

Kristine Jørgensen

Mellom næring og kultur: en studie av norsk spillpolitikk

Abstract

As a new cultural industry, digital game development is located between the sectors of culture and trade. While Norwegian game development is defined today as a matter for the Ministry of Culture, the industry is asking for a more holistic policy that includes trade policies. This article discusses Norwegian game policies with point of departure in research interviews with four Norwegian game developers and argues that trade policies are already included in the existing cultural policy

Keywords:

- game studies
- game industry
- cultural politics
- Norway

Som en ny kulturindustri står utviklingen av dataspill mellom kultursektoren og næringssektoren. Mens utviklingen av spill i Norge i dag er definert som et kulturpolitisk anliggende, etterlyser bransjen en mer helhetlig politikk som også inkluderer næringspolitiske overveielser. Denne artikkelen diskuterer norsk spillpolitikk med utgangspunkt i intervjuer med fire norske spillutviklere og argumenterer for at det allerede er næringspolitiske orienteringer inkludert i den eksisterende kultursatsingen for digitale spill.

Norsk spillbransje er i utvikling, og spillutviklarmiljøer etablerer seg flere steder i landet. Håpefulle spillutviklere samler seg i inkubatormiljøer, på Game Jams og til månedlig «Utviklerøl» flere steder i landet, og dokumenterer en enorm optimisme blant selskapene. Samtidig har Kulturdepartementet økt støtten til interaktive produksjoner, og dette sammen med at andre finansieringsmuligheter også åpner seg, har skapt en sterk tro på at man i en nær fremtid skal kunne leve av å utvikle dataspill i Norge.

Til tross for denne optimismen uttrykker utviklere frustrasjon over det de ser på som en lite helhetlig spillpolitikk som ikke tar høyde for de næringspolitiske aspektene ved etableringen av en ny norsk bransje. I denne artikkelen vil jeg med utgangspunkt i intervjuer med representanter for fire norske spillfirmaer vise at det er en spenning mellom kultur og næring i norsk spillbransje. Jeg vil argumentere for at til tross for at spillpolitikken formelt er definert som kulturpolitikk, ligger det også næringspolitiske føringer i denne. Jeg vil vurdere hvorvidt den eksisterende spillpolitikken er hensiktsmessig med tanke på spenningen mellom kultur og næring, og peke på at økono-

miske insentiver ikke er de eneste virkemidlene som er til rådighet når det gjelder å støtte fremveksten av en bransje basert på kulturelle premisser.

Med utgangspunkt i at kunnskap om spillbransjens utfordringer blir best forstått av bransjen selv, gjennomførte jeg forskningsintervjuer med representanter fra fire ulike norske spillselskap. Respondentene ble valgt ut på grunnlag av å ha forskjellig erfaring og å operere i ulike segmenter av spillbransjen. Felles for alle er at de har mottatt kulturstøtte til spillutvikling fra Norsk Filminstitutt. Utvalget gjenspeiler også variasjonen blant norske spillutviklere. *Funcom* representerer norsk suksess internasjonalt, og reflekterer samtidig den tradisjonelle internasjonale spillbransjen. De kan ses som et etablert internasjonalt selskap med relativt stabil inntekt (Sandqvist 2010:224). *Minimedia* utvikler barnespill på norsk og er dermed direkte i målgruppen for kulturstøtten. Etter flere utgivelser og økonomiske vanskeligheter har de imidlertid bestemt seg for å gi opp den profesjonelle driften av selskapet. I tillegg er *Hyper Interaktiv* valgt fordi dette er et kommunikasjonsbyrå som tilbyr spillutvikling som en av flere aktiviteter. Mens spillutviklingen deres er beregnet til 30 prosent av total aktivitet, er de et selskap som har en stabil inntekt grunnet andre aktiviteter. *D-Pad* er valgt på bakgrunn av at dette er et nystartet selskap med begrenset erfaring. De har lyktes med å få innvilget delfinansiering til to spill, men er fortsatt i en kritisk fase (Sandqvist 2010:222). To av intervjuene ble utført i selskapenes lokaler, mens de to siste ble utført via telefon. I alle tilfellene var intervjuene semistrukturerte, slik at det var mulig for oppfølgings spørsmål, og respondentenes mulighet til å snakke fritt rundt temaene ble vektlagt.

Bakgrunn

Det er anslagsvis 73 aktive selskap som definerer utvikling av digitale spill som del av sin kjerneaktivitet i 2012. De aller fleste selskapene er små selskap med inntil 5 ansatte, og rundt halvparten er enkeltmannsforetak. Kun et fåtall selskap har over 10 ansatte. Rundt regnet er det 300 personer som jobber med spillutvikling i Norge på heltids- eller deltidbasis. Dermed består bransjen i dag i stor grad av nystartede selskap som utvikler spill i liten skala, fortrinnsvis nettbaserte spill og for mobile plattformer, men det er også et visst fokus på digital distribusjon via de proprietære spillkonsollenes nettverkstjenester. Mange IT-selskap og kommunikasjonsbyrå har også definert spillutvikling som en sekundæraktivitet, og flere av de mer etablerte selskap har hatt en profil rettet mot utviklingen av barnespill (Jørgensen 2009, Jørgensen og Tharaldsen 2012, Ryssevik og Vaage 2012).

Den norske spillbransjen er et lite studert felt til tross for relativt stor medieoppmærksomhet og en aktiv kulturpolitikk. Når det gjelder akademisk litteratur om norsk bransje, er denne begrenset til min tidligere oversiktsartikkel som skisserer opp bransjens særlige utfordringer (Jørgensen 2009). Heller ikke den nordiske bransjen for øvrig har blitt studert inngående. Unntak er Saarikoski og Suominens

historiske analyse av spillindustrien i Finland (2009), og Ulf Sandqvists arbeid om spillbransjens historiske utvikling i Sverige (2010, 2012). Ettersom denne artikkelen diskuterer de kulturpolitiske rammene for norsk spillutvikling, har disse begrenset overføringsverdi. To artikler med større relevans er Kjetil Sandviks artikkel om en kulturpolitisk strategi for digitale spill i Norden (2007) og Rune Klevjers bidrag som utforsker hvorfor digitale spill er et kulturpolitisk anliggende (2008). I tillegg er Graber og Burri-Nenovas antologi om regulering og kulturelt mangfold innen digitale spill fra et juridisk perspektiv (2010) av relevans og vil få relativt stor oppmerksomhet i denne artikkelen. Det er viktig å vektlegge de kulturpolitiske rammene for norsk spillbransje for å sørge for en forståelse av hvordan støtteordningene oppfattes og i hvilken grad de virker etter hensikten. Gjennom dette perspektivet svarer også artikkelen på det akutte behovet for mer kunnskap på området, og sørger for en kvalitativ og bransjenær forståelse av problemstillingene norske spillutviklere står overfor.

Til tross for lite forskning på nordisk spillbransje har det i løpet av de siste ti årene imidlertid vært utført utredningsarbeid både i Norge, Danmark, Sverige og Finland (Albinson & Bergum 2003, Astudillo 2008, Eskelinen 2005, Fjellman & Sjøgren 2000, Frank 2000, Frydenlund 2004, KKD 2008, Kofler & Fønnesbech 2002, Neogames 2006, 2011, Strömbäck 2007, Svendsen & Camre 2005). Mens Nordisk Ministerråds spillprogram reflekterer det mest omfattende arbeidet (Nilsson & Robertson 2008, Robertson 2004, 2005) har også nasjonale myndigheter og bransjeorganisasjoner vært med på å forme politikken. Mange av de tidligste rapportene omhandler bruk av digitale spill, men illustrerer de første skrittene mot en offentlig forståelsesramme for spill. Uten de tidligste offentlige utredningene om spill og vold (Asbjørnson et al. 1998, Karlsen 1998) samt kartlegging av hvordan spill konsumeres av hvem (Fjellman & Sjøgren 2000, Frank 2000), ville man ikke kommet til forståelsen av at spill også er av kulturell interesse i tillegg til å være underholdning.

I 2002 skjøt utviklingen av norsk spillpolitikk fart da daværende barne- og familieminister Laila Dåvøy politianmeldte *Grand Theft Auto 3* på grunn av voldelig innhold (Sandvik 2007:71) og meldte at departementet ville vurdere en konsesjonsordning for dataspill (KKD 2003). Bakgrunnen for denne tidlige politikken var et paternalistisk syn som understreket ønsket om å beskytte barn og unge mot voldelig innhold, knyttet opp mot en viss grad av puritanisme sett i lys av den daværende KrF-regjeringen (Mangset 2001:43). Selv om utgangspunktet for spillpolitikken kan knyttes opp til ønsket om å beskytte barn mot spekulativt utenlandsk innhold, er det takket være denne debatten at vi i dag har offentlig norsk kulturstøtte. Dåvøy fikk støtte av kultur- og kirkeminister Valgerd Svarstad Haugland, og året etter ble det lansert en permanent tilskuddsordning som skulle sikre «barn og unges tilgang til ikke-voldelige dataspill med norsk språk og innhold» (KKD 2003). Med regjeringsskiftet endret også forståelsen av dataspill seg, og med et ønske om å fremme norsk spillutvikling iverksatte daværende kulturminister Trond Giske arbeidet som resulterte i Stortingsmelding 14 2007–2008 om dataspill. Stortingsmeldingen understreker den kulturpolitiske viktigheten ved å sikre et godt og variert audiovi-

sult kulturtilbud, der man særlig skal ivareta barn og unges tilgang til alternative produksjoner med norsk språk og innhold (KKD 2008:6), men peker også på den næringspolitiske viktigheten av å styrke bransjen gjennom å «skape arbeidsplasser», samt «økt innovasjon og kompetanseheving» (KKD 2008:54). På dette grunnlaget har kulturdepartementet videreført og utvidet støtteordninger for produksjon og lansering som administreres av Norsk Filminstitutt (NFI). Denne støtteordningen følger også Nordisk Ministerråds politikk og støtteordning for nordiske spill gjennom Nordisk Dataspillprogram, som understreker viktigheten av å beskytte nordiske opphavsrettigheter og eierskap (Robertson 2004:106).

