



# Programplan 2014–2018

Program  
Kultur- og mediesektoren – KULMEDIA



# **Program om kultur- og mediesektoren – KULMEDIA**

**Programplan  
2014-2018**

---

---

© Norges forskningsråd 2014

Norges forskningsråd  
Drammensveien 288  
Postboks 564  
NO-1327 Lysaker  
Telefon: 22 03 70 00  
Telefaks: 22 03 70 01  
bibliotek@forskningsradet.no  
www.forskningsradet.no/

Publikasjonen kan bestilles via internett:  
[www.forskningsradet.no/publikasjoner](http://www.forskningsradet.no/publikasjoner)

eller grønt nummer telefaks: 800 83 001

Grafisk design omslag: Design et cetera AS

Oslo, desember 2014

ISBN 978-82-12-03376-4 (pdf)

# Program om kultur- og mediesektoren - KULMEDIA

## Innhold

<b>1 Sammendrag</b> .....	4
<b>2 Bakgrunn: Kunnskapsbehov og forskningsstatus</b> .....	4
<b>3 Programmets mål</b> .....	6
<b>3.1 Hovedmål</b> .....	6
<b>3.2 Forskningsstrategiske mål</b> .....	6
<b>4 KULMEDIAs sentrale forskningsperspektiv</b> .....	7
<b>4.1 Offentlighet</b> .....	7
<b>4.2 Kulturpolitikens mål</b> .....	8
<b>5 Programmets prioriteringer</b> .....	9
<b>5.1 Utdypning av programmets tematiske prioriteringer</b> .....	9
<b>5.1.1 Digitaliseringen og dens konsekvenser</b> .....	9
<b>5.1.2 Endringer i økonomiske rammevilkår for medieområdet</b> .....	10
<b>5.1.3 Endringer i økonomiske rammevilkår for kulturområdet</b> .....	11
<b>5.1.4 Endringer i kultur- og mediepolitikken</b> .....	11
<b>5.1.5 Brukerperspektivet og kulturelt medborgerskap</b> .....	12
<b>5.1.6 Historiske, nasjonale og internasjonale perspektiver</b> .....	13
<b>6 Internasjonalt samarbeid</b> .....	13
<b>7 Kommunikasjon og formidling</b> .....	14
<b>8 Andre virkemidler i Forskningsrådet</b> .....	15
<b>9 Budsjett</b> .....	15
<b>10 Organisering</b> .....	15

# 1 Sammendrag

KULMEDIA er et handlingsrettet forskningsprogram som skal bidra med ny, forskningsbasert kunnskap om sammenhengene mellom kulturlivets og mediernes samfunnsrolle og deres økonomiske og teknologiske betingelser. Særlig viktig er de dyptgående og til dels dramatiske endringene som digitaliseringen medfører. Endringsprosessene både påvirker og påvirkes av kultur- og mediepolitikken, som dermed også er gjenstand for forskningen i programmet. Hovedmålet for programmet er å bedre kunnskapsgrunnlaget for utforming av kultur- og mediepolitikk i lys av det infrastrukturansvaret for offentligheten som Grunnlovens paragraf 100 pålegger staten.

Programmet skal fremme forskning av høy kvalitet som er relevant for politikktutvikling, forvaltning og andre aktører i kultur- og mediesektoren gjennom å bidra med:

- kunnskap om de endrede teknologiske og økonomiske vilkårene for produksjon, distribusjon og bruk av medieinnhold, kunst og kulturuttrykk av alle slag
- kunnskap om de endrede teknologiske og økonomiske vilkårene for etablering, forvaltning, tilgjengeliggjøring og formidling av samlinger i institusjoner som museer, arkiv og bibliotek – landets kulturelle hukommelse
- kunnskap om hvordan kultur- og mediepolitikken selv påvirker områdenes vilkår og samfunnsrolle

For å forstå utfordringene i kultur- og mediesektoren og hvordan de kan håndteres, er det viktig at prosjektene ser teknologi, økonomi, politikk og mediernes og kulturlivets samfunnsrolle i sammenheng. Innenfor dette overordnede perspektivet har programmet følgende tematiske prioriteringer:

- Digitaliseringen og dens konsekvenser
- Endringer i økonomiske rammevilkår for mediesektoren
- Endringer i økonomiske rammevilkår for kultursektoren
- Endringer i kultur- og mediepolitikken
- Brukerperspektivet og kulturelt medborgerskap
- Historiske, nasjonale og internasjonale perspektiver

KULMEDIA ønsker å fremme ambisiøse prosjekter som ser de tematisk prioriterte områdene i sammenheng. Gjennom sine forskningsprosjekter vil KULMEDIA støtte opp under forskningsmiljøer som studerer kultur- og medieområdet med tanke på langsiktig styrking av både kvalitet og volum på forskningen innenfor feltet.

## 2 Bakgrunn: Kunnskapsbehov og forskningsstatus

Kulturdepartementet har lenge bidratt med finansiering av kulturforskningsprogrammer i Forskningsrådet. Disse grunnforskningsprogrammene har levert – og leverer – relevant forskning, men formålet med dem har ikke primært vært å dekke sektorens mer politisk, administrativt og praktisk orienterte kunnskapsbehov. Med tanke på disse utarbeidet Forskningsrådet på oppdrag fra Kulturdepartementet allerede i 2003 rapporten *Kunnskapsbehov i kultursektoren* ("Bjørkåsutredningen"). I de senere år har nødvendigheten av mer forskningsbasert kunnskap om Kulturdepartementets ansvarsområder fått fornyet

oppmerksomhet gjennom rapporten *En kunnskapsbasert kulturpolitikk* (Grundutvalget 2012) og *Kulturutredningen 2014* (Engerutvalget, NOU 2013:4). Gjennom et handlingsrettet forskningsprogram i Forskningsrådet ønsker departementet nå å framskaffe kunnskap om de langsiktige og grunnleggende endringsprosessene som kultur- og mediesektoren er inne i. Mer spesifikt skal KULMEDIA *bidra med ny, forskningsbasert kunnskap om kulturlivets og mediernes samfunnsrolle og deres økonomiske og teknologiske betingelser*. Det siktes ikke minst til hva den gjennomgripende digitaliseringsprosessen består i og forårsaker. Programmet skal tematisk særlig være innrettet mot departementets ansvarsområder innenfor kunst-, kulturvern- og mediefeltene, men KULMEDIA skal også bidra med relevant kunnskap til kultur- og mediesektorens øvrige forvaltning, interesser og aktører.

