

Anders Fagerjord, Faltin Karlsen, Arnt Maasø,  
Tanja Storsul og Trine Syvertsen

## Abstract

Descriptions of possible futures are of interest in media studies. Here, a video presented by NTV to the Norwegian Parliament in 2003 describing a future digital terrestrial television (DTT) network is analyzed as a piece of rhetoric. The video gives an impression of DTT as uncomplicated, friendly and democratic.

## Key words

- scenarios
- digital television
- rhetoric

# Vennlige visjoner for digital-tv NTVs framtidsbeskrivelse som retorikk

*Digital teknologi endrer mediene, og aktørene i mediebransjen søker alle å sikre sin egen framtid. I denne situasjonen spiller visjoner og framtidbilder en viktig rolle. For å skape entusiasme for nye teknologiske løsninger og sikre oppslutning blant brukere og beslutningstakere, er det ikke alltid tilstrekkelig å levere gode argumenter og veldokumenterte utredninger. Det er også en fordel å kunne levere appellerende og troverdige fortellinger om teknologiens potensial og anvendelsesområder som kan overbevise myndigheter og brukere.*

I denne artikkelen analyseres en slik framtidfortelling, Norges Televisjons presentasjonsvideo *NTV: Digital-tv til alle*. NTV er et selskap eid av NRK og TV2, og videoen er et ledd i selskaps kampanje for å få politisk gjennomslag for sin plan for et digitalt bakkenett for fjernsyn. I artikkelen skisseres først de utfordringene NTV sto overfor når de skulle sikre oppslutning om sine planer. Deretter analyseres videoen med tanke på å tydeliggjøre argumenter og retoriske strategier den benytter seg av. Hvilket bilde av digitalfjernsyn viser NTVs video, og hvordan plasserer denne visjonen seg i forhold til andre teknologibaserte framtidfortellinger?

## Det digitale bakkenettet

Debatten om digitale bakkenett har pågått i Europa siden midten av 1990-tallet. Overalt har det vært stor usikkerhet om dette er en teknologi å satse på, om den vil få oppslutning fra brukerne, og om investeringene vil være lønnsomme. Det er først og fremst de tradisjonelle jordbundne tv-kanalene som har ønsket seg digitale bakkenett som et alternativ til digitale satellitt- og kabelplattformer. Satellitt- og kabelselskap har

naturlig nok vært mindre entusiastiske til dette. I flere land har denne interesse-motsetningen og teknologisk usikkerhet ført til tvil blant politikere om bakkenettets fortrinn og de forretningsmodellene tv-selskapene har presentert (se f.eks. Brown og Picard 2005).

I Norge var det lenge bred politisk enighet om at digitalisering var fornuftig, men at staten ikke skulle stå for finansiering og utbygging.<sup>1</sup> Kultur- og kirkedepartementet (KKD) lyste i 2002 ut konsesjon på utbygging og drift av et digitalt bakkenett med tre multiplekser (KKD 2002).<sup>2</sup> Norges Televisjon (NTV) søkte konsesjonen som eneste søker (NTV 2002). I og med at det ikke skulle brukes offentlige midler til digitaliseringen var NTV avhengig av en bærekraftig forretningsmodell. For å ha et stort nok kundegrunnlag for det digitale nettet, og for å unngå store kostnader med parallell distribusjon over både det analoge og digitale bakkenettet, stilte NTV krav om at det analoge nettet skulle stenges relativt raskt, slik at alle bakkenett-brukerne måtte over på digitalt mottak.

En beslutning om å stenge det analoge nettet før alle brukerne frivillig hadde gått over til digitale løsninger, var politisk følsomt. I praksis ville det innebære å tvinge brukerne over på en ny plattform som forutsatte at brukerne kjøpte nytt mottakerutstyr. Departementet valgte derfor å legge NTVs planer for stenging av det analoge nettet fram for Stortinget høsten 2003.<sup>3</sup> I Stortinget hadde enigheten mellom partiene blitt mindre jo mer konkrete digitaliseringsplanene ble. Mens det i 1999 var tverrpolitisk enighet om at et digitalt bakkenett var en fornuftig løsning,<sup>4</sup> var det i 2003 ikke åpenbart at regjeringen ville få flertall for en utbyggingsplan som forutsatte tidlig stenging av det analoge nettet. Fremskrittpartiet gikk da sterkt imot planene, Sosialistisk Venstreparti var blitt skeptiske, og også Arbeiderpartiet telte på knappene.<sup>5</sup> Regjeringspartiene Høyre, KrF og Venstre trengte støtte fra minst ett av disse partiene for å oppnå flertall i Stortinget.

Tre forhold ser ut til å ha bidratt til politikernes usikkerhet. For det første var det stor usikkerhet om det digitale bakkenettet virkelig var en framtidsrettet teknologi. Flere aktører fra bransjen argumenterte for at bredbånd eller digital satelitt- og kabeldistribusjon ville gi de samme eller bedre tilbud til brukerne – uten å kreve omfattende politiske inngrep eller tvungen avstenging av det analoge nettet (IKT-Norge 2003; Canal Digital 2002; UPC 2002; se også Sundet 2004). Disse interessekonfliktene bidro til å skape stor usikkerhet blant stortingspolitikerne, eksempelvis uttrykt slik:

Noe av problemet med å hente informasjon om disse spørsmålene er at bransje og fagfolk uttaler seg og konkluderer vidt forskjellig. Alle er like skråsikre. Vanskelig er det også for oss å skille ut det som er faglig innsikt og råd ut fra egne økonomiske og strategiske interesser, og det som er rene teknologiske vurderinger. (Magnar Bergo (SV) i Stortinget 26. februar 2004.)

For det andre var det blandede erfaringer med digitale bakkenett internasjonalt. I land der man hadde vært tidlig ute med å etablere slike nett – som Storbritannia,

Spania og Sverige – hadde utviklingen gått langsomt, og publikumsinteressen vært langt mindre enn forventet<sup>6</sup> (Papathanassopolous 2002; Brown og Picard 2005).

For det tredje ser det ut til å ha vært usikkerhet om teknologiens brukervennlighet. Flere undersøkelser har dokumentert at kulturkomiteens medlemmer på Stortinget ikke var spesielt teknologikyndige og opplevde en form for avmakt i møte med stadig nye teknologiske nyvinninger de måtte ta stilling til (se for eksempel Syvertsen 2004).<sup>7</sup> Det skal ikke mye fantasi til å tenke seg at de – som andre brukere – var usikre på om det var fornuftig å bytte ut en enkel og velfungerende analog teknologi med en potensielt mer usikker og kompleks digital distribusjonsform som de attpåtil ikke hadde sett demonstrert i praksis.

I dette politiske klimaet inviterte Stortingets kulturkomité til åpen høring om bakkenettet 17. november 2003. Mye sto på spill for NTV: Ikke bare måtte de overbevise Stortinget om at bakkenettet virkelig burde digitaliseres, de måtte også sikre at betingelsene for en slik digitalisering ikke gikk på tvers av NTVs forretningsinteresser. Om Stortinget var usikre på valg av teknologi, var det et klart flertall for at *dersom* bakkenettet skulle digitaliseres, så skulle det skje uten offentlige bevilgninger.<sup>8</sup> NTV måtte derfor framstå som en troverdig aktør med et overbevisende grep på framtidens tv-utvikling – teknologisk og økonomisk. Politikerne måtte kunne føle seg trygge på at bakkenettet var en teknologi som hadde framtiden for seg og at utviklingen lå trygt i selskapets hender – uten at det var nødvendig med detaljstyring fra myndighetenes side. Politiske krav om for eksempel distribusjonsmåte og tjeneste- og kanaltilbud kunne utfordre selskapets økonomiske bæreevne, og NTV ville gjerne stå mest mulig fritt.

