



Innst. S. nr. 230

(2004–2005)

**Innstilling til Stortinget
fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen**

St.meld. nr. 22 (2004-2005)

**Innstilling fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om
kultur og næring**

INNHOOLD

1. Sammendrag	5
1.1 Innleiing, bakgrunn og samandrag	5
1.1.1 Innleiing	5
1.1.2 Samandrag	6
1.2 Nasjonale og internasjonale utviklingstrekk	7
1.2.1 Kultur, innovasjon og økonomisk utvikling	7
1.2.2 Kultur og næring som utviklingsstrategi	7
1.2.3 Nærare om kulturnæringane	8
1.2.3.1 Internasjonale kartleggingar av kulturnæringane	8
1.2.3.2 Kartlegging av kulturnæringane i Noreg	8
1.2.3.3 Sentrale aspekt ved kulturnæringane	8
1.2.4 Ungdomskulturar, innovasjon og kommersialisering	8
1.3 Rammevilkår og utfordringar	9
1.3.1 Innleiing	9
1.3.2 Kulturpolitikken	9
1.3.3 Nærings- og innovasjonspolitikken	9
1.3.4 Om nærings- og innovasjonspolitiske verkemiddelaktørar	10
1.3.4.1 Innovasjon Noreg	10
1.3.4.2 Norsk Designråd	10
1.3.4.3 SIVA	10
1.3.4.4 Noregs forskingsråd	10
1.3.4.5 Utdannings- og forskingsinstitusjonane	10
1.3.4.6 Fylkeskommunane som regionale utviklingsaktørar	11
1.3.5 Utanrikspolitikken	11
1.3.6 EU og EØS-regelverket	11
1.3.6.1 EU-programma	11
1.3.6.2 Europeisk kulturhovudstad	11
1.3.6.3 EU-regelverket og EØS-avtalen	11
1.3.7 WTO og kulturnæringane	11
1.3.7.1 UNESCO og kulturelt mangfald	11
1.3.8 Utfordringar for vidare utvikling av kulturbaserte næringar	11
1.3.8.1 Skatte- og avgiftssystemet	12
1.3.8.2 Kompetanse, nettverk og infrastruktur	12
1.3.8.3 Internasjonalisering og profilering	12
1.4 Næringsaspekt ved kunstnarisk verksemd	13
1.4.1 Nøkkeltal og utviklingstrekk	13
1.4.1.1 Om trygd, dagpengar og forsikring	13
1.4.1.3 Ein urbanisert kunstnarstand	13
1.4.1.3 Utdanning, forskning og entreprenørskap	13
1.5 Design	14
1.5.1 Innleiing	14
1.5.2 Mål og verkemiddel	14
1.5.3 Struktur og utviklingstrekk	14
1.5.3.1 Etablering, utdanning og forskning	14
1.5.3.2 Internasjonalisering	14
1.6 Audiovisuell industri	14
1.6.1 Statleg politikk	14
1.6.1.1 Mål for den statlege politikken	14
1.6.1.2 Andre verkemiddel	14
1.6.1.3 EØS-avtalen	14
1.6.2 Tiltak og verkemiddel	14

1.6.2.1	Innleiing	14
1.6.2.2	Auka produksjonsvolum	15
1.6.2.3	Regional filmsatsing	15
1.6.2.4	Styrking av marknaden for uavhengige fjernsynsproduksjonar	15
1.6.3	Insentiv for å få utanlandske filmproduksjonar til Noreg	16
1.6.3.1	Bakgrunn	16
1.6.3.2	Eksisterande verkemiddel	16
1.6.3.3	Kulturpolitisk vurdering	16
1.6.3.4	Næringspolitisk vurdering	16
1.7	Musikkfeltet	16
1.7.1	Verkemiddel	16
1.7.2	Struktur og utviklingstrekk i musikkfeltet	17
1.7.2.1	Kunstnarisk arbeid	17
1.7.2.2	Publisering og media	17
1.7.2.3	Internasjonalisering, marknadsføring og eksport	17
1.7.2.4	Kunnskap, kompetanse og nettverk	17
1.8	Bokbransjen	18
1.8.1	Grunngjeving for statleg engasjement	18
1.8.2	Rammevilkår og verkemiddel	18
1.8.3	Utviklingstrekk	18
1.8.3.1	Marknadskonsentrasjon	18
1.8.3.2	Teknologisk utvikling	18
1.8.4	Om produksjon og distribusjon av litteratur	18
1.8.4.1	Kunstnarisk produksjon	18
1.8.4.2	Forlagsverksemd	18
1.8.4.3	Forvaltning av rettar og interesser	18
1.8.4.4	Sal av litteratur	18
1.8.4.5	Formidling	19
1.8.5	Internasjonale relasjonar	19
1.9	Kulturbasert reiseliv	19
1.9.1	Reiselivsnæringane	19
1.9.2	Nærare om kulturbasert reiseliv	19
1.9.3	Natur og kulturarv som føresetnad for reiseliv	20
1.9.4	Bygdeturisme	20
1.9.5	Kulturinstitusjonane som reiselivsaktørar	20
1.9.6	Festivalar og spel	20
1.9.7	Rammevilkår og utfordringar	20
1.10	Matkultur	20
1.10.1	Innleiing	20
1.10.2	Mat, nisjeproduksjon og opplevingar	21
1.10.3	Sjømat - ein viktig del av norsk matkultur	21
1.10.4	Kultursektoren og matkultur	21
1.10.5	Verkemiddel og rammevilkår	21
1.10.6	Utfordringar og satsingsområde	21
1.10.6.1	Nettverksbygging	21
1.10.6.2	Marknadsføring, merkevarebygging og synleggjering	22
1.10.6.3	Informasjon og kompetanseheving	22
1.11	Samarbeid mellom kulturliv og næringsliv	22
1.11.1	Innleiing	22
1.11.2	Sponsoravtaler	22
1.11.3	Samarbeidsavtaler	22
1.11.4	Aktørar og verkemiddel	23
2.	Komiteens merknader	23
3.	Forslag fra mindretall	38
4.	Foreleggelse for næringskomiteen	38
5.	Komiteens tilråding	38



Innst. S. nr. 230

(2004-2005)

Innstilling til Stortinget fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen

St.meld. nr. 22 (2004-2005)

Innstilling fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om kultur og næring

Til Stortinget

1. SAMMENDRAG

1.1 Innleiing, bakgrunn og samandrag

1.1.1 Innleiing

St.meld. nr. 22 (2004-2005) vil søkje å gje eit heilskapleg perspektiv på forholdet mellom kultur, næring og samfunnsbygging. Regjeringa ynskjer å synleggjere kva for funksjonar kunst og kultur har innanfor ein slik heilskap og leggje til rette for at kultursektoren kan spele ei større rolle i ei nyskapande og berekraftig samfunnsutvikling. I ein global marknadssituasjon er det viktig at den verdiskapinga som skjer innanfor kultursektoren kjem tydelegare fram, og at kultursektoren får ein større plass innanfor eit framtidsretta innovasjonsystem.

Overordna økonomiske og samfunnsmessige endringar har ført til aukande etterspurnad etter kultur og opplevingar. I ein global konkurransesituasjon driven fram av ny informasjonsteknologi spelar den meirverdige kreative og meiningsproduserande element kan tilføre både nye og meir tradisjonelle produkt og tenester ei stadig større rolle. Gjennom denne utviklinga vert det skapt nye vekstvilkår for kultursektoren, samstundes som kultur kan vere ei drivkraft i den økonomiske utviklinga.

Meldinga byggjer på tre hovudsynspunkt. For det første omfattar kulturlivet i stor grad eigne verdiskapande næringar med relativt stor innverknad på norsk økonomi. For det andre kan det liggje eit synergipotensial i eit fruktbart samspel mellom kultur og anna næringsverksemd. For det tredje er kultur og kulturbaserte næringar ofte lokalt rotfesta og spelar ei viktig rolle i lokal- og regional utvikling.

Kultursektoren omfattar eit breitt spekter av verksemder med ulik struktur, økonomi og utviklingspotensial. Aktørane i kultursektoren spreier seg frå dei reint ideelle verksemdene som alltid vil vere avhengige av offentlig støtte, til dei reint kommersielle verksemdene som vert drivne fullt ut på forretningsmessig grunnlag. Det må strekast under at langt i frå all kulturverksemd kan verte omdanna til lønsame marknadsbaserte bedrifter.

Kulturpolitikken og næringspolitikken har ulike siktemål, verkemiddel og effektar. Kulturpolitikken er forankra i ideen om kulturen sin eigenverdi. Hovudmåla for kulturpolitikken er å fremje kulturelt og estetisk mangfald, stimulere kunstnarleg kvalitet og nyskaping, bevare og sikre kulturarven og leggje til rette for at heile folket har tilgang til eit rikt og mangfaldig kulturtilbod. Det er krav til kunst- og kulturfagleg kvalitet og ikkje kommersielle interesser som skal vere styrande for utviklinga i kultursektoren.

Kulturpolitikken er retta særleg inn mot dei delane av kultursektoren som ikkje har tilstrekkeleg inntening på omsetnad av varer og tenester i ein marknad. Innanfor ein politikk for kultur og næring vil kulturpolitikken sin rolle difor først og fremst vere å sørgje for ei grunninvestering i kultursektoren og medverke til at kulturaspektet vert ivareteke i form av kunst- og kulturfagleg kompetanse. Ein føresetnad for å utløyse utviklingspotensialet i kultursektoren er at det vert ført ein kulturpolitikk som legg til rette for eksperimentering og risiko i kulturlivet, utan omsyn til økonomisk meirverdi. Ei slik grunninvestering er heilt nødvendig for at kulturnæringane i ettertid skal kunne gje avkastningar.

Den overordna målsetjinga i næringspolitikken er å styrkje verdiskapinga i norsk økonomi. Frå ein næringspolitisk synsstad vil såleis utgangspunktet vere at ein politikk retta mot utvikling av næringspotensialet i kultursektoren i hovudsak bør skje innanfor overordna næringspolitiske mål og verkemiddel. Med eit slikt utgangspunkt vil det difor stå sentralt at det er kulturbaserte næringar med eit høgt økonomisk verdiska-

pingspotensial det skal leggjast til rette for. Innanfor slike rammer vil det vere viktig å tilføre dei relevante delane av kultursektoren kunnskapar om marknad, konkurranse og generell forretningsmessig kompetanse dersom kultursektoren skal medverke til innovasjon og verdiskaping. For å medverke til utviklinga av økonomisk verdiskapande og lønsame kulturnæringar er det avgjerande å leggje til rette for kulturbedrifter som klarer å omstille seg etter kvart som marknad, teknologi og andre rammevilkår endrar seg.

Ein politikk for kultur og næring må vere sektorovergripande og ha ambisjonar om å integrere både kulturpolitiske og næringspolitiske aspekt. Ein politikk for kultur og næring må byggje på ei føremålstenleg ansvarsfordeling og eit godt samspel mellom offentleg og privat sektor, og mellom lokalt, regionalt og nasjonalt forvaltningsnivå.

Det må leggjast til grunn at det offentlege tek hovudansvaret for grunninvesteringane i kultursektoren. Næringslivet som kulturpolitisk aktør kan kome inn som eit positivt supplement og mellom anna medverke til eit større mangfald av finansieringskjelder.

Vidare bør det generelle utgangspunktet vere at staten skal vere ein tilretteleggjar for utviklinga av kulturbaserte næringar snarare enn ein aktør. Staten skal ikkje ta seg av oppgåver som private aktørar kan ivareta på ein fullgod måte. Utviklinga av kulturbaserte næringar føreset både ein innsats frå bransjane sjølve, og ei tilrettelegging gjennom gode rammevilkår frå det offentlege.

Staten bør heller ikkje ta på seg oppgåver som andre forvaltningsnivå bør ha hovudansvaret for. Kommunane og fylkeskommunane står såleis overfor ulike utfordringar og bør ha hovudansvaret for å utvikle ein politikk lokalt og regionalt i partnerskap med relevante aktørar.

Noreg bør ha ambisjonar om å utnytte potensialet for kulturbasert verdiskaping betre i framtida. Det er likevel viktig med ein heilskapleg og balansert tilnæringsmåte, slik at ein ikkje generaliserer utviklingstrekk og satsar einsidig. Kultur som ein integrert del av eit framtidsretta innovasjonssystem føreset ei tilnærming der kultur inngår som ein av fleire faktorar i nært samvirke med utdanning, forskning, teknologi og næringsliv.

Ei nærare kopling mellom desse sektorane i form av strategisk samhandling og kompetanseutveksling kan medverke til å utløyse omstilling og nyskaping både i næringslivet og i samfunnet som heilskap. Det bør difor skapast eit grunnlag for synergjar mellom hittil etter måten åtskilde sektorar.

1.1.2 Samandrag

Meldinga er delt inn i tre hovuddelar.

Del 1 gjer greie for utviklingstrekk, rammevilkår og utfordringar for kulturnæringane og kulturbasert næringsutvikling. Siktemålet er for det første å skissere utviklingstrekk og eksisterande rammeverk som er med på å danne grunnlaget for utviklinga av ein heilskapleg politikk for kultur og næring. For det andre for-

søker ein på eit overordna og generelt plan å peike ut viktige utfordringar.

Del 2 går nærare inn på enkelte kulturnæringar. Denne delen er hovudsakleg konsentrert om dei delane av kulturfeltet som opererer i skjæringspunktet mellom kultur og næring. Hovudperspektivet er kulturnæringane som verdiskapande næringar i seg sjølv.

Del 3 handlar i større grad om samvirke mellom kultur og næring. Ein ser på kultur både som innsatsfaktor for å auke verdiskapinga i andre næringar og på korleis næringslivet kan medverke til utvikling og vekst i kultursektoren.

DEL 1 (KAPITTEL 2-3)

Kapittel 2 gjer greie for nasjonale og internasjonale utviklingstrekk på eit overordna nivå. For det første vert det gjort greie for utviklingstrekk som har medverka til auka interesse for samanhengen mellom kultur, innovasjon og økonomisk utvikling. Samla sett peiker geografisk konkurranse, individualisering, endra konsummønstre og produksjonsstrategiar i retning av eit vekst- og utviklingspotensial for kulturnæringane og kulturbasert næringsutvikling.

For det andre vert det gjort greie for strukturelle endringar knytte til kultur og næring som utviklingsstrategi. Det vert peika på generelle internasjonale trendar knytte til regionalutvikling og byutvikling og samstundes gjort greie for korleis desse trendane manifesterer seg i Noreg.

For det tredje vert det gjort nærare greie for kulturnæringane forstått som verdiskapande næringar i seg sjølv. Det vert vist til nokre internasjonale kartleggingar av økonomi og sysselsetjing i kulturnæringane. Hovudresultata frå ei kartlegging av kulturnæringane i Noreg vert skissert, samt frå nokre regionale kartleggingar. Det vert gjort greie for nokre sentrale aspekt ved kulturnæringane og samanhengen mellom teknologi og kultur og mellom ungdomskulturar, innovasjon og kommersialisering.

I kapittel 3 vert det for det første gjort greie for mål og verkemiddel innanfor dei mest relevante politikkområda som i dag er med på å byggje opp under kulturbasert næringsutvikling. Dette gjeld først og fremst kulturpolitikken, utanrikspolitikken og dei politikkområda som i dag utgjer rammene for innovasjonspolitikken, dvs. næringspolitikken, utdannings- og forskingspolitikken og regional- og distriktspolitikken. I tillegg vert det gjort greie for internasjonale rammevilkår for kulturnæringane knytt til EU og EØS-regelverket og sentrale WTO-avtalar. For det andre forsøker ein å identifisere nokre overordna utfordringar for den vidare utviklinga av kulturbaserte næringar knytte til finansiering, kompetanse, nettverk og infrastruktur, samt internasjonalisering og noregsprofilering.

DEL II (KAPITTEL 4-8)

Kapittel 4 gjer nærare greie for næringsaspekt ved kunstnarisk verksemd. Kapitlet drøfter nokre generelle utviklingstrekk for kunstnarane og dei ulike kunstfeltene og peiker på utfordringar knytte til økonomi, trygd, sju-

kepengar og forsikring, entreprenørskap og firmaetablering, samt utdanning og forskning.

Kapittel 5 gjer greie for struktur, utviklingstrekk, utfordringar og verkemiddel innanfor designfeltet. Perspektivet er dels design som ei kulturnæring i seg sjølv, men først og fremst handlar det om design som innsatsfaktor i anna næringsverksemd og designens rolle i den totale samfunnsutforminga. Det vert peika på utfordringar og tiltak særleg knytte til etablering, internasjonalisering, samt utdanning og forskning.

Kapittel 6 omhandlar næringsmessige aspekt ved den audiovisuelle industrien. Det gjer greie for struktur og utviklingstrekk innanfor den audiovisuelle industrien i Noreg med hovudvekt på langfilm, den statlege politikken på området, moglege tiltak og verkemiddel for å styrkje den audiovisuelle industrien som bransje og spørsmål som gjeld insentivordningar for utanlandsk filmproduksjon i Noreg.

Kapittel 7 omhandlar struktur, utviklingstrekk, utfordringar og verkemiddel innanfor musikkfeltet. Det vert identifisert utfordringar knytte til internasjonalisering, marknadsføring og formidling, samt kunnskap og kompetansebehov.

Kapittel 8 handlar om bokbransjen. Kapitlet gjer greie for utviklingstrekk og diskuterer utfordringar knytte til marknad og teknologisk utvikling, produksjon og distribusjon, samt internasjonalisering.

DEL III (KAPITTEL 9-11)

Kapittel 9 gjer greie for utviklingstrekk, rammevilkår og utfordringar innanfor kulturbasert reiseliv. Ei rekkje samanhengande faktorar har ført til at kultur og kulturarv har vorte eit viktigare element i reiselivet. Viktige utfordringar for utviklinga av eit kulturbasert reiseliv er betre kommunikasjon og samarbeid mellom ulike aktørar, kvalitetssatsing og berekraftig utvikling.

Kapittel 10 gjer greie for utviklingstrekk, rammevilkår, utfordringar og satsingsområde innanfor området matkultur. Som ein del av den generelle veksten i etterspurnaden etter opplevingar og underhaldning er interessa for mat og matkultur veksande. Samstundes har endra rammevilkår i landbruket ført til behov for å finne nye og alternative måtar å skaffe inntekter. Dei viktigaste utfordringane er knytte til nettverksbygging, marknadsføring og merkevarebygging, samt informasjon og kompetanseheving.

Kapittel 11 handlar om kultursponsing og samarbeid mellom kulturliv og næringsliv. Utgangspunktet er at samspel mellom kultur- og næringsliv kan medverke til utvikling og vekst både i kulturlivet og i næringslivet. Det er difor grunn til rette søkjelys mot dei områda der kultur og næringsliv har gjensidig interesse av samarbeid som supplement til dei offentlege rammevilkåra. Det synest vere tendensar både til at samarbeid mellom kulturliv og næringsliv vert meir utbreidd og til at samarbeidsavtalane vert meir integrerte. Dette kan skape positive synergieffektar, men det inneber òg nokre utfordringar for kulturlivet. Det vert slått fast at Regjeringa ikkje tek til orde for ei aukande privatisering av kulturøkonomien, men ynskjer å oppmuntre til fleire og meir varierte finansieringskjelder og meir integrert

bruk av kultur som innsatsfaktor i eit innovativt næringsliv.

1.2 Nasjonale og internasjonale utviklingstrekk

1.2.1 Kultur, innovasjon og økonomisk utvikling

Både nasjonalt og internasjonalt er det politisk og forskingsmessig interesse for samanhengane mellom kultur, innovasjon og økonomisk utvikling. Mykje av denne interessa har bakgrunn i utviklingstrekk i økonomien nært knytt til den teknologiske utviklinga og særleg utviklinga av informasjonsteknologien.

Økonomisk utvikling medfører generelt at folk vert rikare og at utdanningsnivået aukar. Begge deler har vist seg å ha ein positiv verknad både for etterspurnaden og tilbodet av kultur.

Den teknologiske revolusjonen har ført til eit mangfaldig tilbod og ein stor etterspurnad etter innhald og mening i form av tekst, bilete og musikk. Den teknologiske utviklinga er ein vesentleg faktor bak utviklinga av kulturnæringane på global basis.

Alt i alt synest det å vere vesentlege argument for at det med auka økonomisk utvikling vert brukt meir pengar på kultur, noko som både fører til auka etterspurnad og auka betalingsvilje for kultur og opplevingar. Når ein snakkar om kultur, næring og økonomisk utvikling, er det likevel ein utprega tendens til å sjå på spørsmålet den andre vegen; at kultur fører til økonomisk utvikling. Det motsette er truleg like relevant - den økonomiske utviklinga fører til meir kultur. Det kan difor vere grunn til å spørje i kva grad den økonomiske utviklinga kjem på grunn av satsingar på kultur, og i kva grad det er snakk om at økonomisk vekst i seg sjølv vil ha innverknad på kultursektoren?

1.2.2 Kultur og næring som utviklingsstrategi

Satsing på kultur og kulturbasert næringsutvikling kan spele ei viktig rolle i regional utvikling og omstilling. Ein nødvendig føresetnad for at kultur skal kunne spele ei utviklingsrolle i samfunnet er likevel at han vert gjort til ein grunnleggjande og integrert del av samfunnsutviklinga. I denne samanhengen er bærekraftig utvikling viktig for å ta vare på eit langsiktig og heilskapleg perspektiv på økonomisk utvikling.

BY- OG STADSUTVIKLING

Dei omfattande endringsprosessane dei siste 50 åra har ført til at vilkåra for byutvikling har endra seg.

Internasjonalt har det også vakse fram ein trend som vert kalla kulturplanlegging, urban planlegging eller "cultural regeneration". Dette er særleg knytt til utvikling av byar, bydelar, tidlegare industriområde og hamneområde.

I Europa vert byar som til dømes Glasgow, Newcastle, Barcelona og Bilbao ofte nemnde som byar som har nytta slike utviklingsstrategiar.

Særleg ser ein at tidlegare industrilokale og område for industriarbeidarar no vert omskapte til kulturelle magnetfelt, der innovasjon, eksperimentering og kreativitet er sentrale stikkord.

Slike utviklingstrekk ser ein i Noreg med. Også her er utviklinga mest framtrudande i byar som Oslo, Bergen, Stavanger og Trondheim.

KUNST I OFFENTLEGE ROM

Utsmykkingsfondet for offentlege bygg har gjennom 27 år vore statens fagorgan for kunst i offentlege rom og ein pådrivar for å gjere kunst av høg kvalitet meir tilgjengeleg.

I dag er formidlingssida det sentrale, medan oppdragssida har kome meir i bakgrunnen. Med eit gjennomsnittleg totalt kunstbudsjett på om lag 27 mill. kroner årleg er Utsmykkingsfondet Noregs største produsent av visuell samtidskunst.

Ei vidareutvikling av Utsmykkingsfondet for å møte utviklinga i offentleg sektor, vil difor kunne medverke til at fondet kan bli ein attraktiv samarbeidspartnar for å kvalitetssikre utsmykkingsprosessar også i privat sektor.

1.2.3 Nærare om kultur­næringane

Det er eit gjennomgåande trekk at dei ulike landa som arbeider særskilt med kultur som næring nyttar ulike definisjonar og at operasjonaliseringa omfattar ulike felt. Dette, samt visse ulikskapar i oppbygginga av det statistiske materialet, gjer at det er vanskeleg å gjennomføre direkte samanlikningar.

1.2.3.1 INTERNASJONALE KARTLEGGINGAR AV KULTURNÆRINGANE

I Danmark er kultur­næringane sin del av BNP rekna til 5,3 pst., i England 8 pst., i Sverige 9 pst., i USA 7,8 pst. og i New Zealand 3,1 pst.

Undersøkingane i Sverige i 2001 rekna opplevingsindustrien sin del av BNP til mellom 170-190 mrd. svenske kroner.

I dei landa der kultur­næringane sin del av BNP er utrekna over fleire år, er vekstraten i dei fleste tilfelle rekna til om lag 5 pst. i året. Dette er meir enn i dei tradisjonelle industriane.

1.2.3.2 KARTLEGGING AV KULTURNÆRINGANE I NOREG

På oppdrag for Nærings- og handelsdepartementet har Østlandsforskning utarbeidd ei kartlegging av kultur­næringane i Noreg. Fokuset i rapporten er kulturell produksjon i eit næringsperspektiv, og studien rettar i første rekkje søkjelyset mot private bedrifter som sel kulturelle produkt som varer i ein marknad.

Etter kartlegginga å dømme er kultur­næringane sin del av den totale sysselsetjinga i Noreg og av BNP om lag 3,5 pst. i begge tilfelle. Kultur­næringane sysselsette om lag 76 000 personar i Noreg i 2002. Dersom ein inkluderer dei offentleg finansierte verksemdene var det om lag 87 000 sysselsette i kultur­næringane i 2002. Dette omfattar 3,7 pst. av alle sysselsette i landet. Til samanlikning sysselsette jordbruk og skogbruk samla 69 000, nærings- og nytingsmiddelindustrien sysselsette 52 000 og fiske 17 000.

