

Engelstad, A. (2024). Bonanza i drama-bransjen. I H. Vibeto, M. Øfsti & C. Vanebo (Red.). *På innsiden: Nye perspektiver på de norske film-, TV- og spillbransjene* (s. 193–221). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa420408>

## Kapittel 8

# Bonanza i dramabransjen

Audun Engelstad<sup>1</sup>

<sup>1</sup> TV-skolen, Høgskolen i Innlandet

## Bonanza i dramabransjen

Norsk film- og TV-bransje har gjennomgått store endringer siden 2000-tallet, så store at det nesten er snakk om en industriell revolusjon. De to bransjene har tradisjonelt operert innenfor hvert sitt kretsløp, med forskjellige økonomiske og produksjonsmessige vilkår. De har også langt på vei hatt hver sin konjunkturutvikling. Filmbransjen har hatt sin vekst og fall for kinofilmen, mens TV-bransjen i stadig sterkere grad retter sin innsats mot utvikling av TV-formater. Begge bransjer har, særlig det siste ti-året, opplevd at konkurransen fra utlandet har økt som følge av digitaliseringen av medietilbud. På ett område har de to bransjene konverget: det gjelder for produksjon av dramaserier. Tradisjonelt har produksjon av fiksjonsfortellinger vært filmbransjens domene. Slik er det ikke lenger.

Ved første halvdel av 2020-tallet har norsk TV-drama en høykonjunktur uten like, både i produksjonsvolum og anerkjennelse. I 2019 var det 47 dramaprojekter som fikk tilskudd til utvikling fra Norsk filminstitutt (NFI), og åtte fikk tilskudd til produksjon. Til sammen hadde disse seriene et produksjonsbudsjett på litt over en halv milliard kroner. Disse tallene var omtrent likelydende for spillefilm, med den forskjell at andelen tilskuddet fra NFI dekket av totalbudsjettet, var 9 prosent for dramaserier og 53 prosent for spillefilm. I tillegg kunne det rapporteres at norske dramaserier hadde en markedsandel på 16,7 prosent blant de største strømmetjenestene (Norsk filminstitutt, 2019).

Siden 2019 har etterspørselen etter – og konkurransen om – norske dramaproduksjoner økt ytterligere. Netflix åpnet et skandinavisk kontor i Stockholm i 2021, som ledd i satsingen på det skandinaviske markedet, der de vil øke antall skandinaviske dramaserier på sin plattform. Viaplay på sin side gikk inn som ny partner i Nordisk film & TV-fond i 2020, og ønsket med det å styrke sin posisjon overfor nordiske drama og film-produsenter. Store deler av den norske dramaproduksjonen til Netflix og Viaplay produseres uten tilskudd fra NFI, og er dermed ikke en del av deres statistikk. Det betyr at det samlede budsjettet for norsk dramaproduksjon er godt over en halv milliard, som inngår i NFIs statistikk, og at dramaserier er den største sektoren innenfor audiovisuell produksjon i Norge.

Ikke bare har dramaserier vokst frem som den dominerende produksjonsformen, fremveksten av norske dramaserier har også ført til at det norske produksjonslandskapet for film og TV har endret seg. Norske TV-produksjonsselskap

står for en vesentlig større andel av dramaseriene enn det filmproduksjons-selskapene gjør. Dette er ingen selvsagt utvikling. Dramaserier har langt mer til felles med film enn andre former for TV-produksjon, når det kommer til estetikk, produksjonsmåte og økonomi. Det er sjelden utveksling mellom de to bransjene for film og drama. Filmregissører er ikke involvert som regissører av reality-serier, og fotografer på gameshows tar ikke oppdrag som filmfotografer. John Ellis klassiske studie fra 1982 *Visible Fictions* (revidert i 1992), der han drøftet to helt forskjellige produksjonskulturer for film og TV, er på mange måter fremdeles gyldig.

For Ellis gjaldt denne forskjellen i produksjonskultur også for TV-serier og kinofilm, der økonomi, kunstneriske og kommersielle betingelser, i tillegg til publikums seervaner, var basert på hver sin logikk for TV og film. Imidlertid har fremveksten av kvalitetsdramaserier endret på dette. Kvalitetsdrama som begrep oppsto rundt 2000-tallet, og var særlig forbundet med serier fra HBO, og var kjennetegnet (og markedsført) ved fremtredende produksjonsverdier (filmatisk visuelt uttrykk, skuespill og regissører med erfaring fra filmbransjen) og mer vågalt innhold. Med HBO ble kvalitetsdrama en del av dagligtalen på kultursidene og i bransjesammenheng. Når det gjaldt norske dramaproduksjoner var begrepet i liten grad anvendbart før 2010-tallet. Med kvalitetsdramaets nære slektskap til film var det som sagt ikke gitt at TV-produksjonsselskapene var de som skulle bli de fremste produsentene av dramaserier i Norge, med Monster som den største av de alle.

Dette kapitlet vil undersøke norsk kvalitetsdramas posisjon på 2000- og 2010-tallet langs to akser. På den ene siden, hvordan *vilkårene for produksjon av dramaserier* har endret seg siden årtusenskiftet, og, på den andre siden, hvordan selve *produksjonslandskapet for TV-drama* har utviklet seg. Det har vært en sterk vekst i antall dramaproduksjoner, og de sentrale bidragsyterne til dramaproduksjonen har også endret seg. Årsakene til disse forandringene utgjør en sentral del av diskusjonen i dette kapitlet.

Disse to aksene – produksjon og bransjestruktur – har ikke forandret seg i takt. Impulser som påvirker produksjonsvilkårene (som forandringer i økonomiske rammevilkår, nye politiske føringer og teknologiske endringer) fører ikke umiddelbart til en reorientering og omlegging av virksomheten hos bransjeaktørene (som nye satsinger). Dette kan skyldes andre faktorer som også spiller inn, og som opphever effekten av impulsene, i alle fall midlertidig, for langs en lengre tidslinje blir impulsene mer virksomme.

Denne måten å beskrive utviklingstrekk i film- og TV-bransjen som en sammenvevd kjede av virkningsfaktorer og aktivitet, kan ses på som nært beslektet med hvordan Vilde Schanke Sundet (2016) anvender begrepet medieøkologi – eller nærmere bestemt medieproduksjonsøkologi – i sin produksjonsanalyse av den norske private TV-industrien. Medieøkologi er en metafor som favner mediernes fremvekst og særegenskaper som et kretsløp, eller en sammenvevd kjede av virkninger og sammenfall, som oppstår ved endring av betingelser eller innføring av nye medieformer. I et slikt perspektiv ser man medielandskapet – som den audiovisuelle sektoren – som sammensatt av forskjellige medier og medieformer, aktører, institusjoner og teknologier i et gjensidig forhold (Baltruschat, 2010). Denne gjensidigheten gjør at endringer på ett område forplanter seg til endringer i et annet. De ulike områdene studeres dermed ikke isolert, men som del av et sammensatt system der forandringer inngår i en kjede av virkninger, som kan bevege seg fra store samfunnsmessige og institusjonelle endringer og ned til individuelle valg og handlinger (Alexander, 2006). Så når det oppstår en ny forståelse av hva TV-drama kan være – i form av kvalitetsdrama – kan man se virkninger som angår produksjonsvilkår, strategiske beslutninger, endringer i estetiske hierarkier og kamp om posisjoner og fortrinn.

Å dokumentere og analysere endringene innen produksjon og distribusjon av TV-drama er tett forbundet med å fremheve noen omfattende utviklingstrekk film- og TV-bransjen har gått gjennom, både strukturelt og økonomisk. De tradisjonelle filmselskapene har i stor grad mistet sitt hegemoni innen store fiksjonsfortellinger, der TV-selskapene nå har blitt ledende. Denne type analyse befinner seg på det Amanda Lotz og Horace Newcomb (2012) omtaler som bransjenivå («industry level») innen medieproduksjonsstudier, som er egnet til å gi overordnede og generelle forklaringer. Men analysen orienterer seg også mot et organisatorisk nivå, som kan gi innsikt i bestemte former for produksjonspraksiser. Her belyses også individuelle utøvelser av virksomhet. Endringer drives gjerne frem av sentrale aktører, selv om institusjonelle virkemidler og politiske tiltak også spiller en stor rolle.

## **Dokumentasjon og avgrensning**

Det empiriske materialet kapitlet baserer seg på er dokumenter fra den løpende dekningen av norsk TV-drama, i form av oppslag i bransjemagasin og dagspresse.

