



Samfunnsoppdrag i forvitring?

En analyse av sjangermangfold og programleggingsteknikker i NRK og TV2 på lineær-tv og strømme-tv.

Public mission in deterioration?

An analysis of programming and genre diversity in the linear-TV and streaming-TV offers of the Norwegian public broadcasters

Hendrik Storstein Spilker

Professor, Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU

hendrik.spilker@ntnu.no

Magnus Kongshaug Johannessen

Masterstudent, Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU

magnuskjoh@hotmail.no

Ewa Morsund

Stipendiat, Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU

ewa.morsund@ntnu.no

Sammendrag

Denne artikkelen er et bidrag til studiet av allmennkringkasternes endrete rolle og posisjon i det nye tv-landskapet. Gjennom sendeflateanalyse/grensesnittsanalyse sammenlignes programlegging og sjangermangfold hos allmennkringkasterne NRK og TV2 på lineær-tv og strømme-tv. Studien viser at kringkasterne har etablert en klar arbeidsdeling mellom lineært tilbudet og strømmetilbudet. De lineære kanalene er i større grad preget av samfunnsorientering og underholdning, mens på strømmeplattformene dominerer fiksjonsstoff. Det er også en nedprioritering av kultur, undervisningsstoff og innhold for barn på strømmeplattformene. Funnene diskuteres opp mot spenninger og motsetninger i formuleringene av kringkasternes samfunnsoppdrag. Det argumenteres for at tolkningene som dagens praksiser representerer, er problematiske på flere nivåer, og en både tydeligere regulering og mer ambisiøs praktisering av samfunnsoppdragsforpliktelsene etterlyses.

Nøkkelord

allmennkringkasting, samfunnsoppdrag, lineær tv, strømmeplattformer, sjangermangfold, programlegging, sendeplananalyse, grensesnittanalyse

Abstract

This paper contributes to research on the changing role and position of traditional public service broadcasters within the TV landscape. We examine scheduling of both linear TV and streaming TV to compare programming techniques and genre diversity in Norway's two public service broadcasters, NRK and TV2. The study identifies a clear division of labor between linear TV and streaming TV. The linear channels are characterized to a greater extent by the genres of current affairs and entertainment, while fiction dominates streaming platforms. They are also marked by an underprioritizing of culture, educational content and content for children. The findings are discussed against tensions and contradictions in the formulations of broadcasters' public missions. It is argued that the interpretations that

today's practices represent are problematic on several levels, and both clearer regulations and a more ambitious application of the public mission are called for.

Keywords

public service broadcasting, public service media, public mission, linear tv, streaming platforms, genre diversity, interface Analysis, programming

Introduksjon

I løpet av forrige tiår etablerte strømme-tv seg som et betydningsfullt alternativ til tradisjonell lineær-tv. Eksperimenter og utforskning av bruk av Internett til formidling av audiovisuelt innhold hadde da allerede pågått lenge (Spilker, 2005). Mange etablerte tv-kanaler, deriblant NRK og TV2, hadde begynt å publisere smakebiter og enkeltprogrammer av innholdet sitt på egne nettsider, samt på videodelingstjenester som YouTube og sosiale medier som Facebook (Ihlebak, Syvertsen & Ytreberg, 2011). Med etableringen av Netflix og HBO i Norge 2012 ble det imidlertid klart at internettbasert strømme-tv ville utvikle seg til en direkte konkurrent til tradisjonell lineær-tv. Tradisjonelle allmennkringkasteres motsvar til den endrete konkurranse-situasjonen har vært stadig sterkere tilstedeværelse på nett og økt satsning på utvikling av strømmeløsninger (Evens & Donders, 2018; Johnson, 2019; Bruun, 2020).

Denne artikkelen er et bidrag til forskningen som studerer allmennkringkasterens endrete rolle og posisjon i det nye tv-landskapet. Det vil den primært gjøre gjennom å studere hvordan innholdstilbud og innholdspresentasjon har utviklet seg de senere årene. Vi har gjennomført en sendeflateanalyse (eller programleggingsanalyse) der vi sammenligner NRKs og TV2s tilbud på lineær-tv og strømme-tv, og det sentrale forskningsspørsmålet vårt har vært: *Hvordan skiller allmennkringkasterens strømme-tilbud seg fra deres «ordinære» lineær-tv tilbud?*

Utviklingen av strømme-tv er bare den siste av flere store transformasjoner som fjernsynstilbudet i Norge har gått gjennom i de seksti årene vi har hatt riksdekkende fjernsyn i Norge. Vi kan dele denne historien inn i fire faser ut fra de mest betydningsfulle av disse transformasjonene: monopolfasen (1960–1992), flerkanalfasen (1992–2007), mangekanalfasen (2007–2015) og plattformproliferasjonsfasen (2015–) (inndelingen blir utdypet senere). Den har vært utført sendeflateanalyser av tv-tilbudet til NRK og TV2 i hver av de tre foregående fasene – Syvertsen i 1988 og 1993 (Syvertsen, 1997) og Ihlebak i 2008 (Ihlebak et al., 2011). Vi har ønsket å ha muligheten til å sammenligne funnene våre med disse undersøkelsene og har derfor brukt samme koding på f.eks. sjangertyper og sendetidsinndeling (se metodedel).

Denne komparative muligheten er ikke minst viktig for å kunne adressere spørsmål knyttet til allmennkringkasterens legitimering. En motivasjon for undersøkelsen vår har vært å studere programtilbudet på de ulike plattformene i lys av allmennkringkasterens såkalte samfunnsoppdrag. Begrepet allmennkringkaster går tilbake til etableringen av offentlige kringkastingsmonopoler i de fleste europeiske land på 1920- og 1930-tallet. Senere har begrepet blitt brukt til å karakterisere ikke bare offentlige, men også private kringkasterer med særlige forpliktelser (Storsul, 2008).

I politisk og regulatorisk sammenheng er det siden 1992 to fjernsynshus som har status som allmennkringkasterer i Norge: NRK og TV2. Som allmennkringkasterer har de fått visse privilegier, men som motytelse måtte innfri bestemte forpliktelser. Privilegiene var i utgangspunktet knyttet til eksklusiv tilgang til den begrensede frekvensbredden i det analoge bakkenettet. Denne fordelingen har falt bort med digitaliseringen, og privilegiene er nå utelukkende av økonomisk art: for NRKs del frem til i år lisensfinansieringen, nå fra 2020 en ny finansieringsmodell med direkte beskatning. Samtidig har de politiske myndighetene

ønsket å beholde en kommersiell allmennkringkaster som motvekt til NRK, og fra 2015 mottar TV2 (gjennom åremålsfestet konsesjon) et statlig tilskudd i bytte for bestemte forpliktelser (Enli & Syvertsen, 2017).

Forpliktelsene som NRK og TV2 har, omtales ofte som deres samfunnsoppdrag. Samfunnsoppdraget er nedfelt i fremforhandlede statuetter og pålegg som kringkasterne er forpliktet til å følge «i bytte for» den økonomiske driftsstøtten. De har dels form av generelle prinsipper for innholdsproduksjonen – at de skal underbygge og fremme demokratiet og den nasjonale identiteten gjennom aktualitet, kvalitet og bredde i innhold og allmenn tilgjengelighet. Dels er de nedfelt som mer konkrete krav – som eksempelvis om andel norsk-produsert innhold, andel programmer på nynorsk, daglige nyhetsendinger, innhold og tilrettelegging for spesifikke seergrupper. Omfang og typer av forpliktelser er, naturlig nok, ikke de samme for NRK og TV2; bl.a. gjelder jo som kjent reklameforbudet kun for NRK, og TV2 kan ta betalt for visning av visse typer innhold. Vi kommer nærmere tilbake til NRKs og TV2s samfunnsoppdrag i neste del.

Overgangen til mangeplattformpublisering har imidlertid skapt betydelige tolkningsutfordringer i forhold til utforming av samfunnsoppdraget. I den internasjonale forskningslitteraturen har det blitt en viss konsensus for å snakke om «public service media» i stedet for «public service broadcasting», for å kunne dekke det utvidete sett av oppgaver allmennkringkasterne nå har fått, og de nye måtene innhold produseres og tilgjengeliggjøres på (Moe, 2010; Lotz, 2018; Bulck & Moe, 2019). I dette ligger en anerkjennelse av at publisering av nettbaserte plattformer går utover og er annerledes enn det som tradisjonelt omfattes av kringkastingsbegrepet.

Allerede i stortingsmeldingen «Kringkasting i en digital fremtid» fra 2007 (St.meld. nr. 30 (2006–2007)) slås det for NRKs del fast at allmennkringkastingsoppdraget utvides fra kringkasting gjennom radio og tv til å omfatte alle viktige medieplattformer. TV2 har fått en friere rolle i utviklingen av nettilbudet sitt, idet den økonomiske støtten kringkasteren mottar, er knyttet kun til formidlingen av lineær-tv. Og som Storsul noterer: «Hva som skulle utgjøre innholdet i allmennkringkastingstilbudet på nett, var knapt berørt... (D)et ville være urealistisk å forvente klare krav til hva allmennkringkastingas innhold bør være på nye plattformer der sjangre og bruksmåter fortsatt er under utvikling» (2008, s. 51).