NTV hadde i lengre tid drevet lobbyvirksomhet for sine interesser gjennom vanlige kanaler – møter, avisinnlegg, saksdokumenter, høringer, brev og annen skriftlig og muntlig informasjon (se Nordal 2004) – men argumentene i seg selv hadde ikke skapt noen stor entusiasme rundt planene. I forbindelse med at det gikk mot en endelig avgjørelse, valgte selskapet å utvide argumentasjonen ut over tørre tall og skriftlige argumenter. Til kulturkomiteens åpne høring om digitalt bakkenett høsten 2003 produserte NTV en atskillig mer appellerende, konkret og visualisert framtidvisjon: presentasjonsvideoen *Digital-tv for alle*.

### *NTVs presentasjonsvideo – en framtidvisjon?*

NTVs video er laget som en utadrettet presentasjon av NTVs visjoner for et digitalt bakkenett. Stortingets kulturkomité er åpenbart den viktigste mottakeren (noe f.eks. dateringen på skjermbildet samme dag som den ble lagt frem for komiteen er et tydelig tegn på).<sup>9</sup> Videoen er bygget opp som en framtidfortelling der NTV anskueliggjør sine visjoner for bakkenettet. Videoen plasserer seg dermed i en tradisjon der ulike typer fortellinger brukes for å anskueliggjøre teknologiens muligheter og bruksmåter.

Tradisjonen med å lage litterære og teknologiske framtidfortellinger går tilbake til klassiske verker som for eksempel Francis Bacons *New Atlantis* (1626) og

Edward Bellamys *Looking Backward* (1888).<sup>10</sup> I sin mer stringente form kan konstruksjonen av framtidsbilder dateres til 1950-tallet og det første gjennombruddet for amerikansk framtidsforskning. Herman Kahn, en av pionerene på feltet, begynte sin karriere med å lage militære scenarier for den amerikanske hæren, men så snart potensialet i å applisere dette som en mer allmenn planleggingsmetode for næringslivet (Schwartz 1998: 7). Lindgren og Bandhold (2003) peker ut 1970-tallet som selve gullalderen for å bygge omfattende og storskalerte framtidsvisjoner, og peker blant annet på verk som Herman Kahn et al.s *The next 200 years* (1976), Alvin Tofflers *Future shock* (1970) og Daniel Bells *The coming of the post-industrial society* (1974). Etter hvert kom det også en stort antall populærfuturistiske bøker fra amerikanske trendforskere og framtidsguruer som John Naisbitt og Faith Popcorn.<sup>11</sup> Med et samfunnsliv i rask endring og stadig mer spekulative medier på jakt etter nye trender å skrive om, ble trendforskernes tykke, men letteste verker, bestselgere verden over.

Selv om USA har vært en dominerende premissleverandør innen konstruksjon av framtidsbilder, har denne tradisjonen også fått sitt nedslag i Skandinavia. Både i Sverige og Danmark ble det tidlig etablert egne institutter for framtidsforskning. Disse har imidlertid vært mer policy-orienterte enn de amerikanske, og mer opp-tatt av å skissere scenarier som kunne være nyttig for politikerne i samfunnsplanleggingen.<sup>12</sup> I Norge har vi ikke hatt en tilsvarende tradisjon for framtidsforskning og scenariebygging. Men enkelte eksempler finnes, og det mest debatterte har vært *Scenarier 2000*, utarbeidet ved BI i 1987 (Hompland 1987, se også Selstad 1991).

På 1990-tallet fikk framtidsfortellingene igjen en renessanse. Dette har ikke minst med nye teknologiske innovasjoner innen informasjonsteknologi og medier å gjøre.<sup>13</sup> Bøker som Manuel Castells' *The information age* (tre bind 1996–1998), Nicholas Negropontes *Being Digital* (1995) og George Gilders *Life after television* (1992) har alle fokusert på framtidige konsekvenser av kommunikasjonsteknologiske nyvinninger – om enn på forskjellig måte. De store kommunikasjonsteknologiske omveltningene rundt århundreskiftet, med framveksten av internett og digitale medier, har også ført med seg en rekke mer kommersielt orienterte scenarier. Et godt eksempel er PriceWaterhouseCoopers' rapport *The Future of the Entertainment and Media Industries: 2005*. Rapporten er produsert 2000/2001 og beskriver en gjennomkommersialisert framtidsvisjon der de digitale mulighetene er brukt til å skape et gigantisk kjøpesenter – passende benevnt som *MECA: Mall for Entertainment/Media Content Access*.

Framtidsfortellinger representerer et møtested mellom mange ulike saksfelt og interesseområder, deriblant teknologi, estetikk, design, strategi, økonomi og politikk. Fortellingene strekker seg fra litterære og audiovisuelle science fiction-framstillinger til teknologiske demonstrasjoner – og fra fristende utopier til avskrek-kende og pessimistiske dystopier. Noen beskriver samfunnsendringer på makronivå, mens andre fokuserer på konkrete applikasjoner og bruksmåter på mikroplan. Vi møter slike fortellinger i film, litteratur, aviser, varemesser og

policy-utforming, og til sammen bidrar de til å forme våre forestillinger om hvordan framtida kan se ut. Ifølge Lindgren og Bandhold kan scenarier defineres både som en egen planleggingsmetode og som en presentasjonsform som benyttes innen alle typer av framtidfortellinger. Felles for begge er at de tilbyr «vivid descriptions of plausible futures» (2003: 22).<sup>14</sup>

Hva slags «livaktig beskrivelse av en plausibel framtid» er det så NTV presenterer i sin video? Hvordan er fortellingen og argumentasjonen bygget opp for å overbevise skeptikerne i Stortinget?

### *Digital-tv til alle*

Videoen begynner med svevende elektronisk musikk mens tittelen *NTV: Digital-tv til alle* kommer til syne. Deretter ser vi et landskap som er svært stilisert tegnet. Det er natt, og det lille lyset som finnes er grader av blått. Kameraet sirkler rundt en fjernsynsmast på en fjelltopp som sender ut signaler i form av synlige, lysende pulser ut over landskapet – fra enslige hus i skogen til småbyer med blokkbebyggelse (se figur 1). Den kjente stemmen til NRK-annonsøren Britt Holm leser voice-over kommentarene med tydelig diksjon og langsomt taletempo:

De fleste land i Europa og samtlige land i Norden forbereder nå overgangen til digital tv-distribusjon. Det betyr at de aller fleste, uavhengig av bosted, kan få inn digital-tv med vanlig antenne fra nærmeste fjelltoppsender. Det trengs verken parabol eller kabel, og de aller fleste som tar inn TV 2 kan fortsatt bruke sin vanlige tv-antenne.



*Figur 1*

«Dette vil gi seerne mange fordeler,» forteller hun oss. «Hele Norge vil få inn NRK 2 og en rekke nye tv-kanaler.» Men hvordan vil så dette foregå i praksis? Kameraet har beveget seg inn i stuen til et hus der vi ser et fjernsynsapparat med «en digital

mottakerboks» som vi får høre «er forholdsvis rimelig i innkjøp, enkel å koble til, og lett å bruke»:

Alt som trengs er strøm og antenneledning inn i mottakerboksen, og en kabel fra boksen inn i tv-apparatet. Det følger også med en fjernkontroll. Tv-en og mottakerboksen settes på. Mottakerboksen vil så automatisk installere seg selv, og et skjermbilde vil til enhver tid vise hva som foregår. En enkel bruksanvisning viser installeringen og bruken av tv-apparatet, som nå er blitt digitalt.

Her skifter videoen karakter. Kameraet zoomer inn på den computeranimerte tv-skjermen, og inn i et skjermbilde med et «realistisk» grensesnitt (se figur 2).



«En enkel bruksanvisning viser installeringen og bruken av tv-apparatet som nå er blitt digitalt»

«Dette er NTVs hovedmeny».