Undersøkinga syner at bruttoproduktet for kultur­næringane i 2001 var over dobbelt så høgt som for jord-

bruk og skogbruk der bruttoproduktet var 15,5 mrd. kroner.

Kartlegging av kreative næringer i Rogaland

Meldinga viser til at på oppdrag frå Rogaland fylkeskommune, Innovasjon Noreg og Noregs Forskningsråd har Rogalandsforskning utarbeidd rapporten Kreative næringer i Rogaland. Oppsummert viste undersøkinga at det er trong for bistand til eksportretta tiltak, tilknytting til internasjonale nettverk, lettare tilgang på risikokapital og opplæring i marknadsføring, kreativitet, planlegging og strategiutvikling.

1.2.3.3 SENTRALE ASPEKT VED KULTURNÆRINGANE

Internasjonale og nasjonale undersøkingar viser at kultur­næringane er samansette av kommersielle næringer på den eine sida og næringer med ein meir blanda økonomi på den andre sida.

Eit særpreget ved dei fleste kultur­næringane er at dei ofte vert trekte mellom mål om kunst- og kulturfagleg kvalitet på den eine sida og krav til marknadstilpassing og inntening på den andre sida.

Eit gjennomgåande trekk er at kultur­næringane er samansette av mange små føretak med få eller ingen tilsette på den eine sida, og større - ofte multinasjonale selskap, på den andre sida.

Både internasjonal forskning og dei norske kartleggingane viser at kultur­næringane er typisk urbane næringer.

Innovasjon Noreg framhevar at det ikkje er generell kapitalmangel eller svikt i kapitalmarknadane i Noreg. I den grad kapitaltilgangen kan vere knapp, gjeld dette bedrifter i ein oppstartfase.

1.2.4 Ungdomskultur, innovasjon og kommersialisering

Det er liten tvil om at ungdomsmiljø i mange samanhengar spelar ei viktig rolle i samband med kulturspreiing og innovasjon. På den eine sida gjev ungdomskulturane viktige innspel til trendindustriane, og dei kan vere pådrivarar for både kulturell og industriell innovasjon i eit dynamisk samspel med næringslivet. På den andre sida er born og unge i aukande grad utsette for sterke kommersielle krefter. Særleg frå slutten av 1990-talet har meir pågåande marknadsføring i stadig fleire kanalar lagt eit stort kommersielt press på barne- og ungdomskulturane. I norsk marknadsføringsrett er det i dag ikkje noko særskilt forbod mot reklame retta mot born og unge.

EU er i ferd med å vedta eit nytt direktiv om urimeleg handelspraksis, som inneber at reglar knytte direkte til forbrukaren sine økonomiske interesser vil verte harmoniserte i EU/EØS. I samband med føreståande revidering av marknadsføringslova og innarbeiding av det nemnde direktivet, vil Barne- og familiedepartementet vurdere om det er mogeleg med særlege reglar ved marknadsføring som rettar seg mot born og unge.

Eit sentralt spørsmål når ein skal vurdere ei sterkare kopling mellom kultur og næring er om dette kan utviklast i tråd med Regjeringa sitt ynske om fristad og særskilt vern for born og unge frå kommersielt trykk.

1.3 Rammevilkår og utfordringar

1.3.1 Innleiing

Det er ei kontinuerleg statleg oppgåve å arbeide for at dei generelle rammevilkåra i form av til dømes lover, reglar og forordningar til ei kvar tid er så gode som mogeleg. Samstundes er det viktig at skatte- og avgiftssystemet er enkelt og oversynleg. Staten skal dessutan leggje til rette for ein heilskapleg og koordinert politikk for kulturbasert næringsutvikling som tek omsyn til både kulturelle, økonomiske og teknologiske endringar. Å utvikle gode rammevilkår for kulturbasert næringsutvikling krev at ein tek omsyn til alle ledda i verdikjedene.

Eit godt samarbeid mellom offentleg og privat sektor og mellom regionalt, lokalt og statleg forvaltingsnivå vil vere viktig for å integrere kulturnæringane i nasjonale og regionale innovasjonssystem.

1.3.2 Kulturpolitikken

Ein hovudbodskap i meldinga er at den profesjonelle kunsten og den fagleg forankra kulturinnsatsen har ein verdi i seg sjølv. Den grunnleggjande ideen er at kulturpolitikken skal fremje intellektuelle og estetiske verdiar som er grunnleggjande for menneskeleg utvikling og samfunnsutviklinga som heilskap.

Regjeringa sine hovudmål for kulturpolitikken er å fremje kulturelt og estetisk mangfald, stimulere kunstnarleg kvalitet og nyskaping, bevare og sikre kulturarven og leggje til rette for at heile folket har tilgang til eit rikt og mangfaldig kulturtilbod. Ein av hovudprioriteringane i kulturpolitikken fram mot 2014 er å leggje til rette for og stimulere til auka internasjonalisering av kulturlivet både på produksjons- og formidlingssida.

OPPHAVSRETT

Regelverket omkring opphavsretten er ein viktig del av rammeverket for kulturnæringane. Det er ei sentral statleg oppgåve å sikre at Noreg heile tida har eit oppdatert regelverk. Dette er viktig både av omsyn til den teknologiske utviklinga og våre internasjonale forpliktingar.

Sett frå samfunnet si side er det viktig at den skapande og utøvande verksemda vert sikra med rettsreglar som gjer at rettshavaren kan ha kontroll med og krevje vederlag for bruk av verna materiale. Dette vil sikre rettshavaren eit økonomisk utkomme og stimulere til kreativ innsats på området, noko som er grunnleggjande for den vidare samfunnsutviklinga.

Samstundes er det frå eit samfunnsmessig synspunkt viktig at flest mogeleg på fornuftige vilkår vert gjevne tilgang til åndsverk. For å ta vare på slike omsyn, fastset åndsverklova at på sentrale bruksområde kan åndsverk bli brukte utan at rettshavaren har samtykka. Åndsverklova søkjer på denne måten å skape ein rimeleg balanse mellom rettshavaren sine interesser og meir samfunnsmessige omsyn som kulturarv, utdanning og forskning, allmennopplysing, privat bruk m.m.

Den digitale teknologien har auka misbrukspotensial. Samstundes eignar åndsverk seg særskilt godt til både

distribusjon og bruk i digital form. Utviklinga av datanettverk, særleg Internett, har gjort det mogeleg å distribuere åndsverk raskt over lange distansar på tvers av landegrensene. Behovet for internasjonale reglar har såleis vorte endå større enn tidlegare, sjølv om det på opphavsrettsområdet heilt frå 1886 har vore utstrekt internasjonalt samarbeid gjennom multinasjonale konvensjonar. I tillegg til Bern- og Romakonvensjonen, skal i denne samanheng avtalane i SN under Verdsorganisasjonen for immaterielle rettar og avtalen under Verdas handelsorganisasjon om handelsrelaterte sider ved immaterielle rettar (TRIPS), bli nemnde. Samstundes er EU særskilt aktiv på opphavsrettsfeltet, og sidan 1989 er det vedteke sju direktiv som harmoniserer reglane innanfor den indre marknaden. Noreg er såleis i stor utstrekning internasjonalt forplikta til å tilpasse opphavsrettslovgjevinga.

Samla verdiskaping i dei opphavsrettsbaserte bransjane i Noreg var på 64 489 mill. kroner, noko som utgjer eit bidrag til BNP på 5,39 pst.

KULTURPOLITIKK, MARKNAD OG KONKURRANSE

Den kulturpolitiske innsatsen er i første rekkje retta mot dei delane av kulturlivet som ikkje har tilstrekkeleg finansiering gjennom inntekter frå omsetjing av varer og tenester i ein marknad.

Regjeringa har nyleg lagt fram ei stortingsmelding om konkurransepolitikk. I meldinga vert også forholdet mellom konkurranse og kulturpolitikk diskutert. Meldinga peiker på at ei rekkje kulturgode vert produserte og selde på lik line med andre varer og tenester i marknader med stort innslag av kommersielle aktørar.

Dei kulturpolitiske måla kan fremjast gjennom ulike former for verkemiddel som vil ha forskjellige samfunnsøkonomiske konsekvensar. Det er viktig å velje dei verkemidla som på best mogeleg vis fremjar dei kulturpolitiske måla og samstundes er samfunnsøkonomisk effektive.

1.3.3 Nærings- og innovasjonspolitikken

Det overordna målet for norsk næringspolitikk er å leggje til rette for størst mogeleg verdiskaping i norsk økonomi. Næringspolitikkenes rolle er å syte for at dei samla rammevilkåra er utforma slik at næringslivet står best mogeleg rusta til å oppretthalde verdiskapinga i marknader som krev auka omstillings- og innovasjonsevne. Det krev både gode generelle rammevilkår som fremjar effektivitet i marknadene og effektiv ressursbruk, og at politikken er særleg utforma for å fremje forskning, innovasjon og lønsame omstillingar.

FORSKING OG INNOVASJON

I tillegg til at dei generelle rammevilkåra må vere på plass, må ein framtidretta næringspolitikk også ha ein politikk som har som si primære oppgåve å leggje til rette for forskning, innovasjon og lønsame omstillingar. Dette vil mellom anna omfatte politikk som fremjar brukstilpassa forskning, kommersialisering av forskning og medvit om innovasjon.

For at investeringane i FoU ved universitet, høyskular og institutt faktisk skal føre til auka verdiskaping på

sikt, må resultat og den nye kunnskapen nyttast i verdiskapande verksemd. Dette krev samarbeid og kan henda også mobilitet mellom forskingsinstitusjonane og næringslivet. Regjeringa legg no fram ei stortingsmelding om forskning, St.meld. nr. 20 (2004-2005) Vilje til forskning. Grunnforskning, internasjonalisering og forskningsbasert nyskaping er gjennomgåande prioriteringar i meldinga.

ENTREPRENØRSKAP

Entreprenørskap - etablering og utvikling av ny verksemd - er ei viktig drivkraft bak fornying, vekst og verdiskaping i økonomien. Det er påvist ein klar samanheng mellom høg etablerings- og avviklingsrate og produktivitetsvekst. Dette vil igjen sikre velferd og vekst i norsk økonomi.

Entreprenørskap er sentralt for å sikre omstilling, fleksibilitet og innovasjon i næringslivet.

Næringslivet endrar seg i rask takt. Dersom tendensen vi ser i dag held fram, vil berre 15 pst. av dagens bedrifter framleis eksistere i 2020. Ein god entreprenørskapspolitikk er difor ein politikk som fremjar nyetableringar og som ikkje skaper unødvendige barrierar for entreprenørane.

Regjeringa vil gjennom ein målretta entreprenørskapspolitikk syte for gode rammevilkår for oppstart.

I Regjeringas innovasjonsplan vert målsetjinga om å stimulere til fleire nyetableringar med vekstpotensial presisert. For å medverke til dette vil Regjeringa styrkje entreprenørskapsopplæringa i skule og høgare utdanning, gjere det enklare å starte ny bedrift i Noreg, målrette dei direkte verkemidla retta mot entreprenørar, unge bedrifter og små- og mellomstore bedrifter (SMB) med vekstpotensial, og medverke til auka risikoavlasting og tilgang på kapital i tidleg fase.

Å etablere ny verksemd er krevjande. Det er viktig at skjemavelde og offentleg byråkrati ikkje hindrar oppstart av ny verksemd og skaper unødvendige barrierar for potensielle entreprenørar.

Det offentlege verkemiddelapparatet skal spele ei rolle i å gje råd i oppstartsfasen og tilretteleggje for opprettinga av nettverk og møteplassar for utveksling av erfaringar mellom entreprenørar og relevante fagmiljø og investorar.

For at nye prosjekt skal kome i gang, krevst det både kapital og gode prosjekt. Kapital, og spesielt såkornfond, har vore halde fram av mange som eit kritisk element for å få til god næringsutvikling. Regjeringa tek dette på alvor og har nyleg vedteke løyvingar til fire landsdekkjande såkornfond og fire distriktsretta såkornfond. Føremålet med ordningane er å skaffe tolmodig kapital og relevant kompetanse til nye prosjekt med vekstpotensial.

LANDBRUKS- OG MATPOLITIKKEN, FISKERI- OG KYSTPOLITIKKEN

Eit viktig utviklingstrekk er at kulturelementet i landbruks- og matpolitikken og til ein viss grad i fiskeri- og kystpolitikken har vorte styrkt dei siste åra på ulike vis og dei ulike næringane si interesse for å kople kultur, næring og innovasjon har auka.

1.3.4 Om nærings- og innovasjonspolitiske verkemiddelaktørar

1.3.4.1 INNOVASJON NOREG

Selskapet skal forvalte og utvikle verkemiddel som skal vere med å leggje til rette for nyskaping i næringslivet over heile landet. Målet om eit internasjonalt konkurransedyktig næringsliv skal prege heile aktiviteten.

Selskapet kan forvalte verkemiddel innanfor alle dei fire hovudkategoriane som er skisserte i St.prp. nr. 51 (2002-2003) Virkemidler for et innovativt og nyskapende næringsliv:

- Finansiering, medrekna tilskots-, låne-, garanti- og eigenkapitalordningar
- Rådgjeving og kompetansehevande tiltak
- Nettverk og infrastruktur
- Profilering av norsk næringsliv i utlandet

Internasjonalisering er ein sentral og integrert del av innovasjonspolitikken. I arbeidet retta mot internasjonalisering skal Innovasjon Noreg prioritere innsatsen retta mot internasjonalt forskingssamarbeid, kunnskapsutveksling, teknologioverføring og nettverksbygging.

1.3.4.2 NORSK DESIGNRÅD

Norsk Designråd er ein del av det næringsretta verkemiddelapparatet som har som overordna mål å auke innovasjonsevna i norsk næringsliv.

Designrådet arbeider aktivt for å få norske bedrifter til å bruke design strategisk gjennom bedriftsrådgjeving og formidling av designarar, samt marknadsføring av norsk design og norske designarar både nasjonalt og internasjonalt.

1.3.4.3 SIVA

Statsføretaket SIVA (SIVA SF) arbeider for å utvikle sterke regionale og lokale verdiskapingsmiljø i heile landet. Selskapet har utvikla eit omfattande nettverk av innovasjonsselskap som legg til rette for nyskaping. SIVA arbeider med verdiskaping og innovasjon, både som eigar av fysisk infrastruktur, tilretteleggjar gjennom innovasjonsselskap og som investor i ulike såkorn- og venturefond. Nokre av fonda rettar seg inn mot spesifikke næringar, men ingen er spesielt innretta mot kulturnæringane.

1.3.4.4 NOREGS FORSKINGSRÅD

Noregs forskingsråd er ein sentral aktør i forskings- og innovasjonspolitikken. Forskingsrådet skal arbeide for innovasjon i heile landet.

For å stimulere næringslivets forskings- og utviklingsinnsats er ordninga med skattefrådrag for FoU-prosjekt, SkatteFUNN, eit sentralt verkemiddel.

1.3.4.5 UTDANNINGS- OG FORSKINGSINSTITUSJONANE

Kulturnæringane er i høg grad kunnskapsintensive næringar som føreset kompetanse innanfor og på tvers av ei rekkje fagområde som kunst- og kulturfag, teknologi, økonomi og entreprenørskap. Utdannings- og for-

skingsinstitusjonane vil difor spele ei sentral rolle for utviklinga av kulturnæringane.

1.3.4.6 FYLKESKOMMUNANE SOM REGIONALE UTVIKLINGSAKTØRAR

Som regionale utviklingsaktørar forvaltar fylkeskommunane middel for regional utvikling i forpliktande partnarsskap med ulike aktørar som næringslivet, private organisasjonar, utdanningsinstitusjonar, kommunar og dei ulike verkemiddelaktørane Innovasjon Noreg, SIVA og Forskingsrådet. Fylkeskommunane/den regionale partnarsskapen skal fastsetje eigne krav, strategiar og resultatkrav for bruk av midlane.

Det er opp til fylkeskommunen/den regionale partnarsskapen å avgjere korleis dei ulike innsatsane kan sjåast i samanheng for å få til eit samla grep for regional utvikling knytt til entreprenørskap, nyetablering og innovasjon i kvart fylke. Kulturfeltet i skjeiringpunktet mot næringsutvikling, kan vere døme på slike sektorovergripande tiltak.

1.3.5 Utanrikspolitikken

Ansvar for internasjonalt samarbeid på kulturområdet er delt mellom Kultur- og kyrkjedepartementet og Utanriksdepartementet. Kultur- og kyrkjedepartementet har det overordna ansvaret for nordisk og multilateralt kultursamarbeid og formidling av internasjonal kultur i Noreg. Utanriksdepartementet har det overordna ansvaret for presentasjon av og informasjon om norsk kultur i utlandet og for gjensidig kultursamarbeid mellom Noreg og land i sør.

Norsk kulturliv sitt engasjement internasjonalt er avhengig av ein aktiv dialog med relevante utanlandske institusjonar, fagmiljø og media. Det er ei av utanrikstenesta sine oppgåver å leggje til rette for å styrkje norsk kulturliv sine internasjonale kontaktar og nettverk.

1.3.6 EU og EØS-regelverket

1.3.6.1 EU-PROGRAMMA

Gjennom EØS-avtalen kan norske aktørar delta i ei rekkje av EU-program som kan ha innverknad på utvikling av kulturbasert næringsutvikling.

1.3.6.2 EUROPEISK KULTURHOVDSTAD

Kvart år utpeikar EU ein eller to europeiske kulturhovudstader. Bergen var europeisk kulturhovudstad i 2000, og i mai 2004 vart Stavanger vald som europeisk kulturhovudstad for 2008 saman med Liverpool i Storbritannia.

1.3.6.3 EU-REGELVERKET OG EØS-AVTALEN

EU-regelverket har innverknad for valet og utforminga av dei verkemidla dei nasjonale styresmaktene tek i bruk.

EFTA sitt overvåkingsorgan (ESA) har ansvaret for ei korrekt gjennomføring av EØS-avtalen sine reglar om offentleg støtte. Alle planar om innføring av nye offentlege støttetiltak utanom eksisterande støtteeord-

ningar skal difor førehandsmeldast til ESA for godkjenning.

EØS-avtalen legg føringar på kultur- og næringspolitikken på to måtar. For det første må tiltak som vert sette i verk vere i samsvar med dei krava som følgjer av føresegnene i EØS-avtalen sin hovuddel.

For det andre krev EØS-avtalen at dei direktiva og anna sekundærlovgeving som vert vedtekne i EU og som EØS-komiteen seinare fastset skal innlemmast i EØS-avtalen, skal gjennomførast i norsk rett.

1.3.7 WTO og kulturnæringane

Verdens handelsorganisasjon (WTO) regulerer handel mellom statar.

Eitt av dei nye avtaleverka gjeld handel med tenester (GATS). GATS omfattar handel med tenester som vert omsette kommersielt.

Det er to tenestesektorar i GATS som vedkjem kulturnæringane, (i) audiovisuelle tenester og (ii) rekreasjon, kultur og sport

I GATS er det lagt opp til suksessive rundar med tingingar for å liberalisere handelen med tenester.

Tingingane om kulturelle og audiovisuelle tenester (til dømes film, TV, radio og musikk) er sensitive. Noreg har teke atterhald i GATS som gjev Noreg eit visst høve til å handsame WTO-medlemmer ulikt, mellom anna av omsyn til kultursamarbeidsavtalar som Noreg har inngått. GATS-avtalen er ikkje til hinder for at Noreg subsidierer kulturtenester.

Det har ikkje vore aktuelt for Noreg å tilby ytterlegare plikter i den pågåande tingsingsrunden på kultur- og det audiovisuelleområdet.

Regjeringa vil framleis arbeide for å tryggje nasjonale og regionale verkemiddel slik at oppnåinga av dei politiske måla på kultur- og det audiovisuelleområdet kan haldast oppe.

1.3.7.1 UNESCO OG KULTURELT MANGFALD

Det har vakse fram ei erkjenning av at kultur i global samanheng ikkje bør regulerast utelukkande i ein handelspolitisk og rettsleg samanheng.

Det er lagt opp til at ein internasjonal konvensjon om kulturelt mangfald kan bli vedteken på generalkonferansen i september 2005. Gjennom handsaminga av globaliseringsmeldinga har Stortinget slutta seg til at Noreg skal vere ein aktiv pådrivar i dette arbeidet.

Siktemålet og perspektiva er kulturen si grunnleggjande rolle i samfunnet. Føremålet er å utstyre regjeringar med eit internasjonalt rammeverk for å sikre at eit mangfald av kulturelle varer og tenester vert skapte og gjorde tilgjengelege for publikum.

1.3.8 Utdringar for vidare utvikling av kulturbaserte næringar

Dei kulturbaserte næringane er samansette av svært ulike næringar med ulikt potensial og utfordringar. Dette inneber at ein må ta omsyn til dei ulike karakteristika som næringane har og dei kombinasjonane som finst lokalt. Det vil likevel vere mogeleg å identifisere nokre generelle utfordringar for kulturbasert nærings-

utvikling. Særskilde utfordringar innanfor ulike kultur- næringar vert nærare omtala i dei einskilde kapitla.

1.3.8.1 SKATTE- OG AVGIFTSSYSTEMET

Hovudprinsippa for skattesystemet er likehandsaming, breie skattegrunnlag og låge satsar. Skattemessig likehandsaming mellom næringar er vesentleg for at investeringar skal kanalisert til dei næringane og dei prosjekta der dei kastar mest av seg. Særordningar er generelt uheldig. Desse medverkar til å snevre inn grunnlaget og gjer det vanskeleg å halde låge satsar. Skattesystemet vert meir komplisert, uoversiktleg og kostbart å administrere, både for styresmakter, enkelt-personar og verksemdar.

Skattemessige særordningar er dessutan eit lite pre- sist verkemiddel for å oppnå særlege næringspolitiske mål. Dersom ein ynskjer å tilgodesjå særlege føremål, er det normalt meir effektivt å støtte dei direkte.

Regjeringa har lagt fram framlegg om ei omfattande skattereform som skal fasast inn over tre år. Reforma byggjer mellom anna på eit hovudprinsipp for bedrifts- og kapitalanskattlegging om å betre ressursutnyttinga gjennom meir einsarta skattlegging av næringsinntekter og lågare skattesatsar. Innføring av særlege skatte- tiltak retta mot enkeltsektorar vil bryte med dette.

Meirverdiavgift og kultur

Tenester på kulturområdet er i dag i hovudsak utanfor meirverdiavgiftsområdet.

Finansdepartementet har starta eit arbeid med å gå nærare gjennom heile kultursektoren i forhold til meir- verdiavgiftsregelverket.

Sidan kultursektoren er stor og samansett, vil arbeidet krevje vanskelege vurderingar både økonomisk og juridisk. Særleg regelverket om omsetjing av opp- havsrettar er komplisert og vil vere ein del av dette arbeidet. Eit slikt omfattande arbeid vil også krevje offentleg høyring. Regjeringa vil arbeide vidare med denne saka.

1.3.8.2 KOMPETANSE, NETTVERK OG INFRASTRUKTUR

Ei heilskapleg satsing på kultur og næring tilseier kompetanseheving og kompetanseutveksling også inn- anfor dette næringsfeltet.

Utdanning og forskning

Kulturnæringane er kunnskapsintensive næringar. Det er særleg viktig å styrkje utdanning og kompetan- seutvikling både innanfor kunst- og kulturfag og til- grensande felt som til dømes teknologi, administrasjon, marknadsføring, produsentverksemd og entreprenør- skap.

Forskning og utvikling er rekna mellom dei viktigaste kjeldene til innovasjon og langsiktig vekst. I Regje- ringa sin innovasjonsplan er det skissert ei rekkje tiltak for å medverke til å styrkje forskingsinnsatsen generelt, stimulere forskning og utvikling i næringslivet, auke kvaliteten og internasjonaliseringa i norsk forskning og fremje kommersialisering og samarbeid mellom kunns- kapsinstitusjonar og næringsliv. Det er viktig at også

forskning og utvikling knytt til kulturbaserte næringar vert fanga opp av desse tiltaka, og at også kultur- næringane vert stimulerte til å initiere prosjekt med FoU- inn- hald.

Det er viktig at kultur- næringane vert fanga opp av ulike forskingssatsingar innanfor og på tvers av kunst- og kulturfag, teknologi og økonomi.

Kulturen si rolle i høve til stad-, by- og regionalutvik- ling er også kompleks og variert. Det er ynskjeleg å frambringe meir og breiare kunnskap om dei ulike samanhengane og verknadene også på dette feltet.

For å utvikle ein treffsikker politikk er det òg behov for forskingsbasert evaluering av verkemiddel og empiriske analysar av korleis ulike verkemiddel funge- rer i høve til måla.