Dette har preget styringssignalene siden også: Kravene til hvordan NRK og TV2 skal løse samfunnsoppdraget på nettbaserte plattformer, har generelt inneholdt løsere formuleringer og større handlingsrom enn for tv og radio – men samtidig med klare forventninger til at de vil gjøre det på gode måter. En sentral motivasjon for studien vår har vært å studere og diskutere hvordan NRK og TV2 i praksis har tolket oppdraget sitt og utviklet tilbudet sitt på de nye strømeplattformene. Vi har videre også vært interessert i å se på om utviklingen av et strømmetilbud har ført til noen endringer i innholdet i lineær-tv-tilbudet til allmennkringkasterne, for å få et helhetlig bilde av følgene av plattformutviklingen. Vi kan dermed utdype artikkelens forskningsspørsmål med følgende fire underspørsmål:

- Hvordan skiller allmennkringkasternes lineært tilbud seg i dag fra hvordan det var før strøme-tv ble etablert?
- Hva karakteriserer allmennkringkasternes strømmetilbud, og hvordan skiller dette seg fra lineært tilbudet?
- Kan vi identifisere noen slags arbeidsdeling mellom lineær-tv og strøme-tv (slik det eksisterer mellom de ulike lineær-kanalene), og hva baserer denne seg eventuelt på?
- Hva slags tolkning av samfunnsoppdraget representerer dagens praksiser?

Analysen denne artikkelen bygger på, er en sendeflateanalyse av NRKs og TV2s samlede tilbud på lineær-tv-kanalene og strømsplattformene over to uker i februar 2019. Denne vil bli sammenholdt med Ihlebæk et al. (2011) og Syvertsens (1997) tidligere analyser for å svare på spørsmål 1, som utgjør første del av analysen. Andre del av analysen svarer på spørsmål 2, mens spørsmål 3 og 4 blir behandlet i diskusjonsdelen. Først nå følger en teori-del der artikkelens sentrale begreper blir drøftet, samt en metoderedegjørelse.

Nøkkelbegreper

For å kunne gjennomføre analysen og diskusjonen vi legger opp til, er det seks begreper som trengs å presiseres og utdypes: *lineær-tv*, *strømme-tv*, *programlegging*, *sjangermangfold*, *allmennkringkasting* og *samfunnsoppdrag*.

Lineær-tv er den tradisjonelle distribusjonsformen for tv-innhold, der tv-innhold leveres gjennom tv-kanaler, i en kontinuerlig strøm ordnet i fastlagte intervaller langs en tidsakse. De senere årene har vi sett – utvilsomt tilskyndet av strømmeksplosjonen – at det har blitt utviklet stadig nye og mer fleksible løsninger for håndtering av lineær-tv-signaler. Via dekoderbokser tilbys brukerne i dag funksjonalitet som tidsforskyvning, opptak, tilgang til ukesarkiv og utvalgt på-etterspørsel-innhold – løsninger som har gjort at de via de tradisjonelle tv-signalene får en god del av funksjonaliteten og fleksibiliteten som strømmeløsninger har. Det er imidlertid i vår sammenheng viktig å huske på det er kabel- og satellittselskapene som har vært pådrivere for og er leverandører av den utvidete funksjonaliteten. Tilbudet som leveres fra kringkasterne, er *linearity-as-usual*, den kontinuerlige strømmen av innhold i programmert rekkefølge gjennom døgnet.

I setningen over brukte vi ordet «strøm» om lineær-tv, og på mange måter er det jo lineær-tv som per i dag leverer de kvalitetsmessig sett beste strømmene av audiovisuelt innhold. For å skille strømme-tv fra lineær-tv er det dermed viktig at vi legger til grunn en definisjon av *strømme-tv* som tydelig skiller denne distribusjonsformen fra den lineære (med alle dens utvidelser). Strømming vil vi derfor definere som overføring av innhold som er lagret og blir prosessert på en fjerntliggende server, der innholdet bare midlertidig blir lagret i korttidsminnet på mottagerens enhet. Sentralt er det at overføringen skjer via digitale nettverk basert på TCP/IP, den underliggende kjerneprotokollen for all internettrafikk. Grunnprinsippet for TCP/IP er kjent som «pakkesvitsjing», som betyr at innholdet ikke overføres som jevne, kontinuerlige strømmer på åpne, ubrutte linjer (som tradisjonell kringkasting eller telefoni), men i små, sekvensielle pakker som blir lukket under transporten og gjenåpnet hos mottager (som tradisjonell brevpost). Vi har alle antagelig opplevd baksiden med denne løsningen: strømmer som henger og fryser når vi minst ønsker det. Men det er også dette prinsippet som er grunnlaget for populariteten til strømme-løsninger: mulighetene for tidsskifting og på-etterspørsel-overføring, tilgang til enorme arkiver med innhold og ubegrenset antall «kanaler», og bruken av mange ulike typer enheter på mottagersiden (Lotz, 2018; Spilker & Colbjørnsen, 2020).

Som nevnt kan sendeflaten betraktes som grunnarkitekturen til lineær-tv, og *programleggingsteknikker* handler om hvordan man porsjonerer, setter sammen, kombinerer og presenterer innhold der (se f.eks. Enli et al., 2010). To av nøkkelbegrepene i programlegging er horisontal flyt og vertikal flyt. *Horisontal flyt* handler om at samme program – f.eks. en nyhetsending eller serieepisode – sendes på samme tidspunkt dag etter dag eller uke etter uke. *Vertikal flyt* handler om å skape gjenkjennelighet gjennom tv-dagen – at program plasseres slik at de følger et mønster som potensielt skal holde på seerne samtidig som det tas hensyn til en viss forskyvning i seergrupper mellom ulike tidspunkt. «Gullrekka» til NRK

på fredager er det hyppigst brukte eksempelet på vellykket vertikal flyt i norsk sammenheng – et suksessformular som kun har gjennomgått forsiktige modifiseringer gjennom over tjue år. *Beste sendetid* er et viktig begrep i sammenheng med lineær-tv. Sen ettermiddag og kveld er de timene som samler flest seere, og det potensielt mest populære tv-innholdet plasseres her. *Inngangsprogram* («lead-in program» på engelsk) er programmene kringkasterne plasserer i begynnelsen av beste sendetid for å fange seere til kanalene, mens *signaturprogram* er programmene med aller størst seerpotensial som gjerne plasseres midt i tv-kvelden og kan tiltrekke seere både før og etter.

For strømme-tv innebærer programlegging litt andre typer utfordringer, men er definitivt ikke mindre relevant. Innholdsbegrensningene som man må forholde seg til i lineær-tv, er i praksis borte, men nye utfordringer er knyttet til å finne frem. Hesmondhalgh og Lotz (2020) argumenterer for at *åpningsgrensesnittet* på strømmetjenestene dermed får mye av samme posisjon og betydning for strømme-tv som sendeflaten for lineær-tv. Selv om brukerne teoretisk kan velge akkurat hva slags innhold som måtte passe dem av det som finnes i arkivet, har det vist seg at presentasjonen av innhold har svært stor betydning. Kort sagt, desto lettere et innhold er å finne, desto oftere blir det valgt (Bennett, 2018).

Maasø & Spilker (upubl.) har identifisert seks innholdsplasseringsteknikker som strømmeplasseringer bruker: topping, fronting, eventisering, aktualisering, strømmestrømming og kontekstualisering. *Topping* og *fronting* er strømmetjenestenes variant av «beste sendetid»: prioritert plassering som blikkfang sentralt på åpningssiden eller blant de første i en (horisontal eller vertikal) menyliste. *Eventisering* og *aktualisering* er teknikker for å prøve å fange seere med innhold knyttet til bestemte (selvskapte eller eksterne) hendelser eller aktuelle temaer i tiden. *Strømmestrømming* er en funksjon som virker innover i tjenestene, med automatisk avspilling av f.eks. neste episode av en serie eller av annet «lignende» innhold. *Kontekstualisering* i form av lister basert på stemning eller aktivitet finner vi ikke direkte i vårt materiale, men en ekvivalent er *sjangerorganisering* av innhold.

Dette bringer oss over på vårt neste nøkkelbegrep: *sjangermangfold*. Sjangermangfold er et sentralt element i forhold til programlegging. Spesielt for allmennkringkastere, hvis legitimitet er knyttet til deres rolle som informasjons- og kulturformidlere og der bredde i innhold og tilbud til ulike brukergrupper er en del av forpliktelsene (Jackson, 2018; Puttnam Report, 2018). I denne artikkelen følger vi en etablert sjangerinndeling som bl.a. ble brukt av Syvertsen (1997) og Ihlebæk et al.s (2011) sendeflateanalyser, og som i hovedsak gjenfinnes i TV2 og NRKs egne inndelinger. Sjanger er her delt inn i syv hovedtyper: 1) samfunnsorientering, 2) kultur og undervisning, 3) lett fakta, 4) sport, 5) underholdning, 6) fiksjon, og 7) barn og ungdom.