Figur 2

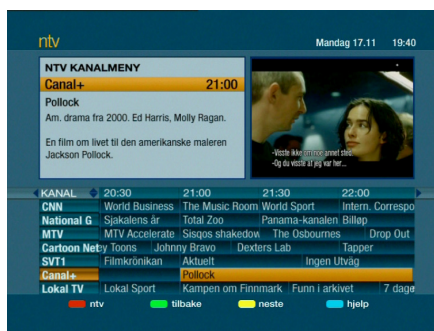
Vi ser det vi får høre er «NTVs åpningsmeny» og skjønner at kameraet nå viser et bilde slik det vil se ut for en seer som bruker fjernkontrollen til å navigere på skjermen – omtrent slik en bruker piltaster eller mus for å navigere på en webside eller i et dataspill. På samme måte som i disse grensesnittene blir ulike valg markert med en annen farge, og med lyder som forteller oss at vi har klikket «OK».

Fra åpningsvinduet ledes vi raskt over i den «navigasjonsøvelsen» (figur 3) seeren også vil møte, der hun lærer å bruke piltastene og settes inn i fargetastenes betydning. I det hele tatt er «enkelhet» og «tilgang for alle» et hovedbudskap gjennom hele presentasjonsvideoen: Her skal en altså ikke måtte sitte fast med uforståelig teknologi eller hjelpemenyer, slik mange ofte gjør med PC-basert programvare og internett. Man kan dessuten ta i bruk et kjent, gammelt medium som telefonen for å gjøre digital-tv tilgjengelig for alle: hvis man ikke skjønner hva som foregår, kan en rett og slett ringe etter hjelp (se figur 2).



Figur 3

Etter en innføring i NTVs grensesnitt går videoen over til å presentere tv-innholdet – eller snarere: hvordan en finner fram og navigerer i programmenyen ut fra konkrete og populære eksempler i dagens norske tilbud. Mens tv-bransjen vanligvis kaster om seg med akronymer og spesialord som EPG-er og multiplekser når digital-tv omtales, er denne videoen bemerkelsesverdig fri for teknisk språk og sjargong. Når unn-taksvis et forholdsvis sjeldent ord som «tidslinje» brukes, er det likevel intuitivt forståelig gjennom den tette koblingen mellom kommentatorstemmen og den visuelle informasjonen på skjermen. «Tidslinjen» markeres her visuelt ved at den «tenkte» seeren gjør menyvalg langs en tidslinje på skjermen (se figur 4).

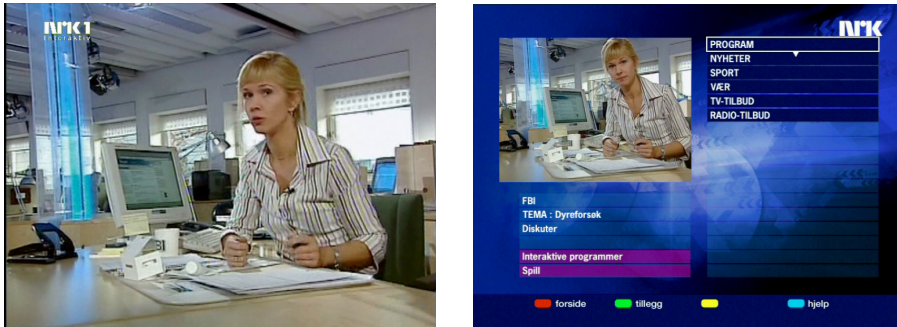


«En kan også velge seg bortover langs en tidslinje og se hva de ulike kanalene har å tilby utover kvelden.»

Figur 4

## Tilleggstjenester

Etter at drøyt tre av presentasjonsvideoens knappe ni minutter er brukt til å forklare hvordan en navigerer, bruker «hjelpetasten» og kundesenteret, får vi for første gang vite hvordan vi ser på den enkelte kanal i fullskjerm. Samtidig får vi høre at digital-tv «vil kunne tilby mer enn selve programmet».



Figur 5

Om en bruker den «røde knappen», kan en for eksempel få opp programinformasjon og lese nyheter. Det vises smakebiter på «flere ulike tv-tilbud»: kanaler for nyheter, sport, vær, distrikt og perspektiv. NTVs digital-tv vil også vise videoer som «går kontinuerlig og hele tiden vil bli fornyet», spill for barna, «tilgang til arkivsider», «samt aktuelle reportasjer fra perspektiv-redaksjonen». Vi får presentert hvordan en bruker kan få tilgang til «tilleggsinformasjon» til programmene, for eksempel informasjon om dyreforsøk i forbindelse med et forbrukerprogram om kosmetikkindustrien (jf. figur 5). Digital-tv vil også være spesielt tilrettelagt for hørselshemmede og døve, får vi vite, ved valgfri teksting av de fleste programmer, og en egen rute med tolking til tegnspråk.

Når TV 2s tilbud etter hvert presenteres, følger det samme oppskrift: En tar utgangspunkt i noe kjent (*Hotell Cæsar*) før en viser til at TV 2 også vil tilby «en rekke nye tjenester»: nyheter, vær, spill (*Vil du bli millionær?*) og rubrikkannonser på tv-torget. Vi får se og høre eksempler på hvordan en kan høre på radio via NTVs sider, få tilgang til en telemedisin-side med oppslag om sykdommer og få tilgang til «viktig offentlig informasjon».

Mot slutten glir bildet over fra levende bilder eller detaljerte menyvalg til den samme stiliserte animasjonsstilen vi så i begynnelsen av videoen. Når vi hører at NTV «planlegger mobilt mottak» som en f.eks. vil kunne se i «baksete-tv i bilen» eller «via mobiltelefonen på vei til jobben», ser vi disse mobile bildene som levende bilder blandet inn i en sterkt stilisert bakgrunn (se figur 6). Videoen slutter med at kameraet sirkler rundt fjernsynsmasten i det blå nattlandskapet, mens kommentatorstemmen forteller:



«NTV vil åpne for langt flere og helt nye muligheter for seerne, samme hvor i Norge de bor. NTV skal være den billigste inngangsbilletten for alle i morgendagens tv i Norge.»



Figur 6

### *NTVs presentasjonsvideo som framtidsscenario*

NTVs presentasjonsvideo gir en beskrivelse av digitalfjernsynets muligheter i en ubestemt, men ikke altfor fjern framtid. Verken overføringssystemet eller programmene er ferdig utviklet når dette skrives (januar 2005), og eksisterte derfor heller ikke da videoen ble laget. Presentasjonsvideoen kan dermed beskrives som en framtidfortelling eller et scenario. Men hva slags scenario er det vi har med å gjøre? Hvordan kan vi gå fram for å analysere scenarier og mulige effekter av disse?

For å analysere NTVs framtidsscenario har vi konstruert et analyseverktøy som består av fire dimensjoner. Hver dimensjon er en skala mellom to ytterpunkter, og en bestemt framtidfortelling vil kunne plasseres et sted på hver av disse fire skalaene. Dimensjonene har vi kalt *motivasjonsdimensjonen* (fra påvirkning til fri kunst), *perspektivdimensjonen* (fra makro til mikro), *metodedimensjonen* (fra vitenskap til fantasi), og *detaljeringsdimensjonen* (fra få til mange detaljer).<sup>15</sup> En analyse av videoen ut fra denne modellen vil tydeliggjøre hvordan presentasjonsvideoen står i forhold til andre framtidfortellinger. Med dette som utgangspunkt vil vi se på hvilket *retorisk nivå* scenariet befinner seg på – hvilke konnotasjoner er det NTVs video forsøker å skape? Til slutt vil vi diskutere i hvilken grad NTV-videoen har vært vellykket, sett fra NTVs side.

### *Motivasjonsdimensjonen*

Motivasjonsdimensjonen beskriver hva slags motivasjon forfatteren eller produsenten av scenariet har. På det ene ytterpunktet kan vi plassere aktører som klart ønsker å påvirke, enten det er politiske aktører eller aktører med kommersielle interesser. Mot det andre ytterpunktet finner vi opphavskvinner og -menn som bruker scenarier for å diskutere ideologi, levere underholdning og lage kunst.<sup>16</sup> Her vil det være naturlig å plassere science fiction i litteratur og film.