Både optimistiske tiltak og betente konflikter får fått bred dekning. I tillegg støtter drøftingen seg på statistiske kilder, der dette er aktuelt. Til sammen utgjør dette et omfattende tilfang av dokumenter. Som historiske kilder utgjør de en vesentlig del av begivenhets- og årsaksanalysen (Dahl, 2004). De belyser både ønskede mål og resultater for norsk dramaproduksjon, og også utslag av samspill og interessemotsetninger som gjorde seg gjeldende blant de sentrale aktørene.

Kapitlet følger i all hovedsak en kronologisk utvikling. Først gis et kort riss av TV-dramaets historiske bakgrunn ved inngangen til 2000-tallet, der NRK sto i en særegen posisjon, samtidig som norsk TV-drama hadde et relativt beskjedent produksjonsvolum. Ideen om kvalitetsdrama festet seg for alvor på 2000-tallet, samtidig som bransjetiltak og mediepolitiske reguleringer rettet seg mot økt stimulering av den private TV-industrien, med mål om økt produksjon av TV-drama. NRKs hegemoni ble utfordret på 2010-tallet, og etter hvert etablerte det seg et tydelig samvirke mellom NRK og private produsenter, der nye strømmetilbydere også inntok en betydelig rolle. I dette nye landskapet ble TV-produksjonsselskapet Monster en ledende aktør. Monster presenteres i dette kapitlet som et utpreget eksempel, hvilket vil si at det er egnet til å fremheve noen fremtredende trekk ved TV-produksjonsselskap mer generelt (Flyvbjerg, 2006). Kapitlets siste del vil legge frem noen forklaringsmodeller som kan belyse utviklingen der TV-produksjonsselskapene inntar en arena der filmselskapene har dominert.

Tidsrommet som dekkes er 2000- og 2010-tallet. Det er flere grunner til at fremstillingen slutter i 2019. For det første har da endringene som her er beskrevet slått ut i full blomst. Utviklingen fra 2020 er langt på vei en videreutvikling av forutgående endringsforløp når det gjelder produksjonsvolum, omdømme og seeroppslutning. Men produksjonslandskapet har også fått innslag av nye aktører, som produksjonsselskap som nesten utelukkende produserer dramaserier (ikke annen TV, og i liten grad også film), med strømmeselskapene som viktigste mottaker. Det er antakeligvis andre forhold enn de som skisseres her som best kan forklare denne fremveksten. For det andre har norsk dramaserieproduksjon blitt enda mer mangfoldig når det kommer til produksjonsomfang og variasjon av produksjoner, samt aktører og institusjoner som har inntatt markante posisjoner i kraft av størrelse og definisjonsmakt. Dette gir noen helt nye modeller for produksjonslogikk (Lotz, 2018). Det krever et annet tilfang av kilder og statistikk enn det som danner grunnlaget for dette kapitlet.

For eksempel bidro konkurransen i strømmemarkedet også til at HBO Nordic stengte sine kontorer i 2020, etter fem års drift, grunnet omstruktureringer etter oppkjøpet fra Warner. Siste ledd i utviklingen er at den enorme satsningen til Viaplay, blant annet på sportsrettigheter, har ført dem til konkursens rand, og nå har Amazon Prime kommet inn som en ny aktør og tatt over en del av produksjonene Viaplay har hatt i utvikling. Også Netflix har tatt over rettighetene til flere av Viaplays originalserier.

## Historisk bakgrunn

Med få unntak var norsk TV-drama, inntil slutten av 2000-tallet, produsert av, og for, NRK. Mye av denne produksjonen var i form av miniserier, basert på et litterært verk eller krimfortelling. Det var også enkelte lengre serier, med stort ensemble og historisk utvikling. Som allmennkringkaster har NRK hatt drama som en del av sitt oppdrag helt siden etableringen av faste TV-sendinger tidlig på 1960-tallet. Lenge holdt NRK seg med et eget Fjernsynsteater, med repertoarprogram og ensemble. Dette endret seg på 1990-tallet, med omlegging til Dramaavdelingen. Nå var det primært dramaserier som sto på sendeskjemaet, i tillegg til at NRK på denne tiden også var involvert i å produsere spillefilmer (Engelstad, 2022).

Betegnende for NRKs suverene posisjon som den fremste produsenten av TV-drama av høy kvalitet i perioden frem til rundt 2010, er den lange rekken av Gullruten-priser i kategorien beste TV-drama. Første utdeling av Gullruten var i 1998, og frem til og med 2009 vant NRK prisen for beste dramaserie nokså regelmessig med sine egne produksjoner (se Tabell 8.1) – kun med unntak av årene 2001 og 2005 (begge TV2).

**Tabell 8.1***Vinnere av Gullruten 1998–2009 Beste dramaserie*

Gullruten 1998–2009 Beste dramaserie			
År	Tittel	Produsert av	Produsert for
1998	Blodsbånd	NRK	NRK
1999	Nini	NRK	NRK
2000	Jul i Blåfjell	NRK	NRK
2001	Fox Grønland	Rubicon	TV2
2002	Lekestue	NRK	NRK
2003	Sejer – Elskede Poona	NRK	NRK
2004	Svarte penger, hvite løgner	NRK	NRK
2005	Ran	Maipo	TV2
2006	Sejer – Svarte sekunder	NRK	NRK
2007	Størst av alt	NRK	NRK
2008	Berlinerpoplene	NRK	NRK
2009	Himmelblå	NRK	NRK

Gjennom 1990-tallet og 2000-tallet var de aller fleste norske dramaseriene som ble vist på NRK også produsert av NRK drama. Selv om kritikerne ikke alltid var like vennlig innstilte – med sedvanlige innvendinger mot stiltete dialog og stivt skuespill – oppnådde programmene gjennomgående høye seertall i beste sendetid. NRKs hovedkonkurrent, TV2, hadde på samme tid begrensede ressurser til å satse på drama, og orienterte seg for det meste i stedet mot å sende såpeserier og situasjonskomedier. Til tross for slagordet «Norges seriemester» var TV2 bare unntaksvis involvert i større dramaproduksjoner. Til det var produksjonskostnadene regnet som for høye, og konkurransen med NRK for tøff. Slagordet TV2 smykket seg med, rommet i stedet kanalens satsing på populære amerikanske TV-serier. Norsk TV-drama, for sin del, ble først og fremst forbundet med NRK.

NRK pleiet sin egen dramaproduksjon, og holdt seg med egne dramaturger, regissører og andre fagfunksjoner tilknyttet dramaavdelingen.

Samtidig var NRK kjent for å ha en avvisende holdning til den eksterne film- og TV-bransjen, noe som skapte stor frustrasjon blant de som jobbet frilans innenfor ledende fagfunksjoner (Erdal, 2003b). Det hersket også en oppfattelse om at det å jobbe med TV-serier var en nødløsning for de som ikke lyktes med å få jobb på en filmproduksjon. Her måtte man ta til takke med et lavere budsjett, et mindre ambisiøst uttrykk, og ofte også en stab med en annen type erfaring. Dette bidro til at TV-drama hadde vesentlig lavere prestisje enn spillefilm.

Fra TV-kanalenes side, især NRK og TV2, så verden helt annerledes ut enn det den gjorde fra den eksterne bransjen. TV-kanalene traff et stort publikum gjennom sine prime-time-sendinger, mens norske kinofilmer hadde svake besøkstall. Norske filmer utgjorde likefullt en viktig del av kanalenes tilbud, og visningsavtale med kanalene var en forutsetning for finansiering gjennom Audiovisuelt produksjonsfond (AV-fondet). Gjennom 1990-tallet bidro TV-kanalene direkte (TV2, gjennom konsesjonsavtalen) og indirekte (NRK, som følge av omlegging av særavgift på mottakerapparat) med finansieringsbidrag til AV-fondet. AV-fondet ga primært tilskudd til produksjoner av spillefilmlengde, og samtidig skulle de styrke samarbeidet mellom film- og TV-miljøene – blant annet gjennom en visningsavtale på en av kanalene. Norsk films svake posisjon på kino på 1990-tallet gjorde at kanalene uttrykte skepsis til om filmbransjen var tilstrekkelig bevisst markedsorientering og krav om publikumsappell. I forbindelse med omleggingen av hele forvaltningssystemet for film, kjent som «Filmreform 2001», uttrykte de et ønske om fremdeles ha en hånd på rattet når det kom til disponering av midler kanalene bidro med (Engelstad, 2005).

## **En oppskrift for suksess – og en tapt mulighet**

Spol til 2003: Norsk film har sitt store gjennombrudd i kinomarkedet, og befinner seg nå i en gryende gullalder. Anmelderne strør begeistret om seg med høye terningkast, og på kino settes det rekorder for antall solgte billetter. 18 filmer hadde premiere i 2003, og ti av disse solgte mer enn 100 000 billetter (Film & kino, Årbøker). Filmbransjen hadde i løpet av få år gjennomgått store

endringer: Tilskuddssystemet og organiseringen av virkemiddelapparatet hadde fått en overhaling, gjennom etableringen av Norsk filmfond. Dessuten var filmbransjen i ferd med å gjennomgå et generasjonsskifte – blant annet hadde de første kullene fra Den norske filmskolen nylig inntatt gjort sitt inntog.

