

Vibeto, H., Øfsti, M. & Vanebo, C. (2024). Innledning. I H. Vibeto, M. Østfi & C. Vanebo (Red.). *På innsiden: Perspektiver på de norske film-, TV- og spillbransjene* (s. 9–16). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa420401>

Kapittel 1

Innledning

Håvard Vibeto¹, Marius Øfsti² og Camilla Vanebo³

¹ Spill-skolen, Høgskolen i Innlandet

² Institut for Kommunikation og Kultur, Aarhus Universitet

³ TV-skolen, Høgskolen i Innlandet

Innledning

Denne antologien tar for seg ulike aspekter ved produksjon og distribusjon av film, TV og dataspill i Norge. Disse bransjene er i stadig utvikling og må forholde seg til økonomiske, politiske, sosiale og miljømessige utfordringer, som følge av en økende grad av konvergens i uttrykk, bransje- og eierstrukturer. Internasjonale strømmetjenester har gjort sitt inntog i både produksjon og distribusjon av norsk innhold, samtidig som de utfordrer rådende finansieringsmodeller. Inntoget av digital teknologi har gjort at markeder, opplevelser og produksjonsformer nærmer seg hverandre innen de forskjellige bransjene. Deler av film-, TV- og spillbransjene, som med unntak av noen store aktører, består av små eller mellomstore bedrifter, har utfordringer særlig knyttet til økonomi og distribusjon. Samtidig ligger det en forestilling om at særlig de små og uavhengige bedriftene kan bidra med viktig innovasjon ved å ha større kreativ og kunstnerisk frihet enn de store aktørene. På bedriftsnivå ser vi tilfeller av samarbeid på tvers av bransjene, og de offentlige støttesystemene gjøres i stadig større grad plattformnøytrale, slik at alle bransjene må søke om midler fra samme pengesekk. Samtidig framstår bransjene fortsatt som adskilte, med ulike produksjonskulturer, markeder og økonomiske forutsetninger.

I 2016 kom antologien *Bak kamera: den norske film og TV-bransjen i et produksjonsperspektiv* (Bakøy et al., 2016) og markerte tydelig at *produksjonsperspektivet* for alvor var kommet inn i studier av den norske film og TV-bransjen. Det hadde blitt gjort forskning på disse to bransjene før, men det fokuserte mer på selve tekstene, visning og politikk. Denne antologien viderefører dette produksjonsperspektivet og følger på mange måter opp spørsmålene *Bak kamera* stilte og diskuterte, men utvider også rommet. Den mest påfallende utvidelsen er at den norske spillbransjen også er inkludert. Spillbransjen i Norge har ikke blitt satt under et forskningsmessig søkelys på samme måte som film og TV, mye på grunn av at bransjen er ung, og det norske akademiske miljøet med interesse for spill har vært fragmentert.

Med dette landskapet av endring og innovasjon innen film, TV og dataspill i Norge som bakteppe, legges grunnlaget for å utforske dagsaktuelle analyser i de kommende kapitlene. Med fokus på både historiske utviklinger og nye utfordringer vil denne antologien utforske hvordan de tre bransjene, hver med sine unike produksjonskulturer og økonomiske dynamikker, kontinuerlig

former og blir formet av både nasjonale og internasjonale strømninger, men før vi omtaler de forskjellige kapitlene, er det viktig å etablere en grunnleggende forståelse av de særegne trekkene ved disse bransjene i Norge.

Den norske filmbransje

De aller fleste nyere norske tekster om den norske filmbransjen tar, med rette, utgangspunkt i endringene som den nye filmpolitikken på starten av 2000-tallet førte med seg. Nye ordninger og ikke minst større midler førte til en dramatisk vekst i produksjon, publikumsoppslutning og kvalitet. I løpet av et knapt tiår hadde den norske filmbransjen utviklet seg fra en «cottage industry» til en moderne europeisk filmindustri (Moseng, 2017). I 2006 fikk norsk filmbransje et tydelig kunstnerisk gjennombrudd da *Den brysomme mannen* (Lien, 2006) ble vist i Cannes og Joachim Trier debuterte med *Reprise* (Trier, 2006). To år etter kom det definitive kommersielle gjennombruddet på hjemmebane med *Max Manus* (Rønning & Sandberg, 2008), og siden da har billettsalget for norske filmer holdt seg jevnt på et rekordhøyt nivå (Øfsti, 2023).