Motiver kan sjelden leses ut av teksten alene, de må tolkes ut av konteksten. I vårt tilfelle mener vi NTV hadde et klart ønske om å påvirke. Videoen ble presentert for Stortingets kulturkomité i den hensikt å skaffe bred oppslutning om bakkenett-prosjektet. Mer konkret kan vi gå ut fra at NTV for det første ønsket å tegne et bilde av en framtidig fjernsynshverdag som gjorde et digitalt bakkenett unngåelig. Politikerne skulle overbevises om at mulighetene som lå i det digitale bakkenettet var verdt innsatsen og utgiftene, og påstander om at dette var den *eneste* måten *Digital tv til alle* kunne realiseres på var et sentralt element i dette (se f.eks. Fuglevik 2003).

For det andre kan vi gå ut fra at NTV ikke ønsket å forplikte seg for mye i forhold til hvordan den nye fjernsynshverdagen ville se ut. Både teknologi og tjenester var under utvikling, og NTV ville være lite forutseende hvis de låste seg for mye til bestemte løsninger. Presentasjonen var i tråd med dette preget av eksempler og muligheter, men ingen løfter.

For det tredje hadde NTV interesse av å sikre seg et fortsatt handlingsrom. Ved å vise at de allerede hadde inkorporert politiske ønskemål, kunne de håpe på å unngå påbud og restriksjoner. Dersom det for eksempel ble lagt politiske føringer på hvilke fjernsynskanaler som skulle formidles og hvordan innholdet skulle settes sammen, ville inntjeningspotensialet synke. Videoens vektlegging av informasjons- og opplysningstjenester, trygge tjenester for barn og et kanaltilbud med allmenne kanaler i stedet for kommersielle tjenester, kan ses i lys av behovet for å skape legitimitet for NTVs profil og unngå spesifiserte reguleringer.<sup>17</sup>

Endelig hadde NTV et behov for å imøtekomme motstandernes argumenter om at det digitale bakkenettet var dyrt og lite brukervennlig, og belegge hvorfor nettet var nødvendig selv om bredbånd ble mer utbredt. Dette er med på å forklare NTVs sterke vektlegging av enkelhet og at bakkenettet var den rimeligste løsningen og det eneste nettet som kunne distribuere til mobile mottakere.

### *Perspektivdimensjonen*

Perspektivdimensjonen brukes til å beskrive hva slags utsnitt scenariet har, fra makro- til mikroperspektiv. I den ene enden av skalaen kan vi plassere framtidsoverstillinger om nasjonale, regionale og globale samfunnstendenser av (for eksempel) kulturell, økonomisk eller økologisk art. Både klimaforskernes vær-modeller, de ovennevnte storskalascenariene fra 1970-, 80- og 90-tallet og en rekke

katastrofefilmer<sup>18</sup> kan plasseres i denne enden av skalaen. I den andre enden kan vi plassere framtidvisjoner som tar for seg enkeltstående elementer, for eksempel nye teknologiske applikasjoner eller medieprodukter.

NTV-scenariet befinner seg på mikroplan. Videoen inneholder ingen beskrivelser av hvordan moderne tv-teknologi vil endre samfunnet, men beskriver fjernsyn som en liten del av privatlivet. Det er ingen henvisninger til andre medier eller til fjernsynets rolle i samfunnet for øvrig. I stedet for å vise for eksempel hvordan digitalt fjernsyn åpner for flere kanaler og økt mangfold, eller sprer dagens fjernsynstilbud for kabel-tv-abonnenter til steder hvor kabel ikke lønner seg, fokuserer videoen på én enkelt brukersituasjon.

Videoen skiller seg her fra mange andre teknologibaserte framtidfortellinger. I denne sjangeren er det tradisjon for å utlede store samfunnsmessige endringer av relativt begrensede teknologiske innovasjoner. 1970- og 1980-tallets medieteknologiske nyvinninger ble fulgt av både sterkt pessimistiske spådommer om imperialismen og amerikanisering og sterkt optimistiske spådommer om vitalisering av demokratiet. Seinere har internett og interaktive medier blitt tillagt samme type potensial for å revolusjonere samfunnslivet. I manifestet *Life after television* (1992) hevder for eksempel George Gilder at den såkalte «teleputeren» vil revolusjonere samfunnet og frigjøre menneskene fra fjernsynets tyranni: «Television is a tool of tyrants. Its overthrow will be a major force for freedom and individuality, culture and morality. That overthrow is at hand» (1992: 49).

### *Metodedimensjonen*

Metodedimensjonen brukes til å beskrive hva slags forarbeid som ligger til grunn for et scenario og spenner fra fri fantasi til stringent metode.<sup>19</sup> Et eksempel på stringent metode er en utredning om fremtiden for Europas audiovisuelle sektor som konsulentselskapet Andersen gjorde for EU-kommisjonen i 2002. I denne utredningen fremstilles scenarieproduksjon nærmest som en presis vitenskapelig aktivitet, og utredningen preges av et ønske om å inkludere alle relevante og motsetningsfylte drivkrefter og utviklingstrekk.<sup>20</sup> Nærmere det andre ytterpunktet ligger teknologispådommene, slik de for eksempel presenteres i tidsskriftet *Wired Magazines* 2000-nummer. Her har forfatterne intervjuet forskere og besøkt framtidslaboratorier for deretter å konstruere framtidoppfatninger basert på deres vildeste forhåpninger – uten særlig mange motforestillinger eller kritiske spørsmål.<sup>21</sup>

Metoden som er brukt for å konstruere et bilde av en mulig framtid er nødvendigvis ikke en del av bildet selv. Likevel vil mange sjangre av scenarier, prognoser og spådommer eksplisitt beskrive metoden som er fulgt, gjerne for å argumentere for den sannsynligheten og troverdigheten man skal forvente av framtidsforestillingen. NTV-videoen derimot, inneholder ingen redegjørelse for hvordan den er blitt til. Framtidvisjonen som presenteres er udatert, og videoen inneholder ingen rulletekster eller annen informasjon som kunne si noe om hvordan visjonen er konstruert. Sett ut fra bildene og teksten som presenteres, ser den viktigste meto-

den ut til å være en form for *trendframskriving*: Man tar utgangspunkt i det kjente (*Hotell Cæsar*, *FBI*, fjernkontrollen, fortrolige grafiske grensesnitt etc.) og plasserer disse elementene i en relativt nøktern framtidvisjon. Presentasjonsvideoen tegner ikke noe bilde av framtidens tv og seer som særlig annerledes enn i dag, men framstiller tvert om digital-tv som «vanlig» fjernsyn med ekstra «tilleggsfunksjoner». Det er disse tilleggsfunksjonene og deres enkle bruk som beskrives i detalj.

Når ikke videoen oppgir noen metode, betyr det at den også er taus om hvilken status beskrivelsen har. Da videoen ble laget, var det ennå usikkert hvilken teknologisk standard som ville bli brukt i kringkastingssendingene. For eksempel var ikke operativsystemet for mottakerboksen ferdig utformet, og dermed kunne man heller ikke vite hvordan programguiden skulle se ut eller hvilke tilleggstjenester som kunne tilbys. Det som kan synes som en nøyaktig beskrivelse gjort av noen som *vet* hvordan det blir, er altså egentlig kun en plan og en målsetning. Videoen er taus om tvilen og usikkerheten som ligger bak denne beskrivelsen. NTV oppnår dermed i dette tilfellet større autoritet ved ikke å si noe om metoden.

### *Detaljeringsdimensjonen*

Detaljeringsdimensjonen brukes til å angi hvor detaljert den ferdige framtidvisjonen er utarbeidet. Selv i framtidfortellinger som behandler globale spørsmål vil man gjerne fokusere på enkeltstående elementer – katastrofefilmer er for eksempel notoriske i sin fokusering på enkeltmenneskers skjebner. Mye av den estetiske og retoriske kraften i science fiction og andre framtidfortellinger ligger i at de er gode beskrivelser som oppfattes som sammenhengende og helhetlige. Dette er et eksempel på den «virkelighetseffekt» Roland Barthes mente oppstår når mange realistiske detaljer tas inn i en fortelling (Barthes 1982; 1993).