Men også mediebildet var i endring. HBO opplevde en enorm oppmerksomhet og stor oppslutning omkring sine kvalitetsdramaserier (som på dette tidspunktet ble vist på vanlig lineær TV, og etter hvert også solgt som DVD-bokser). Forestillingen om hva TV-drama kunne være, ble fullstendig endret. HBOs TV-serier ble først og fremst sammenliknet med film, og begrepet kvalitetsdrama ble etablert (Egerton & Jones, 2008). Som fenomen ble kvalitetsdrama et av de store temaene innen film- og medievitenskap gjennom 2000-tallet (Hammond & Mazdon, 2005; MacCabe & Akass, 2007). TV-drama hadde fått en helt ny status som følge av nye fremtredende trekk, ved å være mer dristig og ambisiøs i valg av tematikk og utforskning av mellommenneskelige konflikter, som ble behandlet over flere episoder. Visuelt sett nærmet dramaseriene seg filmens kvaliteter. Karakterskuespillere og ledende kreativ stab (regi, foto, scenografi og lyd) hadde gjerne bred erfaring fra filmproduksjoner. Seriene henvendte seg til et publikum som måtte følge oppmerksomt med om de skulle få med seg alle viktige detaljer i historien.

Revolusjonen innen kvalitetsdrama nådde også Skandinavia, og da særlig Danmark. DR hadde vært tidlig ute med å studere den nye formen for serieproduksjon, og med gode resultater i form av en serie internasjonale Emmypriser (Agger, 2020). Også i Sverige ble det produsert TV-serier anerkjent for sin kvalitet, særlig krimserier. Betydningen av kvalitetsdrama vokste frem i Norge på midten av 2000-tallet, i omtalen av enkelte påkostede serier. Stort sett var det kun NRK som var i stand til å håndtere produksjoner av en slik størrelse (Larsen, 2006).

Som en del av en strategi for å endre betingelsene for norsk TV-drama ble en ambisiøs plan meislet ut og lansert i 2005. Norge skulle vinne en internasjonal Emmy i 2007 (Sætre & Plassen, 2009). Strategien, lansert i form av en kampanje, var utviklet av Ivar Køhn og Petter Wallace. Køhn var for tiden konsulent i Norsk filmutvikling (tidligere Statens studiesenter for film), som var en etat med ansvar for talent- og kompetanseutvikling for den norske filmbransjen. Petter Wallace var ansatt som koordinator for tilskuddsordningen ved Norsk filmfond, som ble dannet i forbindelse med den store omleggingen

av organiseringen av virkemiddelapparatet, med tilhørende tilskuddsordninger, i 2001. Både Køhn og Wallace spilte flere sentrale roller gjennom hele 2000- og 2010-tallet (og gjør det fremdeles på 2020-tallet).

Kampanjen Emmy 2007 var et samarbeid mellom, foruten Norsk filmfond og Norsk filmutvikling, de store TV-kanalene (primært NRK og TV2, men TVNorge og TV3 var også med), Produsentforeningen, samt øvrige filmfagforbund, og med bistand og rådgivning fra MediaXchange. Formålet var å gi norsk TV-drama et løft, både med hensyn til kvalitet og volum. Tilbudet til norske TV-seere var ganske beskjedent, sammenliknet med det de kunne se av, særlig, amerikanske TV-serier. Spesielt gjaldt dette for de kommersielle kanalene. De nevnte partnerne i kampanjen skulle møtes årlig (noe de fortsatte med frem til 2018) til et dramakonvent, der de skulle dele erfaring, få faglig påfyll, og diskutere fremtiden for norsk TV-drama. Tanken var at bransjen som helhet skulle styrkes gjennom felles inspirasjon og samarbeid (Johnsen, 2004). Det ble til og med – muligens med et glimt i øyet – tatt til orde for å etablere et eget landslag for manusforfattere (Henriksen, 2006).

Samtidig var det også flere mediepolitiske endringer på gang. Norsk filmfond, som hadde ansvaret for bevilgningene til norsk filmproduksjon, lanserte i 2003 en ny tilskuddsordning for TV-produksjoner «av høy kvalitet» (St.prp. nr. 1 (2002–2003), s. 123). Den nye ordningen var rettet mot TV-drama og TV-dokumentar. Ordningen var innrettet som en toppfinansiering, hvilket vil si at den skulle bidra til å øke kvaliteten til produksjonene, utover det som var mulig innenfor kanalenes ordinære produksjonsbudsjett (Erdal, 2003a). Målgruppen for satsingen var uavhengige produsenter, hvilket innebar at NRK ikke hadde anledning til å benytte ordningen.

Omtrent samtidig ble EUs AMT-direktiv (direktiv om audiovisuelle medietjenester, også kjent som AVMS – Audio-visual media services) sendt på høring med tanke på implementering. En av bestemmelsene var at statlig finansierte allmennkringkastere måtte sette ut minimum 10 prosent av sin produksjon til eksterne produsenter, for å få fritak fra EUs konkurranselovgivning. Dette representerte en stor endring for NRK, som produserte de aller fleste av sine programmer internt. De måtte nå finne ut hvordan de skulle møte de nye kravene. Det var flere mulige alternativer. Skulle man fordele 10 prosent jevnt mellom alle programtyper, eller skulle man legge ned en avdeling og bestille alle programmer innen dette formatet fra eksterne selskap? I NRKs egen strategi for fremtidig organisering ble muligheten for å legge ned NRK

Drama nevnt som ett tenkelig alternativ. En slik løsning så ut til å tilfredsstille kravene om 10 prosent ekstern produksjon. Selv om diskusjonen nådde debatt-sidene, var nok ikke denne ideen vurdert som et seriøst alternativ (Lismoen, 2010). Helt uten sammenlikning satt NRK på den største ekspertisen innen dramaproduksjon. TV2, for sin del, hadde riktignok økt innsatsen rettet mot TV-drama, men var fremdeles bundet til relativt lave budsjett, og med en orientering mot lettere komedier.

Sett fra et fugleperspektiv sammenfalt disse strukturelle endringene for film- og TV-produksjon omtrent samtidig. Dette beredte grunnen for en ny tidsalder for norsk TV-drama – eller slik kan det i det minste se ut. De bebudete endringene var i korte trekk:

1. NRK og TV2 uttrykte en økt interesse for norske dramaserier, det samme gjorde de andre kommersielle TV-selskapene.
2. En ny tilskuddsordning rettet mot å stimulere til kvalitetsproduksjoner for TV var innført.
3. NRK ble pålagt å åpne opp for eksterne produksjonsselskap.

Man skulle anta at dette utgjorde en solid samling insentiver. Resultatet var likevel at det ikke var stort som skjedde. Det ble ingen storstilt økning i produksjonen av norske TV-serier. Produksjonsselskapene endret åpenbart ikke sine forretningsplaner, som svar på de nye endringene. Hvordan kunne dette ha seg?

Først og fremst er det viktig å huske på at omfattende omveltninger sjelden skjer i løpet av kort tid, men snarere i rykk og napp over en litt lenger tidsperiode. Like fullt spilte flere faktorer inn som bremser i endringsprosessen. Først av alt opplevde norsk film et oppsving uten sidestykke i kinobesøk og omsetning av DVD gjennom 2000-tallet. Det var penger å tjene på salg. For filmselskapenes del var insentivene for å produsere TV-drama for svake sammenliknet med film, salg av TV-drama var sjelden en aktuell mulighet ettersom TV-selskapene kjøpte visningsrettighetene og kontrollerte kostnadene (Køhn, 2010). TV-produksjonsselskapene på sin side manglet den nødvendige erfaringen og kompetansen som trengtes for å produsere fiksjonsdrama av høy kvalitet. Til gjengjeld opplevde de en økende etterspørsel etter reality-TV og andre formatbaserte TV-programtyper, som kunne fylle sendeskjemaet gjennom uken.