Denne nye, moderne norske filmindustrien hadde knapt etablert seg før digitaliseringen skulle rokke ved mange av de etablerte sannhetene som den, og den internasjonale filmbransjen, var bygget på. Digitaliseringen endret først produksjonsformen. Den norske filmbransjen tok raskt i bruk digitalt opptaks- og etterarbeidsutstyr med de kostandsbesparingene det innebar. Mona Hoels *Når Nettene blir lange* (Hoel, 2000), skutt på DV, ble den første norske digitale kinofilmen og i 2002 kom *Pelle Politibil* (Kaiser, 2002) som den første HD-produksjonen (Nordås, 2006). Produksjonsselskapet Maipo fulgte raskt etter med ikke mindre enn tre digitale produksjoner i 2004 (Nordås, 2004). Kortfilm og dokumentarfilm tok også raskt i bruk digitale kamera, og etterarbeidet ble også stort sett digitalt også i denne perioden. Fra bransjebladet *Rushprint* ser vi at fram til 2010 var 35mm fortsatt det foretrukne opptakformatet for spillefilm, men innen 2014 var digitale kameraer normen for all filmproduksjon i Norge og det fantes ikke lenger analoge laboratorier i landet (Øfsti, 2014). I 2011 hadde også digitale projektorer erstattet filmruller

på nesten alle norske kinoer (Øfsti, 2011), og *film* var ikke lenger en del av den norske filmbransjen.

Digitaliseringen av filmbransjen har gitt både muligheter og utfordringer. Den «gullalderen for norsk dokumentarfilm» Gunnar Iversen hevder vi nå er inne i, har nytt godt av reduserte opptakskostnader, og dette er nok en av faktorene bak den sterke veksten av kinodokumentarer vi har sett de siste tiårene (Iversen, 2020). Samtidig har distributørene valgt å redusere sine investeringer i dokumentarfilmene, og de kan ikke lenger regnes med som kilde til finansiering av norske dokumentarfilmer. De fire kapitlene om den norske filmbransjen i denne antologien belyser alle aspekter ved denne perioden i norsk filmhistorie som er nye og lite beskrevet i tidligere forskning.

Den norske TV-bransje

Som på filmfeltet foregår det store endringer innenfor det vi kaller TV-bransjen. TV-bransjen i vår antologi favner ytterpunktene av feltet fra undersøkelser av lokal-TV på nettet til produksjonsvilkårene for storslåtte dramaproduksjoner. TV var tradisjonelt sett på som ett medium – et apparat som leverte innhold etter en forhåndsbestemt plan, men er i dag et begrep som omhandler innholdsproduksjon på tvers av teknologiske plattformer og formater både i form av lineær oppsatt plan og som strømmetilbud.

I boka *TV – en innføring* (Enli et al., 2010) kartlegges det fire tendenser for utvikling av TV som begrep, bransje og innholdsleverandør. Dette er utviklingstrekk som er gjeldende den dag i dag, og vi har valgt å ta en rask gjennomgang av disse trendene for å plassere antologiens TV-bidrag i en større kontekst.

Den første store trenden Enli & co trekker fram er fragmentering og nisjer. Man ser en trend hvor det blir flere nisjekanaler på bekostning av de mer tradisjonelle brede allmennkringkasterne og man ser at programtilbudet blir mer målgruppestyrt (Enli et al., 2010, s. 18). I Norge ser vi hvordan for eksempel NRK blir mer og mer målrettet i sine bestillinger til eksterne produsentselskaper. For våren 2022 var det spesielt søkelys på unge gutter ifølge

behovsmeldingen (Hansen, 2022). NRK ønsker seg mer målrettet programinnhold for å kunne nå helt spesifikke målgrupper.

Den andre trenden er globalisering og regionalisering (Enli et al., 2010, s.20). Globalisering peker på hvordan verden veves sammen både når det gjelder økonomi, politikk, kultur og sosiale forbindelser. Dette påvirker både infra- og eierstrukturer, men også selve innholdsproduksjonen. Store multinasjonale strømmegiganter som Netflix produserer innhold fra små land og språkområder. I fjor kunne vi se at den norske filmen *Troll* (Uthaug, 2022) gikk rett på Netflix, som også tok hele produksjonskostnaden (Pedersen, 2022). Både ny teknologi, som gjør det lett å tekste til alle språk, og et kommersielt ønske om å nå et større publikum for strømmetjenestene, ligger bak denne utviklingen.

Den tredje trenden vi ser innenfor TV-bransjen i dag er konvergens og flerplattform (Enli et al., 2010, s. 26). Det er konvergens mellom ulike medier og plattformer, og andre aktører enn tradisjonelle mediebedrifter tilbyr tjenester med medieinnhold. Innholdsproduksjon har blitt en vare for flere enn medieselskapene. (Enli et al., 2010).

Den fjerde tendensen er demokratisering og allmennkringkasting (Enli et al., 2010). Dette er den viktigste begrunnelsen for den norske mediepolitikken, hvor det heter at: «Mediene er en forutsetning for ytringsfrihet og demokrati.» (Kultur- og likestillingsdepartementet, 2023). Et annet aspekt som framheves er den teknologiske utviklingen som gjør det enklere og billigere å både lage innhold og tilgjengeliggjøre det for et publikum over Internett for eksempel.

