Kulturdepartementet

Strategi

Spillerom

Dataspillstrategi 2020–2022

Illustrasjon: Mitt barn Lebensborn (Teknopilot/Sarepta studio 2018)

Innhold

Forord fra kultur- og likestillingsministeren 5

1 Innledning og mål 7
- 1.1 Bakgrunn og prosess 7
- 1.2 Organisering av virkemidler og ansvarsdeling mellom stat og bransje 9
- 1.3 Struktur og innhold i strategien 10
- 1.4 Mål for dataspillpolitikken 10

2 Status 13
- 2.1 Dataspill i dag 13
- 2.2 Spillkultur og bruk 15
- 2.3 Dataspill i samspill med andre samfunnsområder 18
- 2.4 Den norske dataspillbransjen i tall 20
- 2.5 Verdikjeden i bransjen 21
- 2.6 Finansieringskilder 23
- 2.7 Regionale spillmiljø 25
- 2.8 Erfaringer fra våre naboland 25
- 2.9 Offentlige virkemidler 27

3 Vekst og utvikling i dataspillbransjen 33
- 3.1 Muligheter og utfordringer for vekst 33
- 3.2 Tilpasning av virkemidlene 34
- 3.3 Kunnskapsgrunnlag og kompetanseutvikling . . 36
- 3.4 Oppfølging 36

4 Tilgang, bruk og rekruttering 39
- 4.1 Tilgjengelighet og bruk 39
- 4.2 E-sport 42
- 4.3 Rekruttering 43
- 4.4 Likestilling i dataspillbransjen 44
- 4.5 En inkluderende spillkultur 45
- 4.6 Oppfølging 46

Forsideillustrasjon: Owlboy (D-Pad Studio, 2016)

Foto: Adobestock.com

Forord fra kultur- og likestillingsministeren

Jeg spiller dataspill for å koble av – for å tre ut av denne verdenen og inn i en annen. Et sted som stiller andre krav, hvor jeg kan hente krefter og underholdes.

Andre spiller for å koble seg på – for å hoppe inn i en større verden der man kan være seg selv, fullt og helt. Kanskje bare på en litt annen måte. Et sted der man kan være sammen med andre og knytte sosiale bånd. En måte å utvikle ulike ferdigheter og lære på.

Uansett om du er typen som kobler deg av eller på, så er sannsynligheten for at du spiller dataspill av og til svært stor. Over halvparten av alle nordmenn spiller dataspill, og andelen er voksende.

Dataspill er mye forskjellig. De fleste spill har likevel til felles at spilleren må ta aktive valg, ta stilling til dilemmaer og møte konsekvensene. Forestillingen om den passive dataspilleren er misforstått. Som spiller er du aktiv. Du må stadig utfordre og bli utfordret.

Dataspill er kunstuttrykk. De beste dataspillene lar oss se verden med nye øyne. Det kan gi unik innsikt i andres situasjon og det kan lære oss om oss selv.

Å skape disse opplevelsene krever store mengder vilje og skaperkraft. Bak hver eneste utgivelse er det mange kreative, iherdige og dyktige mennesker.

Jeg ønsker at alle som har en nysgjerrig og leken spiller eller spillutvikler i magen skal ha spillerom til å utvikle seg, teste egne grenser og få utløp for sin kreativitet. Skaperkraften må frem.

Dette dokumentet er regjeringens strategi for dataspill for perioden 2020-2022. Regjeringen skal de neste tre årene bidra til å løfte dataspill – som kulturuttrykk, næring og fritidsaktivitet.

Takk til Norsk filminstitutt, Kulturtanken, Medietilsynet, Virke Produsentforeningen, KANDU – Norsk dataungdom, Hyperion – norsk forbund for fantastiske fritidsinteresser, regionale filmvirksomheter og alle andre som har gitt verdifulle innspill i prosessen.

Trine Skei Grande
KULTUR- OG LIKESTILLINGSMINISTER

Trine Skei Grande
KULTUR- OG LIKESTILLINGSMINISTER
FOTO: MONA LINDSETH

Illustrasjon: Simon Staksnes Andersen, D-Pad Studio

1 Innledning og mål

1.1 Bakgrunn og prosess

Med denne strategien vil regjeringen løfte dataspill som selvstendig kulturuttrykk, kunstform, næring og fritidsaktivitet. Dataspill er et relativt ungt kulturuttrykk, men er like fullt en selvstendig og viktig del av norsk kulturliv. Kultur handler om å skildre og fortolke den tiden og det samfunnet vi lever i, bearbeide kulturelle fenomener, historiske begivenheter og sosiale konflikter og gjøre det på en måte som engasjerer, utfordrer, underholder og begeistrer. Dataspill er en naturlig og vesentlig del av samtidskulturen. Det er viktig å ta ansvar for den videre utviklingen av et kulturuttrykk med stor utbredelse og innflytelse.

Dataspill byr på nye former for formidling og interaksjon. I motsetning til i andre kunstformer, som ofte baserer seg på å formidle ferdige verk, inntar spilleren en mer aktiv rolle og blir i større grad medprodusent for opplevelsen. I noen spill kan brukerne interagere og kommunisere med hverandre direkte i spillet.

Dataspill tar opp i seg flere kunstarter som visuell kunst, musikk, arkitektur og historiefortelling. Spill kan gjerne oppleves som en film, utstilling og konsert på en gang. Som kunstform byr dataspill på et mangfold av kreativ utfoldelse og kan oppleves på helt unike måter.

I Meld. St. 8 (2018-2019) *Kulturens kraft. Kulturpolitikk for framtida* er et av tiltakene at det skal utarbeides en strategi for dataspill som blant annet skal se nærmere på rammevilkårene for spillbransjen og sette mål for spillpolitikken. Dataspillfeltet ble sist gjennomgått i St. meld. nr. 14 (2007-2008) *Dataspill*. Både dataspill, bruken av disse, bransjen og markedet har endret seg mye siden da. Det er behov for en gjennomgang av feltet og en tydelig retning for dataspillpolitikken.

Denne strategien gjelder for perioden 2020–2022. Strategien er utarbeidet av Kulturdepartementet sammen med Norsk filminstitutt, Kulturtanken og Medietilsynet. Departementet har mottatt muntlige og skriftlige innspill fra bransjen, spillinteresserte, offentlige virksomheter, andre departement og andre aktører på feltet.

I innspillene til departementet legges det særlig vekt på behovet for en egen satsing på dataspill, og at spill bør synliggjøres og anerkjennes som et eget kunst- og kulturuttrykk og en egen bransje. Flere peker på behovet for utvikling og vekst i bransjen gjennom styrking av etablerte bransjeaktører samt av eksisterende ordninger og virkemiddelapparat. Støttespillere på regionalt nivå fremheves som viktig både for å rekruttere og utvikle talenter og for å stimulere regional bransje. Andre trekker frem forbrukerperspektivet og at det skal være enkelt for alle å være en del av den digitale spillkulturen. Flere ønsker seg også et kulturelt og språklig mangfoldig dataspilltilbud, som når ut til brukerne på deres eget språk.