”Kulturforskning” er nødvendigvis et begrep like bredt som kulturbegrepet. Det framgår blant annet av den store tematiske spredningen på prosjektene som er blitt finansiert gjennom Forskningsrådets ulike kulturforskningsprogrammer. Dette henger naturligvis sammen med at kultur i bredeste forstand er et aspekt ved enhver form for menneskelig aktivitet, fra torskefiske til forskning. Denne bruken av kulturbegrepet preget ikke minst programmet KULFO (2003-07), som skulle ”styrke og aktualisere forskning med et kulturanalytisk perspektiv for slik å bidra til å styrke og utfordre kulturfagenes samfunnsrelevans”. KULVER (2008-2012) hadde så som mål ”å få fram grunnleggende forskning av høy kvalitet som kan belyse problemstillinger knyttet til kulturell verdsetting”, med ”hovedvekt på studier av det tematiske området estetisering/estetiske praksiser”. I disse programmene har det imidlertid vært lite direkte forskning på kultur- og mediesektoren og det økonomiske og teknologiske grunnlaget for politikkutvikling på disse områdene. I KULMEDIA er dette den sentrale innretningen, uten at det gjør perspektivene i de foregående programmene irrelevante.

Forskning som direkte omhandler kulturpolitikk er i de nordiske landene stort sett drevet i små og spredte miljøer. Mesteparten av forskningen finansieres som oppdragsforskning betalt av offentlig forvaltning. Den kulturpolitiske forskningen har blitt faglig sterkere og bedre organisert både nasjonalt, nordisk og internasjonalt de siste par tiårene. Den dekker en rekke ulike innfallsvinkler, fra økonomi via sosiologi og antropologi til kulturhistorie.

I en rekke humanistiske og samfunnsvitenskapelige disipliner og fagmiljøer drives det normalt forskning med mer eller mindre direkte relevans for kulturpolitiske spørsmål. I sosiologi studeres for eksempel ulike kulturelle praksiser og sosiokulturelle skiller i forbindelse med disse. I estetiske disipliner forskes det blant annet på nye kulturuttrykk, deres kvaliteter og funksjoner, og i kulturhistorie og museologi foregår det omfattende forskning på for eksempel endringer i utstillingsmediet, dets bruk og spørsmål knyttet til begrepet ”minnepolitikk”: Hvordan kan kulturarv, materiell så vel som den immaterielle, best forvaltes og formidles?

Forskning på slike emner, samt kultur- og mediepolitikk mer direkte, har også foregått innenfor norsk medievitenskap siden etableringen av disiplinen på 1980-tallet. ”Medier” er mer enn presse, kringkasting og internett. Boka er det eldste massemediet. Mange medieforskere har arbeidet med alt fra opphavsrettsproblematikk til estetisk og historisk forskning på fotografi, film og fjernsynsdrama, samt estetiske og kvalitetsmessige problemstillinger. Medieforskning er generelt et stort felt nasjonalt med flere solide miljøer.

KULMEDIA vil stimulere til at alle disse fagmiljøene kan bidra ytterligere med forskning som er egnet som grunnlag for politiske avveininger og beslutninger, samt aktørers alternativer og valg i en tid med store og hurtige endringer.

## 3 Programmets mål

### 3.1 Hovedmål

Programmet skal gi økt kunnskap om sammenhengene mellom kulturlivets og mediens samfunnsrolle og deres endrede økonomiske og teknologiske betingelser. Disse sammenhengene påvirker og påvirkes av kultur- og mediepolitikken, som dermed også blir gjenstand for forskningen. Hovedmålet er å bedre kunnskapsgrunnlaget for politikkutforming i lys av det infrastrukturansvaret for offentligheten som Grunnlovens paragraf 100 pålegger staten.

Programmet skal fremme forskning av høy kvalitet som er relevant for politikkutvikling, forvaltning og andre aktører i kultur- og mediesektoren gjennom å bidra med:

- kunnskap om de endrede teknologiske og økonomiske vilkårene for produksjon, distribusjon og bruk av medieinnhold, kunst og kulturuttrykk av alle slag
- kunnskap om de endrede teknologiske og økonomiske vilkårene for etablering, forvaltning, tilgjengeliggjøring og formidling av samlinger i institusjoner som museer, arkiv og bibliotek – landets kulturelle hukommelse
- kunnskap om hvordan kultur- og mediepolitikken selv påvirker områdenes vilkår og samfunnsrolle

### 3.2 Forskningsstrategiske mål

KULMEDIA-programmet har målsetninger utover det å produsere kunnskap om de tematiske områdene. Programmet skal også bidra til oppbygging av kompetanse og forskningsmiljøer på programmets områder, stimulere fler- og tverrfaglig samarbeid om komplekse problemstillinger. I tråd med blant annet utredningene fra både Bjørkåsutvalget og Grundutvalget, vil programmet særlig legge vekt på *å styrke forskningsmiljøer som studerer kultur- og medieområdet med tanke på langsiktig styrking av både kvalitet og volum på forskningen*. Dette vil programmet gjøre ved å legge vekt på følgende:

- Styrke kobling mellom grunnleggende forskning og anvendt forskning: De to formene for forskning er gjensidig befruktende, og miljøer og prosjekter hvor begge deler foregår vil være bedre i stand til å levere relevant forskning med høy kvalitet.
- Stimulere samarbeid og nettverk mellom gode forskningsmiljøer: Samarbeid mellom spisskompetente forskere skal ikke hindres av institusjonsgrensene, og ikke minst fler- og tverrfaglig samarbeid vil være en fordel når komplekse sammenhenger skal belyses.
- Styrke internasjonalisering av forskningen: Internasjonalt samarbeid og komparative prosjekter er viktige for å kaste lys over både det allmenne og det spesifikke ved norske forhold og problemstillinger, samtidig som det bidrar til at norsk forskning plasserer seg på internasjonalt nivå med hensyn til kvalitet.
- Styrke rekrutteringen til kultur- og mediepolitisk relevant forskning
- Stimulere involvering av brukere og aktører i kultur- og mediesektoren på ulike vis i forskningsprosessen: Dette vil ikke bare styrke forskningens anvendelighet, men også kunne tilføre grunnforskningen nye perspektiver og problemstillinger.
- Fremme forskning som vektlegger utviklingsmuligheter og innovasjon.
- Stimulere til kommunikasjon og formidling av forskningen både under og etter ferdigstillelsen av arbeidet, både til særskilt interesserte og et mer allment publikum: Slik



- kommunikasjon kan virke produktivt på forskningen og er ikke minst viktig som forskningens eget bidrag til en ”åpen og opplyst offentlig samtale”.
- Stimulere til oppmerksomhet omkring kjønnsmessige, etniske og andre sosiokulturelle forskjellers betydning både i forskningen og i medie- og kulturfeltet.

For å oppfylle målsetningene, vil KULMEDIA i hovedsak støtte prosjekter av et visst omfang, der flere forskere og/eller miljøer arbeider med felles problemstillinger og/eller felles gjenstandsområder i godt integrerte prosjekter med en klart definert forskningsledelse. Slike prosjekter skal i utgangspunktet også inkludere forskerrekruttering.

## 4 KULMEDIAS sentrale forskningsperspektiv

KULMEDIA-programmet er innrettet mot et smalere felt enn generell kulturforskning, men det sikter også bredere enn direkte forskning på kultur- og mediepolitikk. Programmet skal handle om de underliggende prosessene som på lengre sikt endrer kultur- og mediepolitikkenes gjenstandsområde. Til disse prosessene hører også utviklingen av medie- og kulturpolitikken selv. Programmet skal være politisk relevant ved at det styrker kunnskapsgrunnlaget for politikktutvikling, forvaltning og feltenes aktører, ikke ved at prosjektene direkte utvikler politikk.

Det sentrale i KULMEDIA er å undersøke, som det heter i departementets oppdragsbrev, ”kultursektorens og mediens samfunnsrolle og deres økonomiske og teknologiske betingelser”. Dette må forstås som en oppfordring til å betrakte samfunnsrollen og de økonomiske og teknologiske betingelsene i sammenheng, på bakgrunn av de bredere, langsiktige prosessene som preger begge størrelser: Verken teknologi eller økonomi er altså å forstå som enkle årsaker til utviklingen, de preges begge av en rekke sosiale og kulturelle forhold som er med å forme aktørenes *fortolkning* av dem og det handlingsrommet de byr på.

En drøfting av hva som er kultur- og mediesektorens *faktiske* samfunnsrolle kan gjerne inngå i prosjektene. Men i den grad samfunnsrollen betraktes som *normativt* bestemt, vil det ikke minst være snakk om studier av hvordan endrede økonomiske og teknologiske betingelser, i samspill med bredere sosiokulturelle prosesser og politiske styringsgrep, påvirker i hvilken grad den ideale samfunnsrollen realiseres. Litt mer konkret: Hva er og/eller bør sektorens samfunnsrolle være, i en tid der digitaliseringsprosesser og radikaliseret globalisering endrer økonomiske, materielle og estetiske forhold på grunnleggende vis?

### 4.1 Offentlighet

Et normativt begrep om kultur- og mediesektorens samfunnsrolle er godt fundert i politisk filosofi, historisk og samfunnsvitenskapelig forskning – og i faktisk kulturpolitikk og relevant lovgivning. Det overordnede begrepet som bringer kultur- og medieforskning sammen som kunnskapsproduksjon om et felles felt, er *offentlighet*. En offentlighet preget av bredt definert ytrings- og informasjonsfrihet står helt sentralt blant kjennetegnene ved et demokratisk samfunn versus et totalitært. ”Offentlighet” forstås gjerne som noe som finnes på mange nivåer, i ulike former, fra en fri samtale mellom to mennesker på et offentlig sted, via kulturelle sammenkomster som konserter og festivaler til det som foregår i og gjennom medier og parlamentariske institusjoner. Offentligheten er altså ikke bare noe som angår og tjener demokratiet som politisk styringsform. Den rommer også områder som har sin begrunnelse eller legitimitet i seg selv, uten noen nødvendig funksjonalitet i forhold til det

direkte politiske området. Både på det politiske og det kulturelle området har den *kritiske* funksjoner som er livsviktige for et demokratisk samfunn.

Offentligheten som helhet er i ferd med å gjennomgå en rekke avgjørende forandringer, ikke minst på bakgrunn av digitaliseringen, dens implikasjoner og de konsekvenser den får gjennom ulike aktørers forståelse av den. Digitale informasjons- og ytringsmuligheter, blant annet gjennom sosiale medier, endrer både hverdagslivet og den offentlige samtalsformer og funksjoner på mange og dyptgående måter. Det samfunnsmessige rommet for offentlig samtale – inkludert musikk, bilder og andre ikke-verbale innslag – om direkte politiske spørsmål så vel som om verdi- og livssynsspørsmål med mer, omfatter altså både mediene, kultursektoren og deres virke. Kultur- og mediepolitikken utgangspunkt kan på denne bakgrunnen sies å være pregnant formulert i den nye versjonen av Grunnlovens paragraf 100, endelig vedtatt i 2004, i etterkant av Ytringsfrihetskommisjonens innstilling i 1999. Den minner om ”ytringsfrihetens begrunnelse i sannhetssøken, demokrati og individets frie meningsdannelse” og har følgende sjette og siste ledd: ”Det påligger statens myndigheter å legge forholdene til rette for en åpen og opplyst offentlig samtale.” Dette prinsippet omtales gjerne som statens *infrastrukturansvar*. Det er meget god sammenheng mellom dette og Engerutvalgets oppfatning av at kulturlivet dreier seg om en ”ytringskultur” (NOU 2013:4, kapittel 6, avsnitt 6).