Dagens spillpolitikk

Kulturdepartementets stortingsmelding om dataspill var en viktig offentlig erklæring av digitale spill som kulturprodukter, og gjennom målsetningene som ble skissert opp i denne tok kulturdepartementet klart eierskap over dataspill og legitimerte dermed muligheten for at spill som uttrykksform kan kvalifisere til offentlig støtte. Dette er også i tråd med Den europeiske føderasjonen for spillutviklings (EGDF) målsetninger for kulturpolitikk i EU (EGDF 2011:3). Samtidig ble visse næringspolitiske aspekter antydnet, noe som følger utviklingen av norsk kulturpolitikk siden 1980-tallet (Bakke 2001a:15). Til tross for at denne sammenbindingen av kultur og næring er i tråd med fremveksten av en bransje basert på kulturelle produkter som på en og samme tid har kommersielt potensial, vil jeg i denne artikkelen vise at denne kombinasjonen også skaper visse konfliktlinjer som kan være forstyrrende når politikken skal utføres i praksis.

I dag finnes det i Norge én dedikert kilde til støtte for dataspillutvikling. Gjennom Norsk Filminstitutt (NFI) kan man søke om utviklingsstøtte og lanseringsstøtte til «interaktive produksjoner» (NFI 2010a). Utviklingsstøtten er et forhåndstilskudd som ikke må overskride 75 prosent av de totale utviklingskostnadene, og lanseringsstøtten som ble innført i 2010 (Bryne 2009), skal ikke overskride 50 prosent eller 2 millioner kroner av de totale lanseringskostnadene. Etter at intervjuene som utgjør grunnlaget for denne artikkelen ble utført, annonserte Kulturdepartementet en doblet bevilgning over en toårsperiode slik at NFI i 2013 vil ha 20 millioner kroner å bruke til utvikling og lansering av spill. Dette betyr ifølge daværende kulturminister Anniken Huitfeldt at enkeltprosjekter kan få mer støtte enn tidligere, mens det også blir rom for støtte i form av mindre summer til flere utviklere (Bryne 2011). Det er også mulig for spillutviklere å få for eksempel manusutviklingsstøtte og reisestipend gjennom NFIs generelle ordninger. I tillegg har norske spillutviklere fått noe støtte gjennom regionale filmfond, kommunene og Norsk Kulturråd (Jørgensen og Tharaldsen 2012:14), og det er også mulig å søke kulturstøtte fra Nordic Game Program (Nordisk Råd) og EØS-avtalens MEDIA-program (KKD 2008:53). Fra 2011 ble det også innført en innkjøpsordning for norske dataspill til bibliotekene (Kulturdepartementet 2010). Disse ordningene viser at det har

vært vilje til å etablere en særlig kulturstøtte, og det faktum at den har blitt utvidet flere ganger, viser et ønske om en politikk som er i samsvar med intensjonen om å skape flere kulturprodukter, og som samtidig er sensitiv til utviklingene i bransjen.

Når det gjelder de næringspolitiske målsetningene knyttet til å styrke bransjen, er det imidlertid ingen særordninger knyttet til spillutvikling. Flere selskap har imidlertid fått støtte gjennom mer generelle ordninger, eksempelvis gjennom regionale filmfond, og gjennom Innovasjon Norge, som blant annet har innvilget etablererstøtte, utviklerstøtte og risikolån. Også Skattefunn-ordningen, som er et fellesprosjekt mellom Innovasjon Norge og Norges Forskningsråd, og som gjør det mulig å få 20 prosent skattereduksjon på kostnader knyttet til utviklingsarbeid (NFR 2010:5), har blitt innvilget til selskap involvert i spillutvikling (Jørgensen og Tharaldsen 2012:14).

At kulturpolitikken formelt sett har blitt mobilisert i større grad enn næringspolitikken, skyldes flere faktorer. For det første er dette et definisjonsspørsmål, der spillpolitikken håndteres som en kulturpolitikk til tross for at den også innbefatter målsetninger knyttet til næringsutvikling. Som vi vil se under er det i tillegg overordnede internasjonale lovverk for konkurranse som begrenser næringspolitiske tiltak.

Hvorfor kulturpolitikk?

Siden 1980-tallet har kulturpolitikken vært preget av en blandingsøkonomi der kultursektoren i større grad har skullet basere budsjettene sine på egen inntjening enn på statlige subsidier (Bakke 2001a:15). Dette har gitt større rom for markedskreftene og dermed også kulturindustriene, som spillbransjen er en del av (Hesmondhalgh 2007:244). Kulturindustriene betegner en form for kulturproduksjon som tar utgangspunkt i industrielle eller kommersielle prinsipper (Hesmondhalgh 2007:12). Denne kombinasjonen av kultur og næring skaper en potensiell konflikt knyttet til hvordan disse bransjene skal håndteres politisk (Bakke 2001a:20, Graber 2010:179, Pratt 2005:31). Konflikten beror i at kultur og næring oppfattes som to ulike samsfunnssektorer med ulike karakteristikk og ulike behov. Mens næringslivet baserer seg på omsetning av kommersielle produkter som i prinsippet skal kunne klare seg selv på markedet, mottar kulturprodukter offentlig støtte basert på tanken om at kultur er berikende for mennesket, viktig for nasjonalidentiteten og et gode som alle har rett på, men som ikke kan klare seg på markedet uten hjelp (Bakke 2001a:20, Graber 2010:179, Kerr 2006:45, Mulcahy 2001:4, Pratt 2005:37–38).

Også når det gjelder digitale spill, er det en slik konflikt mellom hvorvidt disse skal forstås som et næringspolitisk eller kulturpolitisk anliggende (Pratt 2005:33). For mange er det åpenbart at digitale spill skal falle innenfor næringssektoren, siden de er ment som kommersiell underholdning produsert innenfor markedskreftenes vilkår, og fordi de har potensial som en økonomisk og innovativ drivkraft (EGDF 2011:10–13). Ifølge internasjonale handelsavtaler kan man ikke gi diskriminerende støtte som skaper ubalanse i det kommersielle markedet, og ut fra

denne tankegangen er det mange som mener at det å gi kulturindustriprodukter som digitale spill offentlig støtte, er en urettmessig manipulering av markedet (Pratt 2005:31-32). Innenfor EU-lovgivningen gis det imidlertid dispensasjon for støtte til kulturprodukter så lenge disse knyttes til kreativitet og konservering av europeisk kulturarv (Graber 2010:199–201).

EUs dispensasjon har en særlig relevans i mindre nasjoner som Norge, ettersom ikke bare de tradisjonelle kulturuttrykkene, men også de nasjonale kulturindustriene står i en utsatt posisjon. Det er utfordrende å skulle utvikle produkter basert på norsk kultur og språk og samtidig forvente at disse skulle kunne operere kommersielt på det nasjonale markedet. Selv på det globale markedet vil nasjonale kulturuttrykk komme til kort særlig på grunn av språk, men også siden nasjonal kulturarv generelt sett har en snever målgruppe. Ved å innføre en aktiv kulturpolitikk vil derimot disse få muligheten til å starte litt bedre rustet i konkurransen. Det er på bakgrunn av denne situasjonen at kulturprodukter som digitale spill kvalifiserer for offentlig støtte så lenge de bidrar til å fremme nasjonale kulturuttrykk. På denne måten er det tydelig at kulturpolitikk i seg selv ikke kun er subsidier som skaper ubalanse i markedet, men er ment å gjenopprette en balanse knyttet til kvalitet og mangfold.

Ut fra dette kan man skissere to overordnede argumenter for å gi støtte til kulturprodukter: Det *demokratiske* argumentet, som understreker at kultur er positivt for mennesket, viktig for nasjonalidentiteten og et gode som alle har rett på, og som også skal representere variasjon i både innhold, formidlingskanaler og bruk (Kerr 2006:45, Pratt 2005:37–38), og det *proteksjonistiske* argumentet, som understreker ønsket om kulturelt mangfold og behovet for konservering av kulturarven (Graber 2010:185, 200) til tross for at dette kan ses som en manipulering av markedet (Graber 2010:185, 200).

Begge disse argumentene er tydelige når det gjelder å definere norsk spillpolitikk som en kulturpolitikk. Stortingsmelding 14 2007–2008 om digitale spill peker eksempelvis på behovet for å demme opp mot det store utbudet av utenlandske spill og sørge for tilgang til norske produkter som ellers ikke kan klare seg selv på markedet (KKD 2007:78). I NFIs retningslinjer for interaktive produksjoner blir dermed målgruppen barn og unge eksplisitt nevnt. I tillegg vektlegges norsk språk og innhold, og at opphavspersonene har norsk tilknytning (NFI 2010a). Dermed er kulturpolitikken tydelig motivert av verdier knyttet til velferdsstaten, ettersom man tar høyde for et variert kulturtilbud som også er rettet mot barn og unge, en gruppe det er få gode produkter for på norsk.

Samtidig ligger det også en viss næringspolitisk agenda til grunn for politikken. Med bakgrunn i en blandingsøkonomisk tankegang er det ønskelig at spillselskap og andre kulturindustrier også skal kunne være næringsbedrifter; de skal kunne skape arbeidsplasser og bidra til økonomisk vekst. Dette tilsidige perspektivet kommer tydelig frem i Stortingsmelding 14 2007–2008 om dataspills doble målsetting om å konservere norsk kultur samtidig som man støtter opprustningen av en norsk spillbransje. Selv om det ikke er noen automatisk motsetning mellom kultur og næring, og ingen automatikk i det at kommersialitet utelukker kvalitet (Sand-

vik 2007:72), vil vi se at uklare avgrensninger av hvordan man skal forstå *kvalitet* og *gode kulturprodukter* skaper en konflikt knyttet til hvordan man skal forstå kravene for de offentlige støtteordningene og hva som egentlig oppfattes som støtteverdig. Vi vil også se at det faktum at stortingsmeldingen om dataspill antyder en næringspolitisk agenda og skaper forventninger om at næringspolitikken i større grad burde vært aktivert. I den følgende analysen av intervjuer med norske spillutviklere vil jeg vise at spillpolitikken oppfattes som ubalansert, og hvordan dette skaper en konflikt mellom kultur og næring i spillpolitikken. Samtidig vil jeg vise at denne kritikken er delvis uberettiget basert på det faktum at kulturpolitikken også inkluderer viktige næringspolitiske insentiver.

