



Bergen 22.oktober 2012

Kulturdepartementet  
Postboks 8030 Dep  
0030 Oslo

### Høyringsuttale til rapporten ”En kunnskapsbasert kulturpolitikk”

Vi syner til høyringsbrev, dagsett 15. august. Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen, vil med dette få koma med følgjande uttale:

Rapporten ”En kunnskapsbasert kulturpolitikk” frå Kulturdepartementet sitt eksterne forskings- og utviklingsutval (Grund-utvalet) gjev eit godt grunnlag for å kunna meisla ut ein forskingsstrategi som både kan framskaffa kunnskapsgrunnlag for konkret politikktutforming og ivareta behovet for å utvikla ny forskning og nye perspektiv, som – med Utvalet sine ord – ”er kritisk og analytisk i sin innretning og har som ambisjon å bidra til refleksjon over kulturlivets handlingsbetingelser.”

Instituttet vil peika på at fleire medieforskingstiljø (Høgskulen i Volda, Universitetet i Oslo, Universitetet i Bergen og NHH, og kanskje nokre andre) driv med forskning på mediepolitikk og direkte mediepolitisk relevant forskning, t.d. medieøkonomi, endringar i mediestruktur og eigarskap, effektar av digitalisering og verknader av endringar i bruken av media, mv. Desse tiljøa har heilt sidan den første maktutgreinga vore premissleverandørar i den mediepolitiske debatten. Det som trengst er framfor alt å få eit kjernemiljø til å arbeide konsentrert med slike problemstillingar over ei viss tid.

Vi sluttar oss til Utvalet sine synspunkt om at det ikkje er nokon motsetnad mellom handlingsretta utviklings- og forskingsarbeid og den meir lansiktige, uavhengige forskinga med sikte på å forstå og forklara historiske og samtidige endringsprosessar i kulturlivet og samfunnet generelt. Vi sluttar oss derfor også til Utvalet si understreking av at ”anvendt og relevant forskning er best i samspill med, og på basis av, fri og uavhengig forskning som drives uten hensyn til politikkbehov og særinteresser”, og meiner dette talar for den føreslegne organiseringa i uavhengige forskingssentra i tilknytning til etablerte forskingstiljø og –institusjonar.

Utvalet sin situasjonsanalyse og statusrapport for forskning og kunnskapsproduksjon innan dei ulike sektorane og politikkområda framstår i hovedsak som oppdaterte og sakssvarande, med eitt unntak: Dei skisserte forskingsoppgåvene for det føreslegne forskingssenteret for mediefeltet er merkeleg lite ambisiøse samanlikna med tilsvarande for ”Senter for kultur”, eller ”Senter for kultursektorforskning”, som det òg vert kalla. Om ”Senter for kultur” heiter

det at ”Felles for mange av problemstillingene på det kulturpolitiske forskningsfeltet er at de forutsetter både samfunnsfaglige, økonomiske, statsvitenskapelige og estetiske perspektiver.” Det same kan sjølvsagt seiast om det medievitenskaplege fagfeltet, og alle dei forskingsoppgåvene som vert lista opp under ”Kultur” er minst like relevante for ”Medier”. Vi føreslår derfor at dei temaene for vidare forskning innan mediefeltet som er føreslegne under pkt. 5.2.4, vert supplert med følgjande, jfr. pkt. 5.2.5 (s. 39) vedrørande kulturforskning:

- Medieinstitusjonenes endrede samfunnsrolle
- Mediepolitikkenes innretning og utfordringer
- Frivillighet og profesjonalisering i medie- og kulturfeltet
- Mediepolitikk, minoriteter og mangfoldssamfunnet
- Nasjonale konsekvenser av internasjonalisering og globalisering
- Mediene, kulturindustriene og politisk regulering
- Digitalisering og konvergens: Medieproduksjon og –konsum på ulike plattformer: Konsekvenser for innhold, kvalitet og mediernes samfunnsrolle
- Skjønnsutøvelse og kvalitetsforståelser i mediefeltet
- Mediepolitikken og offentlighetens nyere historie
- Barn, unge og medier
- Finansiering og kvalitet: offentlig-privat