Møteplassar og informasjonsverksemd

Det vert stadig sett sterkare søkjelys på utviklinga av kulturbaserte næringar og samspelet mellom kultur og næring. Det er ei utfordring å samle, leggje til rette og formidle kunnskap og informasjon til ulike målgrupper på ein tenleg måte. Ein viktig del av informasjonsverk- semda vil vere å få fram kva for aktørar og miljø som arbeider på området. Dette vil igjen kunne medverke til at det vert etablert kontaktar og møteplassar.

Etter kvart som det veks fram fleire miljø og aktørar på dette området, bør ein sjå nærare på korleis informa- sjonskanalane kan tilpassast kvarandre slik at ein kan få ein effektiv flyt av informasjon og eit meir gagnleg system der synergieffektar vert utnytta på best mogeleg måte.

1.3.8.3 INTERNASJONALISERING OG PROFILERING *Internasjonalisering og eksport*

Aukande internasjonalisering og rask kunnskaps- messig og teknologisk utvikling representerer store utfordringar for norsk næringsliv og kulturliv, men samstundes opnar dette handlingsrom på nye markna- der og nye kunnskapsområde. Store delar av dei kultur- baserte næringane har eit stort internasjonalt vekstpo- tensial, med omsyn både til uttrykksformer, estetiske standardar, produksjons- og distribusjonsnettverk og marknad. I denne samanhengen vil kulturbaserte næringar kunne dra nytte av både det nærings- og inn- ovasjonspolitiske, utanrikspolitiske og kulturpolitiske verkemiddelapparatet.

For nokre kulturbaserte næringar har utanlandsek- sponering ein direkte og viktig funksjon i innteninga, og næringane har viktige marknader i utlandet. Å sikre internasjonal distribusjon og marknadsføring er kost- nadskevjangende og krev mellom anna at ein knyter kon- taktar med distribusjons- og promoteringsnettverk i aktuelle satsingsland. Dette vil krevje ein innsats frå bransjane sjølve, interesseorganisasjonane og ei tilret- telegging av gode rammevilkår frå det offentlege si side. Det vil vere ei viktig statleg oppgåve å leggje til rette for internasjonal nettverksbygging gjennom ulike former for verkemiddel tilpassa dei ulike næringane. Det er viktig at dei statlege finansieringsordningane kan tilpassast dei aktuelle krava.

Kulturbaserte næringer i Noregsprofilering og omdømmepolitikk

Det vert stadig meir krevjande å hevde seg på internasjonale arenaer i ei meir globalisert verd.

Ei rekkje marknadsundersøkingar internasjonalt viser at det generelle kunnskapsnivået om Noreg gjennomgåande er lågt, og at biletet av Noreg i utlandet er svakt og utydeleg. Ei viktig utfordring er difor å hjelpe til slik at Noreg framstår med ein klarare og sterkare profil.

Kulturbaserte næringer er svært viktige i samband med utviklinga av norsk omdømmepolitikk, Noregs internasjonale profil og arbeidet med å knyte forretningskontaktar i utlandet. I framtida bør difor dei kulturbaserte næringane som ein del av norsk næringsliv vere ein integrert del av og få større fokus både i arbeidet knytt til statsbesøk og offisielle gjestingar til og frå utlandet, i profilering av norsk næringsliv og den meir generelle noregsprofileringa.

Eit positivt omdømme er viktig for ein nasjon og kan skape ringverknader som får konsekvensar for eit breitt spekter av samfunnsområde.

1.4 Næringsaspekt ved kunstnarisk verksemd ***Kulturpolitiske mål og verkemiddel***

Det er eit sentralt kulturpolitisk mål å fremje eit nyskapande kunstliv ved å styrkje ikkje-institusjonell kunstnarisk aktivitet, likeins å medverke til økonomiske rammevilkår som gjev skapande og utøvande kunstnarar betre armslag for kunstnarisk virke.

Dei viktigaste kunstnarpolitiske verkemidla er stipend- og garantiinntektsordningane og dei kulturpolitiske grunngeivne vederlagsordningane, først og fremst bibliotekvederlag og visingsvederlag og ordninga med stipend basert på gjennomført kunstutdanning. Dei totale løyvingane til kunstnarføremål over kap. 321 i kulturbudsjettet utgjer i 2005 til saman vel 303 mill. kroner.

I kulturmeldinga er det lagt opp til å auke talet på arbeidsstipend. Samstundes er det gjevne uttrykk for at det ikkje lenger kan vere eit mål at den statlege innsatsen automatisk skal halde tritt med tilveksten av kunstnarar. Kulturmeldinga strekar under behovet for meir fleksible ordningar som er betre tilpassa aktuelle arbeidsformer. Dette kan gjerast ved å slå saman ulike stipendtypar og ikkje minst ved ein reduksjon i talet stipendkomitear.

1.4.1 NØKKELTAL OG UTVIKLINGTREKK

Kunstfeltet er generelt prega av ein blandingsøkonomi, der dei ulike aktørane kombinerer fast og mellomtids tilsetjing med prosjekt og ulike deltidsjobbar. Mange er i stor grad avhengige av både offentleg prosjektfinansiering og til ein viss grad private sponsormidlar eller inntekter frå oppdrag til dømes i næringslivet. Mange arbeider også i undervisningssektoren eller i heilt andre yrke.

Utviklinga innanfor den prosjektorienterte og ikkje-institusjonaliserte delen av kulturlivet har dei seinare åra særleg kome til uttrykk ved ein markert auke i talet

søknader om støtte til ulike prosjekt. Dette gjeld til dømes innanfor dans og annan fri scenekunst, og det varierte musikkensemblefeltet. Ei utfordring i åra framover er å betre vilkåra for kunst- og kulturlivet utanfor dei faste institusjonane. Her er løyvinga til Norsk kulturfond eit sentralt verkemiddel.

1.4.1.1 OM TRYGD, DAGPENGAR OG FORSIKRING

Det kan sjølvstøtt vere grunn til å reise spørsmål om praktiseringa av enkeltføresegner i folketrygdlova. Dessutan er det eit stort behov for informasjon om trygde- og forsikringsordningar for alle som ikkje er fast tilsette. Det er likevel grunn til å tru at dei strukturendingane ein har sett i arbeidsmarknaden for kunstnarar, ikkje først og fremst krev endringar i trygdesystemet. Hovudproblemet for mange frilanskunstnarar synest å vere for låge inntekter og at dei ikkje har nok oppdrag.

1.4.1.2 EIN URBANISERT KUNSTNARSTAND

Som gruppe har kunstnarane ein meir urban og sentralisert busetnadsprofil enn gjennomsnittet. Sterkast kunstnarkonsentrasjon er det i Oslo og særleg gjeld dette for scene- og filmkunstnarar.

Det kan synast som konsentrasjonen om Oslo relativt sett har vorte noko mindre etter kvart som talet på kunstnarar har auka. Dette kan henge saman med styrkinga av kunst- og kulturinstitusjonar andre stader i landet. Mange kommunar og fylke ser verdien av å utarbeide strategiar for å gjere det attraktivt for kunstnarane å etablere verksemdar lokalt. Mange kommunar og fylkeskommunar har eller planlegg ein aktiv politikk retta mot desse utfordringane.

1.4.1.3 UTDANNING, FORSKING OG ENTREPRENØRSKAP

Kunstfaga set kunstnarisk aktivitet og utvikling i sentrum. Det er eit uttrykt mål at kunsthøgskulane skal utdanne kandidatar som kan stå på egne bein som utøvande eller skapande kunstnarar.

Saman med Nærings- og handelsdepartementet og Kommunal- og regionaldepartementet har Utdannings- og forskingsdepartementet lagt fram ein strategiplan for å styrkje entreprenørskapen på alle nivå i utdanningssektoren. Planen ber namnet "Se mulighetene og gjør noe med dem! 2004-2008". Her vert det peika på at universitet og høgskular med utdanningstilbod innanfor kultur, kunst, design og grafiske uttrykksformer i særleg grad vil kunne spele ei rolle innanfor kulturenreprenørskap, design og formgjeving av produkt.

Mange av institusjonane har sett i gang tiltak for å auke innovasjonstakta og utvikle entreprenørskapen. Fleire har også større forskingsprosjekt retta mot entreprenørskap. Dei fleste av desse tiltaka er ikkje retta mot eit breitt definert kulturfelt.

I kulturmeldinga er det gjort framlegg om at Kultur- og kyrkjedepartementet og Utdannings- og forskingsdepartementet i samarbeid skal setje i gang eit arbeid for å kartleggje behovet for ulike kunstutdanningar, dessutan yrkesaktiviteten til kandidatar med kunstutdanning. Dette vil også omfatte dei som er utdanna i

utlandet. Det er grunn til å sjå nærare på den store auken i talet på dei som søker seg til kunstnarisk arbeid, for å undersøkje kva dette er uttrykk for og kva konsekvensar det har. Det kan vere grunnlag for å utvide denne kartlegginga til òg å omfatte behovet for utdanning som kombinerer fagleg og næringsretta utdanning, særleg sett i høve til at organiseringa av kunst- og kulturlivet er under endring.

1.5 Design

1.5.1 Innleiing

På den eine sida er design ei kulturnæring i seg sjølv. På den andre sida kan verksemda både auke verdiskapinga i andre næringar og spele ei viktig rolle i samfunnet som heilskap. Det siste er særleg viktig i eit innovasjonsperspektiv.

Ei offensiv satsing på design som ein sentral del av innovasjonspolitikken er difor viktig. Vellukka bruk av design er avhengig av strategisk samarbeid og interaksjon mellom ulike sektorar og kompetanseområde. Det er behov for å styrkje samarbeidet mellom kultursektoren, næringslivet og utdannings- og forskingssektoren, og mellom privat og offentleg sektor. Det er også behov for å styrkje samarbeidet mellom designarar og gründerar, mellom designarar og etablerte bedrifter.

1.5.2 Mål og verkemiddel

Staten sitt engasjement i designfeltet har både kulturpolitisk og næringspolitisk grunngeving. Det handlar både om å fremje design som kulturuttrykk og som konkurransefaktor for næringslivet.

I kulturpolitikken er design sett i nær samanheng med biletkunst, kunsthandverk, arkitektur og offentleg rom.

I næringspolitikken er det eit mål at fleire bedrifter tek i bruk næringsretta design som prosessverktøy i utviklinga av nye produkt og tenester.

Staten si rolle på designfeltet er først og fremst å leggje til rette for kunnskapsutvikling, informasjon og formidling ved å yte ulike former for økonomiske tilskot, og å forvalte eit lovverk som vernar interessene åt norske rettshavarar.

Norsk Form, Norsk Designråd, Innovasjon Noreg og Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design er sentrale aktørar innanfor designfeltet. I tillegg har Riksantikvaren kompetanse innanfor arkitektur, stilhistorie og arkitektur og kan medverke til å forankre design og arkitektur i eit historisk perspektiv.

Regjeringa har erklært 2005 som nasjonalt designår.

1.5.3 Struktur og utviklingstrekk

1.5.3.1 ETABLERING, UTDANNING OG FORSKING

Det er ei utfordring å finne fram til velfungerande overgangsordningar for designarar frå utdanningsinstitusjonane til næringslivet.

Opne tevlingar, utstillingar og stipendordningar kan vere viktige verkemiddel for designarar i etableringsfasen. Styrkt entreprenørskap i utdanninga kan òg spele ei viktig rolle.

Ei større satsing på kunnskapsutvikling og forskning på design i Noreg er ynskjeleg, både for å halde tritt med den internasjonale utviklinga og den aukande konkurransen. I ei større, samordna satsing bør Noregs forskingsråd og dei høgare undervisningsinstitusjonane spele ei nøkkelrolle, i nært samarbeid med næringslivet.

På internasjonalt plan vert det forska ein del på relasjonen mellom næring, kultur og design. Det er viktig å dra nytte av denne forskinga også i Noreg. Internasjonale samarbeidsavtaler og særleg forskingssamarbeidet med EU spelar ei avgjerande rolle.

1.5.3.2 INTERNASJONALISERING

Det offentlege og næringslivet bør samarbeide for å styrkje designfeltet og stimulere internasjonalisering. Ein slik innsats kan medverke både til å auke etterspurnaden og profilere Noreg som ein nyskapande og moderne nasjon.

1.6 Audiovisuell industri

1.6.1 Statleg politikk

1.6.1.1 MÅL FOR DEN STATLEGE POLITIKKEN

Hovudmålet med filmpolitikken er å sikre eit godt og mangfaldig audiovisuelt tilbod tufta på norsk språk, norsk kultur og norske samfunnsforhold. Meldinga viser til St.meld. nr. 25 (2003-2004) Økonomiske rammebetingelser for filmproduksjon.

1.6.1.2 ANDRE VERKEMIDDEL

Av andre verkemiddel kan nemnast meirverdiavgiftssystemet. Kino- og filmbransjen vart innlemma i her frå og med 1. januar 2005 med ei sats på 7 pst., jf. St.prp. nr. 1 (2004-2005). Innlemminga i avgiftssystemet vart gjennomført etter ynske frå bransjen, jf. Innst. S. nr. 228 (2003-2004). Innlemminga i meirverdiavgiftssystemet vart mellom anna innført for å gjere det enklare for bransjen å planleggje.

1.6.1.3 EØS-AVTALEN

EØS-regelverket har innverknad på valet og utforminga av dei verkemidla staten kan ta i bruk. Reglane om offentleg støtte i EØS-avtalen inneber at all offentleg støtte til næringslivet som vrir eller kan vri konkurransen, er forbode i den grad handelen mellom EØS-landa vert påverka. Alle planar om innføring av nye offentlege støttetiltak utanom eksisterande støtteordningar skal difor førehandsmeldast til ESA for godkjenning. Det same gjeld endringar i eksisterande ordningar.

1.6.2 Tiltak og verkemiddel

1.6.2.1 INNLEIING

Eit mål med omlegginga av tilskotsordningane i 2001 var å søkje å styrkje bransjen mellom anna gjennom oppbygging av meir stabile produksjonsmiljø. Det vart til dømes innført produsentstøtte, ei ordning som har til føremål å sikre auka kontinuitet i det norske filmproduksjonsmiljøet. Målet var at ordninga på sikt skulle medverke til strukturelle verknader for bransjen

gjennom oppbygging av stabile produksjonsmiljø som legg til rette for å tenkje meir langsiktig, og såleis medverke til å byggje opp kompetanse og kontinuitet i miljøa. Gjennomgangen av filmområdet vil òg ta føre seg utviklinga av bransjen i Noreg. Departementet kjem attende til Stortinget med resultatane av gjennomgangen, mest truleg i samband med statsbudsjettet for 2007.

1.6.2.2 AUKA PRODUKSJONSVOLUM

Auka produksjonsvolum kan medverke til å fremje måla for filmpolitikken. Det vil vere med på å gje betre kontinuitet og kompetanse i produksjonsmiljøa og såleis gjere sitt til å utvikle eit profesjonelt og sterkt produksjonsmiljø. Høgare produksjonsvolum vil òg kunne gje større aktivitet i andre næringar, særleg kulturnæringsane, til dømes litteratur, teater og musikk. Større volum vil òg ha næringsmessige konsekvensar.

Produksjonane er i stor grad prosjektbaserte, med få permanente arbeidsplassar og mange frilansarar. Dette inneber at arbeidskrafta er mobil, noko som mellom anna har noko å seie for regionar som ynskjer å trekkje til seg filmproduksjonar for å fremje verdiskapinga i regionen.

Eit høgare produksjonsvolum krev større kapitaltilgang til bransjen, anten gjennom auka offentlege midlar, meir privat kapital eller høgare inntekter.

Statleg støtte

Eit verkemiddel for større produksjon er å auke samla statleg støtte til audiovisuelle produksjonar, til dømes gjennom ein opptrapping av løyvinga over statsbudsjettet over fleire år. Dette må vurderast i samband med dei årlege statsbudsjetta.

Privat kapital

Norske filmproduksjonar er i liten grad finansierte ved kapital frå tradisjonelle investormiljø, jf. St.meld. nr. 25 (2003-2004) Økonomiske rammebetingelser for filmproduksjon.

Departementet vil i gjennomgangen av filmområdet også søkje å kartleggje den private kapitalen i norsk langfilmproduksjon.

Inntekter

Det er all grunn til å rekne med at høgt produksjonsvolum gjev større sjansar for at norsk film vil få suksess på kino, og dermed vil inntektene auke. Røynslene frå 2003 og 2004 indikerer dette.

Eksport

Større eksport til utlandet kan òg vere med på å auke innteninga for produsentane. Statistikken syner at 23 pst. av kinobillettane til norske filmar i perioden 1998-2003 vart selde i utlandet.

Departementet viser elles til at det ikkje er eit eksplisitt mål for den statlege filmpolitikken å fremje eksporten av norske filmar i utlandet.

1.6.2.3 REGIONAL FILMSATSING

Innleiing

Fleire regionar i Noreg er i dag opptekne av å satse på filmrelaterte aktivitetar.

I 2005 er det løyvd 5,5 mill. kroner til fire regionale filmtiltak, Film 3 på Lillehammer, Fuzz i Bergen, Midtnorsk filmsenter i Trondheim og Medieparken i Fredrikstad. Stortinget sette som eit vilkår for løyvinga at det regionalt og lokalt vert løyvd minst like mykje pengar.

Vurdering

Departementet meiner at regionale filmtiltak kan ha ein positiv kultur- og næringspolitisk effekt. Men det er naudsynt at regionane sjølve, både offentleg og privat sektor, investerer i ulike filmaktivitetar, slik at kapitaltilgangen til filmbransjen vert større.

Røynslar frå Sverige syner at veksten særleg har skjedd ved regionale ressurs- og produksjonssentrum for film som ligg innanfor nokre av EUs målområde for distriktsutviklingsmidlar. Eit døme er Film i Väst i Trollhättan. Røynslene frå Film i Väst tyder på at det er naudsynt med stor kapitaltilgang og høgt produksjonsvolum for å stimulere til varig vekst i regionen.

Noreg har ikkje tilgang til distriktsutviklingsmidlar frå EU, slik både Sverige og Danmark har. Regionale filmfond som er finansierte med offentlege midlar i Noreg, kjem likevel inn under reglane om statsstøtte i EØS-avtalen.

Departementet kjem attende til spørsmålet om auka satsing på regionale filmtiltak i dei årlege budsjettproposisjonane etter at filmsektoren er gjennomgått.

1.6.2.4 STYRKING AV MARKNADEN FOR UAVHENGIGE FJERNSYNSPRODUKSJONAR

Danmark opplever internasjonal suksess både innanfor fjernsynsdrama og langfilm. Ei av årsakene er det tette samspelet mellom dei to delane av det audiovisuelle miljøet. Film- og fjernsynsbransjen i Noreg har her ei stor utfordring. Den kreative og faglege utvekslinga av kompetanse bransjane imellom bør styrkjast. Norsk filmfond og Norsk filmutvikling har sett i gang eit prosjekt under namnet Emmy 2007. Prosjektet har som mål å samordne ressursane innanfor film- og tv-miljøet for å sikre det norske folk betre drama på sitt eige språk.

EØS-avtalens fjernsynsdirektiv artikkel 5 stiller eit krav om at minst 10 pst. av sendetida i fjernsyn (utanom nyhende, sport, underholdningsprogram med konkurranseprega innslag, reklame eller tekstfjernsyn) skal avsetjast til å sende europeiske verk av produsentar som er uavhengige av fjernsynsselskapet.

Frå 1. januar 2003 vart NRK teke inn i meirverdiavgiftssystemet. Fjerning av prisbarrieren mellom eksterne og interne produksjonar inneber at NRK vil kunne hente ut gevinstar gjennom effektivisering og kjøp av tenester frå eksterne, mellom anna ved å setje ut produksjonar til det uavhengige miljøet. NRK har sett seg som mål å setje ut 10 pst. av programproduksjonen sin til det norske uavhengige produksjonsmiljøet innan 2006.

Departementet vil no i samråd med kringkastingsselskapa vurdere om det skal stillast særskilde krav om ein monaleg auke i norskspråklege sendingar frå uavhengige produksjonsselskap.

1.6.3 *Insentiv for å få utanlandske filmproduksjonar til Noreg*

1.6.3.1 BAKGRUNN

Stortinget har bede om ein gjennomgang av ulike tiltak som kan gjere sitt til at det vert produsert fleire utanlandske filmar i Noreg.

1.6.3.2 EKSISTERANDE VERKEMIDDEL

Nærings- og handelsdepartementet har i dei seinare åra løyvd i overkant av 100 mill. kroner årleg til marknadsføring av Noreg som reise mål. Innovasjon Noreg har ei rekkje strategiar for kva det skal satsast på i dei ulike marknadene. Så langt er marknadsføring av Noreg som eit eige land for filmproduksjon ikkje gjeve høgaste prioritet. Filmproduksjon er likevel ikkje eit uprøvd medium.

Norsk filmkommisjon er ei stifting som vart oppretta i 2002 ved Bergen Media By, og som har sete i Bergen. Filmkommisjonen skal særleg legge til rette for utanlandsk produksjon av film i Noreg ved å bistå produsenter i å finne innspillingssted, skaffe til veie nødvendige tillatelse, personale, tekniske fasiliteter mv.

Verksemda til Norsk filmkommisjon ligg i skjeringpunktet mellom kultur- og nærings- og distriktspolitikk.

Norsk filmkommisjon har til no verka kort tid, og det er difor vanskeleg å vurdere resultatet av kommisjonens arbeid og dermed effekten av den statlege løyvinga. Departementet kjem attende til dette i samband med gjennomgangen av filmområdet.

1.6.3.3 KULTURPOLITISK VURDERING

Utanlandske filmproduksjonar vil utan tvil ha positive ringverknader for fleire næringer i Noreg. Frå ein kulturpolitisk ståstad vert likevel hovudspørsmålet om utanlandske filmproduksjonar i Noreg er så viktige for å fremja måla for filmpolitikken at det her bør innførast insentivordningar som i så fall kjem i staden for løyvingar til andre filmføremål under kulturbudsjettet.

Departementet kan ikkje sjå at ei slik omprioritering er tilrådeleg. Det er ei betre løysing og meir i samsvar med dei overordna filmpolitisk måla å nytte tilskot til å produsere nye og fleire norske audiovisuelle produksjonar enn å subsidiere utanlandske produksjonar.

1.6.3.4 NÆRINGSPOLITISK VURDERING

Ein modell for støtte til utanlandske filmproduksjonar som særleg har vorte framheva, er ein refusjonsmodell (rabattmodell) der ein viss del av utgiftene, m.a. statlege avgifter, skal refunderast etter at innspelninga er ferdig.

I tillegg til den direkte verknaden for filmmiljøet vert det argumentert for at slike ordningar vil vere med på å auke den samla verdiskapinga ved at midlane som vert nytta i Noreg vert høgare enn verdien av dei avgiftene staten vil tape. Det er likevel vanskeleg å sjå at slike ordningar vil vere samfunnsøkonomisk lønnsame. Staten treng uansett eit visst skatteproveny, og gunstigare skatteordningar for filmproduksjon vil dermed føre til høgare skattenivå for andre grupper. Dette vil kunne

vere med på å vri ressursbruken i samfunnet, slik at det vert nytta fleire ressursar i filmindustrien enn det som er samfunnsøkonomisk lønnsamt.

Dersom ein skal kunne forsvare offentleg støtte til utanlandsk filmproduksjon ut frå omsynet til verdiskaping, må det vere fordi ein ynskjer å oppnå særskilde verknader overfor reiseliv eller sysselsetjingsmønster i eit særskilt område av landet. Dersom regionale einingar eller det sentrale verkemiddelapparatet vurderer utanlandske filminnspelningar som det beste tiltaket for å oppnå målsetjingane, er det fullt mogleg å utforma regionale reiselivstiltak i tråd med dette.

Regjeringa kan ikkje sjå at det er grunnlag for å ta i bruk særskilde insentivordningar for å stimulere til auka utanlandsk filmproduksjon i Noreg. Eksisterande ordningar og verkemiddel kan nyttast der det er behov for det.

1.7 Musikkfeltet

1.7.1 *Verkemiddel*

Kultur- og kyrkjedepartementets økonomiske verkemiddel er i hovudsak retta mot det profesjonelle musikklivet med tilskot til produksjon, distribusjon og formidling. Frå ein kulturpolitisk synsvinkel er det eit mål å støtte opp under dei delane av musikkbransjen som ikkje klarer seg på eiga hand i ein marknad. Dei viktigaste verkemidla på musikkfeltet er innkjøpsordninga for fonogram, offentleg støtte til plateproduksjonar, ensemble og orkester, turné- og arrangørstøtte for rock og populærmusikk, støtte til musikkfestivalar og støtte til organisasjonsarbeid og opplæring.

Viktige verkemiddel kan vere kompetansehevande tiltak både innan marknadsføring, merkevarebygging og generell forretningsdrift, eller ulike former for finansiell støtte. Det vil vere viktig å utvikle den musikkfaglege kompetansen i Innovasjon Noreg og utvikle eit gagnleg samvirke med bransjen sjølv.