I siste del av denne teoretiske gjennomgangen av analysens nøkkelbegreper må vi gå enda litt nærmere inn på begrepene *allmennkringkasting* og *samfunnsoppdrag*. Vi har allerede i introduksjonen vært innom hvordan definisjonene av allmennkringkastere og styringssignalene for dem har endret seg med medieutviklingen. Både begrepet «allmennkringkaster» og begrepet «samfunnsoppdrag» har vært kritisert for å være upresise og flytende (Storsul, 2008). Moe (2010) fremhever at dette definisjonsrommet heller bør forstås i positiv forstand – som dynamiske begreper som har forandret innhold i takt med at først radio og senere fjernsynsinnhold har gjennomgått så vel teknisk utvikling som endret politisk og samfunnsmessig betydning.

I tråd med Pinch og Bijker (1987) kan vi si at begrepene har en viss «fortolkningsmessig fleksibilitet». Det gjelder ikke bare hvordan de har blitt fortolket og utformet gjennom påleggene og styringssignalene fra offentlige reguleringsmyndigheter, men også for hvor-

dan kringkasterne selv velger å løse forpliktelsene sine. Det ligger f.eks. potensielle spenninger mellom flere av punktene i NRK-plakaten, eksempelvis mellom formuleringen om at NRK skal «medvirke til at hele befolkningen får tilstrekkelig informasjon til å kunne være aktivt med i demokratiske prosesser» og «nå bredest mulig ut med sitt samlede programtilbud» (NRK, 2018).

Bulck og Moe (2019) skiller mellom to modeller for hvordan allmennkringkastere har forsøkt å løse samfunnsoppdraget sitt. Den ene kaller de *universell appell-modellen*. Universell appell-modellen er karakterisert ved «en-størrelse-passer-alle»-programlegging, der sendeplaner og programinnhold er rettet inn mot å treffe bredest mulig. Denne formen for tolkning av samfunnsoppdraget var typisk i monopolfasen, men ble siden i stigende grad utfordret av konkurransen fra kommersielle kringkastere som skreddersydde innholdet sitt mot spesifikke seergrupper og nisjer i markedet. Dermed kom allmennkringkasterne til å utvikle en alternativ modell for løsning av oppdraget, *for hver spesifikk smak-modellen*. I denne modellen løses ikke samfunnsoppdraget nødvendigvis gjennom å lage innhold av generell interesse. Forventningene om å formidle «tilstrekkelig informasjon» til deltagelse i demokratiske prosesser vil f.eks. kunne løses med forskjellige typer innhold til ulike aldersgrupper. Samfunnsoppdraget løses, som Bulck og Moe skriver, «across the full portefolio of services, some of them specialized or tailored for specific audiences, adding up to a more extended and comprehensive range of services» (2019, s. 878).

I flerkanal- og mangekanalfasene kom denne tilnærmingen til å delvis fortrenge «universell appell-modellen». Både NRK og TV2 etablerte flere kanaler med hver sin profil. NRK1 ble mer rendyrket for generelt nyhets-, underholdnings- og sportsinteresserte, NRK2 for kultur- og dokumentarinteresserte, og NRK3 for yngre seergrupper og serieinteresserte. Tilsvarende siktet TV2 generelt mot et yngre publikum enn NRK, med en dreining mot kvinnelige seere med TV2 Hovedkanalen og mannlige seere med TV2 Zebra, og dessuten egne kanaler for spesielt nyhetsinteresserte, TV2 Nyhetskanalen, livsstilsinteresserte, TV2 Livsstil og tre for sportsinteresserte, nemlig TV2 Sportskanalene. Bulck og Moe (2019) påpeker imidlertid at allmennkringkasterne har høstet kritikk for «for hver spesifikk smak-modellen» – at de har brukt det som en unnskyldning for å erstatte et kulturspreder-folkeopplyser-rasjonale med et kommersielt-konkurransepreget rasjonale.

Hvordan kan NRK og TV2s satsninger på strømme-tv forstås i lys av disse to modellene? Med utgangspunkt i studier av britiske BBC hevder Grainge og Johnson (2018) at strømme-tv fikk en mye mer selvstendig rolle utover 2010-tallet – den beveget seg fra å være «catch-up tv» til «online tv». En sentral del av denne nyorienteringen var å tilby ulike brukere og brukergrupper mer personaliserte og tilpassete opplevelser – eksklusivt online-tilbud, spesialkuratert programmering, «tilfeldige oppdagelser» og «innover-reiser» både i BBCs arkiver og til andre kvalitetsressurser. I motsetning til en slik «for hver spesifikk smak»-orientering finner Bruun (2018; 2020) i sine studier av den danske, kommersielle allmennkringkasteren TV2 at den nye arbeidsdelingen mellom lineær-tv og strømme-tv som er i ferd med å etableres, paradoksalt nok styrker TV2s lineære hovedkanal sin rolle som premiss for programutvikling og fokus for profilering sammenlignet med i flerkanal- og mangekanalfasene – det har altså blitt mer «mainstreaming» og «universell appell-programmering». Hvilken vei har NRK og (norske) TV2 gått?

Metode

I denne artikkelen baserer vi oss på sendeflateanalyse. Williams (1974) var den første til å peke på sendeflatens sentrale betydning for å forstå de unike karakteristikene ved tv-

mediet og gjennomføre komparative analyser av programlegging og sjangermangfold. Utover 1980- og 1990-tallet ble metoden systematisert og brukt til å sammenligne programleggingsteknikker i ulike land (Ihlebak et al., 2011). I Norge er det som nevnt brukt identisk variabelkoding i tre tidligere sendeflateundersøkelser i 1988, 1993 og 2008 (Syvertsen, 1997; Ihlebak et al., 2011). Disse tre undersøkelsene dekker hver av de tre foregående fasene i tv-mediets utvikling. Vår ambisjon har altså vært å gjøre det tilsvarende for den nåværende tv-fasen, plattformproliferasjonsfasen.

Datainnsamlingen ble, som i de foregående undersøkelsene, foretatt over en to-ukers periode – fra 1. til 14. februar 2019. For analysen av lineær-tv brukte vi to hovedvariabler: sendetidspunkt og sjangertype. Sendetidspunkt ble delt inn i fire: formiddag (06.00–12.00), ettermiddag (12.00–19.00), beste sendetid (19.00–24.00) og natt (24.00–06.00). I denne artikkelen bruker vi bare dataene fra beste sendetid, men en utvidet analyse finnes i Johannessen (2019). Sjangertype følger inndelingene og spesifiseringene som er brukt i de tidligere undersøkelsene (se forrige avsnitt, samt Ihlebak, 2011, s. 228, for utdypning).

Analysen av programleggingen i strømme-tv er mer nybrottsarbeid. Vi har hentet inspirasjon fra Hesmondhalgh og Lotz (2020) påpekning av åpningsgrensesnittets sentrale betydning. Lobato (2017) og Burgess og Greens (2018) analyser av innholdspresentasjon i grensesnittene til henholdsvis Netflix og YouTube er så vidt vi kjenner til to av få tidligere empiriske studier som ligner på det vi har gjort. Vi har registrert alt innhold som er presentert i åpningsgrensesnittet og tilgjengelig der via horisontal eller vertikal scrolling (uten å måtte klikke). Totalt gjennom registreringsperioden utgjorde dette 573 enheter for nrk.tv og 675 for tv2.sumo.¹ Hver av disse har fått utgangsverdien en. I begrepsdiskusjonen tidligere argumenterte vi for at «topping» og «fronting» er strømmetjenestens variant av «beste sendetid»: Enheter/innhold som kringkasterne har gitt prioritert plassering som blikkfang sentralt på åpningssiden eller blant innholdet som er synlig uten scrolling i menylinjen under, har vi valgt å gi to «plusspoeng», altså kode dem med verdien tre. Dette er en grov skala, men vi valgte den for å gjøre den store mengden data håndterbar.

Vi ønsket også å studere i hvor stor grad kringkasterne skiftet ut innhold i strømmetjenestene, og var derfor inne to ganger daglig, kl. 12.00 og 20.00, for å registrere utskiftninger. For tv2.sumo sin del har vi i tillegg studert forhold mellom fritt og betalt innhold.