En evaluering av norsk spillpolitikk

Offentlige støtteordninger til dataspill er et viktig virkemiddel for norsk dataspillutvikling. Ifølge Produsentforeningens rapport mener 76 prosent av selskapene i undersøkelsen at støtten har en viss eller en stor rolle for at de skal oppnå sine mål (Jørgensen & Tharaldsen 2012:15). De fire selskapene som ble intervjuet i forbindelse med denne artikkelen, er også generelt positiv til støtteordningene og det faktum at det finnes kulturstøtte til digitale spill i Norge. Til tross for at selskapene har svært ulike behov, da de har ulik form for drift og er på ulike utviklingsstadier, er det generell enighet om at støtten har en viktig rolle, men på ulike områder avhengig av selskapets og prosjektets behov. Som kommunikasjonsbyrå har Hyper Interaktiv i mange år jobbet opp mot andre bransjer, og deres representant mener at det til sammenligning med disse ikke er samme krefter i sving for å skape en bærekraftig spillbransje. Dette er dermed den utvikleren som vektlegger behovet om en klarere næringspolitisk satsing sterkest. Også Minimedias representant ser dette som et behov, men er som produsent av barnespill svært opptatt av å skille det rent kulturpolitiske fra det rent næringspolitiske i forbindelse med spill. Deres representant skulle gjerne sett at NFI fungerte som et støtteorgan for barnespill på norsk, mens andre organer som eksempelvis Innovasjon Norge tok rollen som en agent for bransjeutvikling. Representanten for nykommeren D-Pad er fornøyd med å møte et kulturorgan som de opplever som profesjonelt og kunnskapsrikt, og beskriver en kulturstøtteordning som passer dem og andre små selskap godt. Men også deres representant mener at næringspolitikken er underutviklet. Funcoms representant tar til ordet for at kulturstøtten er et positivt initiativ, men at den har begrenset rekkevidde. Samtidig understreker han at det allerede finnes mange støtteordninger som spillutviklere kan benytte seg av, selv om de fleste ikke er øremerket og på generell basis benyttes mye mindre enn kulturstøtten.

Tanken om at kulturstøtten har særlig relevans for at små selskap og nykommere fremmes både D-Pad og Hyper Interaktiv, men Funcoms representant peker imidlertid på at støtten har betydning både for små og større selskap, men på ulik måte:

[Små selskap] får møte eksperter som kan gi dem feedback på prosjektene deres, de får fokusert tankene sine, de får faktisk satt en deadline, de får laget et budsjett og sånne ting. (...) Altså, det gjør at de overlever i det hele tatt. Mens for andre igjen, sånn som for Funcom, så gjør det at vi kan sette i gang noen prosjekter og lage en prototype som kan føre til andre ting (Funcom, 23. juni 2011).

For små selskap har støtten en mangesidig og grunnleggende rolle. Siden små selskap typisk ikke har stabil økonomi, fungerer støtten som en livbøye som sørger for at selskapet har et minimum av økonomisk kapital. Støtten har i den sammenheng også viktig administrativ og praktisk betydning ettersom selskapet samtidig får tilbakemelding på prosjektet og klare økonomiske rammer for arbeidet. For større selskap er det en mulighet til å starte opp bestemte prosjekter og fungerer dermed som en retningslinje for hvilke prosjekter som skal videreutvikles. Uavhengig av selskapets størrelse blir det å motta støtte en objektiv vurdering av hvilke prosjekter som har det rette kvalitetspotensialet. Siden støtten ikke er ment å være fullfinansiering hverken for små eller større selskap, fungerer støtten som et verktøy for myndighetene både når det gjelder å sørge for kvalitet og for å bygge en bransje: Det er et insentiv som skaper kvalitet ved å skille de gode prosjektene fra mindre gode prosjekter, og er samtidig en startkapital som hjelper mindre selskap et steg på veien.

I og med at støtten ikke er ment å være fullfinansiering av enkeltprosjekter, men skal fungere som igangsetter for prosjekter og startkapital for mindre selskap, er kanskje støttens viktigste rolle å promotere norske spillutviklere. Dette trekkes frem av Hyper Interaktiv og D-Pad, som understreker støttens rolle som *anerkjennelse* og *motivator*, to elementer som er viktig nettopp for å gjøre norske spillutviklere med synlige. I en situasjon der støtten ikke er ment som eneste finansieringskilde, fungerer støtten fra NFI som en viktig døråpner og et kvalitetsstempel:

Det at du kan gå til andre og si: Se her – andre folk enn oss har tro på denne ideen. (...) Og det tror jeg nok er – ikke avgjørende – men veldig viktig for å kunne gå til sponsorer (Hyper Interaktiv, 23. juni 2011).

Dermed blir støtten en referanse og en anbefaling som kan bidra til å tiltrekke seg nye sponsorer og samarbeidsavtaler. I tillegg til å understreke kvaliteten ved bestemte prosjekter, antyder myndighetene på denne måten at de ønsker at Norge skal ha en spillbransje ettersom selskapene gjennom støtten føler seg verdsatt. D-Pad understreker at støtten virker motiverende ved at selskapet føler at de blir tatt på alvor som spillutvikler og dermed må bevise at de er berettiget den tilliten og støtten de har fått:

Vi føler det at vi må presentere et produkt som skal legitimere den støtten vi har fått. Så du kan si at vi føler et visst press nå når vi har fått støtte. Vi kan ikke bruke evigheter på å gjøre ferdig et produkt, det må ut på et eller annet tidspunkt (D-Pad, 11. juli 2011).

Ved å fungere både som pisk og gulrot har støtten dermed en klar verdi i tillegg til det å gjøre det økonomisk mulig å gjennomføre et prosjekt. Den sørger for å skape

indre motivasjon hos selskapet, men er samtidig en «isbryter» som kan hjelpe til med å skaffe mer finansiering (Sandvik 2007:70).

Dette viser at støtten har en klar funksjon, og denne funksjonen ser også ut til å være i tråd med både den kulturorienterte og den næringsorienterte intensjonen bak støtteordningene. Siden NFIs støtte ikke fungerer som fullfinansiering, men som en startkapital til prosjekter, er dette i tråd med den næringspolitiske tanken om å bygge opp en bransje. Dersom prosjektene hadde blitt fullfinansiert, ville det ikke vært noen grunner for selskapene å henvende seg til andre investorer, og det ville dermed ikke fungert som et insentiv for utviklingen av en bærekraftig og selvhjulpent spillbransje. I stedet for at støtten blir en hvilepute som skaper et lukket og introvert spillutviklermiljø i Norge, skapes det motivasjon til å gå videre ut på det åpne markedet der man må konkurrere i inn- og utland mot andre gode prosjekter. Samtidig sikres både kvaliteten og det kulturelle innholdet gjennom NFIs retningslinjer for støt-teverdige prosjekter. På denne måten sørger støtteordningen for at det er mulig å skape produkter med kommersiell verdi, samtidig som kulturfokuset bevares.

Å satse på gode norske kulturprodukter

Som nevnt innledningsvis understreker stortingsmeldingen om digitale spill viktigheten av å sikre et godt kulturtilbud, og i tillegg understrekes ønsket om å styrke norsk spillbransje. Mens neste avsnitt vil diskutere målsetningen om å fremme spill som næring, vil jeg i dette avsnittet diskutere målsetningen om et godt kulturtilbud.

Jeg har allerede vist at kulturstøtteordningen er veletablert og oppleves som profesjonell. NFI på sin side opplever også at søkerne blir stadig mer profesjonelle, og prosjektene bedre (Ryssevik og Vaage 2012:12). Også i kravet til søknader om støtte til interaktive produksjoner vektlegger NFI kvalitet, og stortingsmeldingen peker også på at man ønsker å fremme «gode norske dataspill (...) av høy kvalitet» (KKD 2008:6), men nøyaktig hva dette betyr, er imidlertid uklart. Ifølge NFIs retningslinjer for støtte vurderes både «kunstneriske, produksjonsmessige, økonomiske, tekniske og markedsmessige kriterier», og for å nå til topps skal et prosjekt være av høy kvalitet ut fra alle disse kriteriene (NFI 2010a). På denne måten ser kvalitetsbegrepet ut til å være bredt og favne om både kulturelle og næringsmessige aspekter. Det er også viktig at produktet er et *kulturprodukt*, noe som defineres ut fra en liste der prosjektet må tilfredsstillende tre av fire egenskaper:

- 1 Manuskript eller litterært forelegg er originalskrevet på norsk eller samisk.
- 2 Hovedtemaet er knyttet til norsk historie, kultur eller samfunnsforhold.
- 3 Handlingen utspiller seg i Norge, et annet EØS-land eller Sveits.
- 4 Verket har vesentlig bidrag fra opphavsmenn eller utøvende kunstnere bosatt i Norge, et annet EØS-land eller Sveits. (NFI 2010a)

Dermed ser retningslinjene for hvilke prosjekter som kan søke, ved første øyekast relativt klare ut. Enkelte av kravene tar imidlertid lite hensyn til spill som mediefilm, og kan også være vanskelig å oppfylle i praksis. I mange tilfeller kan det for

eksempel være vanskelig å oppfylle kravet om at handlingen skal utspille seg «i Norge, et annet EØS-land eller Sveits». Ofte er spill satt i en ubestemt verden, og det er også mange spill – eksempelvis *Tetris* eller det norske *Wordfeud* – som ikke er satt i en verden i det hele tatt, noe som skaper ytterligere uklarhet omkring hvor handlingen utspiller seg. I tillegg er det vanskelig å sette en absolutt grense for hvilke tema som kan sies å være knyttet til «norsk historie, kultur eller samfunnsforhold». Når man ser på noen av de prosjektene som har fått støtte, som for eksempel D-Pads *Owlboy* (NFI 2012a) eller Hyper Interaktivs *Mogul* (NFI 2012b), er det for en utenforstående ikke åpenbart hvordan disse forholder seg til norske samfunnsforhold, og man må anta at dette kravet kan tolkes ganske liberalt.