Dataspill er et vidt begrep som spenner fra store kommersielle titler og kasinoliknende spill, til mindre nisjespill. Det finnes også læringsspill

Illustrasjon: Earthlock (Snowcastle Games, 2016)

og simuleringsspill som har flere formål enn å underholde. Statlige tilskudd til dataspill gis etter *Forskrift om tilskudd til audiovisuell produksjon*. Her defineres spill som et digitalt audiovisuelt verk som forutsetter brukermedvirkning. Forskriften avgrenser mot spillprosjekter som primært markedsfører kommersielle produkter, språkversjoner av eksisterende prosjekter eller lignende og mot opplæringsprodukter, pedagogiske verktøy, oppslagsverk og manualer. Strategien skal primært stimulere den delen av dataspillbransjen som utvikler spill med kulturelt og kunstnerisk innhold, jf. avgrensning i gjeldende forskrift.

Medietilsynet har ansvar for å forebygge problemskapende bruk av dataspill gjennom Handlingsplanen mot spilleproblemer. Denne strategien behandler ikke slike spørsmål.

Kulturdepartement vil i 2019 og 2020 legge fram flere strategier og stortingsmeldinger som er relevante for dataspillområdet, som nasjonal bibliotekstrategi for 2020-2023, stortingsmelding om kunstnerøkonomien og stortingsmelding om barne- og ungdomskultur (sammen med Kunnskapsdepartementet).

Tiltak som presenteres i strategien kan gjennomføres innenfor Kulturdepartementets gjeldende budsjettrammer.

1.2 Organisering av virkemidler og ansvarsdeling mellom stat og bransje

Dataspill er en viktig bransje i den kulturelle og kreativ næringen som regjeringen vil legge til rette for. Regjeringen vil videreføre støtte til utvikling av dataspillteknologi til underholdning, læring og kulturformidling, og stimulere til verdiskaping og investeringer i norsk innhold.

Dataspillbransjen skal utvikle seg mest mulig på egne premisser. Statens oppgave er å sørge for stabile og forutsigbare rammebetingelser. Det offentlige skal legge til rette for utvikling og et mangfold av finansieringskilder. De statlige tilskuddsordningene må utformes slik at de i størst mulig grad gir muligheter og insentiver til at bransjen selv ivaretar de ulike oppgavene i verdikjeden.

For å sikre et best mulig beslutningsgrunnlag er det behov for utvikling av bransjestatistikk og kunnskapsgrunnlag på feltet. Det er videre viktig at bransjen samarbeider internt, med andre aktører i den kulturelle og kreative næringen og med andre næringer og samfunnsområder for å sikre tilstrekkelig kompetanse og erfaringsutveksling.

En aktiv kulturpolitikk er en forutsetning for at kunst og kultur kommer flest mulig til gode ved å sørge for at alle har reell tilgang på kulturgodene, uavhengig av bakgrunn. Satsing på kulturpolitikk er en investering i dannelse og demokratiutvikling og kan medvirke til å gi alle en sjanse til å lykkes, uavhengig av utgangspunkt. Kulturpolitikk er nødvendig for å gi et bredere og mer mangfoldig kulturtilbud enn markedet kan utvikle alene, og sørge for at det blir skapt, bevart og formidlet et mangfold av kunst- og kulturuttrykk.

Kulturpolitikken kan likevel ikke løse alle utfordringer knyttet til bransjeøkonomi og markedsmekanismer. Noen utfordringer må løses gjennom næringspolitisk innsats, som forenkling av bedriftenes rapportering, oppfølging gjennom skattepolitikken samt arbeidsmarkeds- og sosialpolitiske tiltak. Dette er områder av stor betydning også for dataspillbransjen.

Regjeringens ambisjon om å bidra til gode rammevilkår for næringsvirksomhet og et skattesystem som stimulerer til bedriftsetablering, arbeidsplasser og privat eierskap er gjennomgående for alle næringer, herunder også kulturell og kreativ næring. Regjeringen har som mål at det skal bli enklere og tryggere å skape egne arbeidsplasser.

Norsk filminstitutt forvalter de statlige tilskuddsordningene til dataspill og har gjennom 15 år opparbeidet høy kompetanse på området. Dataspill er et av hovedsatsingsområdene for Norsk filminstitutt de neste årene. Departementet vil gi filminstituttet et økt ansvar for dataspillfeltet framover, bl.a. gjennom oppfølging av denne strategien.

Regionale filmvirksomheter (filmsentre og filmfond) mottar statlige tilskudd til ulike regionale filmtiltak, og kan også benytte de statlige tilskuddene til utvikling av dataspill. Som filmbransjen, vil også spillbransjen nyte godt av støttespillere både på regionalt og nasjonalt nivå. Regjeringen ønsker at regionale filmvirksomheter i sitt arbeid speiler og bygger opp under utviklingen i egen region, også på dataspillfeltet, jf. omtale under 3.2.

Regionale filmfond kan bidra med viktig finansiering for å støtte opp om de mest konkurransedyktige prosjektene i regionene. Fondene kan være en støttespiller for selskapene helt frem til lansering.

Regionale filmsentre kan spille en viktig rolle ved å gi utviklingstilskudd i en tidlig fase, samt stimulere til talentutvikling, kompetanseheving og ulike bransjebyggende tiltak. Slik kan filmsentrene være med på å bygge nyskapende spillutviklermiljøer i sin region.

Norsk kulturråd støtter profesjonelle kunstnere, arrangører, utgivere og kulturvirksomheter over hele landet og er en pådriver for nye kunst- og kulturprosjekter. Virksomheten forvalter ulike tilskuddsordninger og programmer som er relevante for dataspill, jf. nærmere omtale under 2.9.

1.3 Struktur og innhold i strategien

Del 1 omtaler bakgrunn og prosess for arbeidet med strategien, presenterer mål for dataspillpolitikken og trekker opp noen linjer for organisering og ansvar.

Del 2 gir et bilde av dagens dataspillbransje og spillkultur i Norge, og beskriver virkemidlene på området.

To satsingsområder trekkes frem i del 3 og 4, samt utfordringer, muligheter og tiltak for videre utvikling på disse områdene.

Del 3 ser nærmere på vekst og utvikling i dataspillbransjen. For å sikre et variert spilltilbud av høy kvalitet er det nødvendig med økt profesjonalisering av spillbransjen i Norge. For å styrke profesjonell spillproduksjon og stimulere til økt omsetning av norske spill i Norge og i utlandet er det nødvendig å se nærmere på rammevilkårene. For å bidra til at det lages og spilles norske spill av høy kvalitet over hele landet må det legges til rette for å bygge regionale spillmiljø.

Del 4 omhandler tilgang, bruk og rekruttering. I et forbrukerperspektiv er det viktig å se på tilgangen til dataspill for ulike grupper i befolkningen, og hvilke virkemidler som kan redusere forskjeller i tilgang, bruk og rekruttering av talenter. En aktiv og bred formidling kan stimulere til spill som arena for fellesskap og sosiale nettverk. Flere sterke spillmiljø regionalt er viktig for rekruttering og mangfold, og med på å styrke spill som kulturuttrykk i Norge.

1.4 Mål for dataspillpolitikken

Regjeringen ønsker et levende demokrati der alle er frie til å ytre seg, og der mangfold, skaperkraft og kreativitet verdsettes høyt. Kulturpolitikken skal tilrettelegge for et inkluderende samfunn der kunst og kultur av ypperste kvalitet inspirerer, samler og lærer oss om oss selv og omverdenen.