Sett fra vårt perspektiv kan også mange *prototyper* regnes som scenarier eller framtidbeskrivelser. En prototyp er en fysisk eller audiovisuell framstilling av et framtidig produkt eller applikasjon som brukes for å teste og utvikle produktet før det er ferdig. Teknologiselskapene prøver stadig ut modeller av framtidige produkter, og disse brukes gjerne i markedsføring.<sup>22</sup> Prototyper kan derfor betraktes som detaljerte scenarier på mikronivå.

Det meste av NTVs video er en slik prototyp, en demonstrasjon av et grensesnitt og programtilbud som ennå ikke eksisterer, men som gjør det mulig å prøve ut om det vil fungere. Prototyper og presentasjoner har her et klart fortrinn framfor andre medier for aktører som ønsker å påvirke en politisk prosess: I forhold til tradisjonelle skriftlige og muntlige påvirkningskanaler, egner disse seg langt bedre til å gi mottakeren et inntrykk av teknologiens hverdagslige og håndfaste aspekter. Mens en rapport eller et saksdokument kan presentere abstrakte forhold som økonomiske forutsetninger, demografiske forventninger og teknologiske sammenhenger, er de ofte mindre egnet til å framstille hvordan et konkret produkt kan tenkes å se ut, høres og føles. Beskrivelsens framstillingsform og narrative kvalitet er

svært viktig for om en konkret framtidvisjon er virkningsfull og har innflytelse i samtiden.

I NTVs tilfelle er gjennomgangen av grensesnitt og tastetrykk påfallende detaljert. Selv en over middels interessert seer vil etter hvert kunne ta seg i å miste oppmerksomheten når fortelleren går igjennom hvordan den røde knappen på fjernkontrollen oppfører seg likt i TV 2s tilleggstjenester som i NRKs, mens nyhetstjenestene til de to kanalene er ulikt utformet. En så nitid utforming av hver minste detalj helt ned til «navigasjonsøvelsen» som skal lære seerne å bruke fjernkontrollen, bidrar til inngi tillit til NTV. Med en slik mengde detaljer synes det som om de er nødt til å vite hva de snakker om. Dessuten etterlater videoen tilsynelatende ingen tvil om at NTV har tatt brukervennlighet på alvor under sitt arbeid med utvikling av de teknologiske løsningene.

Når mengden detaljer om tastetrykk nærmer seg bristepunktet, er det interessant også å se hva som *ikke* vises fram. Det er nemlig også en del. *Interaktivitet* (som tidligere har vært et buzz-ord for digital-tv) er ikke nevnt ett eneste sted i videoen, selv om interaktive muligheter antydes underveis, både i form av navn på menyvalg (jf. «interaktive programmer» i figur 3) og måten spillet *Vil du bli millionær?* presenteres på. Videoen gir heller ikke noe svar på hva slags returkanal NTV ser for seg. Tenker de for eksempel spillet *Vil du bli millionær?* kun som valg mellom ulike enveis datastrømmer (som i tekst-tv), eller som svar fra seeren med muligheter for å vinne premier (noe som fordrer bruk av en returkanal)? Det går heller ikke fram om digital-tv vil gi tilgang til internett og andre teletjenester, noe blant andre flere regjeringer har argumentert for.<sup>23</sup> Vi får ikke vite noe om tekniske begrensninger i antall tv-apparater per mottakerboks, om endringer i kanaltilbudet, eller om seerne kan velge programmer fritt, uavhengig av den «tidslinjen» vi kjenner fra dagens analoge distribusjon (med samtidig kringkasting av programmer i en gitt rekkefølge).<sup>24</sup> Videoen tar heller ikke opp potensielt problematiske sider ved innføring av digitalt fjernsyn. For eksempel nevnes det ikke at bakkenettet kun var tenkt å dekke 95 % av husstandene, eller at andre land har erfaringer med at dårlige signalforhold som følge av uvær fører til svarte skjermer (og ikke bare skurring som med analogt mottak). I det hele tatt er det en relativt mangelfull beskrivelse, som kun vil kunne overbevise personer uten store kunnskaper om feltet.

Mangelen på revolusjonerende nye tilbud er imidlertid også overbevisende. Det grensesnittet som vises fram, imøtegår klart bildet av digital-tv som noe komplisert og vanskelig. Nettopp ved hjelp av presentasjonsvideoens audiovisuelle form lykkes NTV med å gi et begripelig bilde av framtidens digitale tv-situasjon: Borte er alle mystiske visjoner om hvordan tv vil se ut når vi selv velger «kamera-vinkler» og liknende. Presentasjonen gir et forførende inntrykk av NTVs fjernsyn som ikke bare *enkel*, men også *umiddelbar* teknologi: hvert enkelt tastetrykk gir en (audio)visuell respons uten noen forsinkelse overhodet. Responsen er hurtigere enn de fleste valgene en gjør med fjernkontrollen på analoge apparater, og svært mye raskere enn de digitale dekodeerne som kabel- og satellittplattformene UPC,

Canal Digital og Viasat tilbyr i skrivende stund. Det som presenteres er neppe en reell brukersituasjon.

### *Scenariets retoriske nivå*

Ved å studere videoen i seg selv, ser vi altså at den tar for seg et fenomen på mikro-nivå, gjennom en svært detaljert gjennomgang av en prototyp som i stor grad er basert på eksisterende programkonsepter. Men når vi studerer videoen, blir vi også slått av en annen form for argumentasjon, som ligger på de sekundære meningenes nivå, det Umberto Eco kaller «det retoriske nivå» (1976: 278–79).

Retorikere har til alle tider prøvd å vinne publikums velvilje ved å knytte de rette konnotasjonene til sin sak. NTVs video velger hele tiden å knytte an til det som er kjent, det som er enkelt, og det som er norsk, og den vekker konnotasjoner om hensyn og ansvar (både for den enkelte bruker og for det norske samfunnet som helhet). Videoen inneholder ingen beskrivelser av hvordan moderne tv-teknologi vil endre samfunnet. Isteden er digital-tv i hovedsak fremstilt som en nøktern forbedring av tradisjonell og trygg teknologi. Idealbrukeren ser ut til å være en vanlig fjernsynsseer, og perspektivet som vektlegges er for det meste dagligdags og alminnelig. Tidligere har særlig NRK fokusert langt mer på det revolusjonerende i interaktivt fjernsyn, men i videoen er alle dramatiske visjoner tonet ned. Forestillingen om at fjernsynsapparatet først og fremst er et *fjernsynsapparat*, står i sentrum. Tanken ser ut til å være at dersom beslutningstakerne oppfatter NTVs digital-tv som en appellerende og trygg teknologi, vil de ønske at også andre brukere får tilgang til dette.

Fra begynnelsen av videoen fokuseres det på de norske tusen hjem. Vel inne i ett av dem er det befriende få ledninger (og mye mindre krøllete enn de ofte er i dag). Forsikringen om at «apparatet installerer seg selv» og «hele tiden forteller hvor det er i prosessen», bidrar til forståelsen av at NTV bryr seg om oss. Det er i denne sammenhengen den pussige «navigasjonsøvelsen» for fjernkontrollen passer inn.

NTV velger også å vise i detalj nyheter, barneprogrammer, distriktssendinger (hvor Finnmarkssendinger med Mari Boine tjener som eksempel) og forbrukerjournalistikk; sjangre som alltid har vært populære i Stortingets kulturkomité. I tillegg kommer to velplasserte nyvinninger: historisk stoff fra arkivet og informasjon fra nettstedet *Norge.no*, tilgjengelig uten internett. NTV viser gjennom dette at de er bevisst sitt allmennkringkasteransvar.

Videoen er imidlertid ikke *bare* nøktern. Mellom linjene og mer eksplisitt mot slutten kommer enkelte futuristiske og millenaristiske elementer til syne. I sluttsekvensen plasseres tv-masten i sentrum av et drømmende, blått landskap, som bringer tankene over på andre bilder fra norsk visuell kultur som på ulike måter uttrykker lengsel, mystikk og forventning. Parallellen til den lysende stjernen (og korset) i Sohlbergs *Vinternatt i Rondane* og det glitrende lyset i Kittelsens *Soria Moria* er påfallende (figur 7).