At det er uklart hva som ligger i *kvalitet* og *gode kulturproduksjoner* gjør seg også gjeldende i uttalelsene fra selskapene som er intervjuet, og blir fortolket på ulike måter. Funcoms representant argumenterer for eksempel på et punkt i intervjuet for at høy kvalitet henger sammen med gode økonomiske vilkår:

Hvis du kikker på hva du kan lage av spill for halvannen million, eller med tre personer på ett år, så snakker du om veldig enkle iPhone-applikasjoner (...). Spriket mellom det [man kan få] og det det faktisk koster [å utvikle et spill] er så stort at du ikke vil få store kulturproduksjoner ut av det (Funcom, 23. juni 2011).

Denne uttalelsen antyder at det er kun produkter med et visst budsjett av en viss størrelse og type som kan ses på som «store kulturproduksjoner». Det er to rimelige fortolkninger av denne kommentaren. Den ene er at Funcoms representant mener at store kulturproduksjoner krever høy produksjonsverdi med store utviklerteam, avansert grafikk og komplekst narrativt innhold. Den andre fortolkningen er at han mener at mindre produksjoner til nye plattformer som smarttelefoner og nettbrett ikke innehar de riktige kvalitetene for å kunne betegnes som «store kulturproduksjoner». Selv om han kan ha rett i at støttesummene i seg selv sjelden er nok til å utvikle en prototype eller demonstrasjon av en tradisjonell storproduksjon til konsoll eller PC, illustrerer begge disse fortolkningene en snever forståelse av hva en kulturproduksjon er, og overser nettopp alle de mindre produksjonene som har fått støtte basert på å være nettopp dette.

Minimedias representant ser imidlertid på kvalitet som knyttet opp mot spill for barn og unge, en målgruppe som er nevnt som et absolutt krav i NFIs retningslinjer:

Hver gang de er ute og forteller om den støtteordningen, ber de nesten om unnskyldning fordi den er for barn og unge. Og jeg synes jo omvendt, jeg synes de burde vært stolt av det, ikke sant. (...) Jeg synes den skulle gå mye *mer* på barn og unge, og på innhold og kvalitet. Så kunne det være andre ting som gikk mer på å bygge opp en spillindustri, eller prøve å konkurrere med store internasjonale ting (Minimedia, 22. juni 2011).

Minimedias representant setter kvalitet og kultur opp mot å bygge en industri, og dermed beskriver hun kvalitet som en karakteristikk som ikke er kompatibel med kommersialisering. Dette er en begrenset forståelse av hva kvalitet kan være, og tar ikke høyde for at produksjon for et marked på ingen måte utelukker at produk-

tet samtidig kan være av høy kvalitet (Sandvik 2007:72). Det at kvalitet kan måles på ulike akser understrekes nettopp av NFI, som peker på at prosjektene ikke bare vurderes etter kunstneriske kvaliteter, men også etter kommersielle, håndverksmessige og tekniske kvaliteter.

Minimedia tolker også vektleggingen av gode produkter for barn og unge som et tydelig signal om at støtten er ment for spill med barn som eksplisitt målgruppe. Derfor uttrykker representanten skuffelse over at denne profilen ser ut til å bli oversett av NFI når de deler ut støtte. Men hva som egentlig er et spillprodukt rettet mot barn og unge, viser seg også å være uklart. På dette punktet kan det se ut til at Minimedia tolker støtten som at den er rettet mot små barn, til tross for at regelverket ser ut til å bli praktisert ut fra en idé om at støtten ikke skal gå til spill med et eksplisitt voksent innhold. Et eksempel på denne praksisen er *Turbo Tapes Naval War*, som har fått støtte i flere omganger. Dette er klassifisert med 16-års-grense i PEGIs evalueringssystem (Paradox Interactive 2012) og er dermed helt klart ikke rettet mot mindre barn, men ungdom og voksne. Ideen om at det kun er rene barnespill som er støtteverdige, er dermed en misforståelse som er ganske utbredt også i kritikken av støtteordningene (Bryne 2011).

Målsetningen om gode norske kulturprodukter for barn og unge ser dermed ut til ikke å være så klar som man først kan få inntrykk av. Det er uklart hva som gjør at noe i praksis er en kulturproduksjon, hvor grensen går når det gjelder målgruppen barn og unge, og hva det er som gjør disse produksjonene kvalitativt gode.

I tillegg til at kvalitetskravene er utydelig avgrenset og dermed gir rom for subjektive fortolkninger, glimrer også vektleggingen av det mediespesifikke med sitt fravær som et vesentlig kvalitetskrav i NFIs retningslinjer. Det mediespesifikke ved digitale spill risikerer imidlertid å stå i konflikt med at spill skal reflektere nasjonale verdier: Det er for eksempel vanskelig å identifisere det kulturelle aspektet ved *reglene* i et strategispill (2008:76). Likevel er dette et aspekt som bør evalueres eksplisitt: Hvis man faktisk ønsker gode spill som reflekterer det nasjonale, må man vektlegge innovasjon og kreativitet knyttet til nettopp dette (Klevjer 2008:88). Dermed bør målsetningen være at et norsk spill som reflekterer det norske, er et spill som nettopp har et særlig kreativ og innovativ *regeldesign* som skaper et særlig interessant *gameplay*. Dette betyr imidlertid ikke at alle andre kvalitetskriterier skal tas vekk. Som Kjetil Sandvik argumenterer for, bør en kvalitativ vurdering av et digitalt spill inkludere godt *gameplay* sammen med godt håndverk og at spillet knytter seg til en større sosial sammenheng (Sandvik 2007:75). Det er her NFIs retningslinjer knyttet til produksjonsmessige kriterier og vektlegging av språk og en norsk samfunnsmessig kontekst kommer til sin rett.

Uklarheten eller tvetydigheten i retningslinjer for kulturstøtten kan ses i sammenheng med at man i stor grad har oversatt beskrivelsene av en eksisterende filmstøtte direkte til interaktive produksjoner. Dermed har man mistet det mediespesifikke ved digitale spill til fordel for å definere en kulturproduksjon som noe som tematiserer Norge eller norsk kultur. Dette skaper ikke minst forvirring omkring hva som egentlig er kravene og hvordan disse evalueres i praksis. I tillegg

skaper det – som vi har sett – en feilrettet kritikk der støtteordningen beskyldes for ikke å gjøre det som var hensikten, eller ikke imøtekommer faktiske behov hos bransjen.

Å legge til rette for en norsk spillbransje

Den andre målsetningen skissert opp i Stortingsmelding 14 2007–2008 om data-spill er næringsorientert og handler om opprustningen av norsk spillbransje. Til tross for at spillpolitikken er definert som en kulturpolitikk, har denne uttrykte intensjonen om å etablere en norsk spillbransje skapt en forventning om at det også etableres en eksplisitt næringspolitikk for spill.

Selv om de fire selskapene er positive til at man ser et kulturelt potensial i norske digitale spill, er det også tydelig at alle ønsker muligheten til å bli selvhjulpne næringsvirksomheter – noe de mener at dagens støtteordninger ikke legger til rette for. Problemet med kun å ha en kulturpolitikk er at utfordringer raskt dukker opp når selskapene forsøker å gjøre spillutvikling til et levebrød og ikke bare til en hobby. Norsk bransje er en ung og liten bransje som ikke kan klare seg utelukkende ved å satse på et norsk marked rettet mot barn og unge. Samtidig er det også vanskelig for kommersielt orienterte oppstartsselskap å tiltrekke seg finansiering så lenge de ikke har egenkapital eller erfaring (ESAC 2010:13, SECOR 2011:19–20). Dermed er norsk spillbransje i dagens situasjon avhengige av politisk drahjelp for å kunne bli selvhjulpne, og det er dette de mener legitimerer argumentet om at næringspolitikken burde bli mer synlig på spillområdet. Minimedias representant uttrykker det på denne måten:

Så jeg føler nok ikke at støtten er noen sånn langsiktig bransjestøtte. (...) Det er derfor jeg synes Innovasjon Norge kunne komme inn i bildet (Minimedia 22. juni 2011).

Mens NFIs støtte er definert som en kulturstøtte, er Innovasjon Norge i dag det organet spillsekskap ofte henvender seg til for ytterligere og mer markedsrettet støtte. Innovasjon Norge har ulike ordninger som bidrar til nyskaping og utvikling av konkurransedyktige bedrifter i norsk næringsliv, og 20 av spillsekskapene i Produsentforeningens rapport oppgir å ha fått en eller annen form for støtte hos dem (Jørgensen og Tharaldsen 2012:4). Innovasjon Norge har imidlertid ikke definert spillutvikling som et eksplisitt satsingsområde, noe de intervjuede utviklerne mener er problematisk. Slik Hyper Interaktivs representant ser det har Innovasjon Norge invitert spillutviklere til å søke støtte uten at rammene er tilrettelagt for dette, noe som ikke gjør dem til et støtteorgan som kan gi spillbransjen reell bistand:

De har sagt at de skal ta eierskap til spillbransjen i Norge. De arrangerer konferanser og turer til utlandet og sånn som er helt kanon bra, de har jo et veldig godt nett i forhold til hva som skjer i utlandet, men så stopper det vel litt der. Hvis du reiser til Innovasjon Norge og presenterer en spillidé, så én: De har ikke kompetanse til å skjønne hva du holder på med. To: De har ikke noen forretningsmessig forståelse for hvordan du kan tjene penger på det. Tre: De vet ikke hva som kreves (Hyper Interaktiv, 23. juni 2011).