## 4.2 Kulturpolitikken mål

Kulturpolitikken mål kan ut fra dette sies å være å sikre borgernes ytrings- og informasjonsfrihet. Det er her avgjørende at ytrings- og informasjonsfriheten er bredt forstått, minst like bredt som rekkevidden til sensur og overvåkningstiltak i totalitære regimer. Den omfatter altså også det Kulturlovsproposisjonen omtaler som de emosjonelle og intellektuelle kvalitetene et levende og godt kulturtilbud kan by på. Kulturpolitikken skal, gjennom bevilgninger, reguleringer og andre tiltak, 1) bidra til bredest mulig ytringsmangfold, politisk og kulturelt, og ytringenes reelle tilgjengelighet for hele befolkningen, 2) bidra til bredest mulig aktiv deltakelse i den politiske og kulturelle offentlige samtalen og 3) sikre ressursgrunnlaget for at den offentlige samtalen skal være mest mulig *opplyst* – det vil også si å sikre produksjonen av medieinnhold og kunst av høy kvalitet, til beste også for individenes identitetsdannelse og menneskelige utvikling generelt. I disse punktene ligger det normative grunnlaget for det man kan kalle kultur- og medieområdets intenderte *samfunnsrolle*. Spørsmålet er så i hvilken grad den *faktiske* samfunnsrollen svarer til den normativt bestemte. Mer spesifisert: Hvordan berøres kultur- og medieområdets samfunnsrolle av områdets endrede økonomiske og teknologiske betingelser, slik disse fortolkes av feltets ulike aktører? Og: Hvordan påvirker kultur- og mediepolitikken områdenes samfunnsrolle? Begge disse spørsmålene innebærer at forskningen bør preges av kritisk distanse – til både feltets aktører og politikken som føres.

I forlengelsen av dette er det verdt å understreke at ”samfunnsrolle” er noe annet enn for eksempel et mer spesifikt ”samfunnsoppdrag” som det pressen har gitt seg selv, fremst gjennom Vær Varsom-plakaten. Utførelsen av dette samfunnsoppdraget forutsetter redaksjonell frihet. Medie- og kultursektorens mer generelle samfunnsrolle forutsetter på lignende vis kulturell og kunstnerisk frihet – staten og kulturpolitikken skal ha en armlengdes avstand til det som skapes i sektoren.

## 5 Programmets prioriteringer

KULMEDIA-programmet er et handlingsrettet program om kultur- og mediesektoren, avgrenset til det som er Kulturdepartementets sektoransvar for disse områdene. Innenfor kultursektoren gjelder departementets sektoransvar for kunst og kulturvern. Mediesektoren overlapper med kunst og kulturvernområdet på flere måter, og helhetsansvaret for sektoren ligger under Kulturdepartementet.<sup>1</sup>

Overgangen til digital teknologi har som kjent konsekvenser for alle samfunnsområder. På kultur- og mediefeltet er den svært merkbar i alt fra den estetiske utviklingen i kunstartene til økt brukermedvirkning i mediene. Med områdets intenderte samfunnsrolle in mente vil dette programmet gi prioritet til empirisk forskning på:

- de endrede teknologiske og økonomiske vilkårene for produksjon, distribusjon og bruk av medieinnhold, kunst og kulturuttrykk av alle slag
- de endrede teknologiske og økonomiske vilkårene for etablering, forvaltning, tilgjengeliggjøring og formidling av samlinger i institusjoner som museer, arkiv og bibliotek – landets kulturelle hukommelse
- kultur- og mediepolitikkenes egen påvirkning av områdenes vilkår og samfunnsrolle

Disse forholdene kan best forstås ved at teknologi, økonomi, politikk og samfunnsrolle ses i sammenheng. Endringene i kultur- og mediesektoren kan kobles til hverandre og med overgripende sosiokulturelle prosesser som urbanisering og globalisering, samt med medie- og kulturpolitikkenes virkninger. Prosjekter som griper denne kompleksiteten vil bli prioritert, særlig de som har relevans for politikktutforming på områder hvor endringsprosessene er mest gjennomgripende og dramatiske. I dette ligger det en invitasjon til ambisiøse prosjekter som rommer fler- og/eller tverrfaglig samarbeid mellom relevante miljøer.

### 5.1 Utdypning av programmets tematiske prioriteringer

Medie- og kulturområdet danner altså på flere måter infrastrukturen i offentligheten, et kjerneelement i enhver demokratisk samfunnsordning. Slik har det vært siden den moderne offentligheten vokste fram i Vest-Europa. KULMEDIA-programmets tema er med andre ord utfordringer som i siste instans handler om demokratiets og det demokratiske samfunnets vilkår og karakter i en tid der denne infrastrukturen gjennomgår store endringer.