Sjangermangfold og programleggingsteknikker i lineær-tv

Den følgende analysen er bygget opp som en to-trinns rakett: Vi skal først se på den diakrone utviklingen av programtilbudet i lineær-tv, som bakteppe for den følgende synkron sammenligningen av lineær- og strømme-tv-tilbudet. Den nåværende fasen i tv-mediets utvikling har vi valgt å kalle plattformproliferasjonsfasen (2015–i dag). Vi har argumentert for at den kan sees som den fjerde fasen som det riksdekkende fjernsynstilbudet i Norge har gått gjennom i løpet av de seksti årene det har eksistert, etter monopolfasen (1960–1992) som startet med etableringen av NRK, flerkanalfasen (1992–2007) som er datert fra opprettelsen av TV2, og mangekanalfasen (2007–2015) som er datert fra etableringen av det digitale bakkenettet. Ved hjelp av de tidligere undersøkelsene til Syvertsen (1999) og Ihlebak et al. (2011) kan vi få et innblikk i hvordan programtilbudet har endret seg gjennom disse fasene. Tabellen nedenfor viser sjangerfordeling i beste sendetid gjennom de fire fasene for hovedkanalen NRK1 og TV2 Hovedkanalen.

1. Første registreringsdag var det 266 enheter (programikoner) på nrk.no og 170 på tv2.sumo, gjennomsnittlig skiftet nrk.no 22 og tv2.sumo 36 enheter pr. dag.

Tabell 1: Sjangermangfoldet i sendeflaten til NRK1 og TV2 Hovedkanalen i beste sendetid. Utvikling over tid. Prosent.

Sjanger	NRK1				TV2 Hoved		
	1988	1993	2008	2019	1993	2008	2019
Samfunnsorientering	32	35	34	40	18	19	13
Kultur og undervisning	21	12	6	5	1	1	–
Lett fakta	8	10	16	5	8	2	6
Sport	5	3	1	9	8	20	5
Underholdning	6	17	18	23	25	28	51
Fiksjon	26	21	25	18	39	31	25
Barn og ungdom	3	3	-	-	-	-	-

For NRKs del kan vi kan legge merke til følgende: Mens sjangeren «samfunnsorientering» – nyheter, debatter, aktualitet – bare har styrket sin posisjon gjennom de fire fasene, har andelen «kultur og undervisning» – kultur, vitenskap, livssyn – gått fra å være en betydelig til en marginal del av tilbudet. Lett faktastoff – forbruker, helse, livsstil – har hatt en berg-og-dalbane-tilværelse, med størst popularitet på 2000-tallet. Sportsandelen har også svingt, men her er det nok mer sesongvariasjoner enn trender som forklarer utviklingen.² Et svært påfallende trekk er hvordan underholdningsandelen – talkshow, konkurranse, reality, komikk – gikk bratt opp da NRK fikk konkurranse fra TV2 og siden bare har fortsatt å øke. Fiksjonssjangeren – serie, sitcom, film, drama – har hatt en jevnt sterk posisjon hele tiden, men med noe nedgang de senere årene.

TV2 markerte seg fra starten med en annen profil enn NRK. Vi ser at de har hatt en betydelig lavere andel samfunnsorientert innhold enn NRK, og kultur- og undervisningsprogrammer er så godt som fraværende. Som hos NRK er det svingninger opp og ned i andelen «lett fakta» og «sport». Vi vet ikke helt hvorfor andelen sport var så høy som 20 % i 2008. Innsamlingsperioden var da i oktober, så sannsynligvis var det fotballsendinger som da ble sendt åpent i beste sendetid før TV2 hadde etablert betal-tv-løsningene sine for alvor. Underholdningsandelen har hele veien utgjort en betydelig større andel enn for NRK og utgjorde faktisk over halvparten av sendingene i vårt materiale. TV2 startet opp med slagordet «Norsk seriemester», og fiksjonsdelen utgjorde i 1993 nesten 40 % av innholdet i kanalen. Det utgjør fremdeles en betydelig andel, men viser en fallende tendens, noe Enli og Syvertsen (2017) plausibelt forklarer med at slikt innhold har fått mindre verdi for TV2 med eksplosjonen i kanalantallet og etableringen av strømmeplassformer der mange spesialisierer seg i samme type innhold.

I dag har NRK1 dyrket og styrket samfunnsorienteringsprofilen til NRK1, spesielt på ukedagene, mens de i helgene har mye familieunderholdning. TV2 Hovedkanalen har gått en litt annen vei det seneste tiåret. Samfunnsorienteringsstoffet er i dag stort sett begrenset til nyheter. Samtidig har også satsninger på (dyrt innkjøpte utenlandske) serier blitt tonet ned til fordel for (egenprodusert/norskprodusert) underholdning. Både NRKs styrking av samfunnsorienteringsprofilen og TV2s tilsvarende av hjemmedyrket underholdning er det

2. I løpet av vår datainnsamling pågikk NM på ski. Vi forserte faktisk datainnsamlingen med to uker for å styre klar av siste halvdel av februar, da det ble arrangert VM i fem vinteridretter samtidig. Andelen sport varierer så mye ut fra begivenheter at å finne en representativ periode ikke lett lar seg gjøre.

naturlig å se som svar på det endrete konkurransebildet kringkasterne har blitt stilt overfor det seneste tiåret, ikke minst utviklingen av nettbaserte strømmeplattformer.

Før vi konkluderer noe videre om kringkasternes lineærprofil, må vi se på et par andre trekk ved tilbudet. Både NRK og TV2 drifter flere andre kanaler i tillegg til hovedkanalene, og tabellen nedenfor viser sjangerfordelingen i disse.³

Tabell 2: Sjangermangfoldet i NRK og TV2s ulike kanaler i beste sendetid. Prosent.

Sjanger	NRK1	NRK2	NRK Super/3	TV2	TV 2 Zebra
Samfunnsorientering	40	31	3	13	34
Kultur og undervisning	5	28	7	-	1
Lett fakta	5	10	13	6	3
Sport	9	17	4	5	3
Underholdning	23	5	19	51	33
Fiksjon	18	9	39	25	26
Barn og ungdom	-	-	16	-	-

Tabellen viser tydelig hvordan målgruppetenkningen, som ble mye sterkere med utvidelsen av antallet kanaler (Ihlebak et al., 2011), gir seg utslag i sjangerfordelingen. NRK2 er kanalen der NRK plasserer stoff for kultur- og dokumentarinteresserte, ofte innhold med mer nisjepreg og antatt lavere generell interesse enn det som sendes på NRK1. Mens barnekanalen NRK Super, som sender frem til 19.30, og NRK3, som overtar derfra, tar seg av innhold siktet inn mot de yngre seergruppene og de serieinteresserte. Tilsvarende har TV2 Zebra er mer «maskulin» profil enn TV2 Hovedkanalen, med action- og krimdokumentarer som «Alarm 112» og «Åsted Norge», bilprogram som «Top Gear» og naturprogram som «Ødemarkens menn».⁴

Vi mener at vi ser tendenser til at målgruppetenkningen er blitt noe mer utvannet nå enn for ti år siden – at nummer 2- og 3-kanalene blir mer brukt som rene avlastings- og resirkulasjonskanaler. Det har blitt større «klasseforskjeller» mellom prioritert innhold og annet innhold hos kringkasterne. I beste sendetid hos hovedkanalene finner vi dyrt og eksklusivt toppinnhold, og bevisst programlegging med omsorgsfull horisontal og vertikal flyt. Utenfor beste sendetid og i søskenkanalene finner vi samtidig mye gjenbruk, repriser og rimelig innkjøpt importinnhold (men også rom for eksperimentering og utprøving av nye konsepter) (se Johannessen, 2019 for utdyping).

Sjangermangfold og programleggingsteknikker i strømme-tv

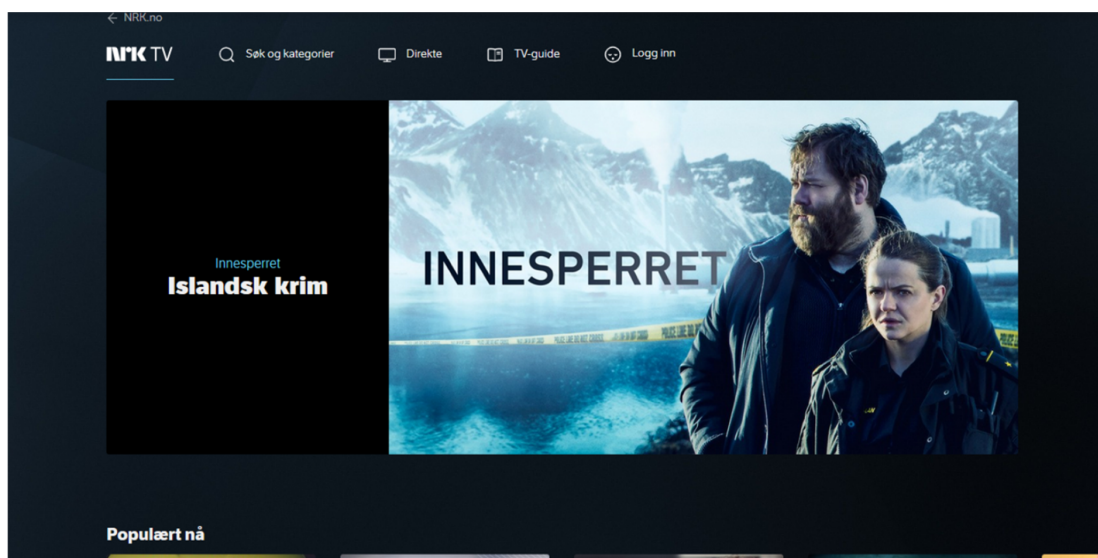
I teoridelen argumenterte vi for at *åpningsgrensesnittet* til strømmetjenestene kan sees som disse tjenestenes svar på «beste sendetid» (jfr. Hesmondhalgh & Lotz, 2020), og det er altså disse vi har analysert. Vi skal i det videre bare kalle dem «forsiden». Et kompliserende element ved forsideanalyse er at disse kan gis forskjellig utforming til ulike enheter. For eksempel har forsiden på mobilappen til NRK noe færre valgmuligheter enn grensesnittet for PC (mangler eget ikon for programoversikt), samtidig som det naturlig nok er færre