Med dette som utgangspunkt settes følgende mål for regjeringens politikk på dataspillfeltet:

MÅL FOR DATASPILLPOLITIKKEN:

- Et variert tilbud av norske dataspill av høy kvalitet
- En profesjonell og mangfoldig dataspillbransje
- Gjennomslagskraft for norske dataspill
- En inkluderende og tilgjengelig dataspillkultur

I tillegg skal dataspillpolitikken bidra til øvrige kulturpolitiske mål, med vekt på målene om å tilby møteplasser og bygge fellesskap, fremme dannelse og kritisk refleksjon og styrke norsk og samiske språk.

1.4.1 Mål: Et variert tilbud av norske dataspill av høy kvalitet

Det er viktig at det lages dataspill i Norge, basert på norsk kultur, samfunn og språk. Tilbudet av norske spill skal være variert, for eksempel når det gjelder sjanger, format, plattform, målgruppe og tematikk.

Mange norske dataspill holder høy kvalitet og er anerkjent internasjonalt. Regjeringen vil legge til rette for at den gode utviklingen dataspillbransjen er inne i fortsetter.

Kvaliteten på dataspill er avgjørende for den verdien spillene kan ha i samfunnet. Kvalitet er ikke en stabil størrelse som alle er enige om, og det gir ofte mer mening å snakke om ulike kvaliteter som blir ulikt vektlagt i ulike kontekster. Hva som er god kvalitet vil og bør alltid være gjenstand for diskusjon om utførelse, kontekst, formål og relevans. Det må legges til rette for og oppmuntres til samtaler og diskusjoner om kvalitet, kunstnerisk verdi, relevans og aktualitet i dataspill.

Kvalitet i norske dataspill omfatter både kulturell verdi og kunstnerisk kvalitet. Kulturell verdi handler om å skildre og fortolke den kulturen og det samfunnet vi lever i på en måte som engasjerer, underholder og begeistrer. Kunstnerisk kvalitet handler om originale verk som estetisk og fortellermessig er med på å utvikle og fornye dataspilluttrykket og som utfordrer, beriker og gir rom for ettertanke.

Kvalitet dreier seg også om inkluderende uttrykk der flere, uavhengig av bakgrunn, kjenner seg igjen, eller uttrykk som på ulike måter bidrar til å utfordre begrensende forestillinger om ulike grupper i samfunnet.

1.4.2 Mål: En profesjonell og mangfoldig dataspillbransje

En profesjonell dataspillbransje i Norge er en forutsetning for et variert tilbud av norske dataspill av høy kvalitet. Med profesjonell menes en bransje med solid kompetanse på utvikling, produksjon og lansering, med stabil økonomi og med evne til å tiltrekke finansiering og utvikle seg videre.

Gode rammevilkår og målrettede offentlige virkemidler skal stimulere til en ytterligere profesjonalisering av den norske dataspillbransjen. Dataspillbransjen skal utvikle seg mest mulig på egne premisser.

Økte private investeringer i dataspill er en forutsetning for å utnytte potensialet i bransjen. For å øke investeringsviljen fra private aktører er det avgjørende å styrke forståelsen for dataspillbransjen blant investorer.

Regjeringens dataspillpolitikk skal stimulere til en norsk dataspillbransje som vokser ut fra eget engasjement og tilrettelegge for fagmiljøer og samarbeid flere steder i landet.

Mangfold i dataspillbransjen innebærer blant annet å tilrettelegge for rekruttering og utvikling av aktører med ulik bakgrunn, som kjønn, alder, etnisitet og funksjonsevne.

1.4.3 Mål: Gjennomslagskraft for norske dataspill

Det er behov for et rikt og lett tilgjengelig norskspråklig kulturtilbud med gode språklige forbilder. Befolkningen bør ha anledning til å spille dataspill på norsk og med elementer av norsk kultur og historie. Det er derfor ønskelig å stimulere til bred produksjon og bruk av norske dataspill.

De fleste norske spillene utgis og konkurrerer i det internasjonale markedet. Økt profilering av norske spill kan bidra til at den norske spillbransjen realiserer en større del av spillenes potensial, både i Norge og utlandet.

Regjeringen ønsker at norske dataspill skal ha gjennomslagskraft i det nasjonale og internasjonale markedet. Det er et mål at flere skal kjøpe og spille norskutviklede dataspill. Økt salg og bruk av norske spill kan gi både bedre økonomi og vekstmuligheter i den norske spillbransjen.

1.4.4 Mål: En inkluderende og tilgjengelig dataspillkultur

Det er behov for et rikt og lett tilgjengelig norskspråklig kulturtilbud med gode språklige forbilder. Befolkningen bør ha anledning til å spille dataspill på norsk og med elementer av norsk kultur og historie. Det er derfor ønskelig å stimulere til bred produksjon og bruk av norske dataspill.

En aktiv dataspillpolitikk skal bidra til at hele befolkningen har tilgang til dataspill som kan gi felles referanser, læring og glede. Regjeringen vil øke kompetansen om og forståelsen for spill og engasjere flere til både å bruke og skape spill.

Universell utforming og tilgjengelighet er viktig for å sikre en inkluderende dataspillkultur.

Den teknologiske utviklingen har åpnet for nye digitale møteplasser og kanaler for ytring og meningsutveksling. Fysiske møteplasser er likevel fremdeles viktige for å skape samhold og gode lokalsamfunn. Digitaliseringen kan forsterke behovet for relevante arenaer og gi nytt innhold til de fysiske møteplassene. Utøvere av dataspill har også behov for steder å møtes fysisk for å spille sammen.

Illustrasjon: Embracelet (Machineboy, i produksjon)

Illustrasjon: The Cabin (Tellicherry Games, i produksjon)

2 Status

2.1 Dataspill i dag

Begrepet dataspill inkluderer en stor variasjon i både uttrykk, aktiviteter og plattformer. Dataspill er interaktive og digitale opplevelser hvor spilleren prøver å løse utfordringer og oppgaver innenfor spillets rammer. Noen spill er tradisjonelle, andre mer eksperimentelle. Noen spill er enkle og intuitive , mens andre er mer komplekse og krevende. Spilleren kan spille alene eller tusenvis kan spille mot hverandre over internett.

Dataspill er både underholdning og opplevelser. Det er en kulturform som kan oppmuntre til kreativitet, nysgjerrighet, samarbeid, læring og planlegging. Videre kan spill være både lek og meningsbærende innhold, og tilby fellesskap og en arena for sosial interaksjon.

EKSEMPEL *Loneliness* (Necessary Games, 2011) er et eksperimentelt spill hvor spilleren kontrollerer en enslig piksel. Spillet er en lek med mekanikk som metafor og benytter kun én enkelt mekanikk for å utforske en estetisk opplevelse av ensomhet og isolasjon.

EKSEMPEL *Kisima Innitchuna/Never Alone* (Upper One Games, 2014) er et spill basert på mytologien om og kulturen til folkegruppen Iñupiat i Alaska. Spillet er utviklet i samarbeid med stammerådet for Iñupiat-folket i Cook Inlet, og spilleren er en ung jente som sammen med sin arktiske rev må overkomme vanskeligheter. Spillet ble belønnet med en BAFTA-pris i 2015.

