrørende medieskolerne og den ordinære drift. Enkelte er således med i den landsdækkende Værestedssammenslutning (et netværk af medieværksteder) eller af Foreningen for Mediepædagogik

(Løgstør Medieværksted, VVV). Der er dog ingen tvivl om, at medieskolerne trods deres forskellighed kunne styrke deres projekter gennem en mere målrettet erfaringsudveksling med henblik på fx mediepædagogik og eksternt samarbejde. Her kunne man fx forestille sig ét til to årlige **arbejdskonferencer**, hvor institutionerne fik mulighed for at udveksle erfaringer og samtidig opbygge mere regionale eller landsdækkende netværk. Samtidig kunne konferencerne også være et forum, hvor man hentede mediekompetence fra andre både nationale og europæiske institutioner ind til at give introducerende og inspirerende oplæg. Koordineringen af sådanne arbejdskonferencer kunne passende varetages af en af de større medieskoler mod dækning af omkostningerne.

Trods institutionerne har gode muligheder for at reklamere for medieskoletilbudet via deres udsendelser og personlige netværk, er der også behov for at indfange andre brugergrupper, end dem der kommer af sig selv eller lytter eller ser kanalen. **PR og opsøgende arbejde** er nødvendigt for at kredsen ikke bliver for snæver. Derfor bør der gives penge til dette.

Med hensyn til **medieskolepuljens retningslinier** for støttetildeling kan disse gøres bedre på følgende punkter:

- For det første bør der informeres tydeligere om, hvad der kan søges tilskud til. Flere institutioner har tilsyneladende ikke vidst, at det var muligt at søge til drift i form af lønmidler, hvilket sandsynligvis kunne have styrket disse projekter væsentligt både fagligt og administrativt.

- For det andet bør tilskudsmodtagerne i højere grad gøres opmærksom på, at projekterne skal evalueres som led i en forsøgsordning. Generelt bør institutionerne være forpligtet på, at medieskoleforsøgene løbende bliver evalueret både af institutionen selv og af deltagerne. Herudover kan det anbefales, at projekterne registrerer en række oplysninger vedrørende deltagernes antal, køn og alder samt hvilke forløb de har været igennem. Herunder form, indhold og omfang.

Det kan i forbindelse med retningslinierne anbefales, at der i højere grad end tilfældet har været, lægges mere information om tilskudsmulighederne og om de projekter, der har fået støtte, ud på Internet.

Endvidere kan det anbefales, at de enkelte forsøgsprojekter **maksimalt opnår støtte igennem 3 år**, hvorefter de enten må hvile i sig selv eller overgå til permanent støtte. Nye forsøg bør kunne komme på banen, og de bedste forsøgsprojekter bør danne model for kommende tilskudsmuligheder og eventuelt permanentliggøres. Ansøgningsetisk bør det oplyses, hvis der er særlige præferencer, der gør, at nogle projekter går forud for andre i forbindelse med tildelingen af midler; fx hvis gengangerne bliver behandlet først.

Det bør i forbindelse med tildelingen til forsøgsprojekterne nøje overvejes, hvorfor enkelte projekter eventuelt ikke skal have den **fulde støtte**, idet fundraising kan være særdeles tidskrævende og dermed blokerende for forsøgenes gennemførelse. Det bør derfor af bevillingsbrevene fremgå, hvilke dele af projektet Kulturministeriet ønsker beskåret, og at projekterne herefter må fremsende et nyt budget.

Litteratur

"Retningslinier for pulje til forsøg med medieskoler", J. NR. 1997.7256-4, Kulturministeriet.

Ansøgningerne om støtte fra medieskolepuljen.

Diverse informationsmaterialer fra medieskolerne.

Bilag 1: Institutioner der har modtaget støtte fra mediepuljen

Institution (bevillingshaver)	Art	Sendetilladelse
Den Grønne Kanal Studie - Radioskole	Radio	Ja
Fyns Musik Radio, Østfyns Medieskole	Radio	Ja
LokalRadio Rørvig	Radio	Ja
Radio Al-Fatiha	Radio	Ja
Radio FTF	Radio	Ja
Radio Noon	Radio	Ja
Radio Nordfyn	Radio	Ja
Radio Pingvin	Radio	Ja
Radio Thy	Radio	Ja
Radio Vejle	Radio	Ja
Radio Ådalen	Radio	Ja
Roskilde Dampradio	Radio	Ja
Studenterradioen	Radio	Ja
Animationsværkstedet	TV/video	Nej
Det Danske Videoværksted	TV/video	Samarbejde
FOF Daghøjskolen	TV/video	Nej
Kanal 46/Løgstør Medieskole	TV/video	Ja
Kanal Esbjerg	TV/video	Ja
Medieskolen Århus/Det åbne båndværksted	TV/video	Samarbejde
Nordjyllands Medie Center (NMC)	TV/video	Samarbejde
Nørrebro Nærsyn/K&DF	TV/video	Samarbejde
Trekanten (TV Danmark)	TV/video	Ja
TV København	TV/video	Ja

TV-Samsø	TV/video	Ja
TV2/Bornholm	TV/video	Ja
Vesterbro Videoværksted	TV/video	Samarbejde

Kolofon

Medieskoler

Midtvejsevaluering af Kulturministeriets pulje til forsøg med medieskoler

© Martin Geysner, Lisbeth Nordam Hansen og Udviklingscenteret for folkeoplysning og voksenundervisning, 1999

Grafisk tilrettelæggelse: Martin Geysner

Bestilling:

Udviklingscenteret for folkeoplysning og voksenundervisning
Tordenskjoldsgade 27, 1055 København K.
Telefon: 33 32 55 33 Telefax: 33 14 40 83
E-mail: ufv@ufv.dk
Hjemmeside: www.ufv.dk

Pris inkl. forsendelse 45,- kr.

ISBN: 87-90156-05-6