3. TV2 Nyhetskanalen og TV2 Sportskanalen er utelatt, i og med at dette er rene sjangerkanaler.

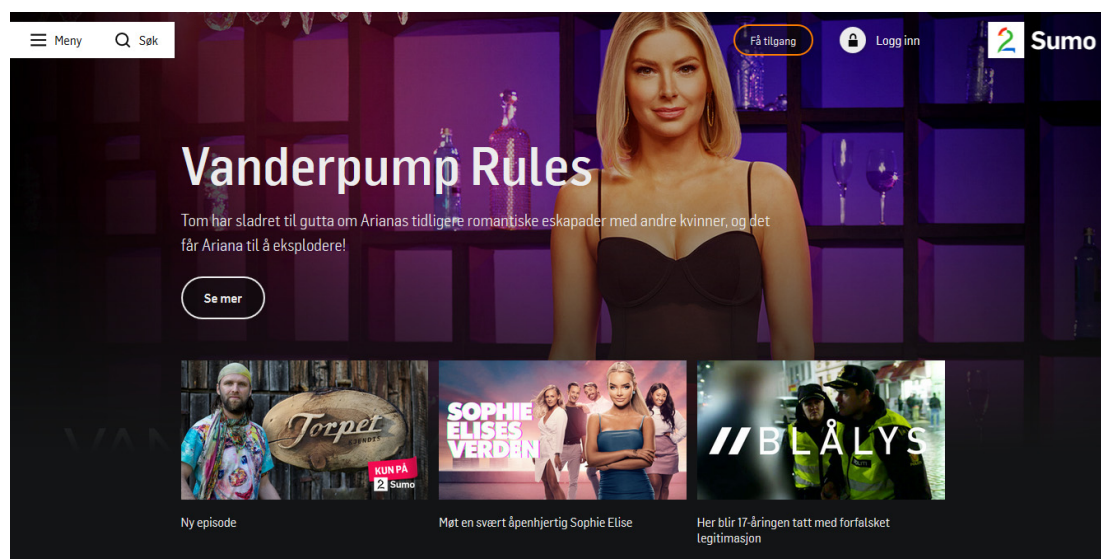
4. Vi var usikre, men valgte å kode programmer som «Alarm 112» og «Åsted Norge» som samfunnsorientering, noe som forklarer den høye andelen av slikt stoff på TV2 Zebra.

programtitler som fremkommer uten scrolling. Tilsvarende er ikke grensesnittene helt identiske om du strømmer via f.eks. Apple TV eller en av spillkonsollene. De har allikevel et gjenkjennbart design og er bygget over samme lest, og våre stikkprøver viser at programutvalg og -sortering både for nrk.tv og tv2.sumo er det samme, slik at valg av registreringsenhet i liten grad påvirker resultatet.

Dokumentasjon vi har fått fra NRK, viser at i registreringsmåneden, februar 2019, foregikk 25 % av strømmingen fra pc, 22 % fra mobil, 12 % fra nettbrett og 41 % via smart-TV-apper. Vi har brukt pc-visningen i vår registrering. Skjermbildene på neste side viser forsiden på nrk.tv og tv2.sumo henholdsvis den 13. og 1. februar 2019.



Figur 1: Forsiden på nrk.tv 13. februar 2019.



Figur 2: Forsiden på tv2.sumo 1. februar 2019.

På nrk.no er det øverst en menylinje med fire valgmuligheter: «Søk og kategorier», som gir adgang til å søke i arkivet; «Direkte» med direktevisning fra de tre lineær-kanalene, «TV-guide» med mulighet til å bla forover og bakover i lineær-tv programmet; og «Logg inn», som hvis du er innlogget, gir deg oversikt over programmer/serier/kategorier du har sett tidligere og fortsette der du slapp. Forsiden domineres av et stort bildeikon av et anbefalt

program. Disse fremhevet som regel en serie eller et underholdningsprogram som gikk på lineær-tv samme dag eller mer vedvarende anbefaling av nye, egenproduserte serier. Under disse igjen er ca. 20 horisontalt scrollbare menylinjer sortert på tema/sjanger. Øverst av disse lå ofte «Populært nå», de mest populære seriene/dokumentarene/underholdningsprogrammene på strømmetjenesten (og «Mitt innhold» hvis du var innlogget). Det hendte dette var annerledes, f.eks. på dagtid helg da «Se sport direkte» var lagt øverst. Men de fleste dager lå de to nevnte øverst, fulgt av kategorier som «Vinterens serier», «For hele familien», «Mest sette serier», «Humorserier», «Utvalgte dokumentarer», «Fantastiske naturprogram» mfl. i varierende rekkefølge, og med kategoriene «Nyheter» og «Se sport direkte» plassert et stykke/langt ned i menyvalget. Totalt ga forsiden tilgang til 266 programvalg via vertikal og/eller horisontal scrolling på første registreringsdag, 1. februar 2019.

Tv2.sumo sin forside for pc er bygget opp over en lignende lest som nrk.tv. Menylinjen øverst består av to valgmuligheter: et «Søk»-ikon og «Meny», en rullegardinmeny der du kan få tilgang til innhold du tidligere har merket med «Se senere» eller «Favoritt», samt innhold sortert etter TV2s lineær-kanaler eller etter sjanger. På høyre side øverst er ikonet «Få tilgang», der du kan abonnere på ulike innholdspakker med serier eller sport for bestemte månedspriser. Som på nrk.no domineres skjermbildet av en stor programanbefaling, som oftest for en serie eller et reality-program, med noe mer forklarende tekst lagt over bildet (se Figur 2). Koblingen til lineær-tv visningene er mindre tydelig, og anbefalingene var vel så ofte fra søsterkanaler som TV2 Livsstil eller samarbeidskringkasterne som CMore. Med vertikal scrolling nedover følger så noe færre menylinjer knyttet til tema/sjanger enn på nrk.tv, ca. 15, totalt 170 programmer på første registreringsdag. Først kommer som på nrk.tv «Populært nå» og, hvis du er innlogget, «Fortsett å se». Det er ikke så mange sjangerbaserte kategorier, mens to kategorier er knyttet til nye og kommende programmer: «Nytt på Sumo» og «Kommer på TV2 Sumo». Vi har gjort registreringen vår uten å være innlogget, men har også notert at dersom du er innlogget, får du opp flere kategorier med personaliserte anbefalinger av typer «Filmer vi tror du vil like» og «Fordi du så ...».

Et spesielt trekk ved tv2.sumo er at det er en betalingstjeneste, en abonnementsbasert betalingstjeneste. Allerede ved inngangen til tredje fase i fjernsynets historie, overgangen til digitalt bakkenett i 2007, ble det åpnet opp for at TV2 kunne opprette betal-kanaler der de tok betalt fra brukerne for noen typer innhold (Ihlebak et al., 2011). Denne muligheten ble videreført for TV2s internettbaserte tjenester, som er helt uregulert i TV2s allmennkringkaster-avtale med staten (Kulturdepartementet, 2018). Det er likevel slik at tv2.sumo inneholder en blanding av gratisinnhold og betalinnhold. Gratisinnholdet var tydelig merket «fri» med en lilla skrånning i høyre hjørne av programikonet. Ved første øyekast kunne det se ut som dette utgjorde en betydelig andel av innholdet – rundt halvparten av programikonene på forsiden hadde slik tagging. Nærmere ettersyn viste at det som regel bare var et begrenset utvalg ofte eldre episoder av en serie som var fritt tilgjengelig – og at disse åpenbart skulle fungere som en reklameplakat for å tegne abonnement som ga tilgang til mer og nyere innhold. Ingenting av sportsinnhold – som er en sentral inntektskilde for strømmetjenesten – var fritt tilgjengelig. Mer påfallende er det kanskje at heller ikke noe av nyhetsinnholdet – som jo er innhold TV2 som allmennkringkaster er eksplisitt pålagt å produsere daglig for lineær-tv – lå åpent. Det er også påfallende at det ikke fantes ikoner for nyhetsinnhold – ikke noen hint om at TV2 produserer slikt innhold – på forsiden til tv2.sumo i det hele tatt.