#### 5.1.1 Digitaliseringen og dens konsekvenser

En hovedfaktor i disse endringene er den teknologiske prosessen som kalles digitalisering. Den – og måtene den har blitt forstått på – har ført til gjennomgripende endringer i hvordan mediernes innhold blir til, hvordan det blir distribuert og tilegnet av mediernes brukere – og hvordan det lagres og gjøres tilgjengelig for bruk over tid. Overgangen har gitt et radikalt økt medietilbud målt i alt fra tekstmengder til tv- og radiokanaler. Samtidig er begreper som ”klikkjournalistikk” dukket opp som betegnelse på journalistiske valg med økonomiske begrunnelser mer enn seriøst journalistikkfaglige – ett av flere tegn på at den digitale

---

<sup>1</sup> Idrett, tros- og livssynsområdet, pengespill og frivillig sektor er ikke inkludert i programmets tematikk. Kulturminnevern sorterer under Miljødepartementet og er i en viss grad et forskningsområde i Forskningsrådets program Miljø 2015. Dette feltet vil derfor i utgangspunktet heller ikke være en del av KULMEDIAs gjenstandsområde. Men gitt programmets begrensede midler, må det ytterligere avgrensninger til for at det skal kunne levere resultater av vesentlig betydning.

informasjonsmengden og finansieringen av den skjerper spørsmålet om kvalitetens og den kritiske, maktovervåkende funksjonens skjebne.

Digitaliseringen har også hatt avgjørende betydning for hvordan kulturinstitusjoner og kunstnere av alle slag arbeider. Det kan spørres om disse prosessene har styrket genuin nyskapning og kunstens kritiske funksjoner. De som har ansvaret for det man kan kalle landets kulturelle hukommelse – institusjoner som arkiv, bibliotek og museer – står overfor utfordringer både med hensyn til hvordan samlinger skapes, oppbevares, gjøres tilgjengelige for og formidles til allmennheten. Hva betyr den digitale formidlingen av kulturarv i tekst og bilder for kunnskapen om og opplevelsen av kulturhistoriske gjenstander og kunstproduksjoner som skulptur og malerkunst, som først og fremst får liv og virkning i kraft av deres materialitet? Beslektede utfordringer gjelder også mediebedrifter og -institusjoner med store arkiver av betydelig samfunnsmessig verdi. Til disse utfordringene hører ikke minst hvordan en best gjør seg nytte av de nye og rike *mulighetene* digital teknologi byr på, noe som i stor grad er avhengig av hvordan den forstås.

Digitaliseringen har radikalisert globaliseringsprosessene, ikke minst de kulturelle. Internett er globalt, og hverdagskulturen er i svært høy grad blitt internasjonalisert, med en særlig styrket posisjon for innhold i engelsk språkdrakt. Hva har dette å si for kultur- og mediepolitikkenes funksjon som forsvar av norsk språk og kultur? Sist, men ikke minst, har digitaliseringen radikalt forsterket sammenglidningen og overlappingene mellom kultur- og medieområdet. Samme materiale bearbeides på begge områder – og hvor skal en plassere en scenisk forestilling som ”strømmes” på nettet? Er ikke ”virtuelle” museumsbesøk også et medietilbud? Slike – og beslektede, estetiske – spørsmål er også relevante og viktige forskningstema i KULMEDIA-sammenheng.

### **5.1.2 Endringer i økonomiske rammevilkår for medieområdet**

Det teknologiske skiftet har relativt ulike økonomiske implikasjoner for medie- og kulturområdet. For mediernes vedkommende utfordrer digitaliseringen selve det økonomiske grunnlaget for virksomheten ved at tradisjonelle forretningsmodeller synes å miste bærekraft og ved at konkurranseforhold av ulike slag blir ganske radikalt endret. For pressens vedkommende er situasjonen tilnærmet akutt fordi en overgang fra papir- til nettbaserte produkter skjer ujevnt i ulike deler av bransjen – mot en bakgrunn av fallende annonseinntekter og deler av publikums tilvenning til gratis nyhets- og debattfora på nettet – samtidig som avgifts- og subsidieregimet er gjenstand for intensiv offentlig debatt. En viktig faktor i dette bildet er eierskapsforholdene, der det ser ut til at en tendens til konsentrasjon gjør seg gjeldende. Samtidig har både frittstående aviser og dominerende konsern varslet og til dels gjennomført omfattende nedskalering av den journalistiske staben. Spørsmålet om hvordan kvalitativt god og maktkritisk journalistikk skal overleve, er i manges vurdering blitt akutt.

Når det gjelder radio og fjernsyn, har digitaliseringen for lengst endret produksjonsformene på gjennomgripende vis – og i flere år har dessuten distribusjon og publikums bruksmåter vært i endring. Digitaliseringen har aksentuert den overgangen til et stort kanalunivers som den analoge kabel- og satellitt-teknologien førte med seg, og gitt tradisjonelle kringkastere konkurranse fra internasjonale og nasjonale aktører som utelukkende distribuerer over internett. Internasjonale tjenester som Spotify, Netflix, HBO og YouTube er blitt viktige konkurrenter om publikums begrensede tid. Nettdistribusjonen utfordrer også den tradisjonelle lisensfinansieringen av allmennkringkastingen, en hjørnestein i Vest-Europas offentligheter, ettersom den har vært knyttet til innehav av fjernsynsapparater: Stadig flere ser

stadig mer TV og lytter stadig mer på radio gjennom sine datamaskiner av ulike slag, fra mobiltelefoner og nettbrett til bærbare og stasjonære maskiner.

Samlet sett står mediebransjen overfor et sett av økonomiske utfordringer knyttet til digitalisering og bevegelser i politiske reguleringer som gjør situasjonen relativt dramatisk på flere områder. Dette gjelder også de delene av bransjen som også inngår i kultursektoren, som musikk-, film- og bok-/litteraturbransjen. Et helt sentralt spørsmål for KULMEDIA er ikke minst hvordan mediepolitikkenes markedsregulerende funksjoner virker – eller ikke virker – i disse sammenhengene.

### **5.1.3 Endringer i økonomiske rammevilkår for kulturområdet**

I KULMEDIA-programmets sammenheng inviteres det til å beskrive og analysere digitaliseringen og dens konsekvenser for ulike deler av kunst- og kultursektoren, samt analysere muligheter, utfordringer og dilemmaer som utviklingen medfører for kunstnere, kulturinstitusjoner, bransjer og politiske myndigheter.