*NTVs digitale framtidsslott*

*Figur 7*

En bedre måte å kombinere det trygge norske med en moderne digital framtid, er vanskelig å tenke seg.

### *En tillitvekkende demonstrasjon*

Vi har sett hvordan NTV valgte å levere en demonstrasjonsvideo til Stortingets åpne høring for å underbygge sine planer for et digitalt bakkebasert kringkastingsnett. Vi har diskutert hvilke interesser NTV hadde i å lage en slik video, og observert at det synes å ha vært en virkningsfull strategi. Vi har strukturert analysen ved å skille mellom fire aspekter eller dimensjoner som vi mener kan være nyttige for å beskrive alle former for framtidsskildringer: motivasjonsdimensjonen, perspektivdimensjonen, metodedimensjonen og detaljeringsdimensjonen.

NTVs video er åpenbart laget ut ifra et motiv om å påvirke Stortinget spesielt, og den interesserte allmennhet generelt. Målet var å få aksept for det digitale bakkenettets fordeler som distribusjonskanal, og at den skisserte løsningen med billige mottakerbokser og analog avstenging fornuftig. Valget av perspektiv og metode er i tråd med dette motivet. Eventuelle økonomiske og samfunnsmessige konsekvenser av det politiske vedtaket er nærmest fraværende i framstillingen. Det er den enkelte brukers opplevelser som står i fokus. Snarere enn en metodisk analyse av teknologier, mulige valg og økonomiske modeller har man valgt å lage en demonstrasjon av et programtilbud man antar er mulig, uten å underbygge dette videre.

Denne videoen var myntet på politikerne og gjennomsnittsbrukerne – personer med mye skepsis og lite spesialkunnskaper. Det var derfor viktig å gjøre digitalfjernsyn folkelig og spiselig. Et tydelig uttrykk for dette er hvordan digitalfjernsyn framstilles som en videreføring av fjernsyn slik vi kjenner det. Ifølge videoen vil digitalisering bety flere kanaler og noen tilleggstjenester, mens mer nyskapende interaktive tjenester ikke presenteres. Dette kan skyldes at NTV ikke har slike tjenester å presentere, men det kan også skyldes et ønske om å vise det gamle, trygge fjernsynet. På samme måte vektlegges muligheten for utvidede opplysnings- og informasjonstjenester sterkere enn muligheten for flere kommersielle tjenester og underholdning. I NTVs framstilling ser framtidens fjernsynssituasjon mer ut som et digitalt klasserom enn en digital fornøyelsespark.

I utformingen av detaljene har man valgt å stilisere, ja, nærmest viske ut alle detaljer om teknologi, ut over to opplysninger: at digitalfjernsyn skal sendes fra fjernsynsmaster, og at mottakerboksen skal være enkel å kople til. Det stiliserte landskapet tjener den overforenklede beskrivelsen av teknologien, da et slikt visuelt uttrykk ikke tillater annet enn skjematisk *antydning* om systemets virkemåte. Det interessante er at det er sendeteknologien man vet mye om i dag. Programformene vet man svært lite konkret om – men det er likevel programtilbudet som presenteres detaljert og livaktig.

Dette er et effektivt retorisk grep: Det man kan se og høre virker umiddelbart virkelig, så når NTV viser fram et framtidig fjernsynstilbud, med tilsynelatende nyttige og enkle tilleggstjenester, virker det tillitvekkende. Det er fort gjort å glemme at dette er en redigert og forenklet framstilling av et komplekst system. I informatikkmiljøer snakker man om «demonstrasjonens edle kunst». En vel planlagt demonstrasjon, hvor utvalgte funksjoner gjøres i en fast rekkefølge, gir som regel et helt annet inntrykk enn om man setter en bruker foran et eksperimentelt system og ser hvordan han eller hun prøver å finne fram. Det er ikke gitt at det vil fungere å lese en skrevet tekst med mer informasjon om emnet for et fjernsynsprogram samtidig som programmet spilles i et hjørne av skjermen, men slike anføkkelser har ingen plass i NTVs video. Den er laget for å gi inntrykk av at NTV *vet* hva de snakker om når de sier at dette blir et godt tilbud som er enkelt å bruke. Scenariejangeren tillater en slik omgang med fakta: man utbroderer antagelser om framtidige goder samtidig som man dekker over kjente vanskeligheter på veien dit.

### *Epilog: Videoens påvirkningskraft?*

Hvilken rolle spilte så NTVs presentasjonsvideo i arbeidet for å overtale politikerne? Det er ikke enkelt å måle gjennomslagskraften til en enkeltstående visjon, men det er åpenbart at slike visjoner har ulik effekt i samtiden. Enkelte framtidforestillinger synes å bli en integrert del av hverdagslige eller vitenskapelige forestillinger om framtiden, og inngår etter hvert som bestanddeler i politiske, teknologiske eller økonomiske beslutningsgrunnlag. Andre kan ha mer konkret betydning for enkeltbeslutninger.



På generelt grunnlag kan vi slå fast at NTVs lobbykampanje var vellykket i forhold til Stortingets beslutning. Bare Fremskrittspartiet stemte imot da Stortinget i februar 2004 ga sin støtte til planene for digitalisering av bakknettet og analog avstenging.<sup>25</sup> I løpet av få måneder hadde altså situasjonen i Stortinget endret seg fra stor skepsis til bred oppslutning. NTV selv mente også at de hadde fått bra gjennomslag for sin argumentasjon: «Den allmenne politiker vet ikke all verden om dette, men de som nå behandler saken i kulturkomiteen vil jeg si egentlig er ganske velinformerte,» uttalte Rolf Brandrud, informasjonsansvarlig i Norges Televisjon AS (NTV), et halvt år etter vedtaket: «Vi har følelsen av at veldig mange av argumentene våre har slått rot og nådd fram.»<sup>26</sup>

Slik sett har selskapets totalstrategi overfor Stortinget, hvor presentasjonsvideoen inngår som ett av flere elementer, gitt resultater. I januar 2005 er konsesjonen fortsatt ikke tildelt, men det er ikke usannsynlig at NTV kan bli stående igjen med betydelig handlingsrom og innflytelse over den digitale utviklingen. Det er imidlertid umulig å si noe presist om hvilken rolle videoen spilte i dette, ut over at den var ett av flere virkemidler NTV brukte for å fremme sine interesser.

En skal heller ikke se bort fra den mer langsiktige innflytelsen NTVs video kan ha på mer allmenne forestillinger om framtidens digital-tv. Vi har registrert at bilder fra videoen stadig dukker opp i andre sammenhenger hvor mediene ønsker å illustrere hvordan framtidens fjernsyn vil se ut.<sup>27</sup> NTVs skildring er kanskje på vei til å bli en del av vår kollektive oppfatning av hvor tv-utviklingen vil bringe oss. Det er i hvert fall grunn til å anta at den er utgangspunktet for videre eksperimenter i NRK og TV 2. Slik kan den bli en selvoppfyllende profeti hva programtilbudet angår.

Framtidsvisjoner er viktige deler av det mentale rammeverket når politikere og markedsaktører planlegger politikk og strategier for framtida. De er også viktige for å påvirke innovative bruker- og produsentmiljøer og kan derfor få innflytelse ut over det generelt ideologiske og politiske. Selv om det finnes enkeltteksempler på analyser av framtidsvisjoner innenfor f.eks. science fiction- eller dokumentarfilm-sjangeren og av deres innflytelse på samtidens politiske klima, er slike visjoner i liten grad trukket inn som kilder i medievitenskapelige studier.<sup>28</sup> Vi har i denne artikkelen forsøkt å vise hvordan audiovisuelle framtidsvisjoner kan ha betydning for utfallet av mediepolitiske konflikter, og pekt på slike visjoners betydning for å forme aktørenes oppfatning av hva konfliktene gjelder. Det følger av dette at vi ser analyser av scenarier og framtidsvisjoner som vesentlige bidrag til en kritisk medieforskning.