Analysen av forsidene til de to strømmetjenestene viser at kringkasterne tar i bruk de fleste av de programleggingsteknikkene som Maasø og Spilker (upubl.) har identifisert. Med de store bildene/teksten for et bestemt program som fyller både hele bredden og mye

høyde øverst på forsiden, bruker begge kringkasterne ekstremt sterk *topping* av bestemte programmer som nesten uten unntak tilhører underholdnings- og fiksjonssjangerne. Denne typen innhold er også sterkt representert gjennom mengden og rekkefølgen av kategorivalgene i den vertikale scrollemenyen også. Det er vanskeligere å se noen systematisk *fronting* i de horisontale scrollemenyene.

Både tv2.sumo og, i større grad, nrk.tv bruker en del *eventisering*. I registreringsperioden hadde begge plattformene midlertidige kategorier for «Valentinsdagen», mens nrk.tv også hadde for «Samenes nasjonaldag». I kategoriene ble det både presentert nytt materiale, men også hentet frem relevant innhold fra arkivene. *Aktualisering* finner vi i form av f.eks. «Nytt på Sumo» eller «Vinterens serier», mens en kategori som nrk.tvs «For hele familien» kan sees som et eksempel på *kontekstualisering* ut fra en forventet seer-situasjon. Ellers er som nevnt *sjangerorganisering* utbredt, særlig på nrk.tv.

I denne artikkelen bruker vi sjangerfordeling som en nøkkelvariabel for å si noe om innholdssammensetning av programtilbudet hos kringkasterne. I tabellen nedenfor presenteres sjangerfordelingen på forsiden til de to strømeplattformene. For sammenligning er tilsvarende tall for NRK1 og TV2 Hovedkanalen i beste sendetid også angitt.

Tabell 3. Sjangermangfoldet på forsiden av strømeplattformene nrk.tv og tv2.sumo samt i beste sendetid på lineærkanalene NRK1 og TV2 Hovedkanalen. Prosent.

Sjanger	nrk.no	NRK1	tv2.sumo	TV2
Samfunnsorientering	23	40	4	13
Kultur og undervisning	9	5	-	-
Lett fakta	8	5	14	6
Sport	9	9	19	5
Underholdning	17	23	20	51
Fiksjon	31	18	40	25
Barn og ungdom	3	-	1	-

To hovedtrekk som gjelder begge kringkasterne, er: for det første at de i vesentlig mindre grad fronter samfunnsorienteringsstoff på strømeplattformen sammenlignet med hovedkanalen (henholdsvis 23 % mot 40 % for NRK og 4 % mot 13 % for TV2). For det andre er det at de i vesentlig større grad fronter fiksjonsstoff (31 % mot 18 % for NRK, 40 % mot 25 % for TV2). For NRK sin del kan vi også legge merke til at de har noe mer innhold i kategoriene «Kultur og undervisning» og «Lett fakta» (men mye mindre enn NRK2). Den høye andelen av «Lett fakta» på tv2.sumo (14 %) er kanskje mer overraskende. Den utgjøres i hovedsak av en stor kategori for «Ferskt forbrukerstoff» – som er en stofftype TV2 tidlig markerte seg gjennom. Enda mer påfallende er det at underholdningsandelen på tv2.sumo er så markant mye lavere enn på lineær-tv – det fantes f.eks. ikke egne ikoner for populære lineær-program som «Idol» eller «Skavlan». Åpenbart tenker ikke TV2 at dette er godt strømmeinnhold eller betalinnhold. Samtidig illustrerer det igjen hvordan tv2.sumo opererer mer løsrevet fra lineær-kanalene enn nrk.no. Til sist kan vi notere at kategorien «Sport» utgjør en betydelig større andel av strømmeinnholdet til TV2 sammenlignet med hovedkanalen, ikke overraskende ut fra betydningen det har som inntektskilde.

Arbeidsdelingen mellom lineær-tv og strømme-tv

Med denne artikkelen har vi ønsket å studere hvordan Norges to allmennkringkastere har respondert på de betydelige teknologiske, konkurransemessige og seervanemessige endringene de har vært stilt overfor de seneste fem til ti årene. Vi har hatt et spesielt fokus på hvilken plass og rolle de nye strømmeplattformene deres, nrk.tv og tv2.sumo, gis i kringkasternes samlede tilbud. Og dermed har vi også undersøkt hvordan de i dagens situasjon løser det samfunnsoppdraget som er betingelsen for deres allmennkringkasterstatus. For å kunne diskutere dette formulerte vi innledningsvis fire forskningsspørsmål.

Vårt første spørsmål handlet om hvordan kringkasternes *lineær-tv*-tilbud har endret seg i perioden etter de også etablerte et strømme-tv-tilbud. Vi så at et tydelig trekk som gjaldt både NRK og i enda sterkere grad TV2, var at de hadde forsterket satsningen på underholdningsstoff i beste sendetid i hovedkanalene. Nedgangen i fiksjonskategorien, som begynte allerede i mangekanalfasen og ble forklart med økt konkurranse om slikt stoff fra utenlandske aktører (Enli & Syvertsen, 2017), har også fortsatt hos begge kringkasterne. Når det gjelder samfunnsorientert stoff, har kanalene beveget seg motsatt vei fra hverandre – NRK har forsterket satsningen på dette på NRK1, mens TV2 har redusert andelen av slikt stoff i hovedkanalen sin. Arbeidsdelingen hos NRK der kultur-, undervisnings- og lett fakta-stoff ble plassert i søsterkanalen NRK2, som var markant også i mangekanalfasen, har blitt opprettholdt. Samtidig mente vi at det kunne observeres et økt klaseskille mellom kanalene og sendetidspunktene til begge kringkasterne – med prioritert satsning på innholdet i beste sendetid og mer avlastnings- og resirkulasjonsprogrammering utenom.

Det andre spørsmålet vårt var hvordan *strømme-tv*-tilbudet til kringkasterne var blitt utformet. Som vi nylig så, er både samfunnsorienteringsstoff og underholdningsstoff vesentlig mindre prioritert på strømmeplattformene sammenlignet med hovedkanalene (samfunnsorienteringsstoff er så godt som fraværende på tv2.sumo). Samtidig gis fiksjonsstoff betydelig mer plass. Det er verdt å påpeke at disse trendene på mange måter fremstår som enda sterkere enn prosentene våre avdekker. På de store bildene som både nrk.tv og tv2.sumo har plassert sentralt på forsiden, var fiksjons- og underholdningsstoff helt dominerende. Samtidig dominerte fiksjonssjangeren som regel kategoriene som var plassert høyest oppe i den vertikale scrollemenyen, mens kategoriene «Sport» og «Nyheter» oftest var plassert nederst på nrk.tv, og «Sport» nederst og «Nyheter» fraværende på tv2.sumo.

Det tredje spørsmålet vårt dreide seg om det eksisterer noen *arbeidsdeling* mellom lineær-tv-tilbudet og strømme-tv-tilbudet til de to kringkasterne, og hva denne i tilfelle baserer seg på. Som gjennomgangen ovenfor viser, eksisterer det en tydelig *arbeidsdeling mellom innholdstyper*, der tre tendenser peker seg ut. For det første er fiksjonsstoff tyngre representert på strømmeplattformene. For det andre vurderer kringkasterne at samfunnsorienteringsstoff (og til en viss grad underholdningsstoff) er bedre egnet på lineær-tv enn strømme-tv. Og for det tredje er det en nedprioritering av sjangere som kultur i vid forstand, undervisningsstoff og innhold for barn på strømmeplattformene – et forhold som blir særlig tydelig hvis vi ser lineærtilbudet under ett (alle kanalene) og/eller i historisk perspektiv.

Det eksisterer også en *arbeidsdeling mellom live versus på-etterspørsel* som preger programmeringen av lineær-tv- og strømme-tv-tilbudene. Til live-innhold regnes programmer som sender direkte eller med kort forsinkelse fra opptakstidspunkt – bl.a. nyhetssendinger, aktualitetsprogrammer som frokost-tv eller debatter og talkshows på kveldstid, en del underholdningsprogrammer og det meste av sport. Slikt innhold har fått en mer og mer sentral og omfattende plass i beste sendetid på hovedkanalene til NRK og TV2. På strømmeplattformene er det derimot gjerne lite prioritert. Både på nrk.tv og tv2.sumo er det

mulig å se live-strømmer fra lineærkanalene, men særlig på tv2.sumo ligger disse bortgjemt flere tastetrykk og litt leting avgårde fra forsiden. Enkelte ganger – men i det store bildet mer som unntaket enn regelen – annonseres sports- og (enda sjeldnere) nyhets- og underholdningsstoff med en «se direkte nå»-indikasjon. Men det finnes ikke noen fast annonsering av slikt innhold.