ANDRE INNTEKTSKJELDER FOR MUSIKKSEKTOREN

Det er store variasjonar i samarbeidet mellom kultur- og næringsliv på musikkområdet. Graden av kommersiell inntening på produksjon og formidling av konsertar og plateinnspelningar varierer også. Inntektsgrunnlaget for institusjonar og tiltak på musikkområdet er samansett, også for institusjonar med statleg finansiering.

Det er meir og meir vanleg at musikk institusjonar som mottek driftstilskot frå Kultur- og kyrkjedepartementet også mottek sponsorstøtte frå næringslivet.

FRIVILJUG ARBEID

Store mengder friviljug innsats i ulike delar av musikklivet er viktig både som direkte og indirekte bidrag til dei næringsmessige sidene ved heilskapen. Dette gjeld sjølv sagt innsatsen til dei mange konsertarrangørane som arbeider på friviljug basis. Når det gjeld kunstnarane sjølve, gjer også dei ein stor ikkje-betalt arbeidsinnsats. Det finst ingen utrekningar av den økonomiske verdien av aktiviteten, men det er ingen tvil

om at den samla ytinga er omfattande og representerer økonomiske verdiar som har mykje å seie for det samla blandingsøkonomiske produktet på musikkfeltet.

I tillegg til å vere viktige rekrutteringsbasar til musikksektoren, representerer dei friviljuge organisasjonane også etterspurnad som gjev grunnlag for næringsverksemd.

1.7.2 Struktur og utviklingstrekk i musikkfeltet

1.7.2.1 KUNSTNARISK ARBEID

Eit stort tal profesjonelle musikarar har kombinerte karrierar. Mange driv kunstnarisk tilknytt verksemd som undervisning og andre arbeider også utanfor musikklivet sine rekkjer. Offentlege oppdrag, prosjektstøtte, stipend og garantiinntekter for komponistar utgjer ein stor del av inntektsgrunnlaget i feltet sett under eitt.

Den langsiktige tendensen i dei norske kunstnarane sine yrkes- og inntektsvilkår frå 1970-talet og fram til i dag har vore at inntektene frå kunstnarisk arbeid for komponistar og musikarar gjennomsnittleg er låge og at kunstnarar ikkje heng med på auken i inntektsnivået i samfunnet elles.

Festivalane

Festivalane er ei viktig årsak til utviklinga av arenaer, samarbeidsrelasjonar, arrangør- og formidlingskompetanse med forankring i lokale miljø og lokale ressursar over heile landet. Små, fleksible, profesjonelle og utprega ressursmobiliserande organisasjonar dominerer feltet.

Organisasjonsstrukturen er med på å gjere festivalane rasjonelle også sett frå eit økonomisk synspunkt. Festivalane har skapt ein variert blandingsøkonomi som byggjer på fire stolpar: offentlege tilskot, stor friviljug innsats, sponsorar og for det fjerde er festivalane næringsdrivande marknadsaktørar. Det er dei sjølvsagt gjennom sal av billetter til publikum, men mange er det også gjennom meir indirekte tiltak som til dømes sal av festivalprodukt, utleige av bygater til tilreisande handelsfolk, restaurant- og kafédrift osv.

Festivalane har også innverknad for stadsutvikling og som identitetsskapar i marknadsføringa av ein stad. Festivalane kan medverke til å trekkje publikum, kundar, turistar og arbeidskraft til annan verksemd på staden. Det er ein klar tendens til at lokale og regionale aktørar ynskjer at stadsutvikling skal skje gjennom å satse på kulturverksemd som medverkar til arbeidsplassar og gjer staden meir attraktiv for innbyggjarane.

1.7.2.2 PUBLISERING OG MEDIA

Musikkforlag som byggjer drifta på noteutgjevnader, kviler i Noreg, som i dei fleste andre land, på tre økonomiske fundament. Desse er framføringsrettar, utleige av orkestermateriale og sal av egne publikasjonar.

Undersøkingar av kva informasjonskjelder som har størst innverknad ved kjøp av fonogram, viser at radio er viktigast, dinest kjem TV/video og tips frå vener og kjende.

Dei siste tjue åra har dei riksdekkjande radiokanalane fått auka innverknad i formidlinga av musikk.

I gjennomsnitt er 27 pst. av musikken som vert spelt på NRK sine radiokanalar, norsk musikk. Dette er lågt samanlikna med ei rekkje andre land i Norden, Europa og elles i verda.

Allmennkringkastaroppdraget til NRK går i dag fram av kringkastingslova og vedtektene for NRK. I dei overordna krava er det nedfelt at verksemda skal medverke til å styrkje norsk språk, identitet og kultur. NRK skal i si kjerneverksemd leggje særleg vekt på si rolle som utviklar og formidlar av norsk språk og kultur. Etter programkrava skal NRK sitt samla riksdekkjande programtilbod både i radio og fjernsyn innehalde program som speglar mangfaldet i norsk kulturliv. Det er òg stilt krav om formidling og produksjon av norsk musikk. Minst 35 pst. av sendingane skal vere norsk musikk.

Etter konsesjonsvilkåra er P4 og Kanal 24 plikta til å sende 35 pst. og 30 pst. norsk musikk.

1.7.2.3 INTERNASJONALISERING, MARKNADSFØRING OG EKSPORT

Det er viktig både å styrkje internasjonaliseringsarbeidet og samstundes syte for at breidda i norsk musikk er tilgjengeleg og synleg i heimemarknaden.

Ved sida av konsertarrangørar, forlag og plateselskap står musikklivet sine eigne organisasjonar for ei vesentleg verksemd når det gjeld forvaltning, promotering og formidling av kunstnarane, gruppene, ensembla og orkestra si verksemd.

Det vert drive eit stort informasjons-, formidlings- og promoteringsarbeid nasjonalt og internasjonalt via mellom andre interesseorganisasjonane, musikkksamlingar og arkiv, Musikkinformasjonssenteret, Music Export Norway og biblioteka.

Av ein rapport utarbeidd for Music Export Norway går det fram at den samla eksportinntekta frå norsk musikkindustri i 2001 var om lag 210 mill. kroner. Undersøkinga er gjord etter svensk modell for at tala skal kunne vere mogelege å samanlikne. Export Music Sweden legg til grunn at eksportinntektene i Sverige i 2000 var om lag 4 mrd. svenske kroner (\$ 535.8 mill.).

Norsk musikkliv er inne i ein sterk utviklingsfase både kvalitativt og kommersielt, og etterspurnaden etter norske artistar frå utanlandske bransjemedium, produsentar, messer og arrangement er veksande. Musikkeksporten bør difor kunne aukast gjennom innsats frå musikkbransjen sjølv og ved utvikling av gode rammevilkår som kan stimulere auka aktivitet på området.

Det kan vere tenleg å vurdere om det bør opprettast nettverk for musikkeksport innanfor rammene av innovasjon Norge.

1.7.2.4 KUNNSKAP, KOMPETANSE OG NETTVERK

Musikklivet sine organisasjonar har peika på at det i liten grad finst tilstrekkeleg utdanningstilbod til dei næringsdrivande profesjonsgruppene. Det trengst relevante påbyggings- og etterutdanningstilbod i musikkutdanninga. Det er dessutan behov for studietilbod til

managerar, produsentar, bookingfolk, arrangørar, marknadsføringsfolk og andre i mellomvertposisjonar i musikkbransjen

Det er behov for tiltak som styrkjer kompetansen og profesjonaliteten i arrangørleddet.

Sterke lokale og regionale miljø er viktige for å fremje kreativitet, nyskaping og kompetanse i bransjen og for å utnytte heile landets ressursar i musikknæringa. Ein klyngebasert regional næringspolitikk retta mot til dømes musikknæringa kan difor vere ein viktig faktor for å utvikle næringspotensialet i kulturfeltet.

1.8 Bokbransjen

1.8.1 Grunngeving for statleg engasjement

Hovudføremålet med den statlege litteraturpolitikken er å leggje til rette for kvalitet, breidde og mangfald med omsyn til innhald og sjangrar i fag- og skjønnlitteraturen. Vidare må den litteraturen som vert skapt, distribuerast slik at han når fram til publikum gjennom mange og vel eigna kanalar.

1.8.2 Rammevilkår og verkemiddel

Dei sentrale offentlege verkemidla i bokbransjen har i fleire tiår vore fritak frå meirverdiavgift innkjøpsordningane, unnatak for bokavtale frå konkurranselovgevinga, og offentlege stimuleringsordningar gjennom ulike tilskot.

1.8.3 Utviklingstrekk

1.8.3.1 MARKNADSKONSENTRASJON

Den vertikale og horisontale integrasjonen i bokbransjen er vorte så sterk at konkurransestyresmaktene ved eitt høve har gripe inn og kravd at forlag måtte selje ut delar av oppkjøpt forlagsverksemd.

Også i den internasjonale bokbransjen har konsentrasjonane vore sterke, men i få land har konsentrasjonen vore like sterk både horisontalt og vertikalt som i Noreg.

1.8.3.2 TEKNOLOGISK UTVIKLING

Det er grunn til å tru at papirboka vil eksistere langt inn i framtida som eit vesentleg medium for formidling av tekst, eventuelt med bilete, men utviklinga av den elektroniske boka vil likevel medføre at ein del tekstar vi i dag søker i trykte bøker, etterkvart vil bli lesne elektronisk.

Den digital-teknologiske utviklinga vil påverke både næringskjeda i bokproduksjonen og innhaldet i tekstane.

Overgang til heildigital publisering vil også verke inn på produksjonskjeda, både ved at den fysiske distribusjonen etter kvart fell bort og ved at trykkeria og papirindustrien får mindre å gjere. Heildigital publisering kan også føre til at forfatarane vert mindre avhengige av forlag og bokhandlar. Ei slik endring vil føre til at aktørane i den noverande produksjonskjeda i ulik grad må kjempe for interessene sine, kanskje til og med kan miste næringsgrunnlaget.

Det vil vere viktig å arbeide for å harmonisere rammevilkåra for tekstprodusentar uavhengig av teknolo-

gisk plattform, og leggje til rette for utvikling av berekraftig teknologi som kan møte den venta auken i elektronisk informasjons- og kommunikasjonsbehov. Litteraturpolitikken må sjåast i samanheng med språkpolitikken, og eit viktig tiltak i styrkinga av norsk språk framover vil vere å utvikle norske språkteknologiske ressursar. Det vil også vere ei viktig oppgåve å vurdere dei kulturpolitiske verkemidla i lys av den teknologiske utviklinga, særleg sett i samband med medienøytralitet i dei ulike innkjøpsordningane i Norsk kulturråd.

1.8.4 Om produksjon og distribusjon av litteratur

1.8.4.1 KUNSTNARISK PRODUKSJON

Ei brei og samansett forfattargruppe dannar grunnlaget for ein levande litteratur. I Noreg har vi i dag om lag 5 500 forfatarar og 800 omsetjarar.

Rekrutteringa til forfattaryrket vert stimulert av innkjøpsordningane under Kulturrådet og av bibliotekvederlaget til forfatarorganisasjonane. Den norske litteraturpolitikken saman med ordningar i bransjen fører til at Noreg har fleire forfatarar enn folketallet skulle tilseie. Både kulturpolitisk og næringspolitisk må det vere eit mål å tryggje gode arbeidsvilkår for forfatarane.

1.8.4.2 FORLAGSVERKSEMD

Truleg er det om lag 350 stadig aktive forlag i landet. Dei aller fleste av dei store er medlemmer av Den norske Forleggerforening.

Mange verksemdar arbeider også med å produsere dei bøkene forlaga utviklar. Størsteparten av bokproduksjonen vert gjort i Noreg, men det er grunn til å tru at ein større del av trykkinga og innbindinga vil bli gjort i utlandet i framtida.

Mesteparten av papiret som vert nytta i bøkene vert i dag produsert utanfor landet.

1.8.4.3 FORVALTING AV RETTAR OG INTERESSER

Normalavtalane mellom Den norske Forleggerforening og skribentorganisasjonane regulerer tilhøvet mellom forfatarar, omsetjarar og forlag på område som gjeld rettar, plikter, royalty og honorar. Noreg er det einaste landet i verda med slike avtalar. Avtalane verkar mot etableringshindringar og har mellom anna vore medverkande til den solide framveksten av norsk skjønnlitteratur.

Kopinor har frå 1980 kravt inn vederlag for kopiering frå bøker, aviser, tidsskrift, notar og liknande.

1.8.4.4 SAL AV LITTERATUR

Noreg har eit godt utbygt nett av bokhandlar. 87 pst. av folket bur i ein kommune med bokhandel, og tal frå MMI si bokgransking viser at 9 av 10 nordmenn meiner dei har ein bokhandel innanfor akseptabel reiseavstand.

Så godt som alle bokhandlar er medlemmer i Den norske Bokhandlerforening og har dermed plikter og rettar i forhold til Bransjeavtalen. Bokhandlane har til dømes skaffeplikt på alle dei 70 000 titlane som er til-

gjengelige gjennom norske distributørar. Ein typisk bokhandlarkjede sel over 40 000 ulike titlar i året.

Om lag 60 pst. av den totale bokomsetninga i Noreg går via bokhandlane.

Bokhandelen har dei siste åra vorte meir enn ein kanal for sal av bøker. Bokhandelen er i større og større grad i ferd med å verte eit kulturelt opplevingssenter.

Fleire bokhandlar driv i tillegg til ordinær bokhandeldrift også nettbokhandel. Det er ein aukande tendens til at kunden brukar den nettbokhandelen der dei elles også fysisk handlar.

I 2002 omsette bokklubbane bøker for 1 274 mill. kroner. Dette utgjer 25 pst. av den totale bokmarknaden, som i 2002 vart estimert til i overkant av 5 mrd. kroner.

Med den nye bokavtalen mellom Forleggerforeningen og Bokhandlerforeningen mister bokklubbane nokre av sine viktigaste konkurranseforemoner.

1.8.4.5 FORMIDLING

Media formidlar tradisjonelt bøker gjennom bokmeldingane. Dette er framleis ei viktig side av formidlinga.

Alle kommunar i Noreg, med unntak av to, har eigne folkebibliotek. Medrekna dei 435 hovudbiblioteka er det til saman 974 bibliotekavdelingar i Noreg.

Bokklubbane har også hatt ei viktig rolle i spreinga av litteratur i Noreg.

Bokhandlar og forlag har i over 50 år gjeve ut katalogen Årets Bøker som inneheld alle dei nye bøkene det aktuelle året.

Skulen og litteraturen heng saman. Alt frå barnehagane er samlingsstunder med høgtlesing ein fast del av dagen.

Prosjektet Bok til alle vart første gong gjennomført i 2004, og gjorde det mogeleg for 120 000 sjette- og sjuandeklassingar å hente ein av seks spesialtrykte pockebøker i den lokale bokhandelen.

I 1997 gjekk ei rekkje aktørar i bokbransjen saman om det felles lesestimulerande tiltaket, Prosjekt Lese-lyst.

Foreningen !les skal i 2005 arrangere eit nasjonalt leseår i samarbeid med Noreg 2005 og andre aktørar. Målsetjinga er å få fleire menneske til å lese fleire bøker.

Gjennom Den kulturelle skulesekken som er finansiert av spelemiddeloverskotet får elevar i grunnskulen til dømes møte profesjonelle forfattarar og skodespelarar.

Gjennom prosjektet Leser søker bok vert det arbeid for å auke tilgangen til litteratur som til dømes følebøker, lydbøker og lettaste bøker.

Fleire litteraturfestivalar og bokdagar er etablerte kring i Noreg. Dette skaper stor aktivitet både for deltakarane og dei som står for arrangementa.

1.8.5 Internasjonale relasjonar

MARKNADSFØRING, PROMOTERING OG OVERSETJING AV NORSK LITTERATUR

Norsk litteratur står sterkt internasjonalt for tida. Norsk litteratur er med på å auke interessa for Noreg

internasjonalt, og gjennom bøkene har ein fått gode ambassadørar i fleire land.

NORLA, Senter for norsk skjønn- og faglitteratur i utlandet, er ein viktig aktør i arbeidet for å promotere og formidle norske skjønn- og faglitterære forfattarar i utlandet.

Hovudmålsetjinga for NORLA er å medverke til at fleire norske titlar vert gjevne ut i utlandet.

1.9 Kulturbasert reiseliv

1.9.1 Reiselivsnæringane

Den totale verdiskapinga i reiselivsnæringane utgjer om lag 3,9 pst. av bruttonasjonalproduktet. I alt sysselset næringa knappe 150 000 personar, og dei fleste er kvinner. Dette utgjer om lag 6,4 pst. av arbeidsstyrken.

Innanfor ferie- og fritidsmarknaden er det ein aukande etterspurnad etter opplevingar. Dei reisande er på leit etter dei ekte og gode opplevingarane.

Kulturopplevingar og historiske attraksjonar er mellom dei vanlegaste aktivitetane som turistene oppgjev under val av reisemål. Desse trendane og utviklings-trekka inneber nye sjansar for å utvikle Noreg sin attraktivitet som framtidig reisemål og utvide publikumspotensialet ved kulturattraksjonar.

Grunnlaget for verdiskaping og lønsemd i reiselivsnæringane ligg i evna til å utvikle attraktive produkt som dei reisande etterspør og er viljuge til å betale for.

1.9.2 Nærare om kulturbasert reiseliv

Dei ulike tilboda som kan karakteriserast som kulturbaserte, omfattar ei rekkje tiltak, institusjonar og private verksemdar med svært ulikt innhald, finansieringsstruktur og marknadspotensial. Kulturbasert reiseliv vert i stor grad sett i samanheng med naturbasert reiseliv. Nasjonalparksentra gjev til dømes informasjon om både natur- og kulturhistorie.

Kulturattraksjonane fungerer ofte som kollektive gode for reiselivet. I denne samanheng synest det som reiselivsbedriftene i aukande grad gjer bruk av det offentlege kulturlivet i produktet dei tilbyr kundane sine.

Viktige aspekt ved dei nye tilboda er at dei generelt er halvkommersielle og livsstilsprege, og dei har i stor grad kome i stand gjennom privat initiativ frå næringsinteresser eller friviljuge organisasjonar. Tiltaka er viktige element i regional og lokal satsing på reiseliv og kultur, og er ofte kopla til utvikling av lokale kulturattraksjonar. Kommunar og fylkeskommunar er ofte viktige aktørar i å drive prosjekta fram, og sjølv om tiltaka ofte er bygde rundt næringsmessige målsetjingar, er drifta i ein del tilfelle avhengige av offentlege tilskot.

Mange av dei opplevingstilboda som er utvikla dei siste åra, har sterke element av kunst, kultur, kulturarv og kulturvern som gjer dei kulturpolitisk relevante. Men fleire ber også preg av klar næringsverksemd. Eit vesentleg aspekt er at tiltaka i større grad har næringspolitisk enn kulturpolitisk grunngeving. Det kulturbaserte reiselivet inneheld difor ei rekkje aktivitetar som femner vidare enn det som tradisjonelt har vore emne for ein offentleg kulturpolitikk.

1.9.3 *Natur og kulturarv som føresetnad for reiseliv*

Omgrepet kultur i samband med kulturbasert reiseliv kan omfatte stadars fysiske miljø, kunstnariske utsmykking, arkitektur, kulturlandskap, ulike tradisjonar og særmerke. Dette er vesentlege faktorar for eit samfunns attraksjonskraft for turistar.

Kulturarv har vist seg å vere ein viktig faktor i utviklinga av ulike lokalsamfunn generelt. Reint konkret er dette manifestert i dei mange ulike prosjekta både nasjonalt og internasjonalt der kulturarv er ein viktig faktor i mellom anna utviklinga av den lokale turistnæringa, vidareføring av bygg- og handverkstradisjonar og utvikling av kunst- og handverksprodukt.

Kulturminne og kulturmiljø tener ofte som gode rammer for reiselivsaktivitetar, det vere seg innomhus, i gardstun, i byane eller i opne landskap. Gode døme er Bryggen i Bergen, stavkyrkjene, bergkunsten i Alta, kunst- og trebyen Risør, jugendbyen Ålesund, bergstaden Røros med landskapet rundt og stølsriket i Valdres.

Aktivitetsferiar kombinert med kulturopplevingar er eit reiselivssegment som er i kraftig vekst både med omsyn til omsetning og med omsyn til talet på turistar som kjem hit.

Miljøverndepartementet har nyleg lagt fram St.meld. nr. 16 (2004-2005) *Leve med kulturminner*. Meldinga set mellom anna fokus på korleis kulturminne og kulturmiljø kan vere ein ressurs for utvikling og verdiskaping i lokalsamfunna.

1.9.4 *Bygdeturisme*

Kulturlandskapet omfattar store delar av landarealet i Noreg og har unike kvalitetar knytte til gamal og tradisjonsrik byggeskikk, gamle kulturminne, kulturmarkar, vegar og liknande. Interesse for dette er aukande, og i mange bygder kombinerer ein kvalitetane i kulturlandskapet med mat og annan stadeigen kultur, som grunnlag for næringsutvikling.

Ved å tilby turistane lokale matkonsept i kombinasjon med til dømes stølsdrift, vakker natur og lokale kunst- og kulturuttrykk, viser røynslene at det er mogeleg å utvikle mangfaldet i reiselivsnæringane saman med masseturismen.

Landbruks- og matdepartementet vil arbeide sentralt for å ta vare på kulturlandskap og kulturmiljø ved å balansere vern og bruk av naturen på ein optimal måte. Vidare vil ein satse på marknadstilpassing av produkta og arbeide for kvalitet i alle ledd, mellom anna ved å medverke til å utvikle kvalitetsstandardar for reiselivsprodukta, og kompetanseoppbygging og forskning. Marknadsføring nasjonalt og internasjonalt vil stå sentralt saman med samarbeid med relevante fora for reiseliv og med andre departement, jf. Landbruks- og matdepartementets vedtekne Nasjonal strategi for næringsutvikling.

1.9.5 *Kulturinstitusjonane som reiselivsaktørar*

Musea si oppgåve er å forvalte kultur- og naturarven og formidle kunnskapar om menneskeskapte spor i det fortidige landskapet. Musea kan vere ein ressurs for

næringslivet. Dette kan gjerast ved at dei ulike partane går meir systematisk i dialog og ved at musea medverkar med sine tenester og sin kompetanse i langt større grad enn tilfellet er i dag.

Musea inngår ofte i det totaltilbodet som gjer Noreg til eit attraktivt reisemål. Vidare medverkar fleire museum i planlegging og utvikling av lokalsamfunn og regionar som reisemål.

Kreativiteten i samarbeidet mellom kulturarvsaktørar, reiselivsnæringane, lokal bedriftsutvikling eller IKT-næringa kan resultere i identitetsskapande produkt og originale løysingar på formidling av tenester. Ikkje minst kan slikt samarbeid på tvers av samfunnssektorar medverke til å skape nye arbeidsplassar.

Sjølv om fleire teater og orkester samarbeider med reiselivsnæringane, er det ikkje noko stort omfang av slike satsingar. Det ser ikkje ut til at reiselivsnæringane i særleg grad arbeider strategisk i høve til kulturinstitusjonane i dag. Ein ser likevel ei viss utvikling i denne lei, og kanskje i større grad på mindre stader enn i dei større byane.

1.9.6 *Festivalar og spel*

Både internasjonalt og nasjonalt er det ein klar auke i talet på festivalar og spel. Det vert årleg arrangert fleire hundre festivalar i mange sjangrar, i alle storleikar, over heile landet. Det er nærliggjande å tru at festivalane har positiv verknad ut over det kulturaktivitetane gjev i seg sjølve, og at reiselivsnæringane nyt godt av arrangementa gjennom auka besøk og omsetning.

1.9.7 *Rammevilkår og utfordringar*

Grunnlaget for verdiskaping og lønsemd i reiselivsnæringane ligg i evna til å utvikle attraktive produkt som dei reisande etterspør og som det er god betalingsvilje for. Marknadstilpassa produktutvikling er primært reiselivsbedriftene sitt eige ansvar.

Styresmaktene skal leggje til rette for gode rammevilkår for verdiskaping og eit effektivt verkemiddelapparat som stimulerer til effektiv ressursbruk og lønsemd i reiselivsnæringane. Dei same grunnleggjande prinsippa må gjelde for kulturbasert reiseliv. Dette inneber at denne typen av kommersiell næringsverksemd må vere sjølvgåande og utviklast innanfor ramma av dei generelle rammevilkåra og utan særlege subsidiar eller statlege støtteprogram.

Nærings- og handelsdepartementet vil utarbeide ein handlingsplan for reiseliv våren 2005.

I skjeringsfeltet mellom kultur- og turismeattraksjonar kan det ofte oppstå konfliktar mellom ulike aktørar med ulike verdisett og haldningar. Reiselivsprodukt baserte på kultur, kulturarv og tradisjonar må difor leggjast til rette på ein kjenslevar måte og med respekt for lokal kultur, natur og miljø.