Hva er så status for den norske produserende bransjen anno 2024? Producentforeningen Virkes bransjestatistikk for 2021 viser at den norske film- og TV-bransjen omsatte for 20,4 milliarder i 2021 og har i første kvartal 2023 11 493 ansatte (Producentforeningen, 2023). TV-bransjen i Norge er i stor grad påvirket av både globaliserings- og regionaliseringstrenden. Bransjen består i dag enten av store produksjonsselskaper med internasjonale eiere, som Fremantle og Rubicon, og noen mindre norskeide aktører hvor mange har tilhørighet i distriktene (Simonsen, 2023).

I forbindelse med endringer i filmpolitikken bestilte Virke produsentforeningen en statusrapport om den norske film- og TV-bransjen i Norge, kjent som Ryssevikkrapporten. Her fant man at hele 80 prosent av film- og TV-produksjonsbransjen, det være seg ansatte, omsetningen og verdiskapin-

gen, var geografisk konsentrert i det som nå er Viken fylke (Ryssevik, 2014). Rapporten viste også at produksjonsselskapene holder normalt den faste staben så lav som mulig og bemanner opp etter behov i forbindelse med de enkelte produksjonene. Denne midlertidige bemanningen, som består av de ulike faggruppene som er nødvendige for å gjennomføre en filmproduksjon, er normalt engasjert på kontrakt og fakturerer produksjonsselskapet for sine tjenester (Ryssevik, 2014).

Et annet karakteristisk trekk ved film- og TV-bransjen er at den er ganske konjunkturbestemt. Selv om omsetningsveksten var på 14,1 prosent i 2021 (Produsentforeningen, 2023), er det våren 23 ganske tøffe tider i bransjen, noe NRKs programsjef Petter Wallace kategoriserte som «vondt» under mediedagene i Bergen 23. mai (Simonsen, 2023).

Kapitlene om den norske TV-bransjen i denne antologien utforsker disse tendensene, med særlig fokus på hvordan de påvirker og er representert i dagens produksjonsmiljø og innholdskonsum, reflekterende de store og fortsatt pågående forandringene innenfor sektoren.

Den norske spillbransje

Den norske spillindustrien har vokst fra sin spede start på slutten 1980-tallet fra noen få spillutviklere som utviklet dataspill på oppdrag, til å bli etter hvert en bransje preget av selvstendige spillselskap som utvikler spill basert på egne ideer og utgir disse selv (St.meld. nr. 14 (2007–2008), 2008). Spillbransjen i Norge har i et historisk perspektiv vært dominert av en stor aktør siden 1990-tallet, nemlig Funcom (Jørgensen, 2010; Sotamaa et al., 2020). I 2006 sto selskapet for hele 90 prosent av den totale omsetningen i norske spillbransje (St.meld. nr. 14 (2007–2008), 2008). Framveksten av digitale distribusjonsformater, utdanningstilbud, demokratisering av utviklerverktøy og offentlig støtte har gjort at norsk spillindustri har vokst, blitt mer mangfoldig og fortsetter å vokse (Jørgensen, 2019; Sotamaa et al., 2020). I dag dominerer fortsatt Funcom, men det har vokst fram flere mellomstore bedrifter i underskogen av gründerbedrifter og mikroselskaper, og det kommer nye hvert år (Sotamaa et al., 2020). Flere av de norske spillutviklerne er organisert gjen-