For det andre var budsjettposten som skulle dekke den nye tilskuddsordningen til Norsk filmfond for TV-dama, relativt beskjeden. Det første året var beløpet på om lag 10 millioner kroner, som tilsvarte omtrent 10 prosent av det som var tilgodesett fiksjonsfilm. Noen år senere hadde posten økt til om lag 30 millioner kroner, som fremdeles var vesentlig mindre enn de andre ordningene. For å kvalifisere til tilskudd måtte man kunne vise til avtale med en TV-kanal. I egenskap av å være bestiller var det forventet av TV-kanalen at de dekket det meste av produksjonskostnadene, mens tilskuddet i form av toppfinansiering skulle stimulere til økte investeringer som ledet til kvalitet. Til sammenlikning dekket den etablerte konsulentordningen for kinofilm opp til 75 prosent av produksjonskostnadene, og den nylig innførte markedsordningen for kinofilm med høyt publikumspotensial kunne i prinsippet dekke opp til 50 prosent. Det viste seg at antall søkere til dramaordningen var relativt lav. Åpenbart var ikke tilskuddsordningen ansett som relevant nok til å fremstå som et sterkt insentiv.

En tredje faktor handler om at NRK strevde med å tilpasse seg AMT-direktivet. NRK i sin alminnelighet, og NRK Drama i særlig grad, hadde i flere tiår rykte på seg for å holde det eksterne produksjonsmiljøet på god avstand. Den økte populariteten til amerikansk kvalitetsdrama, og danske dramaseriers vedvarende suksess, satte NRKs dramaproduksjoner helt i skyggen. Forestillingen om at NRKs egne dramaserier ikke levde opp til de nye standardene for kvalitetsdrama, kombinert med en omstridt dramasjef, førte til en opphetet offentlig debatt, ledet an av regissører og manusforfattere, så vel som produsenter. For øyeblikket var ikke NRK ansett for å være en attraktiv samarbeidspartner for den eksterne filmbransjen.

**Figur 8.1**

Filmskapere tar oppgjør med NRK (Aftenposten, 8. desember 2012)

**TV.** Regissøreliten mener NRK har utspilt sin rolle som dramaprodusent.

# Legg ned NRK Drama!

## Kronikk

Her er først noen argumenter for dette i stikkordsform:

- flere tiår med middelmådig kvalitet
- manglende evne til å ta vare på kunstnerisk kapital
- manglende evne til å utnytte økonomiske ressurser optimalt
- manglende evne til å tiltrekke seg talenter
- manglende evne hos ledelsen til selv-innsikt på vegne av organisasjonen
- ledelse som setter to yrkesgrupper opp mot hverandre for å avlede oppmerksomheten fra egne feil gjennom mange år.
- intern kultur med lojalitet til ledelsen i stedet for de enkelte prosjektene.

### Gremmes, raser ikke

Det er feil å påstå at regissørene «raser» over NRKs nye strategi eller «protesterer»

fordi vi som yrkesgruppe får redusert innflytelse. Vi gremmes, sammen med blant annet skuespillere og forfattere.

Først og fremst gremmes vi som misfornøyde lisensbetalere, og dernest irriterer vi oss over denne avledningsmanøveren fra Hans Rossiné.

Alle som jobber i kollektive prosesser som TV og film, vet at vi er gjensidig avhengige av hverandre. Vi reagerer på at Hans Rossiné setter yrkesgrupper opp mot hverandre, og likevel påstår at NRK Drama ønsker å skape kvalitet. Det vitner om skrikende mangel på innsikt i skapende prosesser.

### Skuset bort

NRK Drama har i årevis skuset bort endeløse muligheter til å lage godt TV-drama. Når det lanseres nye ambisjoner er mangelen på skapertrang erstattet av et ønske om å imitere og kopiere andres, fortrinnsvis danskers, suksess. Vi hører om målsetninger som «norske Broen» eller «norske Forbrytelsen». Det er isolert sett

en fin målsetning. Noe annet forfriskende kunne vært å lage en nyskapende serie i en annen retning. Men før vi kan snakke om «retninger» melder det seg et dyper problem: Manusforfattere, skuespillere og regissører mangler tillit og respekt for NRK Drama.

Slik er det ikke i land vi liker å sammenligne oss med. Det er et unikt problem som NRK Drama har - som eksterne produsenter ikke har.

Det er verdt å poengtere at ikke alt som vises av norsk drama på NRK er produsert i NRK Drama. *Koselig med Pets* er for eksempel laget av Tordenfilm.

### En avsporing

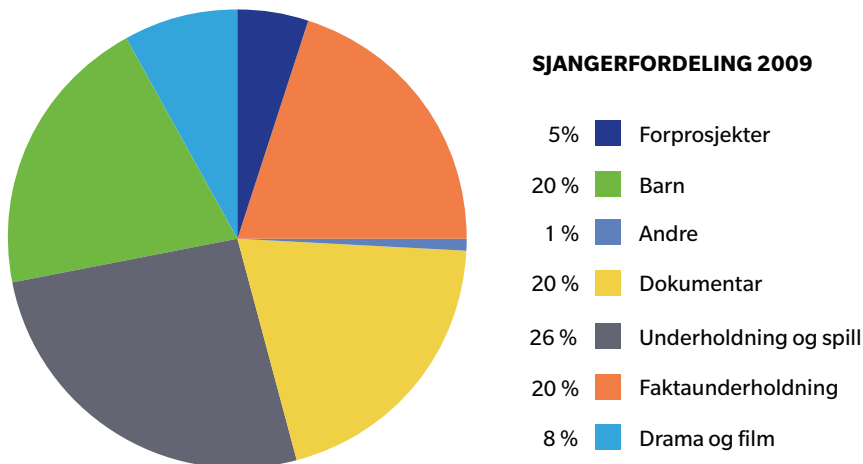
Å lansere en «ny modell» hvor hovedpoenget er maktfordelingen blant de skapende kreftene i et kollektiv, er å dreie fokus bort fra NRK Dramas manglende evne til å lage kvalitet. Det spiller ingen rolle hvem som holder fiskestangen hvis tjermet er tomt for fisk. Denne nye «modellen» er en avsporing.

## Vilkårene endrer seg

Rundt de første årene av 2010-tallet inntraff gradvis forandringer. Etter å ha forlatt Norsk filmfond i 2006 for å jobbe sammen med Hans Rossiné i NRK Drama som prosjektkoordinator, ble Petter Wallace leder for NRKs avdeling for eksterne produksjoner i 2009. Hans ansvarsområde omfattet innkjøp av programmer, deriblant dramaserier. Sakte, men sikkert, begynte NRK nå å inngå samarbeid om dramaproduksjon fra det eksterne produksjonsmiljøet. Dette året utgjør kategorien «drama og film» 8 prosent av NRKs samlede eksternproduksjon (se Figur 8.2), som i all hovedsak var dekket av en omklippet versjon av Nils Gaups film *Kautokeinooppgjøret*, produsert av Rubicon.

**Figur 8.2**

NRKs eksterntproduksjon 2009 (NRK, 2009)



En av de første eksterne produksjonene til NRK Drama var *Koselig med peis* (2011), en mørk komedie på seks episoder, om dysfunksjonelle familierelasjoner, produsert av Tordenfilm. Serien kan minne om enkelte HBO-serier fra samme tid – som *Six Feet Under* (HBO, Alan Ball). Den representerte noe nytt i norsk dramamasammenheng, og kritikerne var jevnt over positivt innstilt i sine omtaler. Imidlertid førte også serien til at det anstrengte forholdet mellom det eksterne produksjonsmiljøet og dramasjef Hans Rossiné ble virvlet opp, ved at Rossiné kom med enkelte kritiske uttalelser om serien (Lavik 2015). Dette ble oppfattet som at dramasjefen ikke stilte seg støttende til en produksjon de selv ikke hadde hatt ansvaret for (Bromark & Semmingsen, 2011).

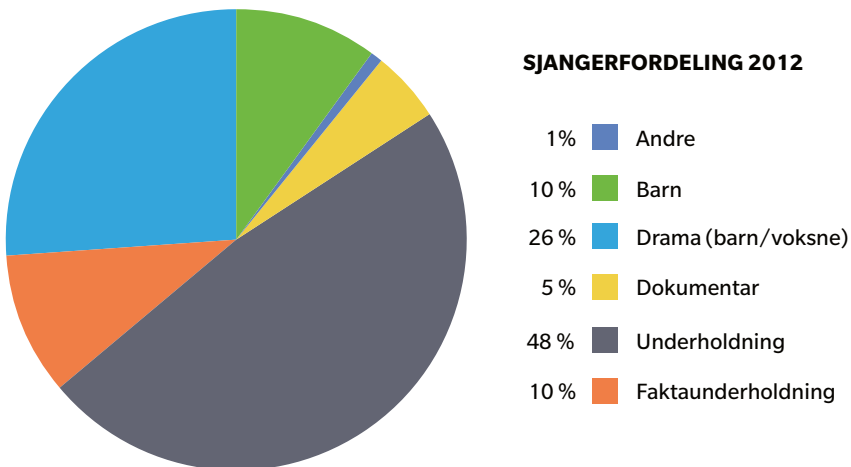
Tidlig i 2013 annonserte Hans Rossiné at han trakk seg som dramasjef i NRK, en stilling han hadde hatt siden 2001. De siste årene hadde han vært gjenstand for nokså sterk kritikk fra sentrale aktører i filmbransjen. Spesielt var dette forbundet med NRKs egen produksjon av *Erobreren* (2012), basert på Jan Kjærstads populære romantrilogi, som ble sett på som Rossinés eget prestisjeprosjekt. Dramaserien var angivelig den dyreste i NRKs historie. Serien mottok unison kritikk, og ble sett på som en bekreftelse på at NRK ikke selv hadde kompetansen som skulle til for å produsere kvalitetsdrama. Kritikken ble ytterligere forsterket ved at NRK Drama ikke ville oppgi produksjonskostnadene (Elnan & Østrem, 2012).