EKSEMPEL Miksapix Interactive er lokalisert ved Tanaelven i Karasjok og er det eneste norske selskapet som spesialiserer seg på spill med utspring i samisk kultur. Selskapet fokuserer på mobilspill og produserer apper med interaktive eventyr under konseptet «samiske eventyr i ny drakt». Norsk filminstitutt har gjennom innkjøpsordningen for bibliotek kjøpt inn Miksapix' tre første eventyr. Spillet *Nieidagorži – Pikefossen* ble utgitt i 2018.

De primære plattformene for spill er pc, spillkonsoll, nettbrett og mobiltelefon. Tradisjonelt har store spill blitt laget for kraftige konsoller, som Playstation, Xbox og Nintendo, eller for pc. Et spill laget for én plattform kan ikke spilles av på en annen, og lenge var de store spillene forbeholdt én eller to plattformer. Slik eksklusivitet har til dels falt bort, og spill gis ut i ulike versjoner for ulike plattformer. Det blir også vanligere at spillere kan spille sammen på tvers av ulike systemer. Dette gjelder spesielt for konkurransebaserte spill.

Spill for mobiltelefon var lenge svært enkle spill med til dels lav kvalitet, men de siste årene har mobilmarkedet for spill utviklet seg kraftig. Tilgjengeligheten av mobiltelefoner har gjort denne plattformen til en viktig arena både for kommersielle og mer eksperimentelle spill. Mobilspill som *Angry birds* og *Pokémon Go* har vært store suksesser, spesielt blant personer som tidligere har spilt lite. For eksempel har det norskproduserte mobilspillet *Fun Run (*DirtyBit

2012, 2014, 2017)[1] blitt lastet ned over 120 millioner ganger av spillere over hele verden. Dataspill som opprinnelig er laget for pc og spillkonsoller blir i økende grad også utgitt i en versjon tilpasset mobilmarkedet.

Foruten fysiske kopier av dataspill solgt i butikk, er spill fra det internasjonale markedet tilgjengelig gjennom digitale distribusjonsplattformer som Steam, Playstation Store, App Store og Google Play. Omfanget av spill på distribusjonsplattformene er enormt og kan være vanskelig å navigere i for forbrukerne. Apple oppgir at det gis ut over 100 spill hver dag på App Store[2]. Som spillselskap kan det være vanskelig å få oppmerksomhet rundt egne spill.

Det finnes også strømmetjenester for dataspill, men det er usikkert hvor stor betydning disse tjenestene vil få i fremtiden. Apple og Google er ventet å lansere sine strømmetjenester for spill i løpet av høsten 2019[3] [4]. Som med musikk og film krever ikke strømming at innhold lastes ned og lagres for å avspilles. Det stilles mindre krav til plattformen som spiller av, men større krav til internettkapasitet. Det gjør at selv store spill kan spilles på relativt enkle pcer, tver, mobiler og nettbrett. Dette senker inngangsterskelen og gjør et større segment med spill tilgjengelig for flere, uten investering i utstyr. Det eksisterer også abonnementsordninger for dataspill, hvor spilleren får tilgang til leverandørens katalog med spill i en periode. Her må spilleren laste ned spillet og selv ha utstyr som er egnet.

Verktøyene som kreves for å lage spill har blitt enklere og mer tilgjengelige. Flere av de ledende selskapene utvikler verktøyene sine med lisenser som er gratis for mindre selskaper, utdanningsinstitusjoner og privatpersoner. Det har gitt stadig flere mulighet til å skape og eksperimentere med spill – ikke bare for den profesjonelle spillutvikleren.

Digitale distribusjonsplattformer med lav inngangsterskel både for utviklere og publikum har økt tilbudet av mindre spill laget av uavhengige spillselskaper, såkalte «indiespill». Disse har vært en motvekt til store, kommersielle spillproduksjoner.

FAKTA

Begrepet «indiespill» (indie er en forkortelse for *independent*) ble opprinnelig brukt som en betegnelse på dataspill laget av mindre selskap, som oftest uten finansiell støtte fra en utgiver. I dag brukes begrepet ofte som beskrivelse av alternative og eksperimenterende spill. Spillene er som regel mindre i omfang enn spill laget av større kommersielle spillselskap, og tar ofte større kreative sjanser.

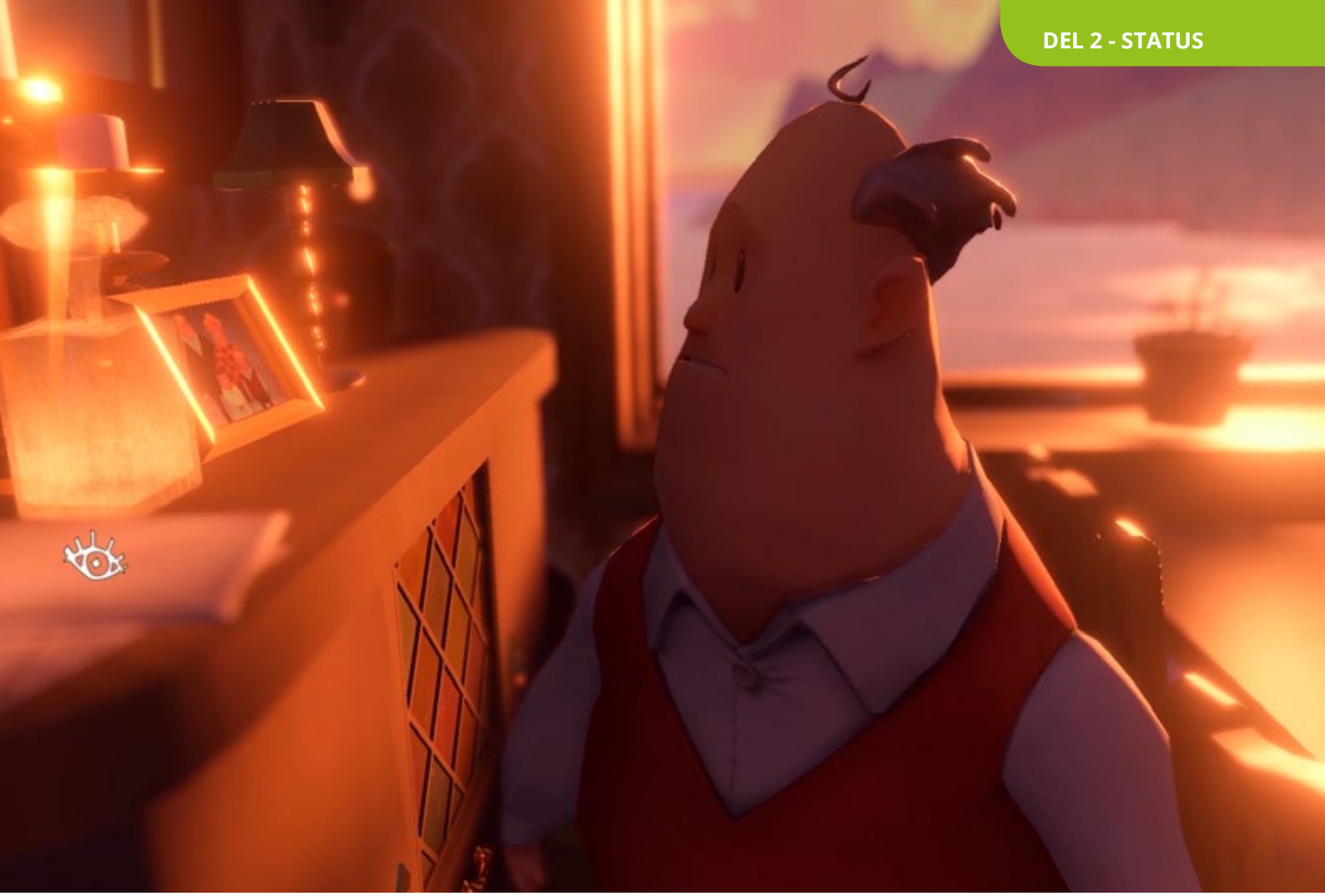
Norsk spillbransje utvikler i dag et bredt spekter av dataspill og setter Norge på verdenskartet med internasjonale anerkjennelser og priser. Bak en spillutgivelse står ofte et vidt spekter av kreative skapere og utviklere. I skandinavisk sammenheng skiller Norge seg ut med en høy andel kunstneriske og narrative spillutgivelser. Dette ser vi for eksempel på spill som *Mitt barn: Lebensborn* (Sarepta Studio, 2018) som forteller historien om tyskerbarna, *Among the Sleep* (Krillbite Studio, 2014) som skildrer alkoholmisbruk hos foreldre og *Draugen* (Red Thread Games, 2019) som beskriver psykiske lidelser. Felles for spillene er bruken av perspektiv som virkemiddel. Ved å sette spillerne inn i situasjoner hvor de er overlatt til egne valg, fortelles historier på måter som ikke er tilgjengelige i andre medier. Spillerens opplevelser på veien skaper personlige historier som utfyller spillets hovednarrativ.