nom Spillprodusentforeningen, som ble stiftet i 2002, og i 2007 fusjonerte Spillprodusentforeningen inn i Produsentforeningen, som igjen fusjonerte i 2015 inn i Produsentforeningen Virke. Produsentforeningen Virke og de tidligere foreningene har gitt ut rapporter om den norske spillbransjen i 2012, 2013, 2015, 2017, 2019, 2020, 2021, 2022 og 2023 hvor man har prøvd å samle informasjon om antall ansatte, firmaer og blant annet inntjening (Jørgensen, 2013a; Jørgensen & Tharaldsen, 2012; Produsentforeningen Virke, 2020; Produsentforeningen Virke, 2021; Produsentforeningen Virke & NFI, 2022, 2023; Straumann, 2015; Virke Produsentforeningen, 2017, 2019). I tillegg har Oslo Economics gjort en rapport for Kulturdepartementet (Economics. & Vasa Marketing, 2018). Disse rapportene viser at den norske spillbransjen har vokst jevnt og trutt i løpet av de siste ti årene, selv om tallene rundt særlig hvor mange spillfirmaer og ansatte har spriket og datagrunnlaget er varierende og vanskelig å ettergå. Flere av rapportene oppgir spillbransjen til å bestå av over 100 firmaer (Economics. & Vasa Marketing, 2018, s. 17; Virke Produsentforeningen, 2017, s. 4). Disse tallene virker noe høye, og Virke har i sine fire siste rapporter ikke rapportert hvor mange spillfirmaer det er i Norge. Tallene i disse tidligere rapportene har nok variert fordi man har telt med selskaper som delvis jobber med spillutvikling, samt mange enkeltmannsforetak eller mikroselskaper det har vært lite aktivitet i. Oslo Economic oppgir at det kanskje er ca. 30 «rene» spillselskap i Norge og kommenterer at det er vanskelig å få en god oversikt over bransjen (Economics & Vasa Marketing, 2018, s. 17). I rapporten fra 2022 som er et samarbeid mellom Virke og NFI, er tallene hentet fra 15 selskaper Virke har fulgt i flere år og som har gitt ut minst ett spill i løpet av sin eksistens og har rapportert omsetning i det aktuelle året. I rapporten påpeker Virke og NFI at utvalget omfatter de største spillselskapene i Norge, og utgjør en overveiende andel av den samlede omsetningen i den norske profesjonelle spillbransjen (Produsentforeningen Virke & NFI, 2022), men i rapporten fra 2023 er det tatt med tall fra 32 spillselskaper hvor noe ennå ikke har utgitt spill og derfor ikke har registrert omsetning. Av disse 32 har 24 selskaper gitt ut minst ett spill siden det ble etablert, og har derfor rapportert inn å ha omsetning. Det betyr at det er 24 selskaper som tilfredsstillter de tidligere kriteriene for å inngå i statistikken. Med andre ord teller nok norsk spillbransje et sted mellom rundt 15–30 spillselskap i dag basert på disse rapportene. Spillrapporten 2023 oppgav at det var 738 personer som jobbet i norsk spillbransje i 2022 med utgangspunkt i disse 32

spillsekskapene (Produsentforeningen Virke & NFI, 2023). Mest sannsynligvis er de reelle tallene noe høyere siden Virke oppgav i sin rapport i 2017 at det var 599 som jobbet i norsk spillbransje, og rapporten fra 2022 bare tar med informasjon fra de 15 største i Norge (Virke Produsentforeningen, 2017). Selv om den norske spillbransjen har hatt en positiv vekst siste 10 årene, med tanke på både antall selskaper, arbeidsplasser og inntjening, så er den fortsatt minst i de skandinaviske landene (Economics & Vasa Marketing, 2018; Fredriksen-Sylte, 2021; Sotamaa et al., 2020).

Det er imidlertid ikke bare selve bransjen som har vokst, men også myndighetenes pengestøtte til norsk spillbransje har vokst, og det er også fokus på å skape en politikk som skal få bransjen til å vokse seg stor. Norske myndigheter har utviklet en offentlig støtteordning for utvikling av dataspill. Som følge av Kulturløftet som ble lansert i 2004, begynte man å gi støtte til utvikling av interaktive produksjoner (Jørgensen, 2010). Selv om støtten til dataspillproduksjon var liten i starten, så økte den gradvis for hvert år og man kunne fra 2007 også søke om støtte til produksjon av dataspill, ikke bare konseptutvikling (Jørgensen, 2010). Denne politikken er utformet etter de norske støttetiltakene for film og administreres i dag av Norsk filminstitutt (NFI) (Sotamaa et al., 2020; Jørgensen, 2019; Jørgensen, 2013b). I dag omfatter norsk kulturpolitikk for dataspill ikke bare tiltak rettet mot spillutvikling, men også et utvidet perspektiv som inkluderer spill, spillkultur og bruk av dataspill i en bredere sammenheng, som har blitt beskrevet i to dataspillstrategier fra to regjeringer (Kultur- og likestillingsdepartementet, 2023; Kulturdepartementet, 2019).

Den norske spillbransjen er med andre ord den yngste av disse tre bransjene som antologien bringer ny forskning om og kanskje også den som er raskest voksende, selv om den er den minste når det kommer til antall ansatte. Norsk dataspillbransje har derfor ikke blitt gjort mye forskning på utenom av Kristine Jørgensen (Jørgensen, 2010, 2013b, 2019, 2021; Jørgensen et al., 2017; Sotamaa et al., 2020) og Hrafnhildur Jónasdóttirs (Jonasdottir, 2019; Jónasdóttir, 2020; Jónasdóttir & Bygstad, 2019; Jónasdóttir & Müller, 2020). Disse to har dekket forskjellig aspekter av den norske spillbransjen og har slik vært pionerer for å sette et forskningsmessig søkelys på bransjen. I denne antologien bringes det derfor nye perspektiver på den norske dataspillbransjen som bygger videre på forskingen disse to forskere har gjort, i form av tre kapitler.