Ei slik liste med tematiske og programmatisk oppslag er i hovudsak retningsgjevande for dei områda og forskingsoppgåvene eit senter kan ha ansvar for, og må sjølvsagt utmyntast i konkrete forskingsprosjekt og løpande utgreiings- og forskingsverksemd. Mange av dei etablerte medieforskingssmiljøa driv alt relevant forskning som fell inn under slike generelle nemningar, og det vil i desse tilfella vera tale om å syntetisera og samanstillast med sikte på heilskapleg formidling av forskingsresultat, og å supplera med senteret si eiga forskning der det er naudsynt.

Minst like viktig som ei slik tematisk opplisting, er å slå fast kva som må vera dei heilt sentrale arbeids- og ansvarsområda for eit nytt senter for medieforskning, nemleg forskning på

- a) eigarskapskonsentrasjon, digitalisering og strukturendringar
- b) medieøkonomi og mediestøtte
- c) mediebruk

Mange forskingsspørsmål kunne vore reist under kvart av desse punkta, men vi avgrensar oss her til å peika at det under a), som vi kan gje nemninga ”Digitalisering, konvergens og eigarskap”, er konsekvensar for yringsmangfald, informasjonsfrihet og journalistisk kvalitet som må stå i fokus, og tiltak for å bøta på evt. trugsmål mot desse demokratiske grunnverdiene. Nyheitsmediene bør ha ein sentral plass på dette området. Viktige forskingsområde kan vere dynamikkar bak og konsekvensar av konserndanningar innan nyheitsmediene; Mediekonserna sine strategiar for ein journalistikk på digitale plattformer; Endringar i journalistikken sitt innhald og form som følgje av strukturendringane i mediene. Fjernsynsmediet allment og allmennkringkastinga spesielt må studerast. Nye distribusjonsformer på nett og løysingar som ”Smart-tv,” stiller etablerte innhaldsprodusentar og distributørar overfor nye utfordringar, og kunnskap om desse prosessane vil vere vesentlig for ei adekvat politikktutforming innan kringkastingsområdet i åra framover. Eit siste punkt vil trekka fram er opphavsrett. Digitaliseringa har utfordra det gamle regimet for opphavsrett, som igjen er heilt sentralt element i ein moderne medie- og informasjonsøkonomi. Kva rolle spelar opphavsretten i eit digitalt medielandskap? Og korleis skal ein digital opphavsrett utformast?

Under b) ”Medieøkonomi og mediestøtte” vil vi peika på at Mediestøtteutvalet etterlyste meir kunnskap om forholdet mellom mediepolitiske verkemiddel og resultat, og at det sakna meir heilskaplege studiar av ulike mediestøtteordningar. Dette vil eit nytt senter kunna ta ansvar for, m.a. ved å koordinera den medieøkonomiske forskinga som alt føregår og utvikla prosjekt som kan gi nasjonale aktørar handlingsretteleiarande kunnskap i ei tid med radikale endringar. Konsekvensar av internasjonal konkurranse – inklusive søkemotorar og ”feeds” - for nyheitsmediene sin økonomi, kan nemnast som eitt av mange område det hastar å få meir kunnskap om. Heilskapelege studiar av t.d. film-, kringkastings- eller pressepolitikken, krev ulike kompetansar og må byggja på økonomiske, statsvitskaplege og estetiske perspektiv og metodar.