1 Det er laget Fun Run 1, 2 og 3, og antall nedlastninger gjelder samlet for alle tre versjoner.

2 https://www.pocketgamer.biz/metrics/app-store/submissions/

3 Tek.no, 2019. Apple lanserer abonnementstjeneste for spill med over 100 eksklusive titler. Tilgjengelig på nett: https://www.tek.no/artikler/na-apple-lanserer-abonnementstjeneste-for-nyheter-og-eget-kredittkort/461321 Hentet 27. august 2019.

4 Tek.no, 2019. *Google lanserer spillstrømmetjeneste kalt Stadia.* Tilgjengelig på nett: https://www.tek.no/artikler/google-lanserer-spillstrommetjeneste-kalt-stadia/460840 Hentet 27. august 2019



Illustrasjon: Våken (Black Book, i produksjon)

FAKTA

«Lootbokser» er virtuelle forundringspakker som kan kjøpes i noen dataspill. Lootbokser inneholder tilfeldige belønninger, for eksempel figurer, gjenstander, spillvaluta eller kosmetiske oppgraderinger («skins») som kan brukes i spillet. Verdien på innholdet varierer stort, men innholdet er ikke kjent før etter at kjøpet er gjennomført.

Det er store variasjoner i hvor mye lootbokser koster fra spill til spill. Felles for de ulike variantene er at de likner lotteri og pengespill. Lootbokser inneholder også mange av de samme mekanismene som kan føre til problemer med pengespill. Enkelte land har forbudt lootbokser i dataspill. Kulturdepartementet vil gjøre en vurdering av om lootbokser bør falle inn under pengespillregelverket i forbindelse med arbeidet med ny pengespillov, som skal sendes på høring i løpet av 2019.

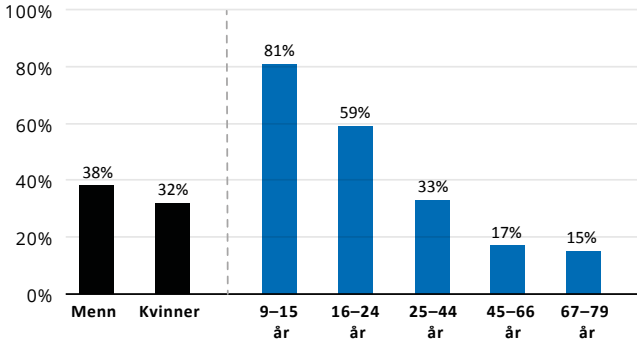
2.2 Spillkultur og bruk

Dataspill er en aktivitet og uttrykksform som lar mennesker dele opplevelser, historier og inntrykk. Bruk av spill er utbredt blant både barn, ungdom og voksne og bidrar til å knytte bånd mellom mennesker på tvers av nasjonale grenser og kulturer. Spill kan tilby fellesskap og kan være en arena for sosial interaksjon.

Dataspill er underholdning, utforskning og estetiske opplevelser. Det er en kulturform som kan oppmuntre til kreativitet, nysgjerrighet, samarbeid, læring og planlegging. Spill er både lek og meningsbærende innhold, hvor det er behov for kritisk refleksjon over innholdet og aktiviteten. Spill er ytringer og handlinger som inngår i en sosial, kulturell og politisk kontekst.

Spill er en viktig del av barn og voksnes kultur- og mediehverdag. En tredjedel av den norske befolkningen spiller dataspill daglig. Aldersgruppen 9-24 år bruker mest tid på spill. Selv om andelen som spiller digitale spill avtar med økende alder er det relativt mange eldre mennesker som spiller.

Figur 1 Andel som har spilt digitale spill en gjennomsnittsdag, etter kjønn og alder, 2018[5].



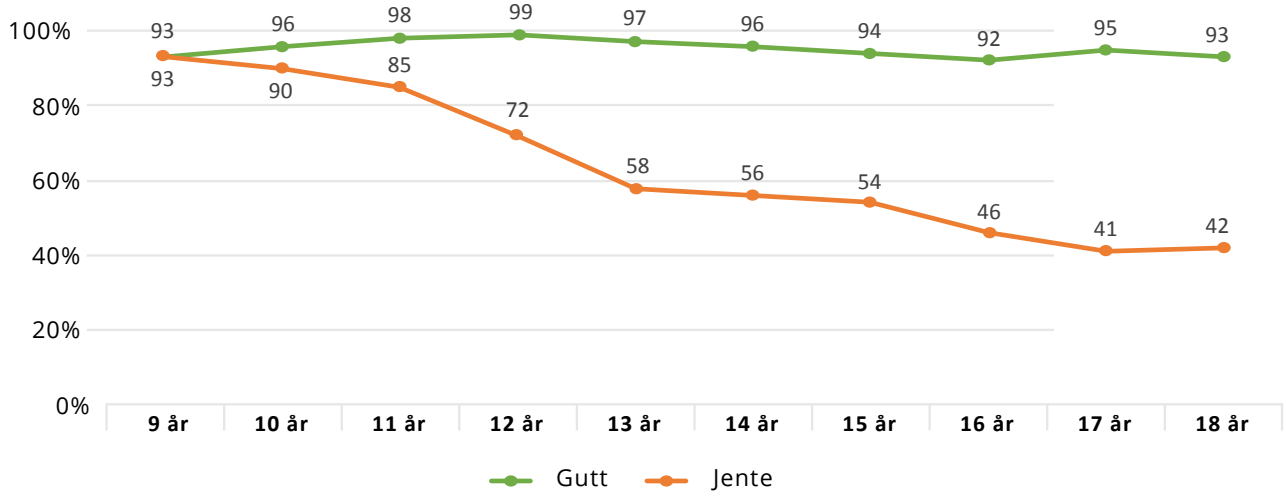
96 prosent av gutter og 63 prosent av jenter i alderen 9-18 år spiller dataspill. I 9-årsalderen er det like stor andel av gutter og jenter som spiller. Deretter går andelen jenter som spiller jevnt nedover med økende alder, fra 93 prosent av 9-åringene til 42 prosent av 18-åringene. I samme aldersspenn holder andelen gutter som spiller seg stabilt høy.