1.10 *Matkultur*

1.10.1 *Innleiing*

Mat- og matkultur vert i aukande grad sett i samanheng med reiselivet og utviklinga av opplevingar baserte på lokal kultur, natur og kulturarv. Mat- og mat-

kultur har såleis også vorte eit viktig element i marknadsføringa av Noreg i utlandet.

1.10.2 Mat, nisjeproduksjon og opplevingar

Over heile landet har det etter kvart vorte etablert mange tilbod der mat- og måltidsopplevingar og lokale kultur- og naturopplevingar er viktige faktorar. Mat og lokal matkultur vert dessutan rekna som viktige faktorar i utviklinga av ein stads identitet og attraksjonskraft som reisemål.

Trendanalysar viser at mat vert ein stendig viktigare del av reiselivsproduktet. I 2004 og 2005 gjennomførte Utanriksdepartementet og Landbruks- og matdepartementet saman med Innovasjon Noreg ei undersøking på den store forbrukarmessa for mat, Grüne Woche i Berlin. I undersøkinga går det fram at om lag halvparten av dei spurde meinte at mat og matkultur er viktig for val av ferieland.

Undersøkingane dokumenterer òg at tyskarane generelt sett syner interesse for Noreg, og at mat kopla til reiselivsproduktet utgjer eit interessant potensial når det gjeld tyske turistar.

Lokale mattradisjonar kopla til reiseliv er inne i ei særns positiv utvikling i Noreg. Dette heng mellom anna saman med at kulturarven og det lokale særpreget er på frammarsj som ressurs og innovasjonskjelde, som motvekt til det meir standardiserte og globale.

Det er også ein tendens til at marknadsføringa av ulike matprodukt etter kvart har vorte nærare bunden til historie, tradisjonar, identitet, produksjonsstad og natur.

Det er utarbeidd ein handlingsplan for norsk matkultur (SND, 2000). Hovudmålet er å auke verdiskapinga, foredlinga og etterspurnaden etter norske matvarer og mattradisjonar.

1.10.3 Sjømat - ein viktig del av norsk matkultur

I dei siste åra kan ein sjå ein tendens til at forbrukarane ikkje berre vil ha billige produkt, men rein mat med god kvalitet, og dei vil spore att kor maten kjem frå. Forbrukaren spør i aukande grad etter eit vareutval som er prega av mangfald, særpreg, lokal eigenart og kvalitet.

Ekspertutvalet for fisk (EFF) har ei sentral rolle i arbeidet med å betre omdømmet til norsk sjømat og for å auke forbruket på kort og lang sikt.

For å skape eit godt utstillingsvindauge for norsk sjømat vert det arrangert mange festivalar over heile landet der sjømat står sentralt. Mattrendar endrar seg, og det er difor viktig heile tida å ha borna med i utviklinga, både for å bevare tradisjonar og for å skape nye. Born og unge må tidleg få kunnskap om historia til fiskeri- og havbruksnæringa, og dei må lære seg å handsame råstoffet og lage til ulike rettar.

1.10.4 Kultursektoren og matkultur

Det kulturpolitiske utgangspunktet for ei interesse for mat og matproduksjon har nettopp vore å ta vare på tradisjonar kring tilverking av mat og handlingsboren kunnskap som oppskrifter, metodar og liknande. Med

den aukande interessa for slike aspekt også i landbruks- og reiselivsnæringa gjev dette rom for eit utvida samspel mellom kultursektoren, landbrukssektoren og fiskerisektoren.

Når matkultur og tradisjonar får større plass i reiseliv og turisme, vert det viktig å sikre kvaliteten på det som vert formidla. Eit samarbeid mellom kultursektoren, reiselivsnæringa og landbruksnæringa kan danne utgangspunkt for ulike formidlingsopplegg til born og unge til dømes gjennom Den kulturelle skulesekken. Museum, arkiv og bibliotek med sine fagfolk kan vere viktige ressursar både for kompetanseheving og utvikling i både landbruksnæringa og reiselivsnæringa.

Jærmuseet i Rogaland har til dømes medverka til kompetanseutvikling for det lokale næringslivet på fleire område.

Vern, formidling og bruk av kulturarven langs kysten er gode element i vidareutvikling av lokalsamfunn og regionar. Fiskerinæringar og marine næringar kan nytte kulturarven for produktutvikling. Det er eit stort potensial for næringsutvikling og nye arbeidsplassar langs kysten innanfor turisme og kystkultur.

1.10.5 Verkemiddel og rammevilkår

Landbruks- og matpolitikken femner om heile produksjonskjeda frå produsent til forbrukar og skal sikre ein nasjonal matproduksjon og trygge matvarer. Politikken skal også medverke til at ei rekke sentrale samfunns mål vert nådde. Koplinga til kultur- og næringsfeltet er særleg sterk. Ein kan seie at mykje av landbruksnæringa er kulturbasert gjennom sin nærleik til matkultur og til kulturlandskapet. I samsvar med dette har verkemidla i landbruks- og matpolitikken ofte parallelle kultur- og næringspolitiske mål.

Verkemiddel for kulturbasert næringsutvikling under Landbruks- og matdepartementet vert kanaliserte gjennom det offentlege verkemiddelapparatet over statsbudsjettet og gjennom landbruksnæringane over jordbruksavtala.

Verkemiddel som er av direkte, praktisk innverknad for kulturbasert næringsutvikling, er sentrale og fylkesvise bygdeutviklingsmidlar, verdiskapingsprogrammet for mat og verdiskapingsprogrammet for rein. Landbruks- og matdepartementet rår også over verkemiddel for bevaring av jordbrukets kulturlandskap, som er ein viktig infrastruktur for landbruksbasert reiseliv og bygdeturisme.

Innovasjon Noreg og fylkesmannen forvaltar dei sentrale og fylkesvise bygdeutviklingsmidlane.

Både ABM-utvikling og Norsk Kulturråd disponerer midlar til ulike tiltak som også kan nyttast til prosjekt som er relaterte til matkultur og mattradisjonar.

1.10.6 Utfordringar og satsingsområde

1.10.6.1 NETTVERKSBYGGING

Eit viktig element i den offentlege innsatsen på dette området er å leggje til rette for samarbeid mellom aktørane og medverke til informasjons- og kunnskapsutveksling ved å etablere eller støtte møteplassar. Dette kan til dømes vere festivalar og nettstader.

Regionale konkurranseføremoner kan utviklast gjennom nettverksdanning der produsentane kjem i kontakt med kvarandre for betre å nytte synergiar og kompetanse på tvers av sektorar og bransjar.

Kultursektoren sine ressursar som til dømes arkiv, bibliotek, museum og vitensentra over heile landet kan også på ulike vis vere viktige samarbeidspartnarar for både landbruks- og fiskeriinteresser og reiselivsnæringane.

1.10.6.2 MARKNADSFØRING, MERKEVAREBYGGING OG SYNLEGGJERING

Dersom ein skal lukkast med å nå ut til forbrukarane med produkta, må matprodusentane fokusere på marknaden utan omsyn til kor i verdikjeda eller produksjonsprosessen dei er.

Sjølv om Noreg eksporterer 95 pst. av all sjømaten som vert produsert her i landet, er heimemarknaden også viktig.

Sjømatnæringa er utan subsidiar. Dette er viktig for å kunne operere på den internasjonale arenaen.

Merkeordningar

Gjennom arbeidet med den offentlege merkeordninga Beskytta nemningar er ein i ferd med å dokumentere mykje av den verdifulle historia som er knytt til mange av dei norske mattradisjonane, produkta og bedriftene.

For betre å synleggjere norske matspesialitetar og matkultur vil ein i åra som kjem, satse meir på å styrkje marknadsretta informasjon, merkeordningar og profileringstiltak nasjonalt og internasjonalt, mellom anna gjennom betre samordning av informasjons- og merkeressursane. Å nytte norsk matkultur i profileringa av Noreg er viktig og nyttig både for norsk omdømme og norsk næringsliv. Mat er eit samlande element som gjev spanande kulturutvekslingar.

1.10.6.3 INFORMASJON OG KOMPETANSEHEVING

Kompetanse hos den enkelte næringsaktør er viktig for nyskaping, kvalitet og lønsemd. For å medverke til nyskaping i bedriftene er det vesentleg å sjå dei offentlege forskingsmidlane i samheng med midlane til bedriftsutvikling. Det er òg viktig at det offentlege legg til rette for at kompetanse og kunnskap om marknadsarbeid vert tilført små og mellomstore produsentar på best moglege måte.

1.11 Samarbeid mellom kulturliv og næringsliv

1.11.1 *Innleiing*

Samspel mellom kultur- og næringsliv kan medverke til utvikling og vekst både i kulturlivet og i næringslivet. På den eine sida finst det døme på at kulturlivet kan medverke til omstilling og innovasjon i næringslivet til dømes i design- og produktutvikling, marknadsføring og organisasjonsutvikling.

På den andre sida er det aukande interesse frå kulturlivet for å samarbeide med næringslivet.

Det ser ut til å ha skjedd ei haldningsendring i kulturlivet til sponing og samarbeid med næringslivet det

siste tiåret. Den skepsisen til sponing og anna samarbeid med næringslivet som ein såg på 1970-talet, ser ein mindre til i dag.

Dei siste åra har ein sett ei utvikling i retning av meir integrert samarbeid og større grad av gjensidig tenesteyting mellom sektorane. Det er ein tendens til at kontakten mellom kulturliv og næringsliv endrar seg frå økonomisk støtte mot logoeksponering eller tenester til avtaler som føreset ei meir gjensidig utveksling av ytingar. Næringslivets bruk av kultur vert såleis meir samansett, og krava til bidraga frå kulturlivet vert meir omfattande og direkte.

Det ligg eit utviklingspotensial i eit tettare samspel mellom kultur- og næringsliv. Regjeringa ynskjer difor å setje søkelyset på dei områda der kultur og næringsliv har gjensidig interesse av samarbeid, og oppmuntre til fleire og meir varierte finansieringskjelder som kan supplere innsatsen frå det offentlege. Fleire finansieringsmåtar kan på sikt medverke til å skape større mangfald og vere med å realisere fleire prosjekt og tiltak. Det kulturpolitiske utgangspunktet om offentlig hovudansvar for finansiering av kulturlivet og om faglege kvalitetskriterium som avgjerande prinsipp for ressursfordeling ligg likevel fast.

1.11.2 *Sponsoravtaler*

Staten legg til grunn at kulturinstitusjonar utnyttar eigeninntektspotensialet sitt. Kravet om eigeninntekter i det profesjonelle kulturlivet er mellom årsakene til at behovet for sponsorar og samarbeidsavtaler har auka.

I dag ser vi at fleire store kulturinstitusjonar som får driftstilskot frå Kultur- og kyrkjedepartementet, også har sponsor- eller samarbeidsavtaler med næringslivet.

I dag reknar dei fleste store kulturinstitusjonar samarbeid med næringslivet som ei viktig inntektskjelde for å gjennomføre planar og program.

Aukande samspel mellom kultur- og næringsliv reiser særskilte spørsmål i forhold til born og unge. Særleg media, men også andre bransjar, har dei seinare åra lagt eit stort kommersielt press på barne- og ungdomskulturen. Regjeringa ynskjer å avgrense den kommersielle påverknaden av born og unge og sikre utviklinga også av dei ikkje-kommersielle delane av barne- og ungdomskulturen.

I den grad ein går inn for partnerskap mellom kultur og næring bør det finnast spelereglar som tek omsyn til at born og unge er eigne målgrupper som har behov for særskilt vern. Slike spelereglar bør òg ta omsyn til born og unge sin fridom til å uttrykkje seg kulturelt.

1.11.3 *Samarbeidsavtaler*

Eit utviklingstrekk i kulturlivets avtaler med næringslivet det siste tiåret er overgangen frå rein mesenverksemd og milde gåver til samarbeidsavtaler som liknar meir på utveksling av tenester. Dette har ført til ei utvikling frå tradisjonell sponing i form av velgjerd og moderat logoeksponering, til samarbeidsavtaler der kulturprodukta og aktivitetane i større grad vert integrert i bedrifta sin profil og organisasjon.

Mange bedrifter er av den oppfatninga at eit samarbeid med kulturlivet gjev færre overskrifter og lite mediemerkeemd, samanlikna med til dømes idrettsarrangement og idrettsutøvarar.

Det er ein generell tendens til at næringslivet først og fremst ynskjer å samarbeide med dei store institusjonane som både er kjente, vellukka og vel etablerte. Næringslivet ynskjer seg i mindre grad dei små og meir perifere prosjekta, som i nokre tilfelle også kan ha ei meir utfordrande stemme.

Mange bedrifter søker i dag etter nye måtar å utvikle dei tilsette på. Det finst fleire døme på at kulturen kan medverke til å utvikle kreativitet og kroppsspråk, estetikk og skrivning, prosjektleiing, samarbeid og produktivitet i mange bedrifter. Kulturen kan også utfordre fordommar og snu opp-ned på innarbeidde rutinar og tenkjemåtar i ein organisasjon.

Eit samarbeid mellom kulturlivet og næringslivet har framleis eit stort potensial i Noreg. Samarbeidsavtaler med næringslivet kan i mange tilfelle bety at kulturlivet kan nå fleire og nye publikumsgrupper, noko som både kan føre til auka inntekter og meir merksemd om kultur.

Kulturlivet kan på fleire måtar medverke i utviklinga av eit innovativt og konkurransedyktig næringsliv, samstundes som næringslivet kan medverke med kompetanse og nye sjansar for kulturlivet.

Betre kompetanse og innsikt kan tvillaust betre grunnlaget for eit godt og gjensidig utbytte av samarbeidet mellom kultur- og næringsliv.

Det er difor viktig at det vert lagt til rette for ei auka tilnærming mellom kultur- og næringsliv. Gode informasjonskanalar, møteplassar og nettverk vil medverke til auka gjensidig forståing og kompetanseoverføring og til betre samhandling.

1.11.4 Aktørar og verkemiddel

FOREININGAR TIL FREMJE AV SAMARBEID MELLOM KULTUR OG NÆRING

Graden av kultursponsing og samarbeid mellom kultur og næring har samanheng med politiske tradisjonar i ulike land. Samanlikna med ein del andre land har Noreg ein relativt svak tradisjon med mesenar, stiftingar og sponsoravtaler på kulturfeltet og det offentlege har ei sentral rolle i utviklinga av kultursektoren.

Forum for Kultur & Næringsliv i Noreg vart oppretta i 2001 med sentrale bedrifter og kulturorganisasjonar som initiativtakarar. Medlemsorganisasjonen har sidan starten fått driftsstøtte frå både Kultur- og kyrkjedepartementet og Nærings- og handelsdepartementet.

Målet med organisasjonen er å etablere ein møteplass mellom kultur og næringsliv for å stimulere til gjensidig utveksling av kunnskap, kontakt, kompetanse, verdier og haldningar.

SKATTEFRÅDRAG

Noreg har ingen uttrykkelege føresegner om frådragsrett for sponsing av kultur. Prinsipielt gjeld at skattytar får frådrag for dei kostnadene han har hatt i samband med tileigning av inntekta. Det er i dag difor

mogeleg å få frådrag for kostnader til kultursponsing i den utstrekning sponsinga kan seiast å ha reklameverdi.

Frå og med inntektsåret 2000 vart det innført frådragsrett for pengegåve opp til til visse friviljuge organisasjonar, mellom anna til organisasjonar som driv barne- og ungdomsretta arbeid innan musikk, teater, litteratur, dans, idrett og kulturvern. Med verknad frå inntektsåret 2005 er frådragsramma auka til kr 12 000.

UTLEIGE AV KUNST

På bakgrunn av Stortingets vedtak 27. november 2003 bad Kultur- og kyrkjedepartementet alle aktuelle museum gjennom tildelings- og tilskotsbrev for 2004 om å leggje til rette for utlån og utleige av kunst- og kulturgjenstandar til bruk for forskning og formidling.

Det er mange omsyn som skal ivaretakast, men dersom offentlege interesser ikkje er til hinder for det, vil utlån og utleige av gjenstandar vere positive ved at dei gjev musea nye arenaer for å vise fram materialet sitt og til å aktivere materiale som elles er magasinert. Samstundes kan utleige representere ei mogeleg inntektskjelde.

Departementet vil i samarbeid med mellom anna Nasjonalmuseet for kunst initiere konkrete tiltak for i første omgang å vinne fleire praktiske røymsler med utlån/utleige frå offentlege samlingar før eit opplegg i større skala vert sett i verk.

2. KOMITEENS MERKNADER

Komiteen, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Eirin Faldet, Trond Giske og Torny Pedersen, fra Høyre, Brit I. H. Andreassen, lederen Sonja Irene Sjøli og Olemic Thommessen, fra Fremskrittspartiet, Ulf Erik Knudsen og Karin S. Woldseth, fra Sosialistisk Venstreparti, Magnar Lund Berge og May Hansen, fra Kristelig Folkeparti, Ola T. Lånke og Oddny Omdal, og fra Senterpartiet, Eli Sollied Øveraas, viser til at Regjeringen i St.meld. nr. 22 (2004-2005) legger frem melding om Kultur og næring. Høsten 2003 la Regjeringen frem St.meld. nr. 48 (2002-2003) Kulturpolitikk fram mot 2014. Meldingen ble behandlet i Stortinget våren 2004, jf. Innst. S. nr. 155 (2003-2004). Komiteen viser til at Stortinget pekte på viktigheten av at man i videreutviklingen av kulturpolitikken ser på flere alternative former for finansiering, og at privat og offentlig kapital bør kunne finne frem til et fruktbart samspill. Med utgangspunkt i kulturmeldingens analyser om levesett, teknologisk utvikling, internasjonalisering og forbruksmønster og at kultur og næring i stadig økende grad blir gjensidig påvirket, vedtok Stortinget å be Regjeringen om å legge frem en stortingsmelding om forholdet mellom kunst/kultur og næringsliv.

Komiteen viser også til behandlingen av St.meld. nr. 25 (2003-2004) Økonomiske rammebetingelser for filmproduksjon og den tilhørende Innst. S. nr. 228

(2003-2004), hvor Stortinget vedtok at Regjeringen, sammen med stortingsmeldingen om kultur og næring, legger frem en gjennomgang av ulike tiltak som kan medvirke til at flere utenlandske filmer blir produserte i Norge, slik at dette kan behandles i inneværende stortingsperiode.

Komiteen har gjennomført en åpen høring 29. april 2005 i Stortinget om meldingens innhold. 25 organisasjoner deltok i denne høringen, herunder mange kulturorganisasjoner. Komiteen har i tillegg mottatt en lang rekke henvendelser med gode ideer og innspill. Enkelte av disse er omtalt i merknadene fra komiteen.

Komiteen skulle gjerne ha fått flere innspill fra det tradisjonelle næringslivet. Mange slike virksomheter har en kompetanse på forretningsvirksomhet som, kombinert med kulturell kreativitet, kan inneholde et stort potensial for vekst og velstand.

Innledning

Komiteen merker seg at meldingen inneholder tre deler. Del 1 gjør rede for utviklingstrekk, rammevilkår og utfordringer for kulturbasert næringsutvikling, mens del 2 og 3 redegjør for ulike kulturnæringer og samarbeid mellom kultur og næringsvirksomheter. Meldingen er altså utelukkende en beskrivende melding.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet, har merket seg at denne stortingsmeldinga i første rekke sikter mot å gi en samlet fremstilling av forholdet mellom kultur, næring og samfunnsbygging, samtidig som man ønsker å legge til rette for at kunst og kultur i større grad kan bidra til nyskaping og bærekraftig samfunnsutvikling. Flertallet mener det er positivt med en slik melding, men konstaterer samtidig at det ikke foreslås kulturpolitiske tiltak ut over det som har vært foreslått tidligere gjennom bl.a. St.meld. nr. 48 (2002-2003) (Kulturmeldinga).

Flertallet erkjenner imidlertid at dersom det skal lykkes å hente ut et større verdiskapingspotensial fra samspillet mellom kultur og næring, må dette sees i sammenheng med en sektorovergripende innovasjonspolitikk. En slik innovasjonspolitikk fordrer konkrete tiltak gjennom en forpliktende involvering fra flere departementers side. Slik det også fremgår av meldinga ligger utfordringene i å få til et tettere samspill mellom ulike virkemiddelapparater som sorterer under flere departementer. Flertallet legger imidlertid til grunn at det å utvikle næringspotensialet i kulturbaserte næringer er en næringspolitisk utfordring og at Nærings- og handelsdepartementet derfor må gå tungt inn.

Flertallet vil på denne bakgrunn påpeke nødvendigheten av at meldingen følges opp med en helhetlig handlingsplan med et klart sektorovergripende sikte.

Komiteen fremmer følgende forslag:

"Stortinget ber Regjeringen legge fram en helhetlig sektorovergripende handlingsplan der det nærings- og

innovasjonspolitiske virkemiddelapparatet brukes aktivt for å sikre en bedre utnyttelse av det potensial som ligger i skjæringsfeltet mellom kultur og næring."

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Kristelig Folkeparti, viser til at det drøftes eller foreslås få nye tiltak. Flertallet mener dette er alt for defensivt i forhold til det store potensialet vi har for næringsutvikling innenfor kulturområdet.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet mener at meldingen trekker et skille mellom kultur og næringspolitikk. Det skrives at:

"Kulturpolitikken er retta særleg inn mot dei delane av kultursektoren som ikkje har tilstrekkeleg inntening på omsetnad av varer og tenester i ein marknad. Innanfor ein politikk for kultur og næring vil kulturpolitikens rolle difor først og fremst vere å sørgje for ei grunninvestering i kultursektoren og medverke til at kulturaspektet vert ivareteke i form av kunst- og kulturfagleg kompetanse. Ein føresetnad for å utløyse utviklingspotensialet i kultursektoren er at det vert ført ein kulturpolitikk som legg til rette for eksperimentering og risiko i kulturlivet, utan omsyn til økonomisk meirverdi."

Mens næringspolitikken beskrives som næringsnøytral:

"Den overordna målsetjinga i næringspolitikken er å styrkje verdiskapinga i norsk økonomi. Frå ein næringspolitisk synsstad vil såleis utgangspunktet vere at ein politikk retta mot utvikling av næringspotensialet i kultursektoren i hovudsak bør skje innanfor overordna næringspolitiske mål og verkemiddel."

Disse medlemmer mener at det er lite hensiktsmessig å skille mellom kulturpolitikk og næringspolitikk.

Disse medlemmer er av den oppfatning at kulturpolitikken bør innrettes på en slik måte at kulturvirksomheter i større grad oppfattes og behandles som kulturnæringsvirksomheter. På den måten kan man få frem potensialet innen sektoren, både når det gjelder de kulturpolitiske mål og verdiskapning. Disse medlemmer mener at det ikke finnes noen iboende motsetning mellom de kultur- og næringspolitiske mål, men at disse trekker i samme retning. Kultur og verdiskapende aktiviteter bidrar begge til samfunnets mangfoldighet og gagn.

Disse medlemmer er imidlertid av den oppfatning at det ikke i seg selv er et mål å bruke offentlige midler på kulturaktiviteter. En mer markedsrettet kulturpolitikk, der aktørene må ta hensyn til publikums ønsker, vil i seg selv ha en dynamisk effekt uavhengig av offentlige reguleringer og støtteordninger. Disse medlemmer er av den oppfatning at markedsretting av kulturvirksomheter både vil kunne føre til publikumsvekst og til positive økonomiske ringvirkninger. Når kulturvirksomheter stimuleres til å ta hensyn til sin publikumsappell, kan det bidra til både større engasjement fra publikum, større publikum og bedre vilkår for kulturvirksomheten som følge av stigende driftsinntekter.

Disse medlemmer mener at også de kulturvirksomheter som ikke har muligheten til å tiltrekke seg nok privat kapital til å være selvfinansierende, bør stimuleres gjennom utformingen av de offentlige støtteordninger til, i større grad, å ta hensyn til sin publikumsappell. Dette kan gjøres ved for eksempel å utforme de offentlige støtteordningene med en publikumsavhengig komponent. Altså en formidlingskomponent som kan gis atskilt fra de øvrige støttekomponenter. For de kulturvirksomheter som allerede i dag har en slik støttekomponent, bør det vurderes å øke dennes andel av den totale støtten.

Disse medlemmer ønsker at kulturlivet skal rette seg mot publikum og alternative inntekstskilder i større grad enn offentlige budsjettprosesser og -midler. Hovedhensikten med dette er at samfunnet forhåpentligvis skal kunne bruke mer penger på slik kultur som både store grupper og små nisjer finner verdifull.

Disse medlemmer ønsker å finne flere ordninger som kan gi offentlige kulturinstitusjoner et bredere publikum, publikum et mer innholdsrikt kulturtilbud og samfunnet en bedre utnyttelse av de offentlige og private kulturmidler.

Komiteens flertall, medlemmene fra Høyre, Fremskrittspartiet og Kristelig Folkeparti, mener meldingen gir et godt bilde av samspillet mellom kultur og næringsliv, med viktige analyser i forhold til de forutsetninger og hensyn som bør legges til grunn i det videre arbeidet med området "Kultur og næring".