Kapitlene i antologien

Antologien har elleve kapitler med forskjellige perspektiver på de norske audiovisuelle bransjene. Disse er delt inn i tre seksjoner som setter søkelys på henholdsvis filmbransjen, TV-bransjen og spillbransjen, med fire artikler dedikert til filmbransjen, fire til TV-bransjen og tre til spillbransjen.

Første seksjon omhandler filmbransjen. Camilla Vanebos kapittel *Kunsten å finansiere dokumentarfilm uten å miste motet* gir en innsikt i finansieringen av norske dokumentarfilmer som ikke har blitt tidligere dokumentert. Basert på egen praksis som dokumentarfilmprodusent beskriver og analyserer Vanebo de mange valgene som tas på veien mot ferdig film, brikkene som må på plass i navigasjonen mellom støtteapparatet, private investorer, visningskanaler, egen økonomi og kunstneriske ambisjoner. Vanebo skriver seg slik inn i en relativt ny tradisjon i norsk medieforskning der bransjeerfaringen og kunstnerisk utviklingsarbeid bidrar til ny kunnskap og nye perspektiver (Engelstad et al., 2022)

I kapitlet *Distributørlandskapet i norsk film* gjør Marius Øfsti en gjennomgang av de norske filmdistributørene og deres rolle i den norske filmbransjen. Film distributorne har til nå stort sett vært utelatt i den norske filmforskningen, og er også stort sett utenfor det offentlige virkemiddelapparatet. Øfsti finner at norske filmdistributører har vært både en del av en norsk filmbransje og en del av en internasjonal filmbransje. I kjølvannet av Netflix og andre utenlandske strømmetjenester er imidlertid forholdet mellom disse endret, og norsk film er blitt viktigere for de fleste norske distributørene.

Der Øfstis kapittel tar for seg kommersiell film distribusjon i Norge ser Ingeborg Holmenes kapittel *Alternativ kino og den nordiske modellen* på film distribusjon og visning utenfor ordinære kinovisninger. Digitaliseringen og privatiseringen av norske kinoer på begynnelsen av 2010-tallet har skapt både nye muligheter og nye behov for alternativ filmvisning. Holmene analyserer «den ideelle filmsektoren» basert på Tobias Harding (2012) og finner at ulike typer alternativ filmvisning i ulik grad støtter seg på det kommersielle filmmarkedet, offentlige institusjoner og ulike aktører i sivilsamfunnet. Kapitlet bidrar slik med både ny kunnskap på et område som ikke har vært forsket på i norsk sammenheng, og med en modell som har betydelig overføringsverdi på andre deler av kultur- og mediebransjene som befinner seg i tilsvarende skjæringspunkt.

Tore Helseths undersøker i sitt kapittel *Filmkomponisten i den norske filmbransjen 2001–2020* de som står bak musikken til de norske spillefilmene i denne perioden. Ulikt andre deler av filmproduksjonen er musikken et felt som ikke har vært direkte påvirket av de politiske og strukturelle endringene i bransjen, til tross for manglende formelle utdanningsveier for filmmusikk i Norge. Helseth finner at komponistene har vel så sterk tilknytning til musikkbransjen som til filmbransjen, og er i liten grad preget av den generelle utviklingen som resten av bransjen har gjennomgått. Det er fortsatt en liten gruppe mannlige komponister som står for musikken til de aller fleste filmene, og de fleste komponister lager bare musikk til én film. Kapittelet avdekker også nye utfordringer som norske filmkomponister står overfor, spesielt med amerikanske strømmetjenesters inntog i norsk film og deres radikalt forskjellige modeller for kompensasjon for bruk av verk, noe som ytterligere kompliserer komponistenes arbeidssituasjon.

Andre seksjon omhandler TV-bransjen og inneholder fire bidrag. I kapitlet *Lindmo for lokalsamfunnet – Om etableringen av et hyperlokalt talkshow* undersøker Dag S. Roland og Lars Julius Halvorsen fra Høgskulen i Volda hvordan små lokalaviser kan produsere avanserte flerkameraproduksjoner med begrensede ressurser. De utforsker muligheten for en liten avisredaksjon, i samarbeid med et enmannsproduksjonsselskap, til å produsere et engasjerende talkshow. Gjennom casestudien av det lokale talkshowet *Medstrøms* avdekker forfatterne at selv om det teknisk er mulig å produsere et lokalt talkshow, krever det stor innsats i markedsføring og tilpasning til publikums medievaner for å mobilisere seere. Kapitlet belyser også hvordan den journalistiske tilnærmingen og dramaturgien, som prioriterer geografisk nærhet og relevante lokale gjester, styrker samspillet mellom avisarbeid og talkshow, og skaper betydelige synergier som er essensielle for suksessen til hyperlokale medieinitiativer.