Studien vår avdekker altså at kringkasterne har etablert en markant arbeidsdeling mellom lineærtilbudet og strømmetilbudet. Men i motsetning til arbeidsdelingen mellom kringkasternes ulike lineærkanaler, er det vanskeligere å se hvilke antagelser denne arbeidsdelingen baserer seg på.

Det virker som om kringkasterne vurderer strømme-tv til generelt enten å være bedre teknisk egnet for og/eller mer ønsket brukt til visning av innhold på etterspørsel – arkivert innhold generelt og serier spesielt – mens lineærkanaler er best egnet for direktesendt live-innhold generelt og sport og nyheter spesielt. Nyere forskning om strømming viser imidlertid at for brukerne er fordelene de opplever med strømmeløsninger, ikke bare på etterspørsel-funksjonaliteten, men fleksibiliteten løsningene kan gi på flere andre parametere også: fleksibiliteten og mobiliteten som ligger i å kunne koble seg til fra ulike enheter, samt muligheten til å sosialisere med andre brukere over live-innholdet i sanntid (Ask et al., 2019, Spilker & Colbjørnsen, 2020). Derfor har Sanson og Steirer argumentert for at «live' viewing seems less a vestige of legacy television than the next big frontier of streaming» (2019, s. 13).

I forhold til teknisk egnethet byr utvilsomt strømmeløsninger samtidig på noen helt nye muligheter til å gi tilgang til allmennkringkasternes arkiver, som særlig for NRKs del utgjør audiovisuelle reservoarer med stor bredde og mye kvalitetsinnhold. Lotz mener derfor at allmennkringkasterne må begynne å tenke mer ut fra internettprinsipper, mindre kringkastingsprinsipper, «cultivating a *library* rather than *schedule* of content» (2018, s. 47). I samme gate foreslår Bennett at allmennkringkasterne bør legge «utforske» til mandatet sitt om å «informere, utdanne og underholde», gjennom å utvikle «allmennkringkastingsalgoritmer» som «connect audiences with new content» (2018, s. 116ff).

Forsiden representerer, som vi har påpekt, en kritisk passasje for hvorvidt og hvordan brukerne vil ta i bruk arkivinnhold. Sammenlignet med Grainge og Johnsons (2018) analyse av BBC, fremsto nrk.no mer som en «catch-up-tjeneste» for programmer som var blitt sendt på lineær-tv den senere tid enn som en «online»-tjeneste med inviter til å bevege seg innover i og utforske arkivet. I så måte lignet samspillet mellom nrk.no og NRK1 mer på det Bruun (2018; 2020) fant for dansk TV2. For tv2.sumos del var situasjonen en del annerledes, med et innhold som løser koblet til og ofte gikk utover det som ble vist på lineær-tv-kanalene til TV2. Men heller ikke hos sumo fant vi eksempler på at brukerne egentlig ble oppfordret til å utforske arkivinnhold. I den grad de tok i bruk algoritmer for å anbefale innhold, var det av typen «Mest sett» eller «Fordi du så» – altså ut fra samme type mer-av-det-samme-prinsipper som kommersielle tjenester som Netflix og Amazon bruker, ikke oppdagelsesprinsipper som allmennkringkastingsalgoritmene Bennett (2018) foreslår og Grainge og Johnson (2018) finner hos BBC.

Samfunnsoppdrag i forvitring?

Dette bringer oss til *det siste forskningsspørsmålet* vi har formulert for denne artikkelen: Hva slags tolkning av samfunnsoppdraget representerer dagens praksiser? Som vi så tidligere, opererer ideen om allmennkringkasternes samfunnsoppdrag på flere nivåer – først og fremst som en overordnet diskursiv konstruksjon for å begrunne allmennkringkasternes eksistens og posisjon, og som generelle prinsipper for innholdsproduksjonen nedfelt i deres

konsesjonsavtaler. Blant de sentrale ideene/prinsippene er at allmennkringkastere skal underbygge og fremme demokratiet og den nasjonale identiteten gjennom aktualitet, kvalitet og bredde i innhold, samt at innholdet skal være allment tilgjengelige, nå ut til og være relevant for hele befolkningen og alle målgrupper. I tillegg er det i konsesjonsavtalene utformet mer detaljerte og spesifikke krav knyttet til innholdet. Et slikt spesifikt krav er at TV2 skal ha daglige nyhetssendinger. Kravene til hvordan NRK og TV2 skal løse samfunnsoppdraget på nettbaserte plattformer har, som vi påpekte, generelt inneholdt løsere formuleringer og større handlingsrom enn for tv og radio.

Man kan gjerne si det er med gode grunner. Men – vår påstand er – med diskutabile resultater.

Bulck og Moe (2019) skilte mellom to modeller for hvordan allmennkringkastere har løst samfunnsoppdraget opp gjennom historien: «universell appell»-modellen og «for hver spesifikk smak»-modellen. Skillet mellom disse to modellene guidet kringkasterne når de skulle redefinere utførelsen av samfunnsoppdrag i overgangene mellom monopol-, flerkanal- og mangekanalfasene. Men de byr på noen nye utfordringer som grunnlag for programlegging for strømmepattformene. Spørsmålet er om man tenker at strømmepattformene skal tilby *et fullverdig tilbud parallelt med lineærtilbudet* eller (enda) *et deltilbud som kommer i tillegg til* og videre utfyller bredden i de eksisterende lineærtilbudene.

En utforming utfra vurderinger av teknisk egnethet og/eller antatte brukerønsker, slik vi diskuterte ovenfor, kan sees som varianter av en universell appell-tankegang, der strømmeløsningen utvikles parallelt med lineærtilbudet som et tilbud for alle brukere – et tilbud som er utformet utfra noen spesifikke vurderinger av hva som generelt egner seg for og ønskes av strømmeløsninger. Hvis dette er kringkasternes strategi, oppstår det et *problem* med å forsvare innfrielsen av samfunnsoppdraget i forhold til den økende gruppen av ledningskuttere – *cord-cutters* – altså de som ikke lenger betaler for tilgang til lineær-tv og bare har strømme-tv. Det er samtidig også sannsynlig at strømmeløsningen er utformet med et spesielt øye for yngre brukergrupper – med andre ord også et islett av for hver spesifikk smak-modellen. Vi vet fra NRKs årsrapporter og strategidokumenter at de over lang tid har hatt et sterkt fokus på å klare å innrullere oppvoksende brukere under sin kappe. I så tilfelle oppstår et tilsvarende *problem* når det gjelder *ungdom*.

Vi leser utformingen av strømmetilbudet som en uavklart blanding av – kall det gjerne en vakling mellom – en universell appell-tilnærming og en for hver spesifikk smak-tilnærming. For NRKs del er det ikke lett å se noen tydelig strategi for hva de vil med nrk.no basert på programleggingsanalysen. Med fokuset på på-etterspørsel-innhold og fiksjonsinnhold virker det som kringkasteren har vært mest opptatt av å ta opp konkurransen med det fiksjons- og underholdningsdominerte fokuset til kommersielt orienterte plattformer som Netflix og HBO – enten utfra et bevisst konkurranseinstinkt eller i mangel av oppfinnsomhet og alternative strategier. Det finnes eksempler på at NRK har brukt nrk.no som eksperimentarena for nye former for både live-sendinger og presentasjon av arkivinnhold, men i forside-analysen vår er det dominerende fokuset på på-etterspørsel-innhold av «catch-up»-typen, mens innovativ bruk av arkivet ikke er fremtredende.

For TV2s del er det enda tydeligere at tv2.sumo er utformet etter modell fra de store kommersielle på-etterspørsel-strømmetjenestene. Som vi har sett, er den statlige allmennkringkasterstøtten som TV2 mottar, kun knyttet opp mot betingelser for lineær-tv-tilbudet. Når det gjelder strømme-tv-tilbudet, har de hatt fritt spillerom. Dette spillerommet har de brukt til å etablere en rendyrket betaltjeneste, en pengemaskin løsrevet fra ethvert allmennkringkasteroppdrag. Riktignok finnes det en del innhold som er fritt tilgjengelig – men den åpenbare strategien med det er ikke knyttet til noen samfunnsoppdragsforpliktelser, men

som en ren reklameplakat for å lokke flere brukere til betaltjenestene.