Etter en kort overgangsperiode fikk Ivar Køhn tildelt stillingen som dramasjef. På dette tidspunktet var Køhn direktør for produksjon og utvikling ved Norsk filminstitutt (NFI), der han også hadde jobbet som konsulent for spillefilm og TV-drama i tiden etter Norsk filmutvikling. Køhn var allment kjent for å være en særdeles godt likt person, men først og fremst hadde han vært en høyt respektert og populær fagdirektør. Dette lederskiftet roet ned gemyttene rundt NRK Drama. Noe av det første Køhn gjorde var å kunngjøre sine ambisjoner om å omorganisere NRK Drama. Målet var å styrke samarbeidet med det eksterne produksjonsmiljøet, og gjerne trekke dem helt inn i dramaavdelingens egne lokaler, samtidig som NRK Drama fremdeles skulle utvikle og produsere egne dramaserier (Aune, 2013).

Allerede før Køhn tiltrådte som dramasjef var det flere forhold som tydet på bevegelse i dramafeltet. I 2012 utgjorde kategorien drama 26 prosent av eksternproduksjonen til NRK (se Figur 8.3), som er tre ganger så høyt som i 2009.

**Figur 8.3**

*NRKs eksternproduksjon 2012 (NRK, 2012)*



To nye dramaserier var med på å forandre omdømmet til NRK. Etter en produksjonsperiode med tilløp til støy og problemer ble *Lillyhammer* lansert tidlig 2012. Serien var blitt utsatt blant annet på grunn av ulovlig produktplasing, noe som kanskje kan tilskrives at den ble produsert eksternt av Rubicon

(Ighanian, 2022). *Lillyhammer* oppnådde gode seertall, men det var først ett år senere at den ble en global hitserie, distribuert og markedsført av Netflix. Det hører med til historien at da samarbeidet med Netflix kom i stand, visste knapt NRK noe om dette selskapet (i likhet med de fleste andre).

Året etter kom *Halvbroren* (2013), produsert av Monster, en miniserie på åtte episoder basert på en bestselgende roman av Lars Saabye Christensen. Serien ble en stor suksess. Første episode hadde over en million seere, som ble regnet for svært høyt. I større grad enn *Lillyhammer* viste *Halvbroren* at det var godt mulig å lage kvalitetsdrama i Norge. Serien fikk strålende kritikker, dramatisk spenning, visuell utforming og skuespill ble omtalt i rosende ordelag (Furuly, 2013).

I 2013 økte også budsjettet til tilskuddsordningen for TV-drama til 42 millioner kroner, samtidig som NFI kunngjorde at ordningen nå også skulle dekke utvikling. På denne måten ønsket de å stimulere til vekst i ideer og prosjekter. I midten av 2010-tallet endret også de økonomiske vilkårene for filmbransjen seg nokså dramatisk. For det første stupte DVD-salget. Med ett var en viktig inntektskilde mer eller mindre minimert. Flere filmselskap måtte i tillegg legge ned sin produksjon av reklamefilm som følge av at web-basert reklame tok over for mye av annonseringen fra TV og kino. For det andre utviklet kinomarkedet seg i retning av en vinneren-tar-alt-effekt, der de store blockbuster-filmene stakk av med størstedelen av billettsalget, på bekostning av de mellomstore filmene med kunstnerisk tilsnitt.

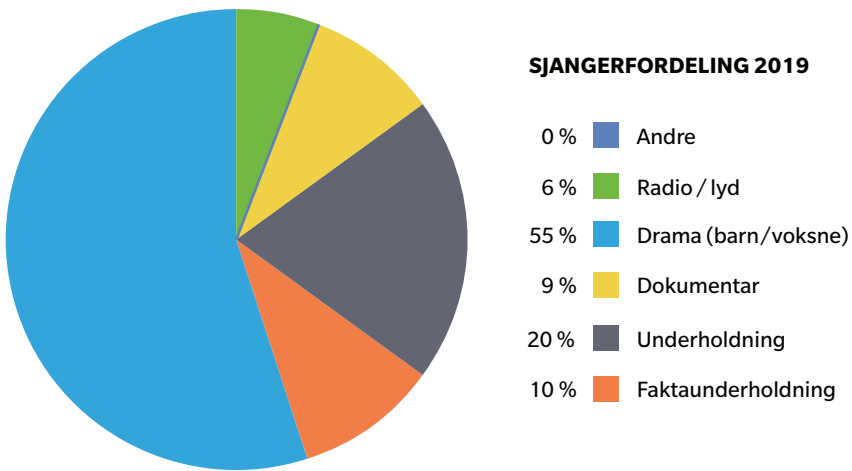
Disse endringene kan ses i lys av fremveksten i strømmemarkedet for audiovisuelt innhold. Innen utgangen av 2010-tallet hadde omtrent 30 prosent av norske husholdninger abonnement på Netflix, HBO Nordic var kommet inn på markedet, og TV-selskapene hadde lansert sine egne nettbaserte spillere knyttet til sine plattformer og innhold. Andelen som så på TV lineært var synkende, mens omfanget av audiovisuelt medieforbruk var fremdeles høyt. I disse (nye) omgivelsene for audiovisuelt innhold var TV-drama ansett som selve gullet.

For å oppsummere: Et drøyt tiår etter at Emmy 2007-kampanjen ble lansert var situasjonen en ganske annen for film- og TV-bransjen. Det å produsere norske filmer kunne gi høy fortjeneste til noen ganske få produksjonsselskap, mens flertallet av selskapene opplevde stramme økonomiske vilkår. Dette står i sterk kontrast til hvordan bildet var et tiår tidligere. Samtidig hadde drama-serier fått et løft rent kunstnerisk, i tillegg til økt volum, og var nå å betrakte mer eller mindre som likebyrdig film. I tillegg kom strukturelle endringer.

NRK hadde gjennomgått en total omveltning i sitt forhold til den eksterne produksjonsbransjen, og var nå en varm tilhenger av samarbeid. Ikke nok med det, ekstern programproduksjon sto nå for omtrent 30 prosent av NRKs tilbud, og ved utgangen av 2010-tallet var andelen for «drama» 54,9 prosent av eksterne produksjoner, som er nesten syv ganger så høyt som nivået i 2009.

**Figur 8.4**

*NRKs eksterntproduksjon 2019 (NRK, 2019)*



Et tydelig resultat av NRKs engasjement overfor eksterne produksjonsselskap kan man se i tildelingen av Gullruten for perioden 2010–2019. Samtlige ti priser er vunnet av NRK, så dominansen deres innen denne kategorien er like sterk som tidligere. Imidlertid er åtte av ti serier produsert eksternt, mens kun tre egenproduksjoner har mottatt pris (se Tabell 8.2). Dette er diametralt motsatt av forrige tiår, der NRKs egne produksjoner ble prisvinnere hele åtte ganger.

**Tabell 8.2***Vinnere av Gullruten 2011–2020 Beste dramaserie*

Gullruten 2010–2019 Beste dramaserie			
År	Tittel	Produsert av	Produsert for
2010	Harry & Charles	NRK	NRK
2011	Koselig med peis	Tordenfilm	NRK
2012	Taxi	NRK	NRK
2013	Halvbroren	Monster	NRK
2014	Lillyhammer	Rubicon	NRK
2015	Kampen om tungtvannet	Filmkameratene	NRK
2016	Skam	NRK	NRK
2017	Valkyrien	Tordenfilm	NRK
2018	Heimebane	Motlys	NRK
2019	Lykkeland	Maipo	NRK

Utover 2010-tallet var det ikke bare økt konkurranse mellom NRK og de kommersielle TV-kanalene, som hadde økt sin satsing på norskprodusert TV-drama betydelig. Den største utfordreren var internasjonale strømmetjenester, som Netflix og HBO. Norskproduserte dramaserier var en nøkkelfaktor for nasjonale TV-kanaler, i kampen om å tiltrekke seg publikum. Etterspørselen etter norsk TV-drama er høy, og har en prominent plass hos alle de store TV-kanalene, så vel som abonnementsbaserte tjenester (S-VOD). Med lineær TV i fritt fall skjer det en forflytning til nettbasert tilbud og konsum, og i denne overgangen er TV-drama den sterkeste bevegelse (Sundet, 2021).