Roel Puijk undersøker lokal- og kabel-tvs næringsmessige og sosiale rolle i dag i kapitlet *Lokal- og kabel-TV i Norge*. Her får vi etter en historisk gjennomgang av utviklingen fram til i dag en fullstendig oversikt over status og utbredelsene av lokal og kabel-TV i Norge. Undersøkelsen viser at stasjonene varierer en del med hensyn til både økonomisk omsetning og bemanning, men de fleste har annen audiovisuell aktivitet i tillegg til drift av den lokale TV-stasjonen. Alle de lokale TV-stasjonene konsentrerer sendingene om et bestemt geografisk område og bringer hovedsakelig egenprodusert lokalt

stoff. Puijks kanskje viktigste funn er at de lokale TV-stasjonene snarere enn å utøve kritisk journalistikk og være samfunnets vakthunder, har inntatt en rolle som identitetsbygger i sitt nærrområde.

I Audun Engelstad sitt kapittel *Bonanza i drama-bransjen* får vi en smak av det mange har kategorisert som en gullalder i norsk TV-bransje. Engelstad tar for seg utviklingen innen produksjon av norske dramaserier. I produksjonen av disse seriene har den norske film og TV-bransjen konverget og i dag står norske TV-produksjonsselskap for en vesentlig større andel av dramaseriene enn det filmproduksjonsselskapene gjør. Dette har ikke vært en selvsagt utvikling fordi tradisjonelt har produksjon av fiksjonsfortellinger vært filmbransjens domene. Engelstad går derfor igjennom de forskjellige årsakene til denne utviklingen og hva det har hatt å si for TV-bransjen og dramaproduksjonen i Norge.

Det er noen ganger vanskelig å finne riktig personer til sentrale arbeidsoppgaver i TV-produksjon, noe Irene Hillestad, Jon Harman, Kjetil Vaage Øie og Ivar John Erdal viser i sitt kapittel *Rekruttering i norske produksjonsselskap*. Her presenteres resultatene av det vi vil kalle interessant grunnforskning. De har gjort en undersøkelse av hvordan norske produksjonsselskap arbeider med rekruttering og ser på hvordan dette kan påvirke utviklingen i og av bransjen og innholdsproduksjon. Dette er noe helt nytt, og er ikke gjort i denne størrelsesordenen før. Fokuset i undersøkelsen har vært på ett utvalg dokumentarfilmselskaper som kombinerer dokumentarfilmproduksjon med mer eller mindre annen type kommersiell produksjon, som oppdragsproduksjon, TV-produksjon og lignende.

Tredje seksjon omhandler dataspillbransjen og inneholder tre bidrag. Kapitlet *Digital spilldistribusjon i folkebiblioteket: Hvordan spill som service utfordrer tilbudet til norske folkebibliotek*, som er skrevet av Madéline Johansen og Terje Colbjørnsen, omhandler utfordringene folkebibliotekene har og vil ha i fremtiden når de skal tilby lånemuligheter av dataspill. Her peker forfatterne på hvordan utvikling av dataspill som service har forandret hvordan dataspill blir distribuert, hva slags økonomiske konsekvenser dette har skapt og hvordan innholdet i dataspill er forandret, som igjen skaper problemer for folkebibliotekene når man skal låne ut dataspill. Kapitlet tar også for seg hvordan dette påvirker hvordan folkebibliotekene kan tilby norske dataspill til sine brukere, som også er påvirket av denne spill- som servicetrenden. Samfunnsoppdraget til folkebiblioteket er at det skal være gratis, inkluderende og tilgjengeliggjøre

«bøker og andre medier», men har en utfordring når spillkulturen og dataspill er dominert av kommersielle leverandører på et internasjonalt marked. Folkebibliotekene kan havne i en situasjon der de ikke er i stand til å tilby spillopplevelser som er populære utenfor bibliotekets vegger.

I kapitlet *Kreativ næring i «prosjektifiseringens» tid* tar Silje Straume for seg hvordan det som blir kalt «kreative bransjer», da nærmere bestemt film, TV og dataspillbransjen, forholder seg til prosjektstyring når lager sine produkter. For å drive prosessene fram mot ferdige produkter innen disse kreative bransjene, som en film, TV-serie eller et dataspill, er det utviklet mer eller mindre bransjespesifikke roller, funksjoner, arbeidsmetoder og rutiner. Silje gjør teoretisk innføring og sammenligning i hvordan film-, TV- og spill-bransjene skiller seg fra annen næring når det gjelder prosjektstyring- og ledelse. Selv om Straume ikke bare tar for seg dataspillbransjen, så er hovedfokus her.

I en forlengelse av Silje Straumes gjennomgang av prosjektstyring tar Håvard Vibeto i sitt kapittel *Smidig kaos og uforutsigbar lidenskap. Profesjonalisering av den norske dataspillbransjens bruk av prosjektstyring* et nærmere søkelys på hvordan norske spillfirmaer bruker prosjektstyring når de utvikler dataspill. God prosjektstyring har ofte blitt sett på som en målestokk for profesjonalitet, noe både spillbransjen og staten har vært opptatt av at dataspillbransjen skal bli. I kapitlet har Vibeto gjort intervjuet med åtte spillselskaper og Norsk filminstitutt for å undersøke akkurat hvordan bransjen bruker prosjektstyring og hva denne bruken kan tyde på når det kommer til profesjonalitet.