For kunstnere betyr digitaliseringen både nye estetiske muligheter, nye markeder og nye produksjons- og distribusjonsmuligheter – men også utfordringer når det gjelder å sikre inntekter og med hensyn til opphavsrett og tilgjengeliggjøring. Dette kan til en viss grad stå i et motsetningsforhold til publikums forventning om enkel og billig eller gratis tilgang. Det er behov for refleksjon over slike interessekonflikter samt behov for forretningsmodeller som ivaretar både opphavspersoners, bransjers og publikums interesser på en god måte. Den teknologiske utviklingen gir også flere muligheter til å produsere og gi ut egne verker/egen kunst. Samtidig ser man både i musikk- og bokbransjen at makt og ressurser samles hos få og sterke aktører (ikke minst representert ved internasjonale konkurrenter). Som for journalistikkens del blir et sentralt spørsmål hvordan dette påvirker kvalitet, bredde og mangfold i tilbudet. Det samme gjelder spørsmål om publikums faktiske valg og konsum. Den digitale teknologien ser ut til å slå inn med ulik tyngde på ulike områder. For bokbransjen er overgangen til digitalt støttet bokproduksjon fulgt av en fase hvor e-bøker får økt betydning og slik utfordrer blant annet de tradisjonelle distribusjonsformene – ikke minst bokhandlene men også bibliotekene. Men tross stor politisk og bransjemessig oppmerksomhet, gjenstår det ennå å se i hvilken grad e-boka vil erstatte eller utgjøre et supplement til papirboka – eller omvendt.

Kulturinstitusjoner som museer, teatre, orkestre og kinoer står overfor betydelige utfordringer med hensyn til å fastholde og utvikle sitt publikum i en tid med mange nye digitale tilbud. Spørsmålet er blant annet hvordan man innenfor dette feltet merker den økte konkurransen om publikums tid og oppmerksomhet. Hva betyr diskrepansen mellom den digitale teknologiens muligheter og de økonomiske ressursene en har til rådighet for å ta dem i bruk?

### **5.1.4 Endringer i kultur- og mediepolitikken**

Offentlig kultur- og mediepolitikk innvirker på kulturlivets og mediernes samfunnsroller blant annet ved at politisk vedtatte ordninger påvirker hvordan økonomiske og teknologiske forhold slår inn i feltene. Et felles kjennetegn ved politikken er at den dreier seg om å korrigere for markedssvikt med hensyn til dekning av samfunnsmessige behov. Ett eksempel er lover og reguleringer som hindrer markedskonsentrasjon, sikrer opphavsrettigheter etc. Et annet eksempel er avgifter og incentiver som hemmer eller fremmer digitalisering. Et tredje er tilskuddsordninger som sikrer viktige kultur- og medietilbud med utilstrekkelig kommersiell etterspørsel.

Etter regjeringsskiftet høsten 2013 har det blitt tydeliggjort at forskjeller i kultur- og mediepolitikk ikke bare dreier seg om ulike virkemidler, men også delvis om ulike mål. Offentlige bevilgninger til kulturformål var i sterk vekst under den rødgrønne regjeringen, nå står ulike innstramminger på programmet sammen med styrking av privat finansiering som virkemiddel. Innstramminger i pressestøtten og innføringen av moms på journalistikk vekker heftig debatt og konsekvensene beskrives ulikt av ulike aktører. Kulturområdet får reduserte ressurser på bestemte felt, som litteratur og film. Samtidig kommer det også styrking av bestemte tiltak.

Uansett vurderingen av konkrete beslutninger, er det klart at utviklingen stiller politiske myndigheter overfor nye utfordringer. Det er løpende behov for kunnskap om endringene som grunnlag for utvikling av politikk og virkemidler. Må virkemiddelapparatet tilpasses nye forretningsmodeller og plattformer, og i så fall hvordan? Hva skjer med den markedskorrigerende rollen? Blir andre politikkområder viktigere for kultur- og mediepolitikken, slik som næringspolitikk, samfunnsøkonomiske og internasjonale reguleringer?

### **5.1.5 Brukerperspektivet og kulturelt medborgerskap**

Det er avgjørende viktig at forskningen i KULMEDIA-programmet belyser samspillet mellom alle disse faktorene – teknologisk endring og diverse økonomiske utfordringer med deres kontekster og fortolkninger – i forhold til realiseringen av den normativt bestemte samfunnsrollen kultur- og mediesektoren er tenkt å ha. I den sammenhengen er ikke minst spørsmålet om reelt like muligheter for ytrings- og informasjonsfrihet for hele befolkningen, uansett alder, kjønn, etnisitet, klasse eller annen sosiokulturell bakgrunn, svært viktig. Sosiokulturelle forskjeller på disse områdene er veldokumenterte og problematiske i forhold til demokratiske verdier. Det gjelder både diverse slag ”digitale kløfter” og systematiske forskjeller ellers i kultur- og mediebruk. Kultur- og mediepolitikken skal ideelt ikke minst bidra til å utjevne slike forskjeller i tilgang til ressurser for demokratisk deltakelse. Den digitale teknologien gir radikalt økte muligheter for individualiserte medie-, kunst- og kommunikasjonsmenyer. Dette gir ikke bare økt spillerom for individuelle valg, det gir også sterkere gjennomslag for sosiokulturelt betingede og strukturerte forskjeller i preferanser langs klassemessige, kjønnsmessige og for eksempel etniske linjer. Dermed øker også muligheten for en vidtgående sosiokulturell segregering av offentligheten. Det å opprettholde felles fora for informasjons-, kunnskaps-, kultur- og meningsutveksling er slik sett minst like viktig som før.