## Monster inntar dramatronen

På slutten av 2010-tallet var de ledende selskapene innen dramaproduksjon Rubicon og Monster.<sup>1</sup> Av disse to fremstår Monster som det selskapet med størst aktivitet og mest suksess blant de norske produksjonsselskapene som befattet seg med TV-drama. Monsters satsing på tidlig 2010-tallet ble en blandet affære. *Halvbroren* var en suksess blant kritikere og publikum, men satte også selskapet økonomisk på prøve. Imidlertid la *Halvbroren* også grunnlaget for et fruktbart samarbeid mellom produsent Håkon Briseid, regissør Per Olav Sørenssen og manusforfatter Mette Bølstad. Samarbeidet mellom disse tre fortsatte noen år senere, da med miniserien *Nobel* (2016), om Norges engasjement i Afghanistan, som ble en av de mest kritikerroste seriene i Norge.

Mens *Halvbroren* og *Nobel* ble vist på NRK, var TV2 bestillende kanal for *Grenseland* (2017). Etter sigende var serien en av de dyreste dramaproduksjonene som hadde blitt laget i Norge. Deler av finansieringen sikret Monster seg gjennom den såkalte insentivordningen, en ordning som skal sikre at produksjoner med en høy andel utenlandsk kapital skal legge deler av innspillingen til Norge (Hauger, 2016). *Grenseland* ble produsert i samarbeid med det tyske selskapet Sky Deutschland, i tillegg til Netflix som kjøpte rettighetene til internasjonal distribusjon.

Samarbeidet med Netflix om *Grenseland* var bare en begynnelse. Under filmfestilvalen i Berlin i 2019 kunngjorde Netflix nye originalserier, blant annet horror-komedien *Blodspor*, produsert av Monster. Et par måneder senere ble det meldt om enda en serie med Netflix som samarbeidspartner, og med israelske co-produsenter, *The Girl from Oslo* (Dahl, 2019).

Disse eksemplene gir et godt bilde av Monsters produksjonsvirksomhet innen TV-serier, med en rekke dramaserier rettet mot de største aktørene. Til tross for at de fleste TV-produksjonene Monster er engasjert i er kommersielle, har selskapet også vist seg villig til å ta sjansen på kunstnerisk usikre prosjekter som *Unge lovende* (2015), vist på NRKs ungdomskanal P3/NRK3, med Siri Seljeseth som serieskaper. Det tok en god stund før serien fant et større publikum, men den opparbeidet seg et solid omdømme, og har etter

---

1 For en drøftelse av Rubicon, se (Bakøy, 2016).

hvert fått fire sesonger. Og i 2013, samme år som *Halvbroren*, samarbeidet Monster også med VGTV om et nettbasert drama i kortformat, *Å begrave en hund*, som et kull nyutdannede fra Den norske filmskolen sto bak.

På slutten av 2010-tallet utforsket Monster stadig nye dramatiske formater. Da kom deres første produksjoner innen true crime-dokumentarsjangeren, i form av to suksessfulle dokumentarserier. *Gåten Orderud* fulgte de mange sporene i det som vel er den mest omtalte mordsaken i Norge, Orderud-saken fra 1999. Serien ble vist på NRK, mens VG fulgte opp med en serie artikler. VG var også samarbeidspartner på *Drapet i Holmenkollen*. Dokumentarserien dekket et uopplart mordmysterium fra 1974, og ble vist på TVNorge og på strømmetjenesten Dplay. Det vakte også oppsikt at *Drapet på Holmenkollen* fikk internasjonal distribusjon som en Sundance Now original, med tittel *The Oslo Killing* (White, 2018).

Eksemplene som er nevnt så langt representerer de mest fremtredende titlene til Monster på 2010-tallet, men selskapet har i tillegg en lenger liste med titler i sin portefølje. Dramaproduksjonen dekker flere forskjellige sjangere, et stort spenn i budsjettstørrelse og serieformat. De har produsert for både NRK og TV2, i tillegg til flere av de rent kommersielle kanalene, og dessuten internasjonale aktører som Netflix. I 2018 mottok Monster en million kroner fra NFI-ordningen rammetilskudd, som blant annet er med på å gjøre det mulig å ha en rekke prosjekter i ulike faser av utvikling og produksjon. I tiden etter det første store dramaproduksjon, *Halvbroren*, har Monster vokst til å bli det ledende produksjonsselskapet for TV-dramatikk.

I tillegg til å produsere TV-drama er Monster et av de ledende selskapene innen formatbasert TV-produksjon og underholdningsprogrammer. Denne delen av virksomheten overgår dramaproduksjonen med god margin, og utgjør selskapets største aktivitet. 2013, året de produserte *Halvbroren* kan stå som et eksempel. Blant de ledende programmene i form av seertall og omtale kan nevnes kjendis-konkurransen *Skal vi danse* (TV2), talkshowet *Senkveld med Thomas og Harald* (TV2), dokusåpen *Hellstrøm rydder opp* (TV3) og sangkonkurransen *Stjernekamp* (NRK) (både *Halvbroren* og *Hellstrøm rydder opp* vant Gullruten dette året, mens *Senkveld* var nominert).

## TV-selskaperenes fordel

Den sterke veksten innen produksjon av TV-drama kan illustreres med søknadsaktiviteten til NFIs tilskuddsordning, for perioden 2013 til 2019. I 2013 hadde det eksterne produksjonsmiljøet fått økt innpass hos NRK, og de dominerte Gullruten. NRK hadde fått ny dramasjef, og Netflix hadde etablert seg i Norge og med det gitt nye seervaner. Dette året var det 28 søknader om tilskudd til dramaserier hos NFI. Syv år senere, i 2019, var antall søknader om tilskudd 69, det vil si en vekst på nesten 250 prosent (se Tabell 8.3).<sup>2</sup>

**Tabell 8.3**

*Søknader om tilskudd til dramaserie*

Antall søknader – tilskudd til dramaserie (produksjon og utvikling), NFI						
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
28	24	46	43	71	75	69

Sammenlikner man filmproduksjonsbransjen og TV-produksjonsbransjen, ser man også klare forskjeller i aktivitetsnivået. I sin studie av produksjonslandskapet til den norske filmbransjen har Jo Sondre Moseng (2016) identifisert de største og mest aktive selskapene. Basert på antall søknader og tilskudd til spillefilmproduksjon, for perioden 2011–2014, er disse fem selskapene de største: 4 ½, Maipo, Motlys, Friland og Paradox. Hvis vi benytter de samme kriteriene og ser på tilskuddsordningen for dramaserier, kan vi sammenlikne de fem store filmproduksjonsselskapene med noen av de mest aktive TV-produksjonsselskapene fra samme periode: Monster, Rubicon, Nordisk Film & TV, Feelgood og Fabelaktiv. Søknadene gjelder for både utvikling og produksjon, og gir en pekepinn på aktivitetsnivået i produksjonsselskapene. I perioden 2013 til 2019 hadde de fem store filmselskapene til sammen 45 søknader, fordelt på 30 titler (se Tabell 8.4). TV-selskapene hadde mer enn dobbelt så høy søknadsaktivitet i samme periode; 97 søknader fordelt på 62 titler.

<sup>2</sup> Takk til Norsk filminstitutt som har gjort informasjon fra søknadsdatabasen tilgjengelig.

**Tabell 8.4***Antall søknader om tilskudd til dramaserier, fordelt på film/TV*

Søknader, tilskudd til dramaserier (2013–2019), NFI			
Filmproduksjonsselskap (5 store)		TV-produksjonsselskap (5 store)	
Antall søknader	Antall titler	Antall søknader	Antall titler
45	30	97	62

Bildet endrer seg noe hvis vi tar utgangspunkt i vinnerne av Gullruten, i perioden 2013 til 2019. Dette gir et litt annet utvalg. Fire tradisjonelle filmproduksjonsselskap har vunnet Gullruten for beste dramaserie: Maipo, Motlys, Tordenfilm og Filmkameratene. Disse fire selskapene hadde til sammen 60 søknader om tilskudd til dramaserie, fordelt på 38 titler (se Tabell 8.5). To TV-produksjonsselskap har vunnet Gullruten for beste dramaserie, Monster og Rubicon. Disse to selskapene hadde til sammen 69 søknader fordelt på 49 titler. Fremdeles er aktiviteten størst i de to TV-produksjonsselskapene, sammenliknet med de fire filmproduksjonsselskapene. Men fordelingen mellom filmbransjen og TV-bransjen er noe jevnere ved denne sammenlikningen.