Tall fra 2018[7] viser at 54 prosent av Europas befolkning mellom 6 og 65 år spiller dataspill, og at bruken øker mest for aldersgruppen 45-65 år. Samme rapport viser at 48 prosent av alle som spiller i EU er kvinner, og at dette har holdt seg stabilt siden 2012. I USA[8] spiller 60 prosent av befolkningen daglig, og her er den gjennomsnittlige spilleren 34 år.

YouTube og strømmetjenesten Twitch er viktige kanaler for kreativ utfoldelse, og på YouTube er dataspill den fjerde største kategorien. Spesielt blant barn og unge er disse plattformene blitt viktige for å konsumere, analysere, diskutere og skape innhold om spill.

Samspillet mellom det skapende publikum og spillutviklerne har fått en stadig større betydning. Flere spill og spillkonsoller inkluderer funksjonalitet for strømming som innebærer at man med enkle tastetrykk kan starte å strømme mens man spiller og dele sin opplevelse. I flere spill kan publikum som ser på strømmingen påvirke spillet mens spilleren er i gang.

Figur 2 Andel gutter og jenter 9-18 år som spiller dataspill[6]

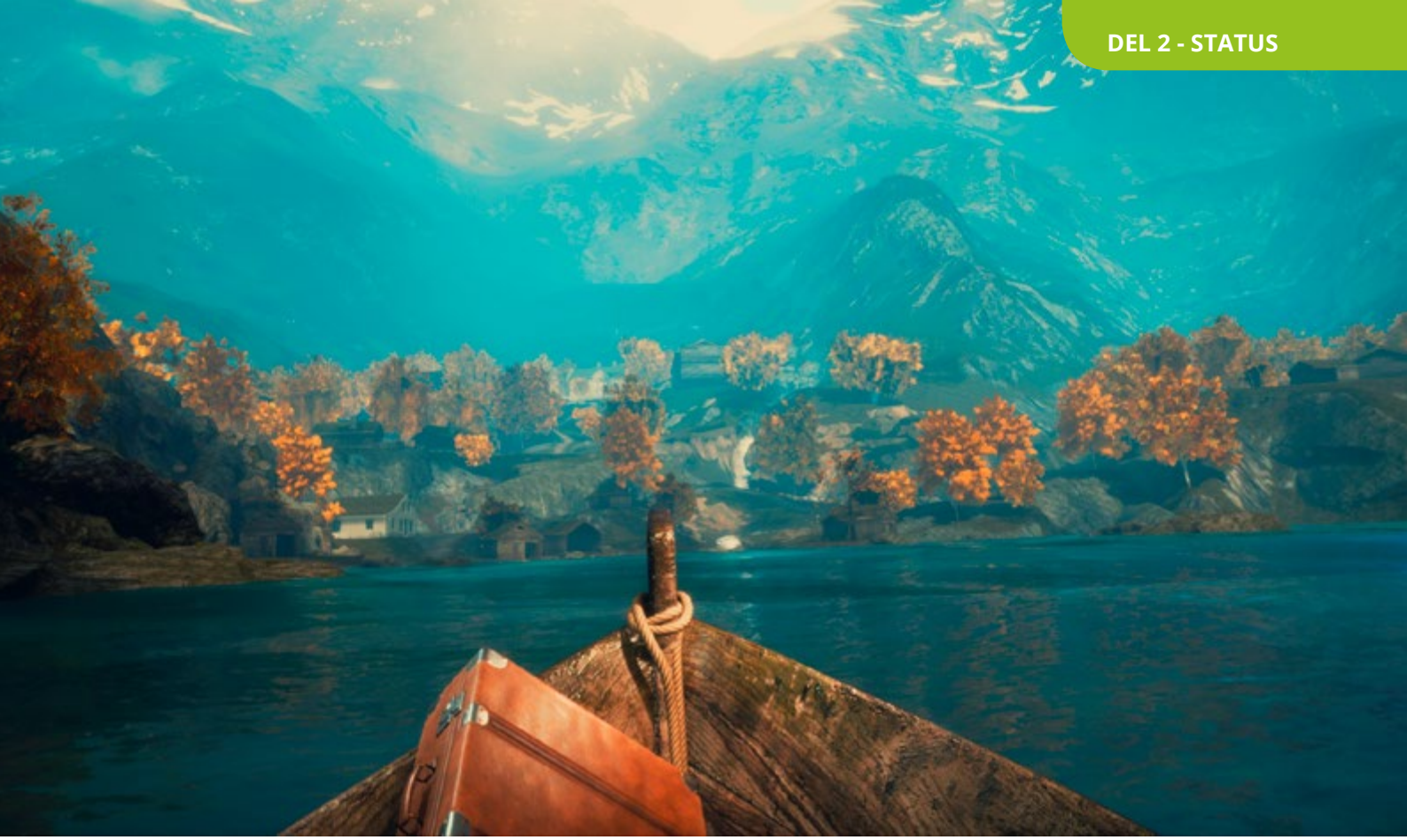


5 Kilde: Statistisk Sentralbyrå, 2018. *Norsk mediebarometer 2018*

6 Kilde: Medietilsynet, 2018. *Barn og medier 2018*

7 Europe's Video Games Industry 2019. *Key facts – 2018 trends & data*. Tilgjengelig på nett: https://www.isfe.eu/wp-content/uploads/2019/08/ISFE-Key-Facts-Brochure-FINAL.pdf hentet 23. august 2019

8 Entertainment Software Association 2018. *2018 Sales, demographic, and usage data.* Tilgjengelig på nett: https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2019/03/ESA_EssentialFacts_2018.pdf hentet 23. august 2019



Illustrasjon: Draugen (Red Thread Games, 2019)

EKSEMPEL Verdensmesterskap i *Fortnite* ble gjennomført for første gang i 2019. I følge *Epic Games* konkurrerte 40 millioner spillere om å komme til finalen i New York. Tre norske spillere kvalifiserte til finalen. Norske Emil "Nyhrox" Bergquist Pedersen vant mesterskapet sammen med sin østerrikske partner, og de to delte premiepotten på om lag 26 mill. kroner.

Organisert konkurranse i visse dataspill har fått betegnelsen e-sport – forkortelse for elektronisk sport. Blant de mest utbredte spillene innen e-sport er *League of Legends, Starcraft 2, Dota 2, Counter-Strike, Rocket League, Fortnite, Hearthstone* og *FIFA*. Strømmetjenesten *Twitch* viser både turneringer og kamper direkte, og har millioner av daglige brukere. I Norge har blant annet NRK, VG-TV og TV 2 hatt direktesendinger av e-sportturneringer.

De mest profesjonelle e-sportlagene internasjonalt har egne trenerteam, treningshus og et strengt opplegg for fysisk aktivitet, kosthold og helse. Noen har store sponsornavn i ryggen, og de største turneringene kan ha både premiepott og publikum på flere titalls millioner.