**Anders Fagerjord** Postdoktor

E-postadresse: anders.fagerjord@media.uio.no

**Faltin Karlsen** Forsker

E-postadresse: faltin.karlsen@media.uio.no

**Arnt Maasø** Førsteamanuensis

E-postadresse: arnt.maaso@media.uio.no

### Tanja Storsul Postdoktor

E-postadresse: [tanja.storsul@media.uio.no](mailto:tanja.storsul@media.uio.no)

### Trine Syvertsen Professor

E-postadresse: [trine.syvertsen@media.uio.no](mailto:trine.syvertsen@media.uio.no)

Samtlige arbeider ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo. Forfatterne er deltakere i prosjektet Participation and Play in Converging Media (PaP), et samarbeidsprosjekt finansiert under KIM-programmer i NFR for perioden 2003–2006.

## Noter

- 1 St.meld. nr. 62 (1996–97); St.meld. nr. 46 (1998–99); Innst. S. nr. 53 (1999–2000).
- 2 En multipleks er utstyr som gjør det mulig å sende flere fjernsynskanaler som ett utgående signal. I dag antas det at en multipleks kan overføre 4–6 kanaler, mens framtidig sendeteknologi vil muliggjøre flere kanaler i samme multipleks.
- 3 St.meld. nr. 44 (2002–2003).
- 4 Innst. S. nr. 53 (1999–2000).
- 5 Innst. S. nr. 142 (2001–2002); Selsjord 2003.
- 6 I Storbritannia tok riktig nok interessen seg opp i 2003, men dette var fem år etter at digitalt bakkenett ble lansert.
- 7 I intervjuer i boka *Mediemangfold* gir stortingspolitikere uttrykk for en viss grad av avmakt overfor den teknologisk orienterte mediepolitikken. Ola T. Lånke beskriver sakene som til dels «ekstremt kompliserte», mens May Helen Molvær Grimstad sier den teknologiske orienteringen gjorde det vanskelig for politikere å delta i enkelte debatter (Syvertsen 2004: 108–109).
- 8 Se bl.a. St.meld. nr. 46 (1998–99); Innst. S. nr. 53 (1999–2000); St.meld. nr. 44 (2002–2003); Innst. S. nr. 128 (2003–2004).
- 9 Imidlertid har videoen også vært brukt overfor andre aktører og deltakere i den offentlige debatten, og vært tilgjengelig på DVD og web (<http://www.ntv.as>).
- 10 Bellamys bok *Looking Backward, 2000–1887* (1888) skildrer et rikt og fredelig samfunn hvor teknologien er skapt i det godes tjeneste og godene var likt fordelt. Boka ble bl.a. starten på den amerikanske nasjonalistbevegelsen og betraktes av mange utopiologer som en av de mest innflytelsesrike utopiene gjennom tidene (Carey 1999: 284).
- 11 Etter den første boka *Megatrends: Ten new directions transforming our lives* (1982) har John Naisbitt og hans team skrevet et tjuetalls bøker med liknende titler. *Popcorn-rapporten: om hva vi kommer til å tenke, gjøre og kjøpe i fremtiden*, kom i norsk utgave hos Bokklubben Bedre Ledelse i 1992. Faith Popcorn har også skrevet en rekke bøker om framtidstrender.
- 12 Instituttet for Fremtidsforskning (IFF) i København er en selvstendig forskningsinstitusjon og ble etablert allerede i 1970. Formålet er «at forske i fremtiden for kunder i den private og offentlige sektor». <http://www.cifs.dk/>

- 13 Den amerikanske scenarielitteraturen er generelt opptatt av å bringe tilbake optimismen i samfunnsplanleggingen. James Ogilvy er en av dem som hevder at 1990-tallets visjoner er altfor preget av pessimisme og kynisme. I boka *Creating better futures* (2002: 1) skriver han: «It is as if optimism was unfashionable. Cynicism sounds so deep. Hope sounds so superficial and naïve.»
- 14 Ordboksdefinisjonene åpner på samme måte for at «scenario» kan forstås både i en smal og en vid betydning. En vid definisjon er «an imagined sequence of possible events» (*Encarta World English Dictionary*) eller på norsk: «en beskrivelse av hvordan en tenker seg en plan, handling el. framtidig utvikling» (*Bokmålsordboka*). Begrepet scenario ble opprinnelig brukt på engelsk i samme betydning som «screenplay». Ifølge Lindgren og Bandhold ble begrepet tatt i bruk av Herman Kahn i RAND Corporation på 1950-tallet i arbeidet med å lage militære framtidsvisjoner. Dette var på samme tid som «Hollywood decreed the term outdated and switched to the label 'screenplay'» (2003: 36).
- 15 De fire dimensjonene kan sees på som en påvirkningsprosess: Fra et *motiv* (mer eller mindre eksplisitt) konstrueres et scenario i et bestemt *perspektiv* etter en bestemt *metode*. Dette beskrives i mer eller mindre *detalj*, og resultatet har en potensiell påvirkning på forståelsesformer eller prosesser. Analysemodellen er imidlertid først og fremst ment som et analyseverktøy hvor dimensjonene betraktes som relativt uavhengige og ikke ordnet i noen bestemt rekkefølge.
- 16 Mange vil ønske å argumentere for at all underholdning har base i noe alvorlig, og at alle kunstneriske fremtidsfortellinger har et ønske om å påvirke. Trolig er en framtidsbeskrivelse uten noen hensikt om påvirkning en teoretisk forestilling, men skulle en slik beskrivelse finnes, er den altså ytterpunktet på vår skala.
- 17 Nødvendigheten av at Stortinget skulle være tilbakeholdne i forhold til å stille krav til selskapet ble da også understreket under stortingsdebatten. Se bl.a. saksordfører Ola T. Lånkes (KrF) hovedinnlegg i Stortinget 26.2.2004.
- 18 Et nylig eksempel er filmen *The Day after Tomorrow* (regi Roland Emmerich 2004), som beskriver hvordan en ny istid legger seg over den nordlige halvkule i løpet av noen få dager.
- 19 Mellom disse ytterpunktene finnes imidlertid mange mellomløsninger. Både Jules Vernes og Arthur C. Clarkes science fiction-bøker er for eksempel skjønnlitterære, men likevel basert på inngående kjennskap til nyvinninger innen flere tekniske og naturvitenskapelige områder.
- 20 Konsulentselskapet Andersen konstruerte i 2002 tre scenarier om framtidens kringkastingindustri til bruk for beslutningstakerne i EU (Andersen 2002). Kildetilfanget var omfattende og variert – fra nøkkeltall om produksjon, distribusjon og bruk av medier, via «workshops» og et stort antall kvalitative intervjuer med ledere i medieselskaper. De viktigste, men minst sikre utviklingstrekkene ble valgt ut som grunnlag for å bygge tre forskjellige scenarier.
- 21 Det første nummeret i år 2000 av tidsskriftet *Wired Magazine* hadde temaet «The Future Gets Fun Again». Artiklene veksler mellom tradisjonelle journalistiske intervjuer og fabuleringer om hvordan livet ville være når man lever i flere hundre år «i en sverm av data». Metoden i disse artiklene er, så langt den er beskrevet, å intervju vitenskapsfolk, og så konstruere framtidsoppfatninger basert på deres ideer.