**Tabell 8.5***Antall søknader om tilskudd til dramaserier, Gullrutevinnere, film/TV*

Søknader, tilskudd til dramaserier (2013–2019), NFI			
Filmproduksjonsselskap (Gullrutevinnere)		TV-produksjonsselskap (Gullrutevinnere)	
Antall søknader	Antall titler	Antall søknader	Antall titler
60	38	69	49

Hva kommer det så av at TV-produksjonsselskap er i overtall sammenliknet med filmproduksjonsselskap når det kommer til produksjonsvolum av dramaserier? Tre mer eller mindre sammenhengende faktorer kan bidra til å forklare hvorfor TV-drama i stor grad produseres av TV-selskap. Disse faktorene peker mot noen grunnleggende trekk ved den norske filmproduksjonsbransjen

og TV-produksjonsbransjen. Det er noen grunnleggende vesensforskjeller mellom et typisk filmproduksjonsselskap og et TV-produksjonsselskap, og dette har med *selskapsstørrelse*, *økonomisk risikohåndtering* og *etablert bransjekunnskap* å gjøre. De to første faktorene angår evne til omstilling og stor-driftsfordeler, blant annet som følge av en vertikal produksjonsmodell (Doyle, 2002). Den siste faktoren har med produksjonskultur å gjøre.

### Selskapsstørrelse

En vesentlig faktor er produksjonsomfang og selskapsstørrelse. De fleste norske filmselskap produserer i gjennomsnitt mindre enn én film på årlig basis, hvilket også innebærer at de som regel har et prosjekt i produksjon ad gangen. Hver enkelt filmproduksjon er som en mellomstor midlertidig bedrift. Når produksjonen er over går selskapet tilbake til noen få nøkkelpersoner, inn-til neste produksjon. Det å skulle gå inn i en TV-dramaproduksjon krever en omfattende oppbemanning som flere av filmselskapene i liten grad har ressurser til å imøtekomme, hvis de i tillegg også skal produsere spillefilmer. Det er talende at de filmselskapene med høyest produksjonsaktivitet – med i gjennomsnitt flere enn én film i året, slik som Maipo og Motlys – er de filmselskapene som også har spredt virksomheten til å dekke dramaproduksjon i tillegg. De befinner seg altså nokså regelmessig i produksjonsberedskap. Det bør også nevnes at disse to filmselskapene også var blant de første til å produsere TV-drama, Maipo allerede på midten av 2000-tallet med *Ran* for TV2 (2005).

For TV-produksjonsselskap derimot, er de gjennomgående betydelig mer robust enn filmproduksjonsselskap, både med tanke på økonomisk lønnsomhet og størrelse. Omtrent fem ganger så mange personer er sysselsatt innen TV-produksjon, sammenliknet med spillefilm. Samtidig er de ansatte innen TV-produksjon fordelt på omtrent halvparten så mange produksjonsselskap som det er i filmbransjen. Både TV-produksjonsselskap og filmproduksjonsselskap baserer seg på innleide prosjektmedarbeidere, men denne andelen er høyere per fast ansatt for filmproduksjon enn for TV-produksjon.<sup>3</sup> Ser man på

---

3 Denne beskrivelsen baserer seg på rapporten «Åpen framtid – en utredning om økonomien og pengestrømmene i filmbransjen» (Ryssevik, et al., 2014), som inneholdt statistikk over selskapsstørrelse innen film- og TV-bransjen, samt fordelingen av produksjonsvolum for film. Disse tallene har ikke blitt oppdatert siden, men de gir trolig et representativt bilde av dagens forhold.

størrelse, er Monster et stort produksjonsselskap, og flerfoldig ganger større enn de største filmselskapene. Monster håndterer regelmessig en rekke store produksjoner, og en del av disse krever kompleks planlegging, store ressurser, og absolutte tidsfrister. Og selv om en dramaserie er svært forskjellig fra et talentshow, og økonomisk mye mer utfordrende, så har Monster god erfaring med store produksjoner. De håndterer kontinuerlig bemanninger og kontrakter i et stort omfang, kombinert med prosjektoppfølgning. For et mindre selskap med noen få nøkkelpersoner, slik mange filmselskap er, er omstillingen til store produksjoner svært ressurskrevende.

### **Økonomisk risikohåndtering**

Det foregående poenget har også sammenheng med økonomiske ressurser mer generelt. De aller fleste filmselskap har tradisjonelt vært helt avhengige av tilskudd fra Norsk filminstitutt til både utvikling og produksjon. TV-selskapene på sin side har ikke hatt bindinger til statlig finansieringskilder. De siste årene har riktignok TV-selskapene lyktes med å hente finansiering fra ordningen for dramaserier. Denne ordningen er imidlertid som tidligere nevnt annerledes i sin innretning sammenliknet med tilskuddsordningene til film, ved at den primært er rettet mot utvikling (som regel gis dette kun hvis TV-selskapene allerede er inne med en andel), og tilskudd til produksjon – som er nokså begrenset hvor mange som mottar – dekker som regel ikke mer enn 10–15 prosent av budsjettet.

Det kan virke som om TV-selskapene, selv uten tilskudd fra NFI, er i langt større grad er villig til å gå videre med produksjon enn det filmselskapene er. Det koster å utvikle et prosjekt før det inngås en avtale med en TV-kanal, og TV-kanalen vil sjelden fullfinansiere produksjonen. Da er man avhengig av å hente inn andre inntekter, for eksempel gjennom salg av internasjonale rettigheter.<sup>4</sup> Fordelen med å være et stort selskap, med en spredning i produksjonen, er muligheten til å flytte penger mellom prosjektene om nødvendig, enten som midlertidig finansiering eller for å dekke inn eventuelle tap.

---

4 Et illustrerende eksempel på at Monster lykkes ekstra godt med å finansiere sine drama-produksjoner, er at daværende eksekutiv produsent, Håkon Briseid, holdt masterclass med tittel «ABC til finansiering» på fagdagen til Nordiske seriedager i 2019. I salen satt produsenter fra flere av de etablerte filmproduksjonsselskapene.

På den måten unngår man å bremse fremdriften i prosjektet, med å stoppe opp produksjonen mens man venter på tilskudd fra NFI.

### **Etablert bransjekunnskap**

Et siste poeng angår en vesentlig forskjell når det kommer til å produsere TV-drama og kinofilm. Førstnevnte produseres på oppdrag, mens sistnevnte er rettet mot et marked. Med sin brede produksjonskatalog innenfor mange forskjellige formater er Monster godt kjent i korridorene og møterommene til TV-selskapene. De har lang erfaring med å pitche og forhandle med kanalenes ledersjikt, og de vet hvordan disse beslutterne tenker og hva som er viktig for dem. Og ikke minst er de vant med å ha regelmessige oppfølgingsmøter med beslutningsansvarlige underveis i produksjonen, og inntar en lyttende holdning til kanalenes innspill og synspunkter. Som største investor har kanalen et naturlig ønske om å være involvert. Sett fra kanalens ståsted er det betryggende å kunne følge utviklingen i nært samarbeid med produksjonsselskapet. Å produsere på oppdrag betyr også at produksjonsselskapet leverer i henhold til oppsatt budsjett, og til avtalt tid.

For et filmselskap derimot, er innblanding i kunstneriske bestemmelser uvanlig, og det å kunne ta løpende avgjørelse som angår budsjettets størrelse er en vesentlig del av utøvelsen av produsentrollen. En filmprodusent er godt vant med å forholde seg til innspill fra samarbeidspartnere og investorer. Men det er en klar forståelse av at produsenten har det avgjørende ordet, og ved en eventuell interessekonflikt ser man seg om etter andre partnere. Den muligheten ligger ikke der for TV-drama, der har TV-kanalen (eller strømmetjesten) det avgjørende ordet som hoved-finansiør. Ved en eventuell konflikt er det kun to alternativer: enten å gi etter eller å forsøke å selge produksjonen til en annen TV-kanal. Så fra en filmprodusents ståsted kommer dramaproduksjon med en rekke bindinger.

### **«TV» – en forstavelse med betydning**

Gjennom 2000-tallet, og særlig 2010-tallet, har norsk TV-drama gått gjennom en stor omveltning. Fra å være lite synlig på sendeflaten på TV, har norsk TV-drama nå fått en fremskutt plass på en rekke flater, både hos tradisjonelle TV-kanaler, hos strømmetjenester og på andre digitale plattformer.