Kritikken mot Innovasjon Norge om at de ikke har god nok kompetanse om spillbransjen, understøttes av Minimedia og D-Pad, som også har møtt mangel på kunnskap om spillutvikling når de har kontaktet Innovasjon Norge. På bakgrunn av dette mener Hyper Interaktivs representant at politikken ikke virker gjennomtenkt med hensyn til den faktiske markedssituasjonen som spillutviklere må forholde seg til.

Det er imidlertid relevant å stille spørsmål om hvorvidt dette er en legitim kritikk. For det første kan det argumenteres for at målsetningen om å støtte spill som næring allerede er implementert i kulturstøtteordningen, særlig hvis denne ses i sammenheng med at spillbransjen på ingen måte er hindret fra å søke støtte fra næringsaktører som eksempelvis Innovasjon Norge. Når det gjelder den eksplisitte kritikken mot Innovasjon Norge, er det viktig å peke på at de faktisk har støttet flere spill-selskap, selv om det er uklart om denne støtten har vært knyttet til spillrelatert eller annen virksomhet. Man kan også innvende at bransjen fortsatt er så umoden at det kan være vanskelig for Innovasjon Norge å etablere skreddersydde ordninger for spill per i dag. I den forbindelse er det imidlertid høyst relevant å stille spørsmål om hvorvidt Innovasjon Norges kompetanse på spillutvikling er god nok for å kunne gi relevant støtte, men man står uansett i en høna-eller-egget-situasjon, der man må spørre om Innovasjon Norges kunnskap om den norske bransjens behov er for dårlig fordi bransjen er underutviklet, eller om bransjen er underutviklet fordi det mangler kompetanse hos relevante organer som Innovasjon Norge. I en slik tidlig fase er det heller av større relevans å ha en velutviklet kulturstøtteordning som kan bidra til et minimum av kompetanse og produktutvikling, samtidig som denne også innbefatter visse næringsorienterte hensyn før man etablerer eksplisitte næringspolitiske verktøy. Dette er også særlig viktig på bakgrunn av at en næringspolitikk typisk har avkastning og vekst som målsetning, mens kulturpolitikken vektlegger preservering og spredning av kultur uten at dette nødvendigvis skal være økonomisk lønnsomt.

Med den økte støtten som kom i gang fra 2012, og det faktum at norsk spillbransje er i sterk vekst, er bransjen imidlertid i ferd å modnes. I lys av dette kan tiden snart være moden for å aktivere en mer eksplisitt næringspolitikk knyttet til å «skape arbeidsplasser (...), økt innovasjon og kompetanseheving» (KKD 2008:54). Et motargument mot dette er imidlertid at en slik næringspolitikk som eksplisitt gir spillbransjen fordeler uten at disse samtidig gis til andre kulturindustrier, vil kunne oppfattes som en urimelig ubalansering i de norske kulturnæringene. Når den norske spillbransjen samtidig ses som en umoden bransje til sammenligning med for eksempel filmbransjen, kan det være vanskelig for de mer etablerte kultur-næringene å forstå motivasjonen bak en slik politikk.

På den annen side er norsk spillbransje i en ufordelaktig posisjon som gjør den svakere enn andre bransjer det er naturlig å sammenligne den med. Sammenlignet med utenlandsk spillbransje ligger norsk spillutvikling også flerfoldige år etter og har ingen mulighet for å konkurrere uten politisk støtte. Denne sammenligningen er høyst relevant ettersom norsk bransjes vekst er avhengig av å kunne ope-

rere på et internasjonalt marked. I den forbindelse stiller Hyper Interaktivs representant spørsmål ved vektleggingen av norsk kultur, som han mener er kunstig i dagens marked der det er økende fokus på onlinedistribusjon og spill gjennom sosiale medier:

For bransjen blir dette veldig kunstig. Fordi (...) Facebook skal bare være i USA? Såne ting kjenner jo ikke grenser. (...) Jeg skjønner jo at de vil ta utgangspunkt i at (...) det må være norsk kultur, (...) rettet mot en ung målgruppe, og lages på norsk. Det skjønner jeg jo i og for seg i fra et politisk synspunkt. Men for oss som lager spill – jeg kan aldri tenke meg at det er noen som kan klare å utvikle et stort selskap (...) som skal selge spill i Norge. Vi er fem millioner nordmenn, og markedet er rett og slett alt for lite (Hyper Interaktiv, 23. juni 2011).

Hyper Interaktivs representant savner en reell ambisjon om å nå ut til et internasjonalt marked, og mener at det må være mulig å ha to tanker i hodet samtidig: Selv om spill skal være et kulturprodukt som støtter norsk kultur, må man ha et realistisk bilde av hvordan spillutvikling og markedet fungerer. Han understreker nødvendigheten for norske spillutviklere å benytte seg av nye distribusjonsformer slik at de kan nå ut til markeder der de kan tjene nok penger til å bli selvhjulpne. Sett fra denne vinkelen er det ikke en ubalanse i spillbransjens favor spillutviklerne etterspør, men en politikk som tar hensyn til den posisjonen norsk spillbransje står i og gjør det mulig for denne å komme opp på tilnærmet samme nivå som andre kulturorienterte næringer. Det utviklerne ønsker er å gjøre eksisterende næringspolitiske insentiver lettere tilgjengelig for spill, og da særlig gjennom et kunnskapsløft som gjør Innovasjon Norge i stand til å kunne evaluere søknader fra spillbransjen på en kvalifisert måte. I praksis er det ikke nødvendigvis snakk om store økninger i støtten, men en etablering og en aktivering av andre, spillsensitive politiske verktøy.

Spenning mellom næring og kultur

Det er en spenning mellom næring og kultur i spillpolitikken, en spenning som er knyttet til at spill som en kulturindustri er kulturprodukter samtidig som de har et kommersielt potensial. Denne spenningen blir også videreført av stortingsmeldingen om digitale spill, som nettopp peker på to målsetninger som trekker i ulike retninger. Spill skal være kulturprodukter egnet for barn og unge, men man har også et mål om å bygge opp spillbransjen.

Ut fra de fire utviklernes synspunkter ser kulturpolitikken i dag ut til å være solid utbygget gjennom kulturstøtteordningene, mens næringspolitikken ikke har blitt aktivert på samme måte. Samtidig må det settes spørsmålstejn ved bransjens forventninger om etableringen av en klar og tydelig næringspolitikk som også inkluderer spillbransjen. Å be om en eksplisitt næringspolitikk i en situasjon der man allerede har en nærings sensitiv kulturpolitikk, antyder en mangelfull forståelse for intensjonen bak kulturstøtten og hvilken praktisk funksjon denne faktisk har. Når kommersielt potensial er et reelt kvalitetskrav som NFI vurderer søknader

etter, samtidig som støtten faktisk fungerer som en døråpner til flere inntektskilder, er det tydelig at næringsperspektiver også er viktige for denne politikken. Et annet moment er å forstå fordelene ved å definere spillpolitikk som kulturpolitikk fremfor næringspolitikk. Det gir utøvende myndigheter større handlingsrom til faktisk å gi direkte støtte uten at dette bryter med internasjonale handelsavtaler som gjelder for næringspolitikk.

Imidlertid kan forventningen om bedre næringspolitiske vilkår delvis legitimeres i det faktum at spillbransjen nå kan sies å ha gått over i en ny fase der behovet om starthjelp er dekket, og at en mer kritisk utfordring er å skape et kontaktnett med potensielle investorer og utgivere. I den sammenheng vil det ikke etter mitt synspunkt være snakk om å etablere en eksplisitt næringspolitikk for spill, men å sørge for å tilrettelegge eksisterende næringspolitikk bedre, eksempelvis ved å sørge for høyere kompetanse om spill hos Innovasjon Norge. Også aktiveringen av andre insentiver kan være relevant hvis man ønsker å ta spillpolitikken et steg videre. Dermed kan spillpolitikken bevege seg bort fra å være en ren *beskytter* av norsk kultur til også å bli en *regulator* (Bakke 2001b:8). Dette er også i tråd med målsetningen om å legge til rette for og skape et fundament man kan bygge videre på, og på denne måten kan man si at det offentlige dermed går over til å være en tilbyder av bransjens infrastruktur mer enn å være en velgjører. I lys av dette vil jeg diskutere alternative virkemidler til støtte som kan bidra til en bærekraftig videreutvikling av den norske spillpolitikken som i større grad involverer næringsperspektiver.

Alternative virkemidler

Så langt i artikkelen har jeg vist at til tross for at norsk spillpolitikk er definert som en kulturpolitikk, er relevante næringspolitiske perspektiver integrert i denne. Dette kan knyttes opp til at spillpolitikken i praksis er en *kulturindustripolitikk*. Dette gjør at mange av argumentene om å styrke næringspolitikken på området får mindre tyngde. Ettersom Kulturdepartementet i 2011 annonserte en dobbelt bevilgning over en toårsperiode, veier også argumentet om økte støtteordninger betraktelig mindre enn da intervjuene som utgjør bakgrunnen for denne artikkelen, ble utført. Likevel er det fortsatt utfordringer knyttet til etableringen av en fersk bransje, og den eksisterende politikken er fortsatt under utvikling. Noen virkemidler som kan bygges inn i den eksisterende spillpolitikken på en måte som erkjenner både de kulturelle og næringsmessige aspektene ved denne bransjen, handler om kultivering gjennom relevant rådgivning, nettverksbygging og kompetanseheving.

Rådgiving

Med bakgrunn i at utviklerne etterspør hjelp for å kunne bli faktiske næringsaktører, er et mulig grep å øke markedskompetansen og gi spillselskapene bedre kompetanse og verktøy til å klare seg på egen hånd. I en diskusjon omkring dette

mener Hyper Interaktivs representant at det ville vært hensiktsmessig om Innovasjon Norge hadde kompetanse til å møte spillselskapene i døren med relevant rådgiving og støtte til nettverksbygging:

Innovasjon Norge [må] stå klar (...) og si – ok, fint, hvor er du, hva er det du trenger? Trenger du tilgang på kompetanse? Trenger du tilgang på representanter i styret ditt? Trenger du å få snakket med potensielle samarbeidspartnere? (...) Så en rådgivertjeneste, ikke en på sånn basic grundernivå, men som er noe som handler om hvordan får du dette til å fly (Hyper Interaktiv 23. juni 2011).