Referanser

- Bakøy, E., Puijk, R. & Helseth, T. (Red.) (2016). *Bak kamera: norsk film og TV i et produksjonsperspektiv*. Oplandske bokforlag.
- Enli, G., Moe, H., Sundet, V. & Syverrtsen, T. (Red.) (2010). *TV- en innføring*. Universitetsforlaget
- Engelstad, A., Grünfeld, N. & Vibeto, H. (2022). Forskning på egen kreativ praksis. *Norsk medietidsskrift*, 29(4), s. 1–5. <https://doi.org/10.18261/nmt.29.4.1>
- Fredriksen-Sylte, A. (2021). Mener Norge går glipp av svimlende summer. NRK.no. <https://www.nrk.no/kultur/mener-norge-gar-glipp-av-svimlende-summer-1.15340059>
- Hansen, M. T. (2022, 14.03.2022). Behovsmeldinger for våren 2022. NRK. <https://www.nrk.no/ekstern/behovsmeldinger-for-varen-2022-1.15877904>
- Harding, T. (2012). *Policy rationale and agency: The notion of civil society organizations in Swedish cultural policy*. Ashgate. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:liu:diva-77024>
- Hoel, M. J. (2000). *Når nettene blir lange* [Film]. Freedom From Fear/Europafilms.
- Iversen, G. (2020). Norsk dokumentarfilms gullalder er nå! *Rushprint*. <https://rushprint.no/2020/12/norsk-dokumentarfilms-gullalder-er-na/>
- Jónasdóttir, H. & Bygstad, B. (2019). «Whoever is Educated by Anxiety is Educated by Possibility» A Study of Creativity in Game Development. *The Computer Games Journal*, 8(3-4), s. 121–141. <https://doi.org/10.1007/s40869-019-00082-4>
- Jónasdóttir, H. & Müller, S. D. (2020). Theorizing Affordance Actualization in Digital Innovation from a Socio-Technical Perspective: The case of the video game industry. *Scandinavian Journal of Information Systems*, 32(1), s. 5.
- Jónasdóttir, H. (2019). «Innovation in Game Development: IT Enablement and Affordances on Kickstarter». *The Computer Games Journal*, 8(2), s. 65–81. <https://doi.org/10.1007/s40869-018-0075-6>
- Jónasdóttir, H. (2020). *Creativity Under Pressure in Digital Innovation: The Case of Norwegian Game Development Start-ups*. Doktorgradsavhandling]. Universitet i Oslo
- Jørgensen, K. & Tharaldsen, J. (2012). *Den norske spillundersøkelsen, v.1.0*. MedieNorge https://medienorge.uib.no/files/Eksterne_pub/Norsk-spillbransje.pdf
- Jørgensen, K. (2010). Conan eller Josefine? Politikk og økonomi i den norske spillbransjen. *Norsk Medietidsskrift*, 16(4), s. 317–344. <https://doi.org/10.18261/ISSN0805-9535-2009-04-02>
- Jørgensen, K. (2013a). *Den norske spillundersøkelsen, v.2.0*. https://medienorge.uib.no/files/eksterne_pub/spillbransjen-rapport-2013.pdf
- Jørgensen, K. (2013b). Mellom næring og kultur: en studie av norsk spillpolitikk. *Norsk Medietidsskrift*, 20, s. 5–28.
- Jørgensen, K. (2019). Newcomers in a Global Industry: Challenges of a Norwegian Game Company. *Games and Culture*, 14(6), s. 660–679. <https://doi.org/10.1177/1555412017723265>
- Jørgensen, K. (2021). Norway. I *Encyclopedia of Video Games: The Culture, Technology, and Art of Gaming* (2. utg.). Ringgold, Inc.