Et hovedproblem med dagens utforming av både nrk.no og tv2.sumo er den nedprioriteringen av samfunnsorienteringsstoff og aktualitetsinnhold vi har dokumentert, som forsterkes av på-etterspørsel-fokuset og topping- og frontingsstrategiene som kringkasterne bruker. Samtidig gjør mangelen på innovativ tilgjengeliggjøring av de unike arkivene som spesielt NRK besitter, at heller ikke den kvaliteten og bredden som ligger i disse ressursene, utnyttes i særlig grad. Dersom man ser tilbudet som gies på strømsplattformene isolert, er det grunn til å stille et stort spørsmål om hvorvidt det oppfyller den sentrale delen av samfunnsoppdraget som handler om at allmennkringkasterne skal underbygge og fremme demokratiet og den nasjonale identiteten gjennom aktualitet, kvalitet og bredde i innhold. Snarere ser det ut til at denne forpliktelsen i hvert fall delvis ofres for hensynet om å nå ut til alle målgrupper og mer kommersielt pregede designprinsipper med de internasjonale på-etterspørsel-strømmetjenestene som definerte konkurrenter.

Dersom strømmetjenestene blir betraktet som bare et deltilbud som kommer i tillegg til det øvrige tilbudet fra NRK og TV2, ville ikke dette nødvendigvis vært så problematisk. Vi vet imidlertid at stadig flere har strømmeløsninger som sitt primære eller eneste tv-tilbud (St. Meld. 17 (2018–2019)). Vi vet også at ungdom ser mindre og mindre på lineær-tv og mindre og mindre på samfunns-/nyhetsstoff. En undersøkelse fra Storbritannia viste at konsumet av slikt stoff hadde gått ned fra 13 minutter daglig i 2003 til 6 minutter i 2016 i aldergruppen 16–34 år (Puttnam 2018, s. 281). Som Jackson påpeker: «There has never been more information available to learn about political issues (...) [but] it has never been easier to *avoid* political fare either» (2018, s. 310).

Dette viser noen av dilemmaene ved etableringen av en ny innholdsplattform og mandatet som er forhandlet frem for den. Reguleringsmyndigheter og kringkasterne står overfor krevende vurderinger når de skal utforme politikk og etablere praksis for en plattform som nok har blitt en mer sentral del av kringkastingstilbudet enn man så for seg for fem eller ti år siden. Ut fra vår studie kan det være grunn til å etterlyse en mer spesifikk og ambisiøs utforming og utførelse av samfunnsoppdraget.

Myndighetene må se på om kravene og forventningene til kringkasterne skal spesifiseres og utvides. Spesielt er det grunn til å se på blankofullmakten TV2 har for strømmeløsningen sin. For lineær-tv er TV2s oppgave som et allmennkringkasterkorrektiv til NRK sterkt understreket, og pålegget om at TV2 skal ha daglig nyhetssendinger har vært et ufravikelig krav. For strøms-tv er de facto situasjonen at NRK ikke har noe slikt korrektiv. Det bør vurderes om det er en fornuftig og fremtidsrettet modell i en tid der strømmeløsninger blir mer og mer populære.

Kringkasterne selv bør tenke mer ambisiøst omkring hva som er deres styrker som allmennkringkasterne. Det vil innebære å tenke i kontrast til og som korrektiv til, fremfor som kopi av og på konkurransearena med, de kommersielle på-etterspørsel-plattformene. Lotz (2018) sin etterlysning av mer innovativ bruk av arkivrikdommen og Bennetts (2018) forslag om en kringkastingsalgoritme kunne være elementer i en slik mer ambisiøs strategi. Det samme gjelder live-strømming av aktualitetsinnhold, gjerne på nye og kreative måter. Vi vil avslutningsvis påpeke betydningen av at slike tiltak ikke blir liggende gjemt inne i «dypet» av strømsplattformen. Gitt at betydningen av forsiden/grensesnittet for strøms-tv er like viktig som beste sendetid for lineær-tv, må forsideutforming være i fokus for redesign av tjenestene.

Referanser

- Ask, K., Spilker, H. S. og Hansen, M. (2019): The Politics of User-Platform Relationships: Co-Scripting Live-Streaming on Twitch.TV. *First Monday*, Vol. 24, No. 7, <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/9648>.
- Bennett, J. (2018). Public service algorithms. I Freedman, D. & Goblot, V., *A future for public service television* (118–130). London: Goldsmiths.
- Bruun, H. (2018). Producing the on-air schedule in Danish public service television in the digital era. *Critical Studies in Television*, 13(2), 137–152.
- Bruun, H. (2020). *Re-scheduling Television in the Digital Age*. London: Routledge.
- Bulck, H. V. D. & Moe, H. (2019). Public service media, universality and personalisation through algorithms: mapping strategies and exploring dilemmas. *Media, Culture & Society*, 40(6), 875–892.
- Burgess, J. & Green, J. (2018). *YouTube: Online Video and Participatory Culture. 2nd edition*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Enli, G., H. Moe, Sundet, V. S. & Syvertsen, T. (2010). *TV – en innføring*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Enli, G. & Syvertsen, T. (2017). 25 år med kommersiell kringkasting. *Norsk medietidsskrift*, 3(24), 1–17.
- Evens, T. & Donders, K. (2018). *Platform Power and Policy in Transforming Television Markets*. London: Palgrave Macmillan.
- Grainge, P. & Johnson, C. (2018). From catch-up TV to online TV: digital broadcasting and the case of BBC iPlayer. *Screen*, 59(1).
- Hesmondhalgh, D. & Lotz, A. D. (2020). Video screen interfaces as new sites of media circulation power. *International Journal of Communication*, 14(2020), 386–409.
- Ihlebak, K. A., Syvertsen, T. & Ytreberg, E. (2011). Farvel til mangfoldet? Endringer i norske tv-kanalers programlegging og sendeskjemaer etter digitaliseringen. *Norsk Medietidsskrift*, 18(3), 217–240.
- Jackson, D. (2018). Public service television and civic engagement. I D. Freedman & V. Goblot, *A future for public service television*. London: Goldsmiths.
- Johannessen, M. K. (2019). Digitaliseringen av TV-mediet: En kvantitativ analyse av NRK og TV2 sine programleggingsteknikker på lineær-TV og strømme-TV. *Masteroppgave*, Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU, <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/2619189>.
- Johnson, C. (2019). *Online TV*. London: Routledge.
- Kulturdepartementet (2007). *Kringkasting i en digital fremtid* (St. Meld. nr. 30 (2006–2007)). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/Stmeld-nr-30-2006-2007-/id466242/>.
- Kulturdepartementet (2018). Avtale om levering av kommersielle allmennkringkastingstjenester mellom Staten ved Kulturdepartementet og TV 2 AS. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/d84adde616ed4936bd1d9ce9d4255604/avtale-av-26.-september-2018-mellom-staten-ved-kulturdepartementet-og-tv-2-as-.pdf>.
- Kulturdepartementet (2019). *Mangfold og armlengdes avstand: Mediepolitikk for en ny tid* (St. Meld. nr. 17 (2018–2019)). Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-17-20182019/id2638833/>.
- Lobato, R. (2017). Rethinking International TV Flows: Research in the Age of Netflix. *Television and New Media*, 1–16. DOI: <https://doi.org/10.1177/1527476417708245>.
- Lotz, A. D. (2018). Inventing public service media. I D. Freedman & V. Goblot, *A future for public service television*. London: Goldsmiths.
- Maasø, A. & Spilker, H. S. (upubl.): The streaming paradox: Untangling the hybrid gatekeeping mechanisms of music streaming. *Notat*, Institutt for medier og kommunikasjon, Uio/ Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU.
- Moe, H. (2010). Defining public service beyond broadcasting: the legitimacy of different approaches. *International Journal of Cultural Policy*. DOI: <https://doi.org/10.1080/10286630903049912>.
- NRK (2018). NRK-plakaten. Hentet fra <https://www.nrk.no/informasjon/nrk-plakaten-1.12253428>.
- Pinch, T. J. & Bijker, W. (1987). The social construction of facts and artifacts. I Bijker, W, Hughes, T. & Pinch, T. J. (red.), *The Social Construction of Technological Systems*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Puttnam Report (2018). Content Diversity. Extract from Chapter 10 of the Puttnam Report. I D. Freedman & V. Goblot, *A future for public service television*. London: Goldsmiths.

- Sanson, K. & Steirer, G. (2019). Hulu, streaming, and the contemporary television ecosystem. *Media, Culture & Society*, 1–18. DOI: <https://doi.org/10.1177/0163443718823144>.
- Spilker, H. S. (2005) Den store oppdragelsen: Utviklingen av kommersielle internettjenester i Norge ca. 1997 - 2003. *Doktoravhandling ved NTNU*, 2005:88. ISBN 82-471-7051-5.
- Spilker, H. S. & Colbjørnsen, T. The dimensions of streaming: Towards a typology of an evolving concept. *Media, Culture & Society*, 1–17, <https://doi.org/10.1177/0163443720904587>.
- Storsul, T. (2008). Bakkenettet og allmennkringkastinga. *Norsk Medietidsskrift*, 15(1), 38–56.
- Syvertsen, T. (1997). *Den store TV-krigen*. Bergen: Fagbokforlaget
- Williams, R. (1974). *Television. Technology and cultural form*. London: Routledge.