Overdreven og problemskapende spilladferd kan ha negative konsekvenser. Verdens Helseorganisasjon har vedtatt dataspillavhengighet som en offisiell diagnose fra og med 2022. I mange familier er dataspill en kilde til konflikt og frustrasjon for foreldre som mener de unge spiller for mye. Konfliktnivået kan forsterkes dersom foreldrene oppfatter spill som en inaktiv og usosial aktivitet. Det er imidlertid ytterst få av de som spiller dataspill som utvikler slik problematisk spilladferd. For de aller fleste spillere vil dataspill være en kilde til inspirasjon, underholdning og bekjentskaper verden over.

FAKTA

Snakk om spill er Medietilsynets forebyggende kampanje som gir råd og veiledning til foreldre. Dataspill er en svært utbredt fritidsaktivitet blant barn og unge og foreldre oppfordres til å veilede dem på en god måte i deres digitale mediehverdag. På snakkomspill.no kan foreldre få råd og informasjon om blant annet konflikthåndtering rundt dataspill, når varsellampene bør lyse og hvor de kan få hjelp ved behov. Det er viktig at voksne som er i kontakt med barn og unge har et visst nivå av kunnskap om dataspill og kan engasjere seg i barnas spillvaner. Kampanjen er et samarbeid mellom Medietilsynet og Lotteri- og stiftelsestilsynet gjennom Handlingsplanen mot spilleproblemer.

2.3 Dataspill i samspill med andre samfunnsområder

Prinsipper, mekanismer og teknologi fra dataspill brukes til langt mer enn å lage dataspill for det tradisjonelle markedet.

Spill kan brukes til å promotere og skape engasjement, til forskning, læring og nettverksbygging. Spill kan brukes til å trene digital kompetanse og dømmekraft, både når det gjelder å forholde seg til interaktive systemer og hvordan man skal forholde seg til informasjon som presenteres. Spill blir benyttet som rekrutteringsverktøy, til å spre politiske meninger og til å rette fokus på miljøbevissthet. I sosiale medier brukes spillmekanismer for å skape samhold mellom deltakere, både fysisk og digitalt.

EKSEMPEL *GRID-Arendal* er et forskningsprosjekt i samarbeid med FNs klimaprogram, som er lokalisert i Arendal. Prosjektet bruker ulike dataspill for å sette fokus på klima og miljø og viser hvordan dataspill kan brukes til å spre informasjon og skape engasjement.

EKSEMPEL *America's Army* (U.S. Army, 2002) er et gratis spill som aktivt benyttes for å rekruttere soldater til det amerikanske forsvaret, og *Not Tonight* (Panicbarn, 2018) er en politisk kommentar til Storbritannias avgjørelse om å forlate EU.

EKSEMPEL *Mitt barn Lebensborn* er et spill som lar spillerne oppleve hvordan norske tyskerbarn ble behandlet etter 2. verdenskrig. Spillet er utviklet av *Teknopilot* og *Sarepta Studio* og vant BAFTA-prisen i klassen *Games beyond entertainment* i 2019.

Dataspill i helsesektoren

I helsesektoren kan spillteknologi åpne for nye metoder og ny innsikt i den medisinske hverdagen. Virtual Reality (VR)[9] har blant annet blitt benyttet i rehabilitering av pasienter. Dette er ikke dataspill i seg selv, men interaktive verktøy som bruker virkemidler og teknologier som i stor grad utvikles for dataspill.

EKSEMPEL Sunnaas sykehus har gode erfaringer med bruk av dataspill i rehabilitering. De har funnet at trening med dataspill har like god effekt på håndfunksjon, gangfunksjon og balanse som tradisjonell terapi. Sykehuset har utviklet nettsiden www.spilldegbedre.no, slik at privatpersoner og institusjoner kan benytte seg av den samme spilltreningen.

EKSEMPEL Spillteknologi kan også brukes i forskning. For eksempel har spillere av *Foldit* (University of Washington, 2011) bidratt til å løse reelle medisinske utfordringer. Spillet går ut på å lage komplekse proteinmodeller som kan simulere ekte proteinstrukturer. Ved å bruke spillmekanismer som er satt sammen både for underholdning og forskning, finner de løsninger på problemer som forskerne har stått overfor. På flere områder har dette ført til fremskritt der forskningen har stått fast i lengre tid. Slik kan spillmetodikk by på kreative løsninger der tradisjonelle framgangsmåter kommer til kort.

EKSEMPEL Spillkonsoller som Nintendo Wii er blitt brukt i sykehjem for å aktivisere beboerne. Konsollen registrerer hvor spillkontrollen er i rommet, og kontrollen kan for eksempel brukes som tennisracket, golfkølle eller sverd. Spillene krever at spilleren beveger seg slik de ønsker at karakteren sin skal reagere. Denne typen spill kan ha stort potensial for å engasjere grupper av mennesker som faller utenfor de tradisjonelle trenings- og aktivitetsformene.

9 Virtual reality, oversatt til virtuell eller kunstig virkelighet på norsk, er en teknologi som lar brukeren tre inn i en virtuell verden. Med spesielle briller og eventuelt sensorer på armer og ben, opplever brukeren å være til stede i et virtuelt rom og kan bevege seg og påvirke omgivelsene.

Dataspill i reiselivsnæringen
Kulturprodukter har lenge blitt benyttet til promotering av turisme og reiseliv. Store suksesser innen film og litteratur har ført til økt turisme til områdene hvor handlingen finner sted. Dataspill kan likeledes promotere kultur, historie og reisemål på en engasjerende og aktiv måte.

Flere museer benytter dataspill, VR og AR[10] i formidling av sine utstillinger, for å skape en engasjerende og interaktiv opplevelse for publikum. Norsk Maritimt Museum har hatt utstillingen *Ingen skal drukne,* hvor publikum via VR-briller får en digital opplevelse av arbeidet til redningsskøytene og det å være i havsnød. I utstillingen *Norge er Havet* har museet også spillopplevelsen *Sjøens Motorvei*, hvor fire spillere konkurrerer om å bli den beste skipsrederen. *Sjøens Motorvei* er utviklet for utstillingen, og gir en interaktiv opplevelse hvor publikum blir utsatt for utfordringer som ligger i sjøfartsdrift.

Spillteknologi kan også gi en ekstra dimensjon til formidlingsarbeidet ved museer og andre kulturinstitusjoner ved å kontekstualisere og skape engasjement. Dette kan gi mennesker som ikke har anledning til å besøke museer og kulturtilbud mulighet til å delta, og det kan få flere til å oppdage og besøke tilbudene. Spillteknologi kan også benyttes til andre typer interaktive digitale opplevelser. Spill som Stolpejakten, Ingress og Pokémon Go har fått millioner av mennesker til å utforske byer og natur på nye måter.

EKSEMPEL I *Oslo Havn 1798* (Tidvis AS, 2019) kan publikum bevege seg i en grafisk presentasjon av Oslos havn på 1700-tallet. I Bergen lanserte kommunen mobilspillet *Bergen gå* i forbindelse med festspillene i 2018. Spillerne måtte samle virtuelle brostein rundt om i Bergen og kunne løse disse inn i rabatter og aktiviteter i byen.

Dataspill i undervisning og arbeidsliv
Dataspill blir i økende grad benyttet som verktøy i undervisning. Digitale læremidler henter inspirasjon fra dataspill i form og uttrykk og benytter dataspillteknologi i utviklingen. Med den pågående fagfornyelsen i skolen vil det komme en rekke nye, innovative digitale læremidler på markedet som er utviklet både av de store forlagene og av mindre edTech-selskap. Flere ulike fagområder benytter også dataspill på forskjellige utdanningstrinn. Dette gjelder spesielt skoler som satser på spill og har egne spillpedagoger med kompetanse på spill og hvordan disse kan brukes i en pedagogisk sammenheng.