Å være til stede med ekspertise som kan hjelpe spillutviklerne å skape et profesjonelt og fungerende selskap, og bidra til å skape relevante kontaktflater er næringspolitiske handlinger som også er i tråd med å skape solide kulturbedrifter.

Man kan innvende at en slik tjeneste ikke er det offentliges ansvar, men samtidig ser vi at rådgivingstjenester allerede i dag tilbys av Innovasjon Norge i tilknytning til deres satsingsområder, i tillegg til at spillselskap kan få en viss grad av rådgivning gjennom NFI og Produsentforeningen. Ved å formalisere en slik rådgivingstjeneste særlig rettet mot spillselskap vil man imidlertid kunne tilby profesjonell bistand som nettopp balanserer mellom kultur og kommers. Gjennom et slikt organ vil man kunne sette noen krav til innhold samtidig som man bidrar med særlige utfordringer som spillbransjen står overfor på den internasjonale arenaen. Det vil være særlig relevant for en slik rådgivingstjeneste å fungere som et mellomledd til potensielle investorer og venturekapitalister for å skape relevante samarbeid.

Med tanke på en slik rådgiving peker de fire representantene særlig på en tjeneste som er rettet mot økonomiske, juridiske og praktiske forhold vedrørende utgivelse av spill. Utgivelse har blitt pekt på som et oversett ledd i dagens spillpolitikk (Bryne 2011, Jørgensen 2009:333). I den forbindelse understreker Hyper Interaktivs representant at det er viktig at selskapene opparbeider seg et bevisst forhold til utgivelsesprosessen og ikke minst til hvilke typer avtaler man inngår med utgivere og distributører. Selv om man i dag kan få lanseringsstøtte, gjelder ikke denne for internasjonal lansering, selv om det kanskje er her behovet er størst med tanke på at uerfarne og små norske selskap risikerer å gi bort rettighetene til sine egne åndsverk i møte med internasjonale utgivere. I denne sammenhengen er argumentet om juridisk rådgivning særlig viktig slik at man i størst mulig grad kan sørge for at spillselskapene og deres opphavsrettigheter blir værende i Norge (Robertson 2004:106).

Skape kontaktnett

En rådgivingstjeneste kan også ha en rolle i å hjelpe uetablerte selskap med å finne samarbeidspartnere og investorer. Dette er viktig fordi disse ofte har problemer med å skaffe finansiering basert på manglende egenkapital og høy risiko, samtidig som investorer har vært skeptiske til å gå inn i spillbransjen (SECOR 2011:19–20, 26). Med bakgrunn i den høye risikoen innen kulturproduksjon gene-

relt og norske dataspill spesielt, er det uklart i hvilken grad det er realistisk med private investorer i den norske spillbransjen, og Norge har generelt liten tradisjon for venturekapitalister. Produsentforeningens rapport viser imidlertid at 18 av selskapene i undersøkelsen har vært i kontakt med investorer (Jørgensen og Tharaldsen 2012:13). Selv om det ikke går frem hvorvidt denne kontakten har ledet til faktiske investeringer, viser det at slike dialoger er mulig også for norske selskap.

En av grunnene til at det er viktig å hjelpe spillbransjen med å finne potensielle investorer i en tidlig fase, er den signaleffekten som vellykkede investeringer gir (SECOR 2011:26). Hvis man kan vise til at det er mulig for en investor å få avkastning gjennom spillbransjen, vil dette kunne inspirere andre til å investere i norske selskap. Dette vektlegges også av Funcoms representant:

Det er mange måter man kan gjøre det på, [for eksempel] såkalte private-public partnerships, og Fuzz er jo et sånt (...) i Bergen. Og de investerte faktisk i Turbo Tape, og åpnet da opp for at spill var noe man kunne investere i, som jeg synes er et veldig viktig signal (Funcom, 23. juni 2011).

Hvis bransjen kan vise at investeringer i norsk spillbransje er fruktbart, vil en lettere kunne tiltrekke seg flere investorer. Denne type finansiering er imidlertid avhengig av at man kan sannsynliggjøre en viss grad av suksess, og fungerer derfor best i en situasjon der man allerede har grunnleggende finansiering på plass. Siden norsk spillbransje er i den situasjonen at mange selskap har grunnleggende kapital og et kvalitetsstempel gjennom NFIs støtteordning, er dette et godt tidspunkt å forsøke å aktivere investorkapital. Det offentlige organer kan hjelpe til med i denne situasjonen, er å legge til rette og skape infrastrukturen for at dette skal kunne skje. Dermed vil offentlige organer få rollen som en regulator og instans for kvalitetssikring i stedet for å være det dominerende finansieringsorganet slik de i stor grad har vært inntil nå.

Hyper Interaktiv mener at det kan være potensial for investorer på sikt hvis man er villig til å koble spill opp mot nye bruksområder. Dette er allerede en velkjent strategi for norske selskap (Jørgensen 2009:324, 328), blant annet ved å bruke spillteknologi i simulatorer i oljebransjen og interaktive reklamer. Respondentene mener også at spillbransjen ville kunne styrkes gjennom forskjellige samarbeidsinitiativ innenfor kultursektoren. Et forslag er knyttet opp til museumsvirksomhet. Interaktive installasjoner er allerede i bruk i flere museum og vitensentre (Svane-Mikkelsen 2008, Turbo Tape Games 2009, 2010). Et annet internt kulturpolitisk grep som Funcoms respondent foreslår, er at NRKs interaktive produksjoner blir sendt ut på anbud nasjonalt fremfor at prosjektene går til selskap i utlandet. Et annet initiativ som understrekes av både Funcom og Minimedias representanter, er merverdien av en samordning med skoleverket, der man benytter norskutviklede spill i læringssammenheng. Å kombinere spillutvikling og spillbransjen opp mot andre bransjer er imidlertid konfliktfylt av flere årsaker. På den ene siden kan denne sammenblandingen være heldig kompetansemessig, siden personer med erfaring og kunnskap relevant for spillbransjen også kan ta seg jobber i andre

næringer, og omvendt. På den andre siden er det flere potensielle konfliktlinjer. Først og fremst kan det risikere å komme i konflikt med ideen om hva som er et kulturprodukt, og NFIs retningslinjer peker eksempelvis eksplisitt på at pedagogiske verktøy ikke er støtteverdige innenfor deres rammer. Grunnen til at det er viktig å klassifisere spill som kulturprodukter, er at dette legitimerer dem som medier på linje med eksempelvis film, og dette beskytter dem også under ytringsfrihetsparagrafen. Å se spill som kultur rammer også spill inn i en positiv kontekst som vektlegger at de kan være kreativt, sosialt og kulturelt meningsfylte. I tillegg kan sammenblandingen med andre bransjer vanne ut hva *spill* egentlig er. Å bruke ordet spill i sammenhenger der eksempelvis spillteknologi brukes, men der det ikke er fokus på gameplay eller spillets kulturelle innhold, kan føre til en utydeliggjøring av hva som er det mediespesifikke ved denne sjangeren.

Kompetanseheving

Et annet grep bransjerepresentantene foreslår er kompetanseheving på ulike områder. Dette er også i tråd med Stortingsmelding 14 2007–2008 s forslag til grep som skal bidra til en styrking av spillbransjen (KKD 2008:54). Spillutviklerne nevner kursvirksomhet gjennom Norsk Filminstitutt og Innovasjon Norge som tidligere forsøk på dette, i tillegg til Nordic Game Programs mentorprogram. I tillegg nevnes kompetanseheving innen spillorientert utdanning, eksempelvis ved subsidier til doktorgradsprosjekter rettet mot spillutvikling. I denne sammenheng er det også viktig å fremheve satsing på utdannelse generelt. I dag er de norske spillutdanningene i stor grad teknisk orienterte med fokus på programmering og grafikk (Jørgensen 2009:330).

Mens kursvirksomhet kan være hensiktsmessig for å øke enkeltbedrifters kunnskap om bransjen, er etableringen av utdanninger mer konfliktfylt. Så lenge det er få spillsekskap som er i økonomisk stand til å rekruttere, vil det ikke være noe direkte behov for å utdanne personer med spesialisert utdanning innen spillutvikling. Slik situasjonen er i dag blir mange uteksaminerte kandidater fra spillutdanningene rekruttert til helt andre bransjer (Jørgensen 2009: 334) eller forsvinner til utlandet. På den andre siden vil et høyt kunnskapsnivå skapt gjennom blant annet utdanning kunne stimulere til etableringen av nye, selvhjulpne sekskap. Dette ser vi blant annet skje i tilknytning til høgskolene i Hamar og Gjøvik. Gjennom inkubatormiljøer knyttet til Kunnskapsparken Hamar har flere sekskap etablert seg og senere utgitt spill med bakgrunn i støtte fra NFI (Pressfire 2012).

I forbindelse med kompetanseheving gjennom utdanning er det imidlertid viktig å vektlegge kompetanse som nettopp er knyttet til spill som kulturuttrykk så vel som næring. Per i dag er en overvekt av de norske spillorienterte utdanningene rettet mot teknisk kompetanse. I sammenheng med utviklingen av spill som kulturelt uttrykk er det viktig særlig å vektlegge design og hvordan spills mediespesifisitet kan benyttes i mer kommunikative sammenhenger. Men også utdanninger som vektlegger spill som næring er det stort behov for. Her er det viktig å utdanne per-

soner med økonomisk bakgrunn og markedsføringsbakgrunn samtidig som de også har dyp innsikt i spillbransjen.

Andre økonomiske insentiver?