På denne bakgrunnen er det helt nødvendig at KULMEDIA også omfatter forskning som handler om bruker- eller publikumssiden av feltet. Hvordan endres publikums medie- og kulturbruk ut over det Statistisk Sentralbyrås jevnlige undersøkelser kan få fram? I hvilken utstrekning benytter publikum de radikalt økte mulighetene for aktiv, produktiv deltakelse i offentligheten, og hvordan er denne deltakelsen fordelt på ulike områder og tema? Er det tegn til endringer her, slik at forholdene kan bli annerledes et stykke fram i tid? Slike studier kan gjerne skje med utgangspunkt i betydningen av det som på engelsk kalles *cultural citizenship*, kulturelt medborgerskap. Hvordan utvikles egentlig borgernes kompetanse til å foreta valg i – og selv bidra til – det enorme kultur- og medietilbudet, som ikke minst den komplekse og innflytelsesrike internasjonale kulturindustrien står for? Hvilke muligheter har en for å bidra til at valgene mellom journalistiske tilbud, andre faktabaserte produkter samt kunstneriske frambringelser og aktiviteter av alle slag er best mulig informert? Relevansen av slike spørsmål for blant annet såkalt publikumsutvikling for kultursektorens aktører og den seriøse

journalistikken er ganske åpenbar. Hvordan bidrar egentlig skoleverket her? Har skolens bidrag til slik kompetanse endret seg de seinere tiårene?

### **5.1.6 Historiske, nasjonale og internasjonale perspektiver**

Endelig er det svært viktig å ta i betraktning at de utfordringene programmet skal framskaffe forskningsbasert kunnskap om, ikke er helt enestående verken i historisk eller internasjonalt perspektiv. Pressen har vært til dels tungt subsidiert siden sist på 1700-tallet i mange vestlige land, ikke bare i Norge, gjennom portoreduksjoner eller -fritak og diverse skatte- og avgiftslettelser. Digitaliseringen rokker ved den tradisjonelle forretningsmodellen over store deler av verden, konsekvensene av eierskapskonsentrasjon er under debatt i en rekke land, allmennkringkastingens stilling, finansiering og utvikling diskuteres i store deler av Europa. Internasjonale og historiske perspektiver er følgelig viktige for en adekvat forståelse av situasjonen i Norge i vår tid.

Digitaliseringen har radikalisert den kulturelle globaliseringen. Dette reiser på forskjellige måter spørsmål ved den målsetningen om å ivareta nasjonal kultur og norsk språk som har vært sentral for kultur- og mediepolitikken. I hvilken grad og forstand er dette mulig når internett sørger for fri flyt av kultur- og medieinnhold gjennom enkle tastetrykk og både unge og eldre følgelig lever i et svært internasjonalisert kulturmiljø? Internasjonale giganter som Google, Amazon, Facebook og Apple får ikke bare stadig større innvirkning på kultur- og mediebruk, men truer også verdikjedene på medie- og kulturområdet ved å overta betydelige annonseinntekter fra innenlandske aktører.

Parallele eller nært beslektede utfordringer finner en både i medie- og kultursektoren i mange andre land, ikke minst i Europa, verdensdelen der moderne kulturpolitikk har sitt opphav. Kultur- og mediesektorens oppgaver har blitt betydelig utvidet gjennom det siste halve hundreåret. Ikke bare skal den bidra til de enkelte lands kulturelle hukommelse, den skal også bidra til å gi befolkningen identitet og en meningsfylt tilværelse i en situasjon med store økonomiske problemer der de fleste land opplever en lang mer differensiert kulturell sammensetning - samtidig som EU etterspør initiativer som kan bygge og styrke en europeisk kulturell identitet og UNESCO er opptatt av intet mindre enn Menneskehetens kulturelle arv. Kan disse ambisjonene la seg realisere?

## **6 Internasjonalt samarbeid**

Internasjonalt samarbeid skal bidra til å fremme kvalitet og kapasitet i norsk forskning, gi tilgang til kunnskap og mulighet for norske forskere til delta i den internasjonale kunnskapsoppbyggingen.

KULMEDIA ønsker å styrke internasjonalisering av forskningen og stimulere til samarbeid og nettverksbygging mellom forskere og forskningsmiljøer i Norge og utlandet. Kultur- og mediesektoren har parallelle utfordringer i mange land, og internasjonalt samarbeid og prosjekter med en komparativ innretning eller dimensjon vil bidra til en bedre forståelse av endringsprosessene i en nasjonal kontekst. Samtidig er også internasjonalt samarbeid viktig for at forskningen i Norge skal holde et høyt internasjonalt nivå.

Det er et mål for KULMEDIA at alle prosjektene skal ha internasjonalt samarbeid. Prosjektene bør ha samarbeidspartnere fra andre land, delta i internasjonale nettverk, og gjerne legge opp til opphold ved utenlandske forskningsinstitusjoner i løpet av

prosjektperioden. Programmet vil legge til rette for internasjonalisering i prosjektene gjennom bevilgning av forskningsmidler som støtter opp under prosjektenes internasjonale aktiviteter.

Både i EUs rammeprogram for forskning og innovasjon, Horisont 2020, og andre internasjonale samarbeidstiltak som Joint Programme Initiatives (JPI) og ERA-NET, har satsingsområder som er relevante for KULMEDIA, bl.a. knyttet til kulturarv, teknologi og digitale utfordringer. KULMEDIA ønsker å stimulere prosjektene til deltakelse på internasjonale arenaer.

Programmet vil legge til rette for følgende:

- Utenlandsstipend for KULMEDIA-prosjektene stipendiater og forskere
- Gjesteforskere i prosjektene
- Internasjonal deltakelse i prosjektene og internasjonal nettverksdannelse

## 7 Kommunikasjon og formidling

KULMEDIA er et handlingsrettet program om kultur- og mediesektoren som skal bidra med sektorrelevant forskning for politikktutvikling. Forskningen i programmet skal levere relevant kunnskap til Kulturdepartementet og øvrig forvaltning, til sektorenes interessenter og et allment publikum. Programmets forskningsfelt har stor offentlig interesse, og prosjektene som finansieres av programmet vil ha et særlig ansvar for å møte denne gjennom kommunikasjon og formidling til ulike målgrupper.