Komiteen mener meldingen viser at kunst og kultur representerer viktige bidrag for å styrke fremtidens skaperkraft i vårt land. Komiteen mener kulturlivet besitter viktig kompetanse i forhold til kreativt arbeid, og at dette må sees i naturlig sammenheng med forskning og utdanning, områder som ellers gjerne har hovedfokuset når fremtidens verdiskaping diskuteres.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet, vil særlig vise til drøftingene i forbindelse med de prinsipielle sonderingene som gjøres mellom den kulturpolitiske og den næringspolitiske tilnærmingen i meldingen. Flertallet vil påpeke at "kultur og næring" er et stort og sammensatt felt der både kulturpolitiske og næringspolitiske hensyn vil gjøre seg gjeldende. Flertallet viser til at balansepunktet mellom disse sett av hensyn vil variere fra område til område. Flertallet vil imidlertid understreke at de næringspolitiske hensyn ikke må gå på bekostning av de kulturpolitiske, og at man i fremtiden ikke kan forvente at veksten innenfor kulturbaserte næringer vil kunne erstatte den offentlige innsats som i dag gjøres for å opprettholde kulturpolitiske mål. Flertallet vil imidlertid påpeke at også den kommersielle veksten er av betydning for sentrale kulturpolitiske mål. Et viktig eksempel på dette er at man for å ivareta norsk språk og kultur i fremtiden vil ha behov for et betydelig volum norskprodusert innhold for hele

bredden av medier, en produksjon som i stor grad vil være kommersielt basert.

Komiteen vil understreke viktigheten av at tenkingen rundt samvirket mellom kultur og næringsliv også finner god forankring i næringslivet. Komiteen har merket seg at debatten om dette temaet i hovedsak er anført av kulturlivets aktører og at næringslivet gjennomgående later til å ha liten kompetanse på området. Komiteen mener derfor det er viktig å legge til rette for fellesarenaer der kultur og næringsliv naturlig møtes rundt konkrete prosjekter. Komiteen vil komme tilbake til dette i merknader under kapitlet "samarbeid mellom kultur og næringsliv".

Komiteen er positiv til at det legges fram en stortingsmelding om kultur og næring. Meldingen gir god oversikt over de ulike feltene på kulturområdet hvor det er størst potensial for å få til en satsing på kulturbasert næringsutvikling.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Kristelig Folkeparti, er imidlertid skuffet over at meldingen inneholder få ambisjoner og konkrete tiltak for å styrke kulturnæringene.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet mener at en satsing på kulturnæringene skal komme som et tillegg til det offentliges ansvar for å legge til rette for kunst og kulturaktiviteter, ikke som en erstatning. Disse medlemmer viser til Innst. S. nr. 155 (2003-2004) fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om kulturpolitikk fram mot 2014 hvor Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet har gått sammen om en offensiv satsing på kultur. Disse medlemmer går inn for at det skal satses mer på kunst og kultur enn det Regjeringen legger opp til. Disse medlemmer har utarbeidet Kulturløftet, som er en forpliktende og omfattende satsing på kunst og kultur de kommende 10 årene. Kulturløftet har følgende hovedpunkter: 1 pst. av statsbudsjettet skal gå til kultur, innføring av kulturlov, bedre levekår for kunstnere, kulturskole for alle barn som ønsker det, støtte opp om den norske filmsuksessen, satsing på norsk musikk, løft for dansekunsten, økt satsing på scenekunst, ny støtteordning for faste grupper, økt satsing på det frivillige arbeidet, utvidet kulturell skolesekk, kulturkort for ungdom, styrking av det norske språk, økt satsing på norsk litteratur, økt utsmykking av offentlige rom, gode vilkår for samisk kultur, Norge som flerkulturelt land og satsing på lokale kulturbygg samt ny kulturbåt. Kulturløftet innebærer en kraftig opptrapping av bevilgningene til kultur. Disse medlemmer satser på en rekke tiltak for å skape bredde og mangfold i kulturlivet. Det er Kulturløftet som danner grunnlaget for de satsinger disse medlemmer går inn for på kulturnæringene. Disse medlemmer mener staten skal være en aktiv tilrettelegger for utviklingen av kulturbaserte næringer. Det er behov for offentlige bidrag og incitament for å lykkes med en slik satsing. Disse medlemmer mener en satsing på kulturnæ-

ringene vil gi positive resultater for kulturfeltet og føre til økt verdiskaping og sysselsetting.

Disse medlemmer vil understreke hvor mye det betyr å sørge for at mulighetene til å føre en god kulturpolitikk ikke begrenses av internasjonale handelsavtaler som WTO og GATS. Innenfor kulturområdet er det helt avgjørende at vi ikke taper handlefriheten til å bygge opp under vårt eget språk og kulturuttrykk.

Disse medlemmer mener Regjeringen burde hatt langt større ambisjoner for den rollen kultursektoren skal spille for distriktsutvikling, verdiskaping og sysselsetting i Norge. Meldingen burde inneholdt flere konkrete forslag til hvordan samspillet mellom kulturpolitikk og næringspolitikk kan styrkes, men disse medlemmer understreker at den viktigste forutsetningen for vekst i kultursektoren og økt sysselsettings- og næringseffekt av kulturfeltet er en styrket satsing av den offentlige støtten til kultur.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet, er enig i det skillet som Regjeringen trekker opp mellom kultur- og næringspolitikk, og at det er viktig å holde fast ved kulturens egenverdi som det viktigste å holde fokus på gjennom kulturpolitikken. Flertallet understreker betydningen av en aktiv kulturpolitikk og støtte til de ikke-kommersielle delene av kulturlivet. For å ivareta bredde, det eksperimentelle og kritiske, amatørkultur, minoritetskultur osv., må det eksistere gode støtteordninger, og flertallet vil understreke at de offentlige kulturmidlene først og fremst må gå til å sikre ikke-kommersiell kultur og til å sikre tilgjengelighet, kvalitet og bredde. Flertallet vil også understreke at det offentlige ikke må legge opp til at sentrale kulturinstitusjoner og aktiviteter i Norge må basere seg i for stor grad på sponsorinntekter, men at sponsorinntekter må komme i tillegg til tilstrekkelige basisbevilgninger. Flertallet viser til Innst. S. nr. 155 (2003-2004) og merknadene til de årlige kulturbudsjettene når det gjelder denne delen av kulturpolitikken.

Samtidig mener flertallet at kultursektoren må anerkjennes som en betydelig arena for sysselsetting, verdiskaping og bidrag til næringsutvikling.

Flertallet viser til nyere forskning og undersøkelser som viser at kultursektoren sysselsetter ca. 87 000 mennesker i 2002, mens landbruks- og skogbruksindustrien til sammenligning sysselsetter ca. 69 000.

Flertallet vil vise til at det internasjonalt finnes mange eksempler på at byer og steder har blitt vitalisert og fått økonomisk vekst gjennom en systematisk satsing på kultur, og at kultursatsing også bør være viktig i norsk regionalpolitikk. Flertallet vil understreke at å skape attraktive lokalsamfunn betinger kultursatsing, fordi folk ikke bare må ha noe å leve av, men også opplevelser og aktiviteter. Å få mennesker til å flytte tilbake til bygda eller småbyen betinger en viss bredde både i jobbtillbud og aktiviteter, i tillegg til gode oppvekstforhold og et mangfoldig kulturtilbud.

Flertallet viser til at en rekke områder innen kultursektoren med drahjelp fra det offentlige kan ha et

større kommersielt potensial enn det som utnyttes i dag, ved for eksempel å nå ut til et større publikum utenfor Norge. Flertallet understreker at det næringspolitiske virkemiddelapparatet må ha øynene åpne for, og prioritere kultursektorens bidrag og muligheter som næring og bidrag til næringsvirksomhet.

Flertallet vil peke på at kulturnæringene og kulturbasert næring er en av de næringsgrenene som vokser sterkest i dag. Flertallet vil samtidig peke på at rundt 70 pst. av sysselsettingen og bedriftene finnes i de fire storbyregionene, med Oslo kommune som et klart tyngdepunkt.

Flertallet viser til at en gjennomgripende endring er i ferd med å skje når det gjelder hvor og hvordan arbeidsplasser etableres. Med en konsentrasjon av basiskompetanse for kultur og kulturbasert næringsutvikling i og rundt de store byene, vil dette føre til en ytterligere forsterkning av veksten der, og bidra til økt flyttestrøm mot disse stedene.

Flertallet vil peke på at det er statens bevilgninger over kulturbudsjettet som grunnfinansierer storparten av den kunst- og kulturkompetanse som i dag er etablert i faste kulturinstitusjoner og virksomheter av ulike slag, fortrinnsvis i de store byene. Disse grunnlagsinvesteringene over det statlige kulturbudsjettet har en svært stor betydning for en positiv næringsutvikling i perspektivet kultur/næring. Den øvrige virkemiddelbruken for utvikling av kulturnæring og kulturbasert næring, er i stor grad prosjektbaserte midler styrt av kommuner og fylkeskommuner.

Flertallet mener at en vellykket bruk av slike kortsiktige prosjektmidler, vil være avhengig av en stabil kompetansebasis som er langsiktig og stabilt finansiert. Slik kompetanse finnes i dag rundt om i små og store institusjoner over hele landet. Mange av dem har sterke røtter i lokalsamfunn, gjennom samarbeid mellom profesjonelle og frivillige (eksempelvis i forbindelse med museer, distriktsoperaer og regionteatre). Utfordringen blir å utvikle disse institusjonene og modellene videre til levedyktige kompetansekylinger for å kunne være en reell faktor for utvikling av kulturnæring og kulturbasert næring også i mindre byer og tettsteder.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet understreker at det bør være en prioritert statlig oppgave å skape varige like vilkår for å etablere arbeidsplasser innenfor denne bransjen over hele landet, ikke bare i storbyregioner. Disse medlemmer understreker videre at utfordringen blir å tenke helhet når det gjelder bevilgningene til kultur, der også nærings- og arbeidsplassaspektet må komme i balanse med den kunstpolitiske og den allmennkulturelle målsettingen. Disse medlemmer vil peke på at den framtidige kulturpolitikken kan bli en nøkkelfaktor når det gjelder næringsutvikling og bosettingsmønster i hele landet.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet, vil peke på at Kultur- og kirke-

departementets bevilgninger til kulturformål vil utgjøre en viktig del av rammene for et innovasjonssystem hvor også kulturnæringene har sin plass. Departementets bevilgninger på dette feltet vil ofte være grunnpilaren og det stabile grunnlaget kulturnæringene kan utvikles videre på.

Kultur som næring

Komiteen har merket seg at Østlandsforskning i en rapport til Nærings- og handelsdepartementet har beskrevet kulturnæringene i Norge. Selv om rapporten baserer seg på en relativt snever definisjon og konservative beregninger, viser kartleggingen at kulturnæringene står for litt i overkant av 3,5 pst. av sysselsettingen og litt i underkant av 3,5 pst. Av brutto nasjonalprodukt (BNP) i Norge. Bruttoproduktet i kulturnæringene er over dobbelt så høyt som i jordbruk og skogbruk, over tre ganger så høyt som i fiske, fangst og fiskerioppdrett, noe høyere enn i nærings- og nytelsesmiddelindustrien og nesten like høyt som i verkstedsindustrien.

Komiteen mener, basert på disse tallene, at kulturnæringene utgjør en stor del av BNP og derfor fortjener en drøfting av tilrettelegging av rammevilkår og mulige tiltak.

Komiteen merker seg at Østlandsforskning påpeker at kulturnæringene har en rekke "attraktive" egenskaper. Hovedtyngden av bedriftene er svært innovative og jobber i fleksible nettverk. De fremstiller produkter som gjør andre produkter mer attraktive for kunden. Rapporten konkluderer med at kulturnæringene har et relativt stort vekst- og utviklingspotensial. Det er viktig å anerkjenne dem som verdiskapende næringer og å inkludere dem i den nasjonale, regionale og lokale næringspolitikken.

Komiteen slutter seg til denne vurderingen.

Komiteen viser til at kulturnæringenes andel av BNP i 2001 beregnes til 33 mrd. kroner. Til sammenligning er statsbudsjettets kulturdel i underkant av 4,5 mrd. kroner. Komiteen konstaterer at det betyr at den statlige kulturfinansieringen står for mindre enn 15 pst. av kulturnæringenes "omsetning".

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet har merket seg at Lotte Sandberg i Aftenposten 19. april 2005 skriver:

"Avindustrialisering og økt konkurranse mellom byer er blant drivkreftene for en verdensomspennende satsing på innovasjon, kunnskap og kultur. Ja, sistnevnte er i dag en av de fremste vekstnæringer - trolig til overraskelse for dem som betrakter kultur som kostbar, overflødig pynt."

USAs ambassadør til Norge, og tidligere styreformann for B.F. Goodrich, John Doyle Ong, utvikler dette poenget videre i en artikkel i magasinet Kulturliv 01-05:

"Jeg mener at det er fire grunner til at næringslivet bør gi støtte til kunsten:

1. Kunst og kultur bidrar til økonomisk vitalitet i våre nærmiljøer.
2. Kunst og kultur øker vår forståelse av andre kulturer i det verdensmarkedet vi jobber mot.
3. Kunst og kultur inspirerer til den innovasjon og kreativitet vi trenger for å forbli konkurransedyktige, og gjør våre lokalsamfunn til attraktive steder å bo - slik at vi kan rekruttere og beholde dyktige medarbeidere som kan sikre bedriftenes utvikling og vekst.
4. Et kunst- og kulturengasjement gir mange muligheter til å bedre våre forhold til kunder, aksjonærer og ansatte."

Disse medlemmer merker seg at både Sandberg og Doyle Ong fremhever kulturens positive økonomiske effekter, i tillegg til de iboende kulturelle verdier.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet, vil peke på viktigheten av samhandling mellom skolen, kulturinstitusjonene og det tradisjonelle næringslivet. Barn, ungdom og amatør-deltakere i kunst- og kulturaktiviteter er en viktig gruppe når det gjelder å rekruttere framtidige entreprenører og gründere.

Flertallet mener distriktsoperamodellen, med samhandling mellom profesjonelle og amatører, pedagoger med utøvende stillingsdeler for musikere, dansere og andre kunstnere både i grunnskolen og den videregående skolen, vil kunne bli et godt redskap til å styrke slik opplæring. Ett eksempel på dette er Operaen i Kristiansund som i lang tid har utviklet slik samhandlingskompetanse med prosjekter både i grunnskolen og den videregående skolen.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet vil videre peke på høgskoleutdanning i ulike kunst- og kulturfag som et viktig satsingsområde og vise til at det fortsatt er behov for økt formidlingsutdanning og utdanning innen kulturelt entreprenørskap, administrasjon, markedsføring og produksjon. En utbygging av utdanningstilbudene bør i stor grad legges til regionene, slik at det kan etableres og utvikles kulturelle og kunstneriske kompetansemiljøer som kan stimulere til kulturell nyskaping og entreprenørskap. Det finnes flere eksempler på tiltak der kunnskapsklynger kan skape unike studietilbud i et desentralisert høgskolesystem, men hvor ressursknapphet gjør tiltaket vanskelig å gjennomføre.

Design

Komiteen merker seg at norsk designbransje består av omkring 300 virksomheter med nesten 700 designere. I tillegg viser undersøkelser at en stor andel (omkring 15 pst.) bedrifter har designer ansatt. Komiteen peker på en dansk undersøkelse som viser at bedrifter som har egne produktdesignere ansatt og kjøper designtjenester eksternt, eksporterer mer enn andre bedrifter og vokser sterkere. Dette viser at norsk design kan være et konkurransefortrinn og tilføre næringslivet verdier.

Komiteen viser til rapport fra Utvalget for næringsrettet design "Design som drivkraft for norsk næringsliv", publisert 15. juni 2001. Selv om det har gått fire år siden rapporten ble skrevet, er den fortsatt i stor grad aktuell. I denne sammenheng vises spesielt til tiltakene som listes opp under "økt designfaglig innsats i virkemiddelapparatet" og "metodisk oppbygging av nasjonal designkompetanse".

Tiltakene inkluderer:

- Innovasjonsfond for næringsrettet design
- Program for internasjonalisering av norsk design og norske designere
- Interaktiv kunnskapsbase om næringsrettet design
- Designkompetanse i inkubatorer og næringshager
- Design i digitale og interaktive medier
- Evaluering av designutdannelsen i Norge
- Tverrfaglig forskningscenter
- Følgeforskning

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet, har merket seg at Regjeringen har erklært 2005 som nasjonalt designår og styrket Norsk Form og Norsk Designråds bevilgninger for å gjennomføre dette. Flertallet ser at Regjeringen ønsker å rette oppmerksomheten mot den betydning design har som konkurransefaktor og bidragsyter i innovasjonsprosessen, og at dette vil mobilisere flere bedrifter til å bli bevisste på design som en viktig ressurs. Flertallet mener at en aktiv innovasjonspolitik på området styrker evnen til fornyelse og forbedring i næringslivet. Flertallet mener design er et godt eksempel på en kulturbasert bransje som lever i et tett og viktig samspill med næringslivet og de kommersielle interesser.

Et annet flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Kristelig Folkeparti, viser til at Regjeringen har et mål i næringspolitikken om at flere bedrifter tar i bruk næringsrettet design som prosessverktøy for å utvikle nye produkter og tjenester. I den forbindelse viser dette flertallet til noen gode eksempler fra Norge. Begrepet "Scandinavian design" oppstod på 1950-tallet, og representerte en gullalder for design og møbelkunst i Norden. I vår tid har eksportsuksessen Håg, sammen med andre norske designbaserte suksesser som f.eks. Snøhetta og Pia Myrvold, vist hvordan det er mulig å skape lønnsomhet og spennende arbeidsplasser innen design. Men disse er unntak, og internasjonalt gjennomslag gjennom design er det i første rekke Sverige og Danmark som har fått til, med hjelp av gode offentlige satsinger. Dette flertallet vil derfor understreke betydningen av satsing på industrielt design, spesielt eksportrettet i virksomhet, og ber Regjeringen fremme forslag om hvordan dette kan gjøres.

Håndverk

Komiteen vil understreke viktigheten av å kunne bruke og formidle våre håndverk og husflidtradisjoner i et næringsperspektiv. For at dette også skal være

mulig i årene fremover, er det viktig at disse til dels gamle tradisjonene blir ivaretatt og at det blir sørget for at de ulike gamle håndverkstradisjonene, som også blir brukt som kunstuttrykk, ikke forsvinner. Komiteen vil i denne sammenheng fremheve prosjektet Birka i Rennebu, som nettopp er en arena for kompetanseheving og formidling, i tillegg til pådriver for produkt-/bedriftsutvikling og design. Komiteen vil påpeke at nettopp det arbeidet Birka gjør, er svært nødvendig for å sikre at verdifull håndverkshistorie blir formidlet og tatt vare på. Komiteen vil peke på at en har et stort behov for et senter som ivaretar og viser vei for kulturbasert næring. Birka kan etter komiteens mening bli et slikt kompetansesenter som kan tilby lokalsamfunn over hele landet kompetansebygging innen kulturbasert næring gjennom kunsthåndverk og husflid.

Komiteen er av den oppfatning at dette vil kunne resultere i levende bygder og økt interesse for kunsthåndverk og husflid. Staten må ha et overordnet ansvar for at ikke verdifull kulturhistorisk informasjon går tapt.

Komiteen mener det i mange sammenhenger er svært viktig å opprettholde god håndverksmessig kompetanse i vårt land, også innenfor de såkalte små og verneverdige fag. Mange av disse er av stor betydning for reiselivsproduktet, både i forhold til enkeltprodukter og i forhold til den kvaliteten vi kan vise når det gjelder håndverksmessig kvalitet i bygningsmasse osv.

Komiteen konstaterer at håndverksfagenes rammebetingelser berøres av minst tre departement, Utdannings- og forskningsdepartementet, Miljøverndepartementet og Kultur- og kirke departementet. Komiteen mener det er svært viktig for feltet at de tre departementene utarbeider en felles strategi for hvordan de små og verneverdige fagene skal ivaretas.

Komiteen har notert seg at de små håndverksfagene i dag i betydelig grad er koblet opp mot museene og kulturminnevernet. Komiteen mener en styrking av det generelle markedsarbeidet er viktig for å gi bedriftene flere ben å stå på. Komiteen har merket seg at Norsk Håndverksutvikling har gjort et betydelig arbeid når det gjelder dokumentasjon av utsatte håndverk. Komiteen mener mye nå ligger til rette for at institusjonen kan styrkes med sikte på å ta tak i det å styrke kompetansen innenfor markedsarbeid.

Komiteen vil påpeke viktigheten av å styrke det tradisjonsbårne håndverks status og anseelse i årene som kommer. Komiteen vil i denne sammenheng påpeke viktigheten av at stipendordningene under Norsk Håndverksutvikling videreføres og bygges ut.

Små og verneverdige fag

Komiteen mener små fag har stor betydning. Mange av de gamle håndverks- og industrifagene forvalter historiske teknikker, tradisjoner og kompetanse som er verdt å verne for fremtiden. Komiteen er kjent med at de små håndverksfag de senere årene har slitt med sviktende rekruttering. Dette var bakgrunnen for at Stortinget i Innst. S. nr. 164 (2003-2004) gikk inn for å styrke innsatsen overfor disse fagene.

Komiteen vil understreke at dersom fagene skal overleve, er det behov for et jevnt og stabilt antall nye utøvere. Det må etableres større miljøer rundt små fag og iverksettes tiltak for å styrke opplæringen i og rekrutteringen til disse fagene.

Komiteen viser til at Stortinget har gitt sin tilslutning til at den nasjonale innsatsen for fagene må samordnes og intensiveres, slik at fagene kan ha en framtid. Komiteen vil understreke at dette er en viktig oppslutning om de små og verneverdige fagene. Komiteen er enig i at det viktigste ikke er hvordan man velger å organisere etableringen av større miljøer rundt disse fagene, men at det etableres egnede miljøer. Komiteen viser til at komiteen i innstillingen uttalte følgende:

"Komiteen ber derfor Regjeringen vurdere ulike modeller for samarbeid og/eller samhandling for å styrke rekruttering og opplæring i små og verneverdige fag, og fremlegge dette for Stortinget på en egnet måte."

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Kristelig Folkeparti, har ikke registrert at Regjeringen har fulgt opp denne anmodningen, og ber Regjeringen melde tilbake til Stortinget på egnet måte.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti viser til at Sosialistisk Venstreparti i Innst. S. nr. 164 (2003-2004) dessverre ikke fikk støtte til sitt opprinnelige forslag om å opprette egne opplæringskontorer for små og verneverdige fag.

Audiovisuell industri

Komiteen vil peke på at den audiovisuelle industrien er et av de sterkeste vekstområder innenfor den kreative industrien. Komiteen mener det er viktig å ha et bredt fokus på dette området selv om filmen selv sagt står sentralt. Komiteen vil her peke på betydningen av at man også i Norge bygger opp høy kompetanse når det gjelder dataspill og utvikling av innhold på nett.

Film

Komiteen viser til St.meld. nr. 25 (2003-2004) om økonomiske rammebetingelser for filmproduksjon, hvor komiteens flertall vedtok å be Regjeringen i forbindelse med stortingsmeldingen om kultur og næring legge frem en gjennomgang av ulike tiltak som kan bidra til at flere utenlandske filmer produseres i Norge.

Komiteen viser videre til at filmbransjen i den åpne høringen etterlyste et bedre samarbeid mellom virkemiddelapparatet under Kultur- og kirkedepartementet og Nærings- og handelsdepartementet. Komiteen slutter seg til dette.

Komiteen viser til at sammenlignet med andre kulturnæringer ligger filmbransjen "et skritt foran" i forhold til at det ble skissert virkemidler og tiltak i filmmeldingen. Komiteen viser videre til at i innstillingen til filmmeldingen gikk flertallet blant annet inn for å innrette produksjonsstøtten slik at den utløser størst mulig privat risikokapital og på et tidligst mulig

tidspunkt i produksjonsprosessen. Videre mente flertallet at man bør gjennomgå skatte- og momsregimet med tanke på en best mulig likebehandling, sett i forhold til tilsvarende produksjonsmiljøer for andre typer media. Bransjen vil, med større forutsigbarhet i rammebetingelsene, kunne utvikles til en langt større og mer bærekraftig bransje. Dette vil igjen gi kulturmessige gevinster og økonomisk vekst.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Kristelig Folkeparti, vil i tillegg til en satsing på norsk film også legge til rette for at Norge bør tiltrekke seg utenlandske filmproduksjoner. Dette vil gi arbeidsplasser og økt verdiskapning samt ha positive synergieffekter også for norsk filmproduksjon.