Der man tidligere kunne skille tydelig mellom en filmproduksjonsbransje og en TV-produksjonsbransje, favner dramaproduksjon begge disse bransjene, samtidig som det i volum og omsetning like gjerne kan betraktes som en egen bransje.

Sett utenfra skulle man tro at dramaproduksjon er en arena der filmselskap kunne utfolde seg i stort monn. Dramaformatet ligger nært film i uttrykksform og produksjonsmåte. Konkurransen fra TV-produksjonsselskap var dessuten svak da insentivene for å produsere TV-drama ble introdusert. Imidlertid er filmbransjen og TV-bransjen svært forskjellige når det kommer til struktur og økonomi, og det å skulle produsere for kinosalg og for TV-visning er helt forskjellige forretningsmodeller. Det dramahistorien viser, med *Monster* som hovedeksempel, er at forstavelensen «TV» i TV-drama fremdeles har stor betydning.

## Referanser

- Agger, G. (2020). *Det grænseløse TV-drama. Danskhed og transnationalitet*. Samfundslitteratur.
- Alexander, M. S. (2006). The Media Ecology Perspective. *The Review of Communication*, 6(4), 365–368. <https://doi.org/10.1080/15358590601037225>
- Aune, O. (2013, 17. juni). Han blir NRKs nye dramasef. NRK. <https://www.nrk.no/kultur/han-blir-nrks-nye-dramasef-1.11084403>
- Bakøy, E. (2016). På innsiden av et produksjonsselskap. Organisasjonskulturen i Rubicon TV. I E. Bakøy, T. Helseth & R. Puijk (Red.), *Bak kamera. Norsk film og TV i et produksjonsperspektiv*. Opplandske bokforlag
- Baltruschat, D. (2010). *Global Media Ecologies. Networked Production in Film and Television*. Taylor & Francis.
- Bromark, S. & Semmingsen, I. (2011, 6. januar). Regissør refser NRKs dramasef. *Dagsavisen*. <https://www.dagsavisen.no/kultur/2011/01/06/regissor-refser-nrks-dramasef/>
- Dahl, H. F. (2004). *Mediehistorie*. Cappelen Damm.
- Dahl, J.-P. (2019, 9. mai). TV2 og Netflix går sammen om TV-serie med Oslo-avtalen fra 1993 som bakteppe. *TV2*. <https://kommunikasjon.ntb.no/pressemelding/TV-2-og-netflix-gar-sammen-om-TV-serie-med-oslo-avtalen-fra-1993-som-bakteppe?publisherId=13318709&releaseId=17864453>
- Doyle, G. (2002). *Understanding Media Economics*. Sage.
- Egerton, G. P. & Jones, J. P. (Red.) (2008). *The Essential HBO Reader*. University of Kentucky Press.
- Ellis, J. (1988). *Visible Fictions. Cinema: Television: Video*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203132647>
- Elnan, C. & Østrem, V. (2012, 7. mars). Erobreren kostet NRK 100 millioner kroner. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/kultur/i/mR4y0/erobreren-kostet-nrk-100-millioner-kroner>
- Engelstad, A. (2005). Bruddenes lange linje: Norsk filmforvaltning gjennom to tiår. *Nordicom Information*, 2(2005), 17–26.
- Engelstad, A. (2022). Norsk TV-drama. I G. Agger, M. Nørgaard Kristensen, P. Jauert & K. Schröder (Red.), *Medie- og kommunikationsleksikon*. Samfundslitteratur. <https://www.medieogkommunikationsleksikon.dk>
- Erdal, I. J. (2003a, 3. mars). En pott til begjær. *Rushprint*. <https://rushprint.no/2003/03/en-pott-til-begjaer/>
- Erdal, I. J. (2003b, 3. mars). NRK er ikke lukket. *Rushprint*. <https://rushprint.no/2003/03/hva-skjer-i-nrk-drama/>
- Film & kino. (u.å.). *Årbøker*. <https://www.kino.no/incoming/article1294921.ece>
- Flyvbjerg, B. (2006). Five Misunderstandings of Case-Study Research. *Quality Inquiry*, 12(2), 219–245.
- Furuly, J. G. (2013, 5. januar). Unison kritikerhyllest av Halvbroren. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/kultur/i/Wb6pk/unison-kritikerhyllest-av-halvbroren>

- Hammond, M. & Mazdon, L. (Red.) (2005). *The Contemporary Television Series*. Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.3366/edinburgh/9780748619009.001.0001>
- Hauger, K. K. (2016, 13. desember). Topper Valkyrie-budsjett med nytt TV2-drama. *Kampanje*. <https://kampanje.com/medier/2016/12/TV-2-klar-med-ny-drama-storsatsing/>
- Henriksen, A. (2006, 19. juni). Vil ha manuslandslag. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/kultur/i/L1rAR/Vil-ha-manuslandslag>
- Ighanian, G. C. (2012, 17. januar). «Lillyhammer» først på NRK likevel. *VG*. <https://www.vg.no/rampelys/TV/i/vaO7V/lilyhammer-foerst-paa-nrk-likevel>
- Johnsen, L. W. (2004, 9. november). Norsk Emmy i 2007. *Dagsavisen*. <https://www.dagsavisen.no/kultur/2004/11/09/norsk-emmy-i-2007/>
- Køhn, I. (2010, 29. november). – NRK må spise dramaprofilen. *Rushprint*. <https://rushprint.no/2010/11/nrk-ma-spisse-dramaprofilen/>
- Larsen, V. (2006, 5. juli). TVNorge- hesten. *Dagbladet*. <https://www.dagbladet.no/kultur/tvnorge--hesten/66230419>
- Lavik, E. (2015). Forfatterskap i TV-drama. Universitetsforlaget. <https://doi.org/10.18261/9788215026466-2015>
- Lismoen, K. (2010, 18. november). En bastion for fall. *Rushprint*. <https://rushprint.no/2010/11/en-bastion-for-fall/>
- Lotz, A. (2018). Evolution or Revolution? Television in Transformation. *Critical Studies in Television*, 13(4). <https://doi.org/10.1177/1749602018796757>
- Lotz, A. & Newcomb, H. (2012). The Production of Entertainment Media. I K. Bruhn Jensen (Red.), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies* (2. utg.). Routledge.
- MacCabe, J. & Akass, K. (Red.) (2007). *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. IB Taurus. <https://doi.org/10.5040/9780755696376>
- Moseng, J. S. (2016). Produksjonslandskapet i norsk film. I E. Bakøy, T. Helseth & R. Puijk (Red.), *Bak kamera. Norsk film og TV i et produksjonsperspektiv*. Opplandske bokforlag.
- Norsk filminstitutt. (2019). *Årsrapport 2019*. <https://www.nfi.no/statistikk/statistikk-analyse-og-rapporter>
- NRK. (2009). Eksterne produksjoner. Katalogen 2009. [https://info.nrk.no/wp-content/uploads/2021/05/NRKEksternprod\\_kat\\_A4\\_LR.pdf](https://info.nrk.no/wp-content/uploads/2021/05/NRKEksternprod_kat_A4_LR.pdf)
- NRK. (2012). Eksterne produksjoner. Katalogen 2012. <https://info.nrk.no/wp-content/uploads/2021/05/NRKLista2012.pdf>
- NRK. (2019). Eksterne produksjoner. Katalogen 2019. [https://info.nrk.no/wp-content/uploads/2021/05/NrkLista2019\\_NETT.pdf](https://info.nrk.no/wp-content/uploads/2021/05/NrkLista2019_NETT.pdf)
- Ryssevik, J., Dahle, M., Høgestøl, A. & Myhrvold-Hansen, T. (2014). *Åpen framtid – en utredning om økonomien og pengestrømmene i filmbransjen*. ideas2evidence. <https://www.ideas2evidence.com/sites/default/files/Aapen%20framtid%20-%20rapport2.pdf>
- St.prp nr. 1. (2002–2003). *For budsjetterminen 2003*. Kultur- og kirke departementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/stprp-nr-1-2002-2003-/id206810/>
- Sundet, V. S. (2016). Den private TV-industrien i Norge. En medieøkologisk produksjonsanalyse. I E. Bakøy, T. Helseth & R. Puijk (Red.), *Bak kamera. Norsk film og TV i et produksjonsperspektiv*. Opplandske bokforlag.

- Sundet, V. S. (2021). *Television Drama in the Age of Streaming*. Springer.
- Sætre, M. & Plassen, P. H. (2005, 22. august). Om Emmy 2007. NRK. <https://www.nrk.no/kultur/om-emmy-2007-1.2896744>
- White, P. (2018, 12. oktober). *Sundance Now partners on major Scandinavian true crime series «The Oslo killing»*. *Deadline*. <https://deadline.com/2018/10/sundance-the-oslo-killing-1202481455/>