Det er forskerne og forskningsinstitusjonene som har hovedansvaret for å nå ut med ny kunnskap og innsikt fra sin forskning, både til særskilte interessenter og et mer allment publikum. Programmet vil bidra med kommunikasjon og formidling av forskningens resultater på et overordnet nivå. Programmet vil ha en viktig rolle i å legge til rette for og stimulere prosjektenes formidling og kommunikasjon, og for møteplasser for formidling og dialog mellom forskere og brukere av forskningen. Programmets tiltak for kommunikasjon og formidling vil bli konkretisert i en årlig kommunikasjonsplan

Prosjektene bør legge vekt på kommunikasjon og formidling av forskningen både underveis i prosjektperioden og ved avslutning av prosjektene. Prosjektene skal etablere og drifte egne nettsider. Det vil også være en styrke for prosjektene å involvere brukere og aktører i kultur- og mediesektoren i forskningsprosessen. Dialog med brukergrupper kan tilføre nye perspektiver og styrke forskningens relevans og anvendelighet, og vil samtidig øke mulighetene for at forskningen blir tatt i bruk. Kommunikasjon og formidling kan med andre ord både virke produktivt på forskningen og bidra til den offentlige samtalen.

Programmet forventer at forskningsprosjektene har spesifiserte planer for kommunikasjon og formidling, rettet mot definerte målgrupper, og som omfatter:

- Vitenskapelig publisering og formidling
- Brukerrettet kommunikasjon og formidling, rettet mot særlige interessenter
- Allmennrettet kommunikasjon og formidling



## 8 Andre virkemidler i Forskningsrådet

Forskningsperspektivene i KULMEDIA-programmet er relevante for flere andre programmer, og vice versa. Dette gjelder for eksempel SAMKUL, DEMOSREG, VERDIKT (avsluttes 2014), VAM og FRIHUMSAM. KULMEDIA vil vurdere om det kan være fruktbart å se prosjekter i porteføljen i sammenheng med prosjekter i andre programmer, dersom dette gir merverdi for forskningen.

## 9 Budsjett

KULMEDIA finansieres av Kulturdepartementet med 15 mill. kroner årlig i fem år fra og med 2014. Programmet vil dermed ha et samlet budsjett på rundt 75 mill. kroner for hele programperioden 2014-2018. Denne rammen angir handlingsrommet for hvilke aktiviteter som kan settes i gang under programmet. Programmet planlegger to hovedutlysninger av forskningsmidler, og vil også sette av midler for å styrke internasjonalisering og kommunikasjon og formidling fra programmet.

## 10 Organisering

### Programstyret

Divisjon for vitenskap i Forskningsrådet har det overordnede ansvaret for KULMEDIA og oppnevner programstyret. Programstyret leder KULMEDIA på vegne av Forskningsrådet, og er underlagt og rapporterer til divisjonsstyret gjennom avdelings- og divisjonsdirektør. Programstyret er ansvarlig for at programmet når de målene som er satt og gjennomføres på en mest mulig effektiv måte i henhold til de planene som er lagt og innenfor de rammene som er vedtatt av divisjonsstyret. Forskningsrådets administrasjon har ansvaret for driften av programmet.

Programstyret har sju medlemmer og to møtende varamedlemmer. Programstyret er sammensatt av fire personer fra forskningsmiljøer, to fra andre interessenter i kultur- og mediesektoren, en fra Kulturdepartementet, samt to varamedlemmer hvorav en forsker og en fra Kulturdepartementet.

Programstyret er oppnevnt av divisjonsstyret for vitenskap for første del av programperioden, fra 1. mai 2014 til 30. juni 2016, og består av:

- Professor Jostein Gripsrud (leder), Universitetet i Bergen, Institutt for informasjons- og medievitenskap
- Førsteamanuensis Jostein Rosfjord Askim, Universitetet i Oslo, Institutt for statsvitenskap
- Lektor Trine Bille, Copenhagen Business School
- Professor Tine Damsholt, Københavns Universitet, Saxo-Instituttet
- Fagsjef Geir Engen, Mediebedriftenes Landsforening
- Forskningsleder Ellen Aslaksen, Norsk kulturråd
- Seniorrådgiver Elisabeth Stavem, Kulturdepartementet

- Professor Göran Bolin, Södertörns Högskola, Institutionen för kultur och lärande, Medie- och kommunikationsvetenskap (varamedlem)
- Seniorrådgiver Karoline Andrea Ihlebæk, Kulturdepartementet (varamedlem)

### **Programadministrasjon**

Seniorrådgiver Solbjørg Rauset er programkoordinator. Informasjon om øvrige kontaktpersoner i Forskningsrådets administrasjon finnes på programmets hjemmeside.

### **Programmets adresse:**

Program om kultur- og mediesektoren (KULMEDIA)

Norges forskningsråd

Postboks 564

1327 Lysaker


Telefon +47 22 03 70 00

E-post: [post@forskningsradet.no](mailto:post@forskningsradet.no)

### **Hjemmeside**

<http://www.forskningsradet.no/kulmedia>





Publikasjonen kan lastes ned fra  
[www.forskningsradet.no/publikasjoner](http://www.forskningsradet.no/publikasjoner)

**Norges forskningsråd**

Drammensveien 288  
Postboks 564  
1327 Lysaker

Telefon: 22 03 70 00  
Telefaks: 22 03 70 01  
[post@forskningsradet.no](mailto:post@forskningsradet.no)  
[www.forskningsradet.no](http://www.forskningsradet.no)

Utgiver:

© Norges forskningsråd  
Kultur- og mediesektoren – KULMEDIA  
[www.forskningsradet.no/kulmedia](http://www.forskningsradet.no/kulmedia)

Omslagsdesign: Design et cetera AS

Oslo, desember 2014

ISBN 978-82-12-03376-4 (pdf)