- Jørgensen, K., Sandqvist, U. & Sotamaa, O. (2017). From hobbyists to entrepreneurs: On the formation of the Nordic game industry. *Convergence (London, England)*, 23(5), s. 457–476. <https://doi.org/10.1177/1354856515617853>
- Kaiser, T. (2002). *Pelle politibil* [Film]. Yellow Cottage/SF Norge.
- Kultur- og likestillingsdepartementet. (2023). *Mediepolitikk*. <https://www.regjeringen.no/no/tema/kultur-idrett-og-frivillighet/film-og-medier/innsiktsartikler/mediepolitikk/id2966692/>
- Kultur- og likestillingsdepartementet. (2023). *Tid for spill – regjeringens dataspillstrategi 2024–2026*.
- Kulturdepartementet. (2018). *Utredning: Den norske spillbransjen*. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/utredning-den-norske-spillbransjen/id2589634/>
- Kulturdepartementet. (2019). *Spillerom – Dataspillstrategi 2020-2022*. <https://www.regjeringen.no/contentassets/42ac0925a3124828a2012ccb3f9e80c9/spillerom---dataspillstrategi-2020-2022.pdf>
- Lien, J. (2006). *Den brysomme mannen* [Film]. Tordenfilm/Sandrew Metronome.
- Moseng, J. S. (2017). The Film and Television Industries in Norway. I E. Bakøy & R. Puijk & A. Spicer (Red.), *Building successful and sustainable film and television businesses: A cross-national perspective*. Intellect.
- Nordås, F. (2004). Digitalt nybrott. *Film*, 1. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digitidsskrift_2022012180005_001
- Nordås, F. N. (2006). *Digital filmproduksjon i Noreg: Praktiske og estetiske konsekvensar* [Doktorgradsavhandling]. NTNU. <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/243215>
- Pedersen, B. E. (2022, 08.07.2022). Norske produsenter med storfilm rett på Netflix – sa fra seg millionstøtte. *Dagsavisen*. <https://www.dagsavisen.no/kultur/2022/07/08/norske-produsenter-med-storfilm-rett-pa-netflix-sa-fra-seg-millionstotte/>
- Produsentforeningen Virke & NFI. (2022). *Spillrapporten 2022*. <https://www.nfi.no/aktuelt/2022/rapport-stor-optimisme-i-spillbransjen>
- Produsentforeningen Virke & NFI. (2023). *Spillrapporten 2023*. <https://www.nfi.no/aktuelt/2023/spillrapporten-viser-sterke-resultater-for-norsk-spillbransje>
- Produsentforeningen Virke. (2020). *Spillrapporten 2020*. <https://www.virke.no/globalassets/3.bransjer/service-og-kultur/produsentforeningen/virke-spillrapporten-2019.pdf>
- Produsentforeningen Virke. (2021). *Spillrapporten 2021*. <https://www.virke.no/globalassets/rapporter/spillrapporten-2021>
- Produsentforeningen Virke. (2023, 01.04.23). *Bransjeinnsikt*. <https://innsikt.virke.no/bransjeinnsikt/kultur-og-opplevelser>
- Ryssevik, J. (2014). *Økonomien i den norske film- og TV-produksjonsbransjen*. Ideas2Evidence (1/2014). [http://www.ideas2evidence.com/sites/default/files/Produsentforeningen%20-%20rapport%202014%20\(ver%202020\).pdf](http://www.ideas2evidence.com/sites/default/files/Produsentforeningen%20-%20rapport%202014%20(ver%202020).pdf)
- Rønning, J., & Sandberg, E. (2008). *Max Manus* [Film]. Filmkameratene/Nordisk Film Distribusjon.
- Simonsen, E. (2023, 13.05.2023). NRKs programsjef om tøffe tider for TV-bransjen: – Vondt. *M24*. <https://m24.no/130523-magnus-vatn-nmd/nrks-programsjef-om-toffe-tider-for-TV-bransjen-vondt/612954>

- Sotamaa, O., Jørgensen, K. & Sandqvist, U. (2020). Public game funding in the Nordic region. *International Journal of Cultural Policy*, 26(5), s. 617–632. <https://doi.org/10.1080/10286632.2019.1656203>
- St.meld. nr. 14 (2007–2008) (2008). *Dataspill*. Kultur- og likestillingsdepartementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/stmeld-nr-14-2007-2008-/id502808/>
- Straumann, R. H. (2015). *Spillbransjen 2015*. MedieNorge. https://www.medienorge.uib.no/files/eksterne_pub/virke_spillbransjen2015.pdf
- Uthaug, R. (2022). *Troll* [Film]. Netflix.
- Virke Produsentforeningen. (2017). *Spillbransjen 2017*. <https://docplayer.me/47814711-Spillbransjen-2017-produsentforeningen.html>
- Virke Produsentforeningen. (2019). *Spillrapporten 2019/2020*. <https://www.virke.no/globalassets/3.bransjer/service-og-kultur/produsentforeningen/virke-spillrapporten-2019.pdf>
- Øfsti, M. (2011). *Den nye kinoen: Digitaliseringen av norske kinoer 2010-2011*. [Masteravhandling, NTNU].
- Øfsti, M. (2014). *Verktøymakeren*. Rushprint, 6. <https://www.nb.no/items/4308bba7d-25545d0364700e8b0867170?page=5&searchText=Verkt%C3%B8ymakeren>
- Øfsti, M. (2023). *Norway After Netflix. Local Distributor Strategies in a Global Movie Market* [Doktoravhandling, NTNU]. <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/3045010>