Flertallet går derfor inn for at det etableres en prøveordning med refusjon av utgifter brukt i Norge på 15 pst. for utenlandske produksjoner. I land som Australia, Canada, Belgia og Irland har slike ordninger gitt gode næringsmessige resultater i tillegg til god markedsføring av landet. New Zealand har for eksempel fått fordoblet sin turisme som en følge av Ringenes Herrefilmer. En forutsetning for en slik ordning er at det skal være norsk coproducent for filmene. Beregninger utført for The Norwegian Film Commission viser at det ligger et stort næringspolitisk potensiale i denne type ordninger.

Flertallet fremmer følgende forslag:

"Stortinget ber Regjeringen etablere en prøveordning med 15 pst. refusjon av utgifter for utenlandske filmproduksjoner i Norge og komme tilbake i budsjettet for 2006 med forslag om dette."

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet merker seg at Regjeringen i meldingen argumenterer for at de provenymessige virkningene av en modell for støtte til utenlandske filmproduksjoner i Norge er negative. Det er grunn til å tro at de modeller som departementet her har brukt, i begrenset grad, har tatt hensyn til de positive virkninger som kommer ved bruk av slike stimulerings tiltak.

Disse medlemmer foreslår derfor:

"Stortinget ber Regjeringen i forbindelse med statsbudsjettet for 2006 legge frem forslag til innføring av tiltak som kan bidra til at flere utenlandske filmer produseres i Norge."

Komiteens medlemmer fra Høyre og Kristelig Folkeparti mener Norge, sammenlignet med andre europeiske land, bør være et konkurransedyktig land med tanke på internasjonal filmproduksjon. Disse medlemmer mener det i dette lys vil være naturlig å følge utviklingen i andre europeiske land når det gjelder utvikling av finansieringsordninger, skatteincentiver og avgiftsnivå.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet viser til at i Kulturløftet er satt et mål om at

det skal produseres minst 20 langfilmer hvert år og at 25 pst. av kinobesøket skal være på norske filmer. De offentlige tilskuddene til film skal økes for å nå dette målet. Disse medlemmer ønsker også å styrke de regionale filmmiljøene.

Disse medlemmer mener at produksjonsstøtten må økes betraktelig. Samtidig er det viktig at støtteordningene fungerer slik at produksjonsselskapene kan tjene penger og etablere levedyktige filmmiljøer. Det er viktig at støtteordningene og rammevilkårene er stabile over flere år, slik at flere private aktører tør å gå inn i ulike filmprosjekter. Samtidig er det viktig å ta vare på de dyktige talentene som kommer til, ikke minst etter hvert som nye kull blir uteksaminert fra filmskolen på Lillehammer.

Disse medlemmer registrerer at filmbransjen understreker den store betydningen filmparken på Jar har for å sikre en livskraftig norsk filmindustri. Disse medlemmer mener det er avgjørende at virksomheten på Jar videreføres på varig basis, også om et salg gjennomføres. Dersom filmparken skulle forsvinne, vil vi risikere at flere norske produksjoner legges til utlandet. Dette vil også kunne svekke mulighetene for å trekke internasjonale produksjoner til Norge.

Disse medlemmer fremmer derfor følgende forslag:

"Stortinget ber Regjeringen i forbindelse med statsbudsjettet for 2006 legge fram forslag til hvordan en varig videreføring av driften ved filmstudio på Jar kan sikres, før et eventuelt salg gjennomføres."

Komiteen viser også til at det under høringen kom frem at andelen produksjon som settes ut til produksjonsmiljøer utenfor NRK, har stor innvirkning på de uavhengige produksjonsmiljøenes muligheter til jevn produksjon gjennom året.

Komiteen viser til at NRK er svært viktig når det gjelder både produksjon og visning av norsk film og dramaproduksjoner. NRK er også en viktig oppdragsgiver til eksterne produksjonsselskaper. Komiteen mener dette samspillet bidrar til å utvikle gode produksjonsmiljøer og bredde i programtilbudet.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Sosialistisk Venstreparti, mener derfor det er positivt at NRK har som ambisjon å øke antallet produksjoner som gjøres av uavhengige eksterne selskaper.

Musikk

Komiteen merker seg at musikkindustrien i Norge sysselsetter omkring 10 000 ansatte. Industrien er en betydelig bidragsyter til kulturlivet, samtidig som den i stor grad bidrar til BNP. Musikk som eksportvare har et stort potensial, noe vårt naboland i øst har vist oss.

Komiteen viser til at musikkindustrien i den åpne høringen etterlyste et bedre samarbeid mellom virkemiddelapparatet under Kultur- og kirkedepartementet, Nærings- og handelsdepartementet og Utenriksdepartementet. Musikk er et internasjonalt produkt som bør ha et stort eksportpotensial. Industrien mener at det

trengs litt mer strukturert drahjelp i eksportfremmende tiltak. Komiteen slutter seg til dette.

Komiteen viser videre til at industrien i den åpne høringen også etterlyste skatteregler som gjør det mulig å fordele inntekter/fradrag over flere år. Musikere og andre enkeltmannsforetak innen musikk og andre kulturnæringer kan oppleve sterkt svingende inntektssituasjon fra et år til et annet. Dette oppleves som et problem. Komiteen mener at det ikke er ønskelig med kompliserende særordninger for skattlegging. Derimot mener komiteen at skattereglene for musikere og alle andre innen kulturnæringene bør forenkles og avbyråkratiseres.

Komiteens flertall, medlemmene fra Høyre, Fremskrittspartiet og Kristelig Folkeparti, mener at med et enklere skatteregime vil både den enkelte kunne få en lavere total skattebyrde, samtidig som samfunnet sparer store ressurser knyttet til skatteplanlegging, ligning, kontroll, unndragelser og administrasjon.

Komiteen merker seg posisjonen norsk vokalmusikk har internasjonalt. Eksport av norsk musikk både på komposisjons- og utøversiden bidrar til å stimulere både topp og bredde i norsk kulturliv, samt positiv Norges-profilering i utlandet. Komiteen ber Regjeringen bidra til at eksport av utøvende vokalmusikk får en naturlig plass i den internasjonale kultursatsingen.

Komiteen viser til den meget gode faglige utvikling som har vært på musikkområdet i vårt land. Norge har en imponerende tilgang på unge og svært dyktige musikere, og har gjennom dette et godt grunnlag for å bringe norsk musikk videre også i næringsmessig sammenheng. Komiteen mener det er svært viktig for utviklingen av norsk musikkindustri at denne er sikret gode salgskanaler så vel innenlands, som utenlands. Endrede forbrukervaner vil bidra til økt salg av musikk gjennom nye nettbaserte salgskanaler, som for eksempel Fonofile, iTunes med flere. Elektronisk distribusjon av musikk er i seg selv en innovativ næring som vil ha stor betydning for både skapende og utøvende kunstnere samt produsentene. Komiteen mener at sikker og tilgjengelig distribusjon av betalingsordninger på internett er viktige konkurransefaktorer for musikkbransjen, og vil i denne sammenheng fremheve betydningen av eNorge-planen, og den nye åndsverksloven. Begge disse er viktige virkemidler for på en god måte å verne om så vel opphavsmenns som forbrukernes rettigheter, og legge til rette for bruk av ny teknologi innenfor denne næringsutviklingen.

Komiteen registrer at norsk musikk er en viktig eksportvare, og ser at Musikkinformasjonssenteret og Music Export Norway spiller en sentral rolle i arbeidet med å markedsføre norsk musikk utenlands.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet viser til sine satsinger på musikk i Kulturløftet hvor ett av målene er at alle skal få oppleve levende musikk, og at flere skal kunne livnære seg som musi-

kere. For å få dette til må det utvikles flere spillesteder. Det trengs også flere arrangører. Støtte til spillesteder, lokale arrangører, festivaler, transport og programutvikling er viktige elementer i en slik satsing. Managementkompetansen må også styrkes.

Disse medlemmer mener det må legges til rette for en styrking av kompetansen for artister og kulturarbeidere som ønsker å drive egen næringsvirksomhet. I tillegg må det gis støtte til tilbud om etter- og videreutdanning på ulike felt.

I lov om merverdiavgift er konserter unntatt for moms, mens dansetilstelninger skal ha moms. Den eneste forskjellen er at publikum står eller sitter på konserter, mens de på dansetilstelninger er i aktivitet.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Kristelig Folkeparti, går inn for å endre praksisen av regelverket når det gjelder forskjellen mellom konserter og dansetilstelninger. Flertallet mener at tilstelninger med levende musikk ikke skal være momsbelagt. Flertallet mener at slike tilstelninger skal defineres som konserter.

Flertallet fremmer følgende forslag:

"Stortinget ber Regjeringen sørge for at dansetilstelninger med levende musikk defineres som konserter og dermed fritas for merverdiavgift fra 1. januar 2006."

Komiteens flertall, medlemmene fra Høyre, Sosialistisk Venstreparti og Kristelig Folkeparti, viser til debatten om kulturmeldingen der forslag om utredning av arkiv og museum/opplevelsessenter for rock/pop-musikk ble vedtatt utredet. Flertallet har merket seg at prosessen er påbegynt og at utredningen fra ABM-Utvikling er ute til høring hos de aktuelle musikk- og bransjeorganisasjonene med høringsfrist 20. juni 2005. Flertallet viser videre til at Regjeringen vil komme tilbake til spørsmålet om opprettelsen av et nasjonalt pop/rock-senter i forbindelse med budsjettet for 2006.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet og Senterpartiet mener det bør gjennomføres en betydelig satsing på såkalt rytmisk musikk. Dette er den delen av musikken som har størst potensiale for næringsvirksomhet, og det må være et mål at en enda større andel av dette markedet dekkes av norske band og artister. I forhold til andre sjangere er det satset svært lite på dette feltet fra det offentlige side.

Disse medlemmer foreslår derfor en omfattende pakke for at flere kan få inspirasjon til å satse på dette musikkområdet. Denne satsingen innebærer både å ta vare på den historiske musikkarven, samtidig som vi må legge til rette for dagens musikere. Det er også nødvendig å bygge kompetanse innenfor støttefunksjonene rundt denne bransjen. Disse medlemmer viser til debatten om kulturmeldingen i Stortinget 1. april 2004, der et forslag om å opprette et nasjonalt pop/rock-senter ble nedstemt. Disse medlemmer viser til at det siden den gang er foretatt en utredning i regi av ABM-Utvikling, hvor alle de aktuelle kandidatene har fått

bred anledning til å presentere sine prosjekter. Disse medlemmer viser til at ABM-Utvikling har lagt fram sin rapport hvor de konkluderer med at et nasjonalt opplevelsessenter for pop/rock bør legges til Trondheim. Disse medlemmer mener dette gjør at Stortinget nå bør konkludere i denne saken. Samtidig er det viktig å ta vare på det sterke engasjementet andre steder, og utvikle regionale sentra for pop/rock, bl.a. i Halden, Kristiansand, Stavanger, Bergen og i Nord-Norge. Det er også svært viktig at vi bidrar til at hovedstaden har gode og egnede forhold for å synliggjøre den lokale musikkarven og gode arenaer for dagens utøvere.

Disse medlemmer fremmer på denne bakgrunn følgende forslag:

1. Det etableres et nasjonalt opplevelsessenter for pop/rock lokalisert til Trondheim.
2. Staten skal bidra til at det etableres regionale sentra flere steder i landet som fokuserer på lokal pop/rock og er arena for utstillinger fra det nasjonale opplevelsessenteret. Disse bør også sees i sammenheng med en utvidelse av Norgesnettet, slik at de kan være levende spillesteder.
3. Staten skal bidra til at planene om å etablere et rockesenter på Schous i Oslo blir realisert.
4. Det etableres et nasjonalt kompetansesenter for støttefunksjoner rundt rock i Namsos.
5. Regjeringen bes på bakgrunn av utredningen fra ABM-Utvikling og høringsinnspillene legge fram sak om etablering og lokalisering av et nasjonalt arkiv for pop/rock i forbindelse med statsbudsjettet for 2006."

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Fremskrittspartiet og Senterpartiet viser til Innst. S. nr. 155 (2003-2004) om kulturpolitikk fram mot 2014:

"Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Fremskrittspartiet og Senterpartiet støtter opprettelsen av et eget pop- og rockarkiv i Trondheim. Dette må sees i sammenheng med den musikkfaglige kompetansen som Norges Teknisk-vitenskaplige universitet innehar. Disse medlemmer støtter også etableringen av et museum for rock i Namsos og ønsker å se disse prosjektene i sammenheng, og viser til den planen som Trondheim og Namsos i samarbeid med Sør- og Nord-Trøndelag fylkeskommune har lagt fram om dette.

Disse medlemmer har merket seg at Namsos i mange år har arbeidet med planene om å bli Rockcity, og mener det er viktig at staten bidrar til å realisere disse planene. Disse medlemmer fremmer på denne bakgrunn følgende forslag:

"Stortinget ber Regjeringen bidra til realiseringen av Rockcity på Namsos herunder opprettelse av et rockemuseum, og et popinstitutt og pop- og rockearkiv i Trondheim".

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet viser til at det siden den gang er foretatt en utredning i regi av ABM-Utvikling, hvor alle de aktuelle kandidatene har fått bred anledning til å presentere sine prosjekter. Disse medlemmer viser til at

ABM-Utvikling har lagt fram sin rapport hvor de konkluderer med at et nasjonalt opplevelsessenter for pop/rock bør legges til Trondheim og arkivdelen til Oslo. Disse medlemmer viser til at det er varslet en sak om nasjonalt rock/pop-senter i forbindelse med budsjettet for 2006. Disse medlemmer forventer at Regjeringen tar hensyn til de momenter og ønsker som har blitt lagt frem i Stortinget, samt de faglige innspill som har kommet fra ABM-Utvikling.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet viser til tiltakspakken Samstemt, som ble etablert av syv norske musikkorganisasjoner i forbindelse med behandlingen av kulturmeldingen (Innst. S. nr. 155 (2003-2004)). Disse medlemmer påpeker et uforløst potensial både innen kulturbasert entreprenørskap på musikkområdet og i forhold til musikkeksport. Flertallet i komiteen, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Kristelig Folkeparti uttalte da:

"Flertallet ønsker å tilrettelegge for en tverrdepartemental satsing på musikkområdet med basis i et sterkere nettverk mellom kultur, forskning, utdanning og næring, og et dertil tilhørende effektivt virkemiddelapparat.

Disse medlemmer ønsker å understreke at flere elementer må på plass for å følge opp dette flertallet på en tilfredsstillende måte.

Disse medlemmer viser til at musikkfestivalene er viktige for lokal kulturell næringsutvikling. Festivalene inngår mange steder i lokale strategier for stedsutvikling, og ikke minst for reiselivet. Festivalene i Norge er flere, bedre og mer populære enn noen gang, og flere vil komme til. Derfor trengs det mer midler. Disse medlemmer viser imidlertid til at festivaler er forbundet med økonomisk risiko, spesielt på kostnadssiden. Men festivalene er viktige arbeidsplasser for musikere, og innen en del sjangere en viktig oppgave i forhold til fornying av de musikalske uttrykkene. Samtidig fungerer festivalene både som markedsføring overfor internasjonale artister og medier. Disse medlemmer viser til at festivalene ofte handler om å gjøre musikerne kjent for et bredere publikum, og at de kan bidra sterkt til å utvikle et nysgjerrig publikum. Disse medlemmer understreker at festivalene mange steder gir økonomiske ringvirkninger som lokalsamfunnet nyter godt av, og at det derfor er viktig i næringsammenheng å yte økonomisk støtte for å sikre festivaler som trekker mange mennesker.

Disse medlemmer viser til at etableringen av nasjonale scener for jazz- og folkemusikkområdet er viktige tiltak for å styrke den kontinuerlige presentasjonen av både norskbaserte og internasjonale uttrykk innen sjangrene, sikre og utvikle kunstnerisk og produksjonsteknisk kvalitet og rekruttering, samt å gjøre uttrykkene tilgjengelig for et bredere publikum. Dette kan bidra til at flere musikere kan leve av musikken. Disse medlemmer viser til at disse partier ved

flere anledninger har foreslått å støtte disse etableringene. Det samme gjelder regionale jazzscener.

Disse medlemmer vil understreke betydningen av å styrke Innkjøpsordningen for fonogrammer, som disse partier har foreslått i statsbudsjettet for inneværende år. Å bidra til større tilgjengelighet av innspilt norsk musikk er en vesentlig kulturpolitisk oppgave, og et godt virkemiddel i denne sammenheng. Disse medlemmer mener at dette vil stimulere det norske produksjonsmiljøet og øke interessen for norsk musikk, både innenlands og utenlands.

Disse medlemmer vil også vise til at Norsk Folkemusikkformidling og Norsk Folkemusikkatalog i dag driver markedsføring, profilering og formidling nasjonalt og internasjonalt med svært begrensede midler. Disse medlemmer mener at det her ligger store muligheter for profilering av norsk musikk og norske musikere.

Disse medlemmer mener at målrettet innsats og gode eksporttiltak vil gi økte eksportinntekter. Det vil utvikle nye inntektsmuligheter for artister og apparatet rundt, og det vil gi økt profilering og spredning av norsk musikk i utlandet. Disse medlemmer fremmer derfor følgende forslag:

"Stortinget ber Regjeringen om i samarbeid med bransjeorganisasjoner og selskaper å utarbeide en strategi for opptrapping av norsk musikkeksport, herunder konkrete virkemidler for økt eksport."

Scenekunst

Komiteen merker seg at scenekunstheltet i Norge omfatter omkring 150 virksomheter. Disse er en betydelig bidragsyter til kulturlivet, samtidig som de i stor grad bidrar til lokalt næringsliv og turisme. Et eksempel her er hvordan hver tilreisende til kulturarrangement ofte legger igjen penger i det øvrige av lokalt næringsliv, i form av hotell- og restaurantbesøk, varehandel etc.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet viser til at scenekunstheltet i den åpne høringsen etterlyste en ordning med skattefradrag for gaver til og investeringer i kulturvirksomheter. Sponsorvirksomhet har mange gunstige sider. Når enkeltpersoner eller næringsvirksomheter sponser kulturinstitusjoner, blir dette oftest gjort av ideelle motiver og utfra en vurdering av hvilke kulturinstitusjoner som i størst grad leverer kulturprodukter av høy kvalitet. Mange næringsvirksomheter er bevisst den markedsføringsmessige effekt slike donasjoner kan ha, samtidig som de ofte ønsker å ta et samfunnsmessig ansvar, gjerne for lokalsamfunnet.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet og Senterpartiet mener at det bør utredes en ordning for skattefradrag for gaver til kulturvirksomheter. For investeringer bør det vurderes om avskrivningsordninger i tilstrekkelig grad tar hensyn til avgrensingsproblematikk i forhold til hva som kan regnes som investering innen kulturnæringene.

Komiteen registrerer at scenekunstheltet i den åpne høringen etterlyste en videreføring og styrking av prosjektet under Skuespillersenteret. Prosjektet drives etter modell fra det britiske Arts and Business. Målet er kompetanseoppbygging for skuespillere som ønsker å rette sin virksomhet inn mot næringslivet.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Kristelig Folkeparti, viser til at skuespillere har kompetanse innen en rekke felt, slik som rollespill og kommunikasjon som kan selges til næringslivet. Prosjektet hjelper skuespillere til å skjønne næringslivets behov og forstå hvilken verdi egen kompetanse har. Med en egenandel for å delta i prosjektet, blir dette en investering som både skuespilleren som enkeltmannsforetak og næringslivet nyter godt av. I tillegg gir det kulturarbeidere en bredere inntektsbasis, og sikrer indirekte kulturvirksomheter en større skuespillerbase. Flertallet ser verdien av slike prosjekt og ønsker at de kan fortsette.

Bokbransjen

Komiteen viser til at litteraturpolitikken bygger på flere sentrale mål, som søkes nådd gjennom ulike virkemidler. Målene kan kort oppsummeres som:

- Styrket norsk skriftkultur
- Variert og kvalitetspreget litteraturtilbud
- Stimulans til barn og unges språk og litteraturforståelse
- Konkurransedyktig skjønnlitteratur
- Lik geografisk tilgang til litteratur av høy kvalitet
- Rekruttering til forfatteryrket

Komiteen viser videre til at bokbransjen i stor grad er en kulturnæring, hvor både de litteraturpolitiske mål og bedriftsøkonomiske krav skal nås. Ifølge rapporten "Kartlegging av kulturnæringene i Norge - økonomisk betydning, vekst- og utviklingspotensial" utgitt av Østlandsforskning, omsetter bransjen for 5,6 mrd. kroner. Av dette er 1,2 mrd. kroner provenytab for staten på grunn av merverdiavgift-fritaket og 2,4 mrd. kroner øvrige offentlige støttetiltak.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet viser til at Norge er et land med høyt boksalg og en lesende befolkning. Bredden i utgivelsene er stor, og kvaliteten er på et høyt nivå. Disse medlemmer mener at man på den bakgrunn kan fastslå at norsk litteraturpolitikk har vært vellykket, og at man skal være varsom med å gjøre endringer som kan svekke denne. I stedet bør politikken bygge opp under de gode resultatene og bidra til å øke lesingen og til et enda større mangfold. Dette vil gjøre at enda flere kan leve av sitt forfatterskap, og at vi beholder sterke norske forlagsmiljøer.

Disse medlemmer konstaterer at norsk litteratur holder et høyt internasjonalt nivå, og at mange norske forfattere har gjort suksess i andre land. Likevel er det også her et stort uutnyttet potensial. Disse med-

lemmer mener at med en større og mer målrettet innsats kan mye mer av dette potensialet utnyttes. Disse medlemmer viser til arbeidet som utføres av informasjonskontoret NORLA - Norwegian Literature Abroad, Fiction & Non-fiction. NORLAs arbeid med bl.a. å formidle kontakter mellom norske forfattere/forlag, og utlandet og støtte til oversettelser av norsk litteratur, har stor betydning for å gjøre norsk litteratur kjent i utlandet. På denne bakgrunnen mener disse medlemmer at NORLA bør styrkes.

Disse medlemmer mener også at vi gjennom innkjøpsordningen bør sørge for at utenlandske utdanningsinstitusjoner som har norsk eller skandinavisk som fag, har tilgang på ny norsk litteratur. Dette gjelder særlig utdanningsinstitusjoner i land med svak økonomi og med begrensede muligheter til å skaffe slik litteratur med egne midler. De norske ambassadene eller samarbeidende norske utdanningsinstitusjonene kan brukes til å formidle denne litteraturen til utdanningsinstitusjonene.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

"Stortinget ber Regjeringen sørge for at innkjøpsordningen for skjønnlitteratur også skal bidra til at utenlandske utdanningsinstitusjoner med norsk eller skandinavisk som fag får tilgang på ny norsk litteratur."

Komiteens flertall, medlemmene fra Høyre, Fremskrittspartiet og Kristelig Folkeparti, mener at de endringer i unntaksforskriftene for bransjen som Regjeringen nylig har innført, er positive. En bransje som, i så stor grad som bokbransjen, mottar offentlig støtte bør innrettes på en mer markedsrettet måte med like konkurranseforhold. Dette vil styrke både kultur og konkurranse. På sikt vil forbrukerne få et bedre utvalg til lavere priser. Allerede nå, kort tid etter Regjeringens vedtak, kan man merke positive endringer med større bruk av rabatter og publikumsvennlige ordninger i flere salgskanaler. Flertallet mener at endringene vil bidra til å nå de litteraturpolitiske mål.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet merker seg at Regjeringen ikke i enda større grad har lyttet til de gode argumenter for ytterligere liberalisering, som for eksempel Konkurransetilsynet og andre har fremhevet i en årrekke. Disse medlemmer mener at endringene i unntaksforskriftene innen få år bør følges opp av avvikling av unntaksforskriftene. Det bør ikke være slik at noen bransjer får leve avsondret fra de krav som stilles til alle andre næringer som leverer varer og tjenester til folk.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet mener at bransjeavtalen frem til i dag har bidratt til å ivareta viktige litteraturpolitiske hensyn. Dette gjelder spesielt distribusjon samt utgivelse av smale titler.

Disse medlemmer er kritisk til måten Regjeringen har håndtert bokbransjeavtalen på. Disse med-

lemmer mener denne avtalen er en viktig del av litteratur- og kulturpolitikken, og at endringer i rammene for avtalen må ta hensyn til dette. Endringene fra Regjeringen er ikke begrunnet i kulturpolitiske mål, men markedsøkonomisk tenking. Disse medlemmer mener det også er viktig å sikre rimelige bøker til forbrukerne, men er bekymret for at den nye avtalen vil føre til at utvalget og mangfoldet blir mindre. Spesielt kan bokhandlere i distrikts-Norge få store utfordringer. Dette kan føre til nedleggelse og dermed et dårligere tilbud for leserne.