Når det gjeld punkt c) ”Mediebruk”, er det eit faktum at det føreligg omfattande datamengder om mediebruk, innsamla både til offentleg og kommersiell bruk, men desse er i stor grad underanalyserte. Kulturdepartementet betalar i dag for gjennomføringa av Norsk mediebarometer, men desse dataene vert i hovudsak presentert i rapportar med enkle fordelingar som gjev informasjon om bruk av ulike medier år for år. Desse dataene har potensial for langt meir avanserte analysar av endringar i mediebruk, spesielt sett i lys av overgangen til bruk på digitale plattformer. Om ein også kunne supplert med innkjøpte data frå TNS Gallup sine omfattande undersøkingar, ville analysar av mediebruk kunna få eit nødvendig kvalitetsløft. I Grund-utvalet sin rapport verkar det som om ein forvekslar statistikkproduksjon med mediebruksforskning. Meir finsikta analysar av mediebruksendringar vil gje eit betre kunnskapsgrunnlag for politikkkutforming med sikte på å realisera mediepolitiske mål på dette området. Oppslaget ”Medieproduksjon og –konsum på ulike plattformer – konsekvensar for innhald, kvalitet og medienes samfunnsrolle” vil her vera eitt døme på forskning som kunne dra nytte av meir avanserte mediebruksstudiar og statistiske analysar.

Også når det gjeld organisering, er rapporten langt grundigare og meir detaljert i omtalen av ”Senter for kultur” enn av dei andre forskingssentra. Mykje av det som vert sagt om føresetnader, legitimitetsomsyn og innretning i omtalen av eit senter for kulturforskning under pkt. 5.2.5, er også relevant for forskingsorganiseringa innan dei andre områda.

Rapporten tilrår ein sentermodell, ”fortrinnsvis tilknyttet ett eller flere av de eksisterende universitetsmiljøene” (5.2.4.), orientert om programforskning. Slik kan departementet definera satsingsområde, samtidig som det sikrar uavhengig forskning. Instituttet sluttar seg til rapporten i dette spørsmålet. Ei slik organisering vil óg sikra at kompetansegrunnlaget er på plass frå oppstarten, ein får tilgang til yngre forskartalent, samstundes som ein sikrar kontinuitet. Vidare vil eit senter kunne leggja til rette for tverrfagleg forskning gjennom samarbeid på tvers av disiplinær, t.d. mellom fagområde som medievitskap, økonomi, politikk og juss, noko som vil vera viktig for den typen forskning som vi peikar på ovanfor.

Om forskningsformidling blir det sagt om ”Senter for kultur” at det må ”kunne tillegges oppgaver innenfor forskningsformidling, tilrettelegging av møteplasser, tilgjengeliggjøring av forskningsresultater nasjonalt og internasjonalt, etc.” Slike oppgåver må også sentra for idrett og medier kunna ta på seg. Innan mediefeltet spelar *MedieNorge* alt ei viktig rolle, særleg når det gjeld formidling av statistikk, kunnskap om endringar i eigarskapsstruktur, mediepolitikk, mv. Formidlinga og tilgjengeleggjeringa av nasjonal og internasjonal medieforskning er imidlertid mangelfull og kan forbetrast. Eit godt utgangspunkt for ei meir

aktiv forskingsformidling er det nordiske dokumentasjonssenteret for medieforskning, *NORDICOM*. *NORDICOM* har etablert ein omfattande database med referansar til norsk og nordisk medieforskning, men verken *NORDICOM* (eller Rådet for anvendt medieforskning, RAM) tilbyr strukturerte oversyn over ulike forskingsfelt. *NORDICOM* manglar òg ressursar til aktiv spreiding og formidling av forskingsresultat. Eit utvida samarbeid med *MedieNorge* og ressursar til meir løpande kontakt med relevante forskingsmiljø og –institusjonar, vil kunna betra den interne kommunikasjonen i forskingsfellesskapen og ikkje minst gje betre sørvis til politikarar, forvaltning og andre etterspørjarar av forskingsresultat. Ein formidlings- og tilretteleggingsfunksjon, organisert langs desse linene, bør leggast til det føreslegna senteret for medieforskning, uansett lokalisering. Eit senter vil bidra til å få fram betre og meir strukturert informasjon som vil letta tilgangen til mediepolitisk relevant forskning.

Ei slik styrking av formidlingsfunksjonen, saman med framlegga til utviding av ansvarsområdet til og forskingsoppgåvene for eit nytt forskingssenter for mediefeltet, bør sjølvsagt gjenspeglast i ressursrammene og basisfinansiering av eit slik senter.

Leif Ove Larsen  
Professor  
Instituttleder

Karl Knapskog  
Universitetslektor

Bergen 22.10.2012