- 22 Mobiltelefonselskap lanserer stadig kino- og fjernsynsreklamer som viser framtidige telefoner. Telefonene som vises fram i disse filmene er trolig basert på informasjon fra utviklerne, men med en liten dose gjetting på toppen når det gjelder detaljer i utseende og hvor enkle de er å bruke.
- 23 Se f.eks. St.meld. nr. 46 (1998–99), Kulturdepartementet 2001 og St.meld. nr. 44 (2002–2003).
- 24 Dette ville sannsynligvis kreve innebygd minne, men harddiskopptakere med plass til flere ukers programmer er i handelen allerede.
- 25 Innst. S. 128 (2003–2004). Votering i Stortinget 26. februar 2004.
- 26 Rolf Brandrud intervjuet av Tore Ubøe 13. september 2004 i forbindelse med prosjektet «Participation and play in converging media».
- 27 Se f.eks. Meese (2004) og Thoresen (2004).
- 28 Det politiske potensialet i Peter Watkins' Oscar-belønnede framtidsvisjon *The War Game* (1965), bl.a. omtalt som «worst case scenario docu-drama» (jf. imdb.com), fikk f.eks. mye oppmerksomhet, ikke minst fordi den ble forbudt vist på BBC. Selv om BBC hevdet at dette skyldtes fokus på vold og lidelse, har mange spekulert i at det politiske sprengstoffet i Watkins' livaktige dystopi også har spilt en vesentlig rolle.

## Referanser

- Andersen (2002), *Outlook of the Development of Technologies and Markets for the European Audio-visual Sector up to 2010*. N.P.: Commission of the European Communities Directorate-General for Education and Culture. Tilgjengelig: [http://europa.eu.int/comm/avpolicystat/tvoutlook/tvoutlook\\_finalreport.pdf](http://europa.eu.int/comm/avpolicystat/tvoutlook/tvoutlook_finalreport.pdf) [28.06.04].
- Bacon, Francis (1924), *New Atlantis*. Oxford: Clarendon. Første gang utgitt 1626.
- Barthes, Roland (1982), *L'effet de réel*. I: R. Barthes, L. Bersani, P. Hamon, M. Riffaterre og I. Watt (red.), *Littérature et réalité*. Paris: Éditions du Seuil. Første gang utgitt 1968.
- Barthes, Roland (1993), *S/Z*. Oversatt av R. Miller. Oxford: Blackwell. Første gang utgitt 1970.
- Bell, Daniel (1974), *The Coming of the Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting*. London: Heineman.
- Bellamy, Edward (1888), *Looking Backward*. New York: Dover Publications, Inc.
- Bokmålsordboka (2000), «Scenario». Oslo: Universitetsforlaget. Tilgjengelig: <http://www.dokpro.uio.no/perl/ordboksoek/ordbok.cgi?OPP=scenarior&bokmaal=S%F8k+i+Bokm%E5sordboka&ordbok=nynorsk&alfabet=n&renset=j> [17.03.05]
- Brandrud, Rolf, informasjonsansvarlig i NTV, intervjuet av masterstudent Tore Ubøe, 9. desember 2002 i forbindelse med forskningsprosjektet PaP. Tilgjengelig: <http://www.media.uio.no/prosjekter/pap/forskning.html> [20.07.04].
- Brown, Allan og Robert G. Picard (eds.) (2005), *Digital terrestrial television in Europe*. Mahaw, N.J.: Lawrence Erlbaum.

- Canal Digital (2002), *Høring opplegg for utlysning av konsesjon til utbygging og drift av digitalt bakkenett for fjernsyn*. Høringsuttalelse 8. april 2002.
- Carey, John (1999), *The Faber Book of Utopias*. London: Faber and Faber.
- Castells, Manuel (1996–1998), *The information age: Economy, society and culture*. 3 bind. Oxford: Blackwell.
- Eco, Umberto (1976), *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Encarta (2005), «Scenario». Encarta World English Dictionary. North American ed. Tilgjengelig: [http://encarta.msn.com/dictionary\\_/scenario.html](http://encarta.msn.com/dictionary_/scenario.html) [17.03.05]
- Fuglevik, Tor (2003), «Feilinformasjon fra IKT-Norge», innlegg i *Dagens Næringsliv* 17. november 2003.
- Gilder, George (1992), *Life after television – The coming transformation of media and American life*. New York: Norton.
- Hompland, Andreas (red.) (1987), *Scenarier 2000 – Tre framtidbilder av Norge*, Oslo: Universitetsforlaget.
- IKT-Norge (2003), *Hvorfor det ikke bør bygges et nytt digitalt bakkenett for landsdekkende distribusjon av tv i Norge*. Notat 8. mai 2003.
- Innst. S. nr. 53 (1999–2000) *Innstilling fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om St.meld. nr. 46 (1998–99) Digitalt fjernsyn*.
- Innst. S. nr. 142 (2001–2002) *Innstilling fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om St.meld. nr. 57 (2000–2001) Iytringsfrihetens tjeneste*.
- Innst. S. nr. 128 (2003–2004) *Innstilling fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om St.meld. nr. 44 (2002–2003) Om digitalt bakkenett for fjernsyn*.
- Kahn, Herman, William Brown og Leon Martel (1976), *The next 200 years: a scenario for America and the world*. New York: Morrow.
- Kulturdepartementet (2001), *Mediepolitisk redegjørelse. NRK på vei mot en ny tid*. Kulturminister Horns orientering til Stortinget 26.04.2001.
- Kultur- og kirke departementet (KKD) (2002), *Kunngjøring av konsesjon digitalt bakkenett for fjernsyn*, av 28. juni 2002.
- Lindgren, Mats og Hans Bandhold (2003) *Scenario planning – the link between future and strategy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Meese, Henning (2004), «Må utvikle interaktiv TV», *Computerworld* 28. mai 2004. Tilgjengelig: <http://www.computerworld.no/index.cfm?fuseaction=artikkel&id=CA638527-E5EA-0894-ACF840D88AA8BEEE> [01.10.04]
- Negroponte, Nicholas (1995), *Being digital*. London: Hodder & Stoughton.
- Naisbitt, John (1982), *Megatrends: ten new directions transforming our lives*. New York: Warner.
- Nordal, Aksel (2004), *Digitaliseringen av bakkenettet – En kringkastingsssektor i forandring*. Hovedoppgave ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Norges Televisjon (2002), *Søknad om konsesjon fra NTV*, av 1. oktober 2002.
- Ogilvy, James (2002), *Creating better futures: scenario planning as a tool for a better tomorrow*. New York: Oxford University Press.
- Papathanassopoulos, Stylianos (2002), *European Television in the Digital Age. Issues, Dynamics and Realities*. Cambridge: Polity Press

- Popcorn, Faith (1992), *Popcorn-rapporten: om hva vi kommer til å tenke, gjøre og kjøpe i fremtiden*. Norsk utgave oversatt av Claus Sonberg. Bokklubben Bedre Ledelse, Oslo: Hjemmet Bokforlag.
- PriceWaterhouseCoopers (2000/2001), *The Future of the Entertainment and Media Industries: 2005*, rapport.
- Schwartz, Peter (1998), *The art of the long view – planning for the future in an uncertain world*. Chichester: Wiley.
- Selsjord, Knut (2003), «Digital tenketank i Ap», *Dagens Næringsliv* 27.10.2003.
- Selstad, Tor (1991), *Med krystallkule og computer. Prognoser og scenarier i samfunnsplanleggingen*. Oslo: Universitetsforlaget.
- St.meld.nr. 62 (1996–97) *Kringkasting og dagspresse 1996 mv*.
- St.meld. nr. 46 (1998–99) *Digitalt fjernsyn*.
- St.meld. nr. 44 (2002–2003) *Om digitalt bakkenett for fjernsyn*.
- Sundet, Vilde (2004), *Overgang til digital fjernsynsdistribusjon: Argumenter, konflikter og allianser i Norge og Danmark*. Hovedoppgave ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Syvertsen, Trine (2004), *Mediemangfold. Styring av mediene i et globalisert marked*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Thoresen, Jan (2004), «Utsetter digitalt bakkenett», *Dagbladet.no* 7. mai 2004. Tilgjengelig: <http://www.dagbladet.no/dinside/2004/05/07/397761.html> [17.03.05]
- Toffler, Alvin (1970), *Future shock*. New York: Random House.
- UPC (2002), *Høringsuttalelse – opplegg for utlysning av konsesjon til utbygging og drift av digitalt bakkenett for fjernsyn*. Høringsuttalelse 11.4.2002.
- Wired Magazine* (2000), «The Future Gets Fun Again». Vol. 8: 1.