Et økonomisk insentiv som har blitt innført med suksess i andre land, er skattelettelser (Nilsson og Robertson 2008). De fire selskapene ønsker bedre vilkår for spillsekskap vedrørende skattelettelser, men er skeptiske til om det er realistisk i Norge. Det finnes allerede i dag skatteinsentiver rettet mot norske bedrifter som spillbransjen også kan benytte seg av. Først og fremst kan alle former for foretak få skattefradrag for driftsmidler (Skatteloven § 14-40 til 14-43). I tillegg finnes *Skattefunn*-ordningen, som tillater 20 prosent skattereduksjon på kostnader knyttet til utviklingsarbeid (NFR 2010:5). Denne ordningen er imidlertid låst til sekskap av en viss størrelse, ettersom den gjelder forsknings- og utviklingsarbeid. Disse ordningene er allerede veletablerte, og til tross for at kulturprodukter kan gis dispensasjon fra en del markedsregulerende prinsipper (Graber 2010: 199–201), ville en innføring av ytterligere skatteinsentiver rettet mot spillbransjen klart vært en diskriminerende og for mange ubegrunnet politikk sammenlignet med andre kulturindustrier. Det er dessuten uklart hvor fruktbart ytterligere skatteinsentiver ville vært for spillbransjen i praksis. Per i dag er det relativt få sekskap som har et betydningsfullt overskudd (Jørgensen og Tharaldsen 2012:7) og mange betaler dermed allerede minimalt med skatt. En slik ordning ville dermed vært hensiktsmessig kun for de mest etablerte sekskapene, og ville dermed i liten grad kunne bidratt til å bygge opp bransjen fra bunnen av.

I en situasjon der bransjen er mer velutviklet, ville imidlertid skattelettelser kunne være et fruktbart grep. I en slik situasjon ville skattelettelser ikke bare være en måte å tiltrekke seg en bransje på, men kan også være en måte å hindre skatteflyktninger på. Den europeiske føderasjonen for spillutvikling (EGDF) understreker at en slik støtte er fruktbar, men at definisjonen av innovasjon bør utvides til også å inkludere innhold, tjenester og businessmodeller, slik at den i større grad omfatter spillutvikling (EGDF 2011:3). En eventuell skattereduksjon kan også knyttes opp til kulturproduksjon, slik man gjør med spillstøtten ellers. Dette ble innført i Frankrike i 2007, og etter innvendinger fra EU-kommisjonen om at dette ikke måtte være en skjult næringspolitikk, ble det satt opp klare rammer som understreket ordningen som et kulturpolitisk virkemiddel (Graber 2010:186). Dermed kan franske utviklere av spill med en «kulturell dimensjon» få en skattereduksjon på inntil 20 prosent av sekskapets utviklingskostnader (Nilsson og Robertson 2008).

Konklusjon

Norsk spillpolitikk er i dag en kulturpolitikk, men har med bakgrunn i kulturindustriene og i blandingsøkonomiske strømninger også klare næringspolitiske ori-

enteringer. Blant annet er utviklingen av bransjen eksplisitt nevnt i spillpolitikken fremste dokument, Stortingsmelding 14 2007–2008 om dataspill. Til tross for at det ligger en næringsorientering innbakt i den eksisterende politikken, har artikkelen vist at det er en frustrasjon knyttet til at støtte til spill begrenses av rammene som kulturstøtten setter opp til tross for at bransjen er i utvikling. Dette kan imidlertid skyldes situasjonen slik den var da intervjuene ble gjennomført, og at den økte kulturstøtten som ble annonsert på slutten av 2011, har lettet frustrasjonen noe. Men på den andre siden uttrykker selskapene seg generelt positiv omkring kulturstøtten; det er det de ser som en uklar næringspolitikk de er frustrert over. Samtidig er den økte bevilgningen fortsatt relativt beskjeden tatt i betraktning antall selskap som nå er dokumentert aktiv i Norge.

En del av frustrasjonen kan imidlertid være knyttet til det at spillbransjen nå kan sies å ha gått over i en ny fase: Selv om den fortsatt er dominert av små nyetableringer, er det stadig flere som har mottatt støtte og også ferdigstilt prosjekter. NFIs rapportering om at prosjektene er stadig bedre og selskapene stadig mer profesjonelle, antyder at spillbransjen i nåværende fase trenger andre insentiver enn ren startkapital: Nå er det søken etter ytterligere finansiering, profesjonelle kontakter og et nettverk for utgivelse og distribusjon. Dette betyr en videreutvikling av den eksisterende politikken og en tilpassing av de ordningene som finnes i dag til en noe mer moden bransje i bevegelse. Bransjen trenger en infrastruktur bestående av juridisk, organisatorisk og økonomisk rådgivning. Å bidra til dette gjennom forskjellige former for insentiver som kompetanseheving, rådgivningstjenester og bistand til å skape kontaktnett ville kunne gjort det offentlige mer til en regulator av en kulturindustri enn en beskytter av kultur. Ved å blande inn offentlige organer i dette ville det også sørget for at man kunne opprettholde kultursatsingen samtidig som at politikken ville vært proaktiv og relevant for en bransje i vekst.

Kristine Jørgensen, førsteamanuensis

Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen

Epost: Kristine.Jorgensen@infomedia.uib.no

Referanser

Albinson, Peter og Svein Bergum (2003): *Forskningsstudio i innlandet om interaktive spill og opplevelser*. ØF-notat 06/2003. Lillehammer: Østlandsforskning. Tilgjengelig: <<http://www.ostforsk.no/rapport/pdf/062003.pdf>> Besøkt 10. okt. 2011

Asbjørnsen, Dag, Martin Borgnes og Christina Ulrichsen (1998): *Regulering av dataspill*. Rapport, bind nr: 1/98. Oslo: Statens filmtilsyn. Tilgjengelig: <<http://film.medietilsynet.no/Doks/Rapporter/dataspill1998.pdf>> Besøkt 21. sep. 2011

Astudillo, Luciano (2008): *Investera i dataspelsindustrin*. Socialdemokraterna. Tilgjengelig: <http://www.socialdemokraterna.se/upload/Rapporter/2008/Investera_i_dataspelsindustrin%5B1%5D.pdf?cmpti=> Besøkt 21. sep. 2011

- Bakke, Marit (2001a): «Cultural Policy in Norway». I *Journal of Arts Management, Law and Society*, Utg. 31, nr. 1. Heldref Publications.
- Bakke, Marit (2001b): «Nordic Cultural Politics in Transition». I *Journal of Arts Management, Law and Society*, Utg. 31, nr. 1. Heldref Publications.
- Bryne, Snorre (2011): «Dobler støtten til dataspill». Nyhet, *Pressfire.no*, 30. sep. 2011. Tilgjengelig: <<http://www.pressfire.no/nyheter/PC/4061/Dobler-sttten-til-dataspill>> Besøkt 5. okt. 2011
- Bryne, Snorre (2009): «Mer penger til norske dataspill». Nyhet, *Dagbladet.no*, 13. okt. 2009. Tilgjengelig: <http://www.dagbladet.no/2009/10/13/kultur/spill/spillmeldingen/statsbudsjettet_2010/trond_giske/8553742/> Besøkt 25. sep. 2012
- Eskelinen, Markku (2005): *Pelit ja pelitutkimus luovassa taloudessa*. Sitra Reports 5. Edita Prima Oy. Tilgjengelig: <<http://www.sitra.fi/julkaisut/Raportti51.pdf>> Besøkt 21. sep. 2011
- European Game Developer Federation (EGDF) (2011): *Game Development and Digital Growth*. Tilgjengelig: <<http://www.bi05.fi/egdf/wp-content/uploads/2011/06/EGDF-Policy-papers-2nd-edition-Game-Development-and-Digital-Growth-web.pdf>> Besøkt 20. sep. 2011
- Finansdepartementet (1999): *Lov om skatt av formue og inntekt av 26. mars 1999 nr. 14 (Skatteloven)*. Tilgjengelig: <<http://www.lovdata.no/all/hl-19990326-014.html#map061>> Besøkt 24. sep. 2012
- Fjellman, Erik & Sjögren Jan (2000): *Interaktiv underhållning inför framtiden*. KFB- rapport 2000:10/Teldok-rapport 133. <<http://www.kfb.se/pdf/R-00-10.pdf>> Besøkt 21. sep. 2011
- Frank, Anders (2000): *Spelandets roll i framtiden*. Rapport, Sveriges tekniska attacheer.
- Frydenlund, Svein (2004): *Game Studio Hamar: klynge for spill- og opplevelsesproduksjon i Hamar-regionen*. ØF-notat 16. Lillehammer: Østlandsforskning. Tilgjengelig: <<http://www.ostforsk.no/notater/pdf/162004.pdf>> Besøkt 10. okt. 2011
- Graber, Christoph Beat og Mira Burri-Nenova (2010): *Governance of Digital Game Environments and Cultural Diversity. Transdisciplinary Enquiries*. Edward Elgar Publishing Ltd.
- Graber, Christoph Beat (2010). «State aid for digital games and cultural diversity: a critical reflection in the light of EU and WTO law». I Graber, Christoph Beat og Mira Burri-Nenova (red.): *Governance of Digital Game Environments and Cultural Diversity. Transdisciplinary Enquiries*. Cheltenham, UK, Northampton, MA: Edward Elgar.
- Hesmondhalgh, David (2007): *The Cultural Industries*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Jørgensen, Kristine og Jørgen Tharaldsen (2012): *Den norske spillundersøkelsen, v. 1.0*. Norske film, tv- og spillprodusenters forening. Tilgjengelig: <<http://www.idi.ntnu.no/grupper/su/joiningame/wiki/lib/exe/fetch.php?id=open%3Anyheter&cache=cache&media=open:120202-norsk-spillbransje.pdf>> Besøkt 17. sep. 2012
- Jørgensen, Kristine. (2009): «Conan eller Josefine? Politikk og økonomi i norsk spillbransje». I *Norsk Medietidsskrift 4, 2009*. Universitetsforlaget.