Komiteen mener det er viktig å styrke arbeidet med å åpne andre lands markeder for norsk litteratur. Komiteen vil i denne sammenheng vise til det arbeidet NORLA har gjort gjennom 20 år, som vi nå ser gode resultater av. Komiteen mener det nå er riktig å styrke NORLAs aktiviteter både i forhold til skjønn- og faglitteratur.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Fremskrittspartiet og Senterpartiet viser til Innst. S. nr. 155 (2003-2004) hvor følgende ble uttrykt:

"Arbeiderpartiet, Fremskrittspartiet og Senterpartiet ønsker at en ordning hvor private bedrifter kan få fradrag for kjøp av kunst fra nålevende kunstnere, enten direkte fra kunstneren eller fra galleri vurderes. Kunsten skal henge i forretningslokalene. Hensikten er å utvide markedet for samtidskunst og skape et godt klima for nyskaping i bedriftene."

Disse medlemmer ber om at dette vurderes nærmere og fremmer følgende forslag:

"Stortinget ber Regjeringen komme med en vurdering av en ordning hvor private bedrifter kan få fradrag for kjøp av kunst fra nålevende kunstnere i forbindelse med statsbudsjettet for 2006."

Kulturbasert reiseliv

Komiteen vil understreke den viktige rollen kultur spiller innen turismen. Det er flere hundre festivaler i Norge, både sommer og vinter. Disse er viktige for å fremme reiseliv og opplevelser for turister og andre besøkende. Lokale kulturminner er en annen viktig faktor i turisme. Norge har flere oppføringer på UNESCOs verdensarvliste, hvor for eksempel Vega-øyene nylig har kommet til og helleristningene i Alta, i tillegg til stavkirkene (Urnes), bryggen i Bergen og Røros er med. Komiteen viser til Stortingets behandling av St.meld. nr. 16 (2004-2005) Leve med kulturminner. Komiteen mener det bør gjennomføres en mer systematisk satsing på videreutvikling av lokal kulturhistorisk formidling og utvikling av tilbud til turister og fastboende basert på lokalhistorie. Et eksempel i så måte kan være Vardø og ideene om et heksemuseum basert på at hekseprosessene i Norge på 1600-tallet var mest omfattende i Vardø, og i forhold til folketall svært omfattende i europeisk sammenheng. Det snakkes i Vardø om opprettelse av et heksemuseum som

skal presentere denne makabre delen av byens historie, og om en synliggjøring gjennom modell og eventuelt minnesmerke på det sted der prosessene fant sted.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti fremmer derfor følgende forslag:

"Stortinget ber Regjeringen om å gjennomføre en kartlegging av steder med et stort uutnyttet potensial for å skape virksomhet knyttet til lokal historie, og en plan for hvordan lokale aktiviteter og formidlingssteder kan realiseres på disse stedene."

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet mener det må satses mer på den kulturbaserte reiselivsnæringen. Disse medlemmer viser til at en rekke kommuner har lyktes med slike satsinger. Trysil har utviklet et godt konsept som kan være en modell for andre kommuner i Norge som ønsker å gjøre det samme. For å utvikle kompetanse og tilby erfaringer til andre mener disse medlemmer at det bør vurderes om et kompetansesenter for reiseliv kan legges til Trysil.

Disse medlemmer viser til at Fauske kommune satses i det tidligere gruvesamfunnet Sulitjelma. Her vil både arbeiderkultur med gruvebesøk, friluftsliv og tilrettelegging for vinteridrett danne basis.

Satsing i utlandet

Komiteen viser til at det er et betydelig potensial for profilering og eksport av norsk kunst og kultur i utlandet. Danmark har en stor filmeksport og Sverige har hatt betydelig suksess med eksport av musikk. Komiteen mener Norge bør kunne oppnå liknende resultater. I dag er dette arbeidet preget av lite samarbeid og koordinering mellom private aktører og det offentlige.

Komiteen mener derfor det må foretas en samlet satsing på og koordinering av profileringen av norsk kunst og kultur i utlandet.

Offentlig utsmykking

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet, understreker den kulturpolitiske betydningen satsingen på offentlig utsmykking har hatt for kunstnere og kunstformidling i Norge. Flertallet har merket seg den bekymringen som er tatt opp av Utsmykkingsfondet for offentlige bygg for at omdanning av virksomheter i offentlig sektor til statlige aksjeselskaper og statsforetak m.m., medfører at disse faller utenfor dagens statlige finansierte utsmykkingsordning fordi ordningen er knyttet til statlig eierskap.

Flertallet ber Regjeringen om å fremme tiltak som kan sikre at omfanget av offentlige utsmykkingsoppdrag og offentlig utsmykking opprettholdes, og at ikke omorganisering til aksjeselskaper osv. skal medføre en mindre satsing på dette.

Samarbeidsorganisasjonene (samarbeid mellom kultur og næring)

Komiteen merker seg at det er en rekke samarbeidsorganisasjoner, sektorovergrepene virksomheter og andre aktører som jobber aktivt for å fremme samarbeid mellom kultur- og næringsliv og for rammevilkårene for kulturvirksomheter.

Komiteen viser til at under Stortingets åpne høring ble det redegjort for en rekke gode aktiviteter og tiltak samarbeidsorganisasjonene gjennomfører. Ett slikt er Forum for kultur- og næringslivs Coaching-program som skal stimulere samarbeidet mellom de to arenaer. Gjennom møter vekkes nysgjerrigheten, nettverk bygges og relasjoner skapes. Programmet er utviklet av personer med spesialkompetanse innen lederskap, coaching, psykologi, kroppsspråk, prosesser og kommunikasjonsverktøy. Videre bygger det på internasjonal erfaring og erfaring høstet gjennom et mentorpilot-program. Det ble fremhevet at kulturell kompetanse finnes i stor grad i kulturnæringene og at markedsetter-spørselen etter denne kompetansen er til stede, mens kommersialiseringskompetansen fortsatt mangler.

Komiteen mener slike aktiviteter er verdifulle og ønsker en økt satsing på slike.

Komiteen merker seg at midler fra Innovasjon Norge i begrenset grad deles ut til virksomheter og prosjekter innen kulturnæringene. Dette har mange årsaker.

Det er også slik at mange forretningsutviklere (gründere) innen kulturnæringene i stor grad har mer kulturell kompetanse enn kjennskap til forretningsutvikling og -drift. Når Innovasjon Norge må vektlegge sunne forretningsmodeller ved beslutning om tildeling, sier det seg selv at en del ellers gode prosjekter strander på slik manglende forretningskompetanse. Komiteen mener derfor at det bør utvikles egne program for å høyne forretningsforståelse hos de som har gode kultur-næringsprosjekter.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmet fra Senterpartiet, mener det er en overrepresentasjon av kulturnæringene i urbane strøk, hvor Innovasjon Norge har sterkt begrensede midler til rådighet.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet og Sosialistisk Venstreparti, mener midler kanalisert gjennom Innovasjon Norge vil være et viktig virkemiddel for å styrke kultur-næringene. Tilskudd fra Innovasjon Norge er avgjørende for å etablere nye bedrifter i disse næringene.

Flertallet viser til at 87 mill. kroner ble fordelt i lån og tilskudd til kulturbaserte bedrifter i 2004 av Innovasjon Norge. Flertallet mener dette beløpet må økes kraftig for å styrke kultur-næringene over hele landet.

Flertallet mener også at de regionale såkornsfondene må utvides og styrkes til også å omfatte kultur. Dette vil gi en betydelig økning i den regionale kapitaltilførselen innen kultursektoren.

Komiteens medlem fra Senterpartiet viser til rapporten fra Telemarkforskning - Arbeidsrapport nr. 12/2003, som gir en klar indikasjon på at kunst- og kulturvirksomheter blir stadig viktigere som næringsaktivitet. Rapporten slår fast at det er enkeltmannsforetak og deltidsstillinger innen kultur-næringene som er det mest vanlige. Dette medlem mener at et aktivt kulturliv er svært viktig for å skape identitet og sikre bosettingen i distriktene. Sammen med frivillige lag og organisasjoner spiller enkeltmannsforetakene og de små kulturbedriftene en viktig rolle for livskvaliteten til innbyggerne. Dette medlem mener en nøkkel til nyskaping og økt vekst innen kultur-næringene, særlig i distriktene, er en nyorientering i Innovasjon Norge og andre deler av virkemiddelapparatet, der små kulturarbeidsplasser får økt status og bedre muligheter for bevilgninger.

Komiteen ser det som svært viktig at nye arenaer der kultursektoren møter næringslivet vokser frem. Det samarbeidet man ønsker å få til må være tuftet på gjensidig kunnskap og interesse. Dette er noe som kun kan vokse frem gjennom praktisk samarbeid og høsting av positive erfaringer.

Komiteen ser at mange byer og kommuner rundt om i landet satser på forskjellige typer sentre der kulturbasert næring søkes utviklet. Dette er svært positivt, og man vil i årene som kommer få muligheter til å høste kunnskap fra en rekke steder som ut fra forskjellige modeller vil gjøre sine erfaringer. Komiteen mener det vil være av viktighet at dette systematiseres og støtter det arbeid SIVA gjør i forhold til ulike kunnskaps-parker, inkubatorvirksomheter og lignende.

Komiteen mener også at det på nasjonalt nivå bør drives et systematisk arbeid for å skape fellesarenaer mellom kultursektoren og næringslivet. Dersom dette skal lykkes mener disse medlemmer at virksomheten må ha en best mulig forankring i næringslivet. Komiteen viser til erfaringene fra andre land og vil peke på behovet for en godt utbygget "arts and business"-organisasjon i Norge. Komiteen mener det her vil være riktig å bygge på de nettverkene som allerede finnes, og viser til meldingen der dette er drøftet.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Sosialistisk Venstreparti, vil peke på at vi i vårt land har en god ansats i organisasjonen "Forum for kultur og næringsliv". Denne virksomheten er godt forankret i næringslivet som en medlemsorganisasjon for bedrifter med interesse for kulturellt relatert virksomhet. En godt utbygget kultur- og næringslivsorganisasjon bør gi rom for vekst der offentlige bidrag matcher private, og der veksten kommer ut fra de erfaringer og behov deltagerne har. En organisasjon som dette vil naturlig måtte arbeide opp mot kulturlivets aktører, departementene og det næringspolitiske virkemiddelapparatet.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet og Sosialistisk Venstreparti, vil peke på at på mindre steder utgjør de små kulturinstitusjonene som regionteatre, profesjonelle musikergrupper

per og distriktsoperaer svært viktige kompetanseklynger for sine steder og regioner. Etter flertallets mening bør disse kulturinstitusjonene videreutvikles som kjerner i en videreutvikling av kunst- og kulturkompetanse. Dette kan for eksempel gjøres gjennom samlokalisering av disse kulturinstitusjonene og andre aktører innenfor feltet. Et tettere samarbeid mellom kultursektoren, SIVA og Innovasjon Norge vil også kunne resultere i verdifulle ringvirkninger når det gjelder framveksten av kulturnæring og kulturbasert næringsvirksomhet.

Flertallet viser for øvrig til de konkrete planene som foreligger i Kristiansund, der en samordning vil medføre at distriktsoperaen samlokaliseres med andre aktører i et senter som dermed kan bidra til å legge grunnlaget for ringvirkninger ut fra den brede kunstkompetansen institusjonen har.

Krav til tiltak

Komiteens flertall, medlemmene fra Høyre, Fremskrittspartiet og Kristelig Folkeparti, mener at kultur ofte skaper relasjoner mellom mennesker og utvikler sterke individer. Reiseliv er en næring som kan relateres til lokal kultur og som bidrar til stedsutvikling.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet mener at kulturlivet ikke må bli ensidig avhengig av subsidier og overføringer. Samtidig er det viktig at det satses slik at kultur kan bli en faktor til vekst. Disse medlemmer ønsker å betrakte kulturlivet som en selvstendig, vekstkraftig og verdifull næring der man kan involvere frivillig arbeid så vel som profesjonelt engasjement. Disse medlemmer mener det er en forutsetning for vekst innenfor kultursektoren at det satses på samhandling mellom frivillig sektor og profesjonelle aktører. Dette vil på sikt gi de mest varige ringvirkningene både for kulturen og samfunnet for øvrig.

Disse medlemmer mener videre at basert på dette, bør krav til tiltak for å styrke kulturnæringene derfor være:

1. Målet med tiltak bør være å øke omsetning, produktivitet og positive ringvirkninger av kulturnæringene, samt øke den markedsmessige tilpasning av kulturnæringene.
2. Offentlig støtte bør reduseres over tid. Ved ytterligere bidragsyting er det en forutsetning at hoveddelen ytes av private. Det offentliges forholdsvis andel skal være lavest mulig, og alltid lavere enn 50 pst. av marginalbidraget eller -omsetningen (siste ytte/omsatte krone).
3. Tiltak bør utformes slik at de i størst mulig grad gir den ønskede effekt og minst mulig grad gir umålbare sideeffekter.
4. Tiltak bør gjøres til gjenstand for vurdering etter angitt tid og eventuell justering, styrking eller utfasing.

Distriktene, eksemplifisert ved Nord-Norge

Komiteen merker seg at en lang rekke steder har tatt i bruk kulturnæringer som aktive virkemiddel for å

styrke sine lokalsamfunn. Slik satsning er i tråd med en stadig sterkere trend nasjonalt og internasjonalt, hvor mangfold skaper tilhørighet og positive ringvirkninger. Innovasjon Norge har satt søkelyset på hvordan ulike virksomheter og steder i Nord-Norge på en god måte har klart å skape mer attraktive lokalsamfunn og bærekraftig næringsvirksomhet (bilag til Konjunkturbarometer for Nord-Norge våren 2005).

Komiteen legger merke til at opplevelser og reiseliv i stadig større grad spiller på lag. Tilbud knyttet til f.eks. Hurtigruten viser at det er betydelige synergieffekter. Prosjektet "det flytende galleri" har gitt kunstnere et publikum på 180 000 ved utstilling om bord på MS Finnmarken. Også tilbud i indirekte tilknytning til turisme gir grobunn for aktiv næringsvirksomhet og lokal vekst. Opplevelsessentre, slik som Arctic Adventure Resort i Kirkenes, utvider turistenes muligheter til aktiviteter og turistseongens lengde, som begge deler bidrar til at hver turist legger igjen mer tid og flere kroner i lokalt næringsliv. Dette næringslivet bidrar igjen indirekte til resten av lokalmiljøet. Tall fra Innovasjon Norge viser at 84 pst. av omsetningen i kulturvirksomheter pløyes direkte inn i lokalt næringsliv.

Komiteen har også lagt merke til musikkmiljøet som har vokst frem i Tromsø. Dette er et miljø som har gitt store artister, slik som Hoel, Albrigtsen, Marlin og Røyksopp, og som i stor grad har vokst frem på privat initiativ uten offentlig støtte. Miljøet har igjen gitt ringvirkninger i form av turisme og næringsliv. Prosjektet 46664 er siste skudd på stammen, og vil kunne bygge videre på en god trend hvis det gjennomføres på en god måte.

Komiteen mener på dette grunnlag at satsing på kulturnæringer er et godt virkemiddel for lokalsamfunn, både sentralt og i distriktene.

Komiteen mener verdien av kulturminner, fysisk aktivitet og friluftsliv kan ha et stort potensial til utvikling av reiseliv flere steder i landet.

Komiteen mener Nord-Norge har spesielt store muligheter gjennom friluftsliv, natur- og kulturopplevelser.

Komiteen mener dette er et godt grunnlag for å skape utvikling i reiselivsnæringen i landsdelen.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet, vil også nevne Skulpturlandskap Nordland som meget spektakulære kunstuttrykk, og der den kulturbaserte investeringen allerede er gjort.

Flertallet mener at disse kunstverkene kan være attraktive som reisemål fra nord til sør i fylket.

Matkultur

Komiteen ser meget positivt på de mange tiltakene innenfor matkultur som har vokst frem over hele landet. Komiteen mener at matens betydning er viktig i et kulturhistorisk perspektiv, som satsingsområde og profilbærer både nasjonalt og internasjonalt.

Komiteen mener det er nødvendig å sette fokus på matkultur for å styrke dette områdets plass i publikums bevissthet. Matfestivalene spiller her en viktig rolle. Et godt eksempel på dette er Den Norske matfestivalen i Ålesund som gjennom 20 år har bekreftet sin rolle som

møteplass for fiskeri, landbruk, næringsmiddelindustrien, dagligvarehandelen, storhusholdning og ikke minst reiseliv. Et annet eksempel er Gladmatfestivalen i Stavanger. Komiteen mener matfestivalene bidrar til å sette norsk matproduksjon på agendaen. Dette bidrar til å utvikle og skape nye viktige arbeidsplasser innenfor matforedling, hotell- og restaurantbransjen og innenfor reiselivet. Matfestivalene er møtesteder ikke bare for bransjen, men også for utdanningsinstitusjoner og andre institusjoner.

Komiteen viser til at Måltidets hus i Stavanger vil være det nasjonale samlingsstedet for forskning og videreutvikling av mat i den blågrønne matalliansen. Fiskeri- og kystdepartementet har støttet prosjektet gjennom en forhåndsgaranti for deler av husleiekostnadene. Måltidets Hus vil blant inneholde Norconserv og Gastronomisk Institutt.

Komiteens flertall, medlemmene fra Høyre, Fremskrittspartiet og Kristelig Folkeparti, har merket seg at flere sentrale aktører innenfor matsektoren har tatt til orde for et opplevelses- og læringscenter for mat og drikke i Oslo. Flertallet mener dette kan være et positivt tiltak for å styrke kontakten mellom aktørene landet over og bedre muligheten for å kunne presentere seg på en nasjonal arena. Et opplevelses- og læringscenter vil styrke formidlingen av norsk matkultur, drive promotering og arrangementer for å fremme norske råvarer, drive opplæring og videreutvikling av menneskene i måltidsfaget, arbeide med måltidstrender og ikke minst være et møtested for fagmiljøene fra hele landet.

Mulige tiltak

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Høyre og Kristelig Folkeparti, merker seg at meldingen ikke inneholder forslag til tiltak og heller ingen drøfting av mulige tiltak for styrking av kulturnæringene. Dette forklares med to forhold. Stortingets vedtak om en melding om kultur og næring ble gjort i behandlingen av Kulturmeldingen (1. april 2004), og med et krav om at den nye meldingen skulle legges frem for Stortinget i tide til behandling før sommeren 2005. Regjeringen anser tydeligvis at et år ikke er lang nok tid til både å beskrive feltet og drøfte mulige tiltak. Siden det er første gang Regjeringen legger frem en melding om kultur og næring, anser tydeligvis Regjeringen at det i seg selv er en så stor begivenhet at den ikke samtidig også ønsker å fremme noen forslag til tiltak.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet mener at siden meldingen ikke inneholder mulige tiltak, eller drøfting av slike, blir det opp til Stortinget å foreslå slike. Dette er en mulighet som disse medlemmer ønsker å benytte til å få diskutert flest mulig konstruktive tiltak.

Disse medlemmer mener mulige tiltak inkluderer:

- Skatteincentiver for å trekke utenlandske kulturvirksomheter til landet (slik flertallet gikk inn for i behandlingen av Filmmeldingen).
- Skatteincentiver/-fradrag for investering i ny norsk kunst og kultur.
- Forenklede skatteregler for arbeidstakere, enkeltmannsforetak og virksomheter innen kulturnæringssektoren.
- Bedre samarbeid mellom virkemiddelapparatet under Kultur- og kirke departementet, Utenriksdepartementet og Nærings- og handelsdepartementet.
- Øke av kravet til ekstern produksjon fra NRK.
- Gjøre hele eller deler av offentlige støtte avhengig av publikumstilslutning.
- Utvikling av forretningsmessig kompetanse for kulturnæringsgründere.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet og Senterpartiet mener mulige tiltak kan være:

- Skattefradrag for oppussing/vedlikehold av privateide kulturminner, som igjen virker som "fyrtårn" for turisme og kulturliv.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti viser til at en del aktører i kultursektoren har ønsket om unntak fra moms eller andre skattemessige tilpasninger.

Disse medlemmer viser til at det er Sosialistisk Venstrepartis prinsipielle holdning at økonomisk støtte hovedsaklig bør gis direkte, og ikke gjennom unntak i skattereglene. Dette gir bedre oversikt over fordeling av støtte, og muligheter for en politisk prioritering av midlene.

Avslutning

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet ser viktigheten av samarbeid mellom kunst, kultur og næring, og disse medlemmer vil fremme forslag om ulike incitamenter for å få både nasjonalt og internasjonalt næringsliv på banen. Det kan være gjennom å gi næringslivet skattefradrag hvis det investerer i kunst og kultur, det kan være samarbeidsprosjekter med kunstnere og næringsliv hvor også det offentlige kan bidra gjennom for eksempel fond eller en investeringsbevilgning.

Disse medlemmer mener at når offentlige kulturbudsjett utgjør relativt sett ganske lite av omsetningen i kulturnæringene, bør fokus for kulturpolitikken være på hvordan kulturnæringene kan vokse, ikke på å øke offentlige utgifter til kultur.

Disse medlemmer foreslår derfor:

"Stortinget ber Regjeringen utrede mulige tiltak for å styrke kulturnæringene."

3. FORSLAG FRA MINDRETALL

Forslag fra Arbeiderpartiet, Fremskrittspartiet og Senterpartiet:

Forslag 1

Stortinget ber Regjeringen komme med en vurdering av en ordning hvor private bedrifter kan få fradrag for kjøp av kunst fra nålevende kunstnere i forbindelse med statsbudsjettet for 2006.

Forslag fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet:

Forslag 2

Stortinget ber Regjeringen i forbindelse med statsbudsjettet for 2006 legge fram forslag til hvordan en varig videreføring av driften ved filmstudio på Jar kan sikres, før et eventuelt salg gjennomføres.

Forslag 3

Stortinget ber Regjeringen om i samarbeid med bransjeorganisasjoner og selskaper å utarbeide en strategi for opptrapping av norsk musikkexport, herunder konkrete virkemidler for økt eksport.

Forslag 4

Stortinget ber Regjeringen sørge for at innkjøpsordningen for skjønnlitteratur også skal bidra til at utenlandske utdanningsinstitusjoner med norsk eller skandinaviske som fag får tilgang på ny norsk litteratur.

Forslag fra Arbeiderpartiet og Senterpartiet:

Forslag 5

1. Det etableres et nasjonalt opplevelsessenter for pop/rock lokalisert til Trondheim.
2. Staten skal bidra til at det etableres regionale sentra flere steder i landet som fokuserer på lokale pop/rock og er arena for utstillinger fra det nasjonale opplevelsessenteret. Disse bør også sees i sammenheng med en utvidelse av Norgesnett, slik at de kan være levende spillesteder.
3. Staten skal bidra til at planene om å etablere et rockesenter på Schous i Oslo blir realisert.
4. Det etableres et nasjonalt kompetansesenter for støttefunksjoner rundt rock i Namsos.
5. Regjeringen bes på bakgrunn av utredningen fra ABM-Utvikling og høringsinnspillene legge fram sak om etablering og lokalisering av et nasjonalt arkiv for pop/rock i forbindelse med statsbudsjettet for 2006.

Forslag fra Fremskrittspartiet:

Forslag 6

Stortinget ber Regjeringen i forbindelse med statsbudsjettet for 2006 legge frem forslag til innføring av

tiltak som kan bidra til at flere utenlandske filmer produseres i Norge.

Forslag 7

Stortinget ber Regjeringen utrede mulige tiltak for å styrke kulturnæringene.

Forslag fra Sosialistisk Venstreparti:

Forslag 8

Stortinget ber Regjeringen om å gjennomføre en kartlegging av steder med et stort uutnyttet potensial for å skape virksomhet knyttet til lokal historie, og en plan for hvordan lokale aktiviteter og formidlingssteder kan realiseres på disse stedene.

4. FORELEGGELSE FOR NÆRINGSKOMITEEN

Utkast til innstilling har blitt forelagt næringskomiteen som i brev av 2. juni 2005 uttaler:

"Næringskomiteen viser til de respektive fraksjoners merknader og forslag i familie-, kultur- og administrasjonskomiteens utkast til innstilling og har for øvrig ingen merknader."

5. KOMITEENS TILRÅDING

Komiteen viser til sine merknader og til meldingen og rår Stortinget til å gjøre slike

vedtak:

I

Stortinget ber Regjeringen legge fram en helhetlig sektorovergrepene handlingsplan der det nærings- og innovasjonspolitiske virkemiddelapparatet brukes aktivt for å sikre en bedre utnyttelse av det potensial som ligger i skjæringsfeltet mellom kultur og næring.

II

Stortinget ber Regjeringen etablere en prøveordning med 15 pst. refusjon av utgifter for utenlandske filmproduksjoner i Norge og komme tilbake i budsjettet for 2006 med forslag om dette.

III

Stortinget ber Regjeringen sørge for at dansetilstelninger med levende musikk defineres som konserter og dermed fritas for merverdiavgift fra 1. januar 2006.

IV

St.meld. nr. 22 (2004-2005) - Kultur og næring - vedlegges protokollen.

Oslo, i familie-, kultur- og administrasjonskomiteen, den 2. juni 2005

Sonja Irene Sjøli
leder

Karin S. Woldseth
ordfører