- Karlsen, Faltin (1998): *Dataspill og vold: en kvalitativ analyse av voldselementer i spill*. Oslo: Statens Filmtilsyn. Tilgjengelig: <<http://www.medietilsynet.no/Documents/Selvbetjening/Bestilling/Dataspill%20og%20vold%20%282001%29.pdf>> Besøkt 21. sep. 2011
- Kerr, Aphra (2006): *The Business and Culture of Digital Games. Gamework/Gameplay*. Sage Publications.
- Kofler, Peter og Christian Fønnesbech (2002): *Interaktive kulturprodukter som fokusområde*. København: Kulturministeriet/KPMG Consulting. Tilgjengelig: <<http://www.kum.dk/Documents/Publikationer/2002/Interaktive%20kulturprodukter%20som%20fokusomr%C3%A5de/Interaktive%20kulturprodukter%20som%20fokusomr%C3%A5de.pdf>> Besøkt 21. sep. 2011
- Kulturdepartementet (2010): *2 millioner til ny innkjøpsordning for dataspill*. Pressemelding 87/10. Tilgjengelig: <<http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/pressester/pressemeldinger/2010/2-millioner-til-ny-innkjopsordning-for-d.html?id=619600>> Besøkt 24. sep. 2012
- Kulturdepartementet (2009): *Forskrift om etterhåndstilskudd til kinofilm av 17. desember 2009 nr. 1759*. Tilgjengelig: <<http://www.lovdato.no/cgi-wift/ldles?ltdoc=/for/ff-20091217-1759.html>> Besøkt 25. sep. 2012
- Kultur- og kirkedepartementet (KKD) (2008): *St. meld. nr. 14 (2007–2008). Dataspill*. Tilgjengelig: <<http://www.regjeringen.no/nb/dep/kkd/dok/regpubl/stmeld/2007-2008/stmeld-nr-14-2007-2008-.html?id=502808>> Besøkt 21. sep. 2012
- Kultur- og kirkedepartementet (KKD) (2007): *St. meld. nr. 22 (2006–2007). Veiviseren. For det norske filmloftet*. Tilgjengelig: <<http://www.regjeringen.no/pages/1960808/PDFS/STM200620070022000DDDPDFS.pdf>> Besøkt 21. sep. 2011
- Kultur- og kirkedepartementet (KKD) (2003): *Tiltak mot voldelige spill*. Pressemelding 72/03. Tilgjengelig: <http://www.regjeringen.no/nb/dokumentarkiv/Regjeringen-Bondevik-II/kkd/Nyheter-og-pressemeldinger/2003/tiltak_mot_voldelige_spill.html?id=249576> Besøkt 21. sep. 2011
- Mangset, Per (2001). *Kulturliv og forvaltning. Innføring i kulturpolitikk*. 3. utgave. Oslo: Universitetsforlaget.
- Mulcahy, Kevin V. (2001). «Preface: The Social-Democratic Model of Cultural Patronage». I *Journal of Arts Management, Law and Society*, Utg. 31, nr. 1. Heldref Publications.
- Nilsson, Heidi og Erik Robertson (2008): *Global public games support systems. Position Paper no. 3*. Nordic Game Program. Tilgjengelig: <<http://www.nordicgameprogram.org/docs/NDsP-PP03-Global-games-support.pdf>> Besøkt 25. sep. 2012
- Neogames (2011): *The Finnish Games Industry 2010-2011*. Neogames. Tilgjengelig: <<http://hermia-fi-bin.directo.fi/@Bin/4d1b8994f8e381f51e5dff76cb40ef7a/1315290992/application/pdf/928763/Finnish%20Games%20Industry%202010-2011.pdf>> Besøkt 21. sep. 2011
- Neogames (2006): *Finnish Game Companies 2006*. Tampere: SILE-projekti/Neogames. Tilgjengelig: <<http://hermia-fi-bin.directo.fi/@Bin/29b4ab204cf93dade5ce232bd450764f/1316611814/application/pdf/47962/Finnish%20Game%20Companies.pdf>> Besøkt 21. sep. 2011
- Norges Forskningsråd (NFR) (2010): *SkatteFUNN. En finansieringsordning for forsknings- og utviklingsarbeid i næringslivet*. Oslo: Norges Forskningsråd. Tilgjengelig: <<http://>>

- www.forskningsradet.no/servlet/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-Disposition%3A&blobheadervalue1=+attachment%3B+filename%3DBrosjyretilweb.pdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1274462173568&ssbinary=true Besøkt 26. sep. 2011
- Norsk Filminstitutt (NFI) (2010a): «Tilskudd til utvikling av interaktive produksjoner». *NFI.no*. Tilgjengelig: <http://www.nfi.no/bransje/produksjon_utvikling/interaktive_produksjoner/utvikling_+interaktiveproduksjoner> Besøkt 17. sep. 2012
- Norsk Filminstitutt (NFI) (2010b): «NM i gameplay». *NFI.no*. Tilgjengelig: <<http://www.nfi.no/Bransje+%26+tilskudd/NM+i+Gamplay>> Besøkt 14. okt. 2011
- Norsk Filminstitutt (NFI) (2012a): «Owlboy». *NFI.no*. Tilgjengelig: <http://www.nfi.no/bransje/tildelinger/tildelinger2012/interaktive_produksjoner/owlboy> Besøkt 21. sep. 2012
- Norsk Filminstitutt (NFI) (2012b): «Mogul». *NFI.no*. Tilgjengelig: <http://www.nfi.no/bransje/tildelinger/tildelinger2012/interaktive_produksjoner/mogul> Besøkt 21. sep. 2012
- Paradox Interactive (2012): «Game Info.» *Navalwar.com*. Tilgjengelig: <<http://www.navalwargame.com/game-info>> Besøkt 21. sep. 2012
- Pratt, Andy (2005): «Cultural industries and cultural policy». I *International Journal of Cultural Policy*, Utg. 11, nr.1. Tilgjengelig: <<http://dx.doi.org/10.1080/10286630500067739>> Besøkt 21. juli 2011
- Pressfire (2012): «Vi besøker spillutviklerkollektivet i Hamar». *DBTV.no*, 15. okt. 2012. Tilgjengelig: <<http://www.dbtv.no/?vid=1901096935001>> Besøkt 15. nov. 2012
- Robertson, Erik (2005): *Nordiska datorspelprogrammet. Plan 2006–2012*. Nordisk Ministerråd. Tilgjengelig: <http://www.nordicgameprogram.org/docs/NDSP-Plan_2006-2012.pdf>. Besøkt 10. okt. 2011
- Robertson, Erik (2004): *Nordiska datorspel*. Nordisk Ministerråd. Tilgjengelig: <http://www.nordicgameprogram.org/docs/Nordiska_Datorspel.pdf> Besøkt 22. sep. 2011
- Rysevik, Jostein og Turid Vaage (2012): *Spill levende? Rapport 3/2012*. Ideas2Evidence/Kulturdepartementet.
- Saarikoski, Petri og Jaakko Suominen (2009): «Computer Hobbyists and the Gaming Industry in Finland». *IEEE Annals of the History of Computing*. IEEE Computer Society. Tilgjengelig: <http://ieeexplore.ieee.org/xpls/abs_all.jsp?arnumber=5223983&tag=1> Besøkt 17. des. 2012
- Sandqvist, Ulf (2012): «The Development of the Swedish Game Industry: A True Success Story?» I Zackariasson, Peter og Timothy Wilson (red.) (2012): *The Video Game Industry: Past, Present, and Future*. London, New York: Routledge.
- Sandqvist, Ulf (2010): *Digitala drömmar och industriell utveckling. En studie av den svenska dator- och tv-spelsindustrin 1980–2010*. Ph.D.-avhandling. Institutionen för ekonomisk historia, Umeå Universitet. Tilgjengelig: <<http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:318709/FULLTEXT01>> Besøkt 21. sep. 2011
- Sandvik, Kjetil (2007): «Støtte til computerspil? En kulturpolitisk strategi i de nordiske lande». I Carlson, Ulla (red.): *Nordicom 1/2007* (årg. 29). Nordisk Informationscenter for Kommunikationsforskning. Göteborg. Tilgjengelig: <http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/245_sandvik.pdf> Besøkt 20. sep. 2011

- SECOR Consulting (2011). *Canada's Entertainment Software Industry in 2011. A report prepared for the Entertainment Software Association of Canada*. Montreal osv: SECOR. Tilgjengelig: <http://www.theesa.ca/documents/report_video%20game_industry2011.pdf> Besøkt 4. okt. 2011
- Svane-Mikkelsen, Nina (2008): «MARA racing game installation. A computer game prototype inspired by life in the deep sea.» Vist som del av utstillingen *Deeper than Light*. Naturhistoriske samlinger, Bergen Museum. Tilgjengelig: <http://www.mar-eco.no/exhibition/opening_bergen> Besøkt 4. okt. 2011
- Svendsen, Erik Nordahl og Henning Camre (2005): *Computerspil i videns- og oplevelsesøkonomien. Den danske spilbranches økonomiske og kreative vækstmuligheder*. København: Mediesekretariatet/Det Danske Filminstitut. Tilgjengelig: <http://www.dfi.dk/branche_og_stoette/~media/Sektioner/Branche_og_stoette/computerspil.ashx> Besøkt 21. sep. 2011
- Strömbäck, Per (2007): *Dataspelsbranchens rapporter 1-07: Spelutvecklarindex 2005*. Dataspelbranchen. Tilgjengelig: <http://www.dataspelsbranschen.se/media/1723/dsb_rapport%2001-07_utvecklarindex.pdf> Besøkt 21. sep. 2011
- Turbo Tape Games (2010): «PenselPelle». Vist som del av utstillingen *Press Play: Kunsten i dataspill*. Permanenten Vestlandske Kunstindustrimuseum, Bergen. Tilgjengelig: <<http://www.turbotapegames.com/index.html>> Besøkt 4. okt. 2011
- Turbo Tape Games (2009): *Slukhalsen*. Vilvite, Bergen Vitensenter. Tilgjengelig: <<http://www.turbotapegames.com/index.html>> Besøkt 4. okt. 2011
- Zackariasson, Peter og Timothy Wilson (red.) (2012): *The Video Game Industry: Past, Present, and Future*. London, New York: Routledge.