Dataspill kan benyttes til å presentere tematikk og opplevelser som er relevante for skolens læreplan, og kan brukes som verktøy i andre pedagogiske sammenhenger.

Det er også utviklet egne spillunivers med tilhørende fysisk materiale for bruk i skole. Et eksempel er den norske spillserien *Dragonbox* som benyttes i matematikkundervisning på skoler i Norge og andre land.

EKSEMPEL I en kampanje i 2018 ba bemanningsselskapet Manpower unge arbeidssøkere om å oppgi spillerfaring på CV-en. Mange som akkurat er ferdig med videregående eller av andre grunner har liten arbeidserfaring kan ha vanskeligheter med å vise frem sine kvalifikasjoner. En del spill kan gi erfaringer som er svært verdifulle for arbeidsgiver, som samarbeid, planlegging, taktiske vurderinger og språkferdigheter. For å hjelpe arbeidssøkerne med å sette ord på hvilke egenskaper man kan tilegne seg ved de ulike spillene lanserte Manpower verktøyet www.spillerfaring.no.

Stadig flere bedrifter benytter digitale verktøy med elementer fra dataspillteknologi til opplæring av ansatte. Dette blir også benyttet i rekruttering, for eksempel når arbeidsgivere søker personer med praktisk kompetanse utover ren formalkompetanse. I norsk sammenheng har blant annet Politiets sikkerhetstjeneste brukt elementer fra spillteknologi i sine rekrutteringsprosesser.

10 Engelsk forkortelse for *augmented reality*, kan oversettes med utvidet virkelighet

Teknologisk innovasjon og digitale ferdigheter
Ved å spille dataspill og ta aktivt del i spillmiljøer kan spillerne bygge digitale ferdigheter og teknologisk forståelse. Dette er kunnskap og ferdigheter som for mange akkumuleres raskt og som vil kunne utgjøre en betydelig ressurs i framtidig oppgaveløsning.

Gjennom utvikling av dataspill bygges innovativ teknologi og kompetanse som kan være nyttig på andre samfunnsområder. Spillselskap er derfor attraktive oppdragstakere i andre deler av næringslivet enn den kulturelle og kreative næringen. Flere norske spillselskap tar på seg oppdragsvirksomhet utenfor den kulturelle og kreative næringen for å subsidiere den ressurskrevende spillproduksjonen. Denne praksisen viser samfunnets behov for den kompetansen som ligger i dataspillbransjen.

2.4 Den norske dataspillbransjen i tall

Den internasjonale dataspillbransjen har utviklet seg til å bli en av de største bransjene i den kulturelle og kreative næringen på svært kort tid. Den globale spillbransjen omsatte for 1 230 mrd. kroner i 2018[11]. Det er over 100 mrd. kroner høyere enn estimert omsetning for den globale sjømatnæringen i 2018[12]. Sett opp mot andre bransjer i den kulturelle og kreative næringen omsatte den globale filmbransjen (kino- og hjemmevideomarkedet) for 1 212 mrd. kroner[13] og musikkbransjen (innspilt musikk) for 170 mrd. kroner[14] samme år. Dataspillbransjen forventes å ha en årlig vekstrate på 13 prosent frem til 2025 og er i samme år estimert å omsette for mer enn 300 mrd. USD[15].

Det er en positiv utvikling blant aktive norske spillselskap både i omsetning og sysselsetting. Til tross for markant vekst både internasjonalt og i Norge fremstår økonomien i norsk spillbransje likevel som liten og svak. De siste omsetningstallene fra bransjen viste at omsetningen av dataspill (norske og utenlandske) i det norske spillmarkedet var 1,9 mrd. kroner i 2014[16]. Den norske spillbransjen hadde en samlet omsetning på 358 mill. kroner i 2017[17]. Foreløpig markedsstatistikk fra Virke Produsentforeningen anslår en omsetningsøkning på over 30 prosent fra salg av spill blant de 15 største selskapene fra 2017 til 2018[18]. Denne statistikken viser at den totale omsetningen fra spill blant de 15 største spillprodusentene var om lag 401 mill. kroner i 2018.

Oslo Economics anslo den norske dataspillbransjen til drøyt 100 selskaper i 2017. Mange av disse er enkeltmannsforetak som aldri har utgitt spill og derfor ikke har noen omsetning fra spill. Ifølge Virke Produsentforeningen utgjør de aktive spillprodusentene (selskap som har utgitt spill siste 3 år) i underkant av 30 selskaper. Årlig utgis et titalls dataspill. Bare ett selskap utgir spill utviklet av andre selskaper.

11 GlobalData, 2019. *Video Games – Thematic Research.* Tilgjengelig på nett: https://www.globaldata.com/store/report/gdtmt-tr-s212--video-games-thematic-research/ hentet 23. August 2019

12 Allied market research, 2017. *Seafood Market Outlook 2023.* Tilgjengelig online: https://www.alliedmarketresearch.com/seafood-market hentet 23. august 2019

13 Ibisworld, 2018. *Global Movie Production & Distribution Industry – Market Research Report* Tilgjengelig på nett: https://www.ibisworld.com/industry-trends/global-industry-reports/other-community-social-personal-service-activities/movie-production-distribution.html hentet 23. august 2019

14 IFPI, 2019. *Global Music Report 2019*. Tilgjengelig online: https://ifpi.org/news/IFPI-GLOBAL-MUSIC-REPORT-2019 hentet 23. august 2019

15 GlobalData, 2019. *Video Games – Thematic esearch.* Tilgjengelig på nett: https://www.globaldata.com/store/report/gdtmt-tr-s212--video-games-thematic-research/ hentet 23. August 2019

16 Norsk spill. Og multumedie leverandørforening/ Association for the Nordic Game Instustry, 2019. *Nordmenn kjøper dataspill for nesten 2 mrd. kr.* Tilgjengelig på nett: http://angi-nordic.com/games/nordmenn-kjoper-dataspill-for-nesten-2-mrd-kr/ hentet 23. august 2019

17 Oslo Economics, 2018. *Den norske spillbransjen – utredning for Kulturdepartementet*

18 Foreløpig markedsstatistikk oversendt til Kulturdepartementet fra Virke produsentforeningen 12.8.2019

Majoriteten av selskapene hadde i 2016 mindre enn 5 mill. kroner i omsetning, mens seks selskaper hadde mer enn 10 mill. kroner i omsetning[19]. For det store flertallet av selskapene kommer mer enn 90 prosent av omsetningen fra salg i det internasjonale markedet. Unntaket er barnespill på norsk, som primært omsettes i Norge. Sett opp mot andre bransjer i den kulturelle og kreative næringen, som film og musikk, er eksportandelen til spillbransjen høy. Årsaken kommer av at dataspill ikke har et naturlig hjemmemarked, men konkurrerer internasjonalt fra første stund. 48 prosent av selskapene i kartleggingen fra Oslo Economics hadde positivt driftsresultat i 2016, og 13 prosent hadde overskudd over 1 mill. kroner.

De norske spillselskapene er relativt små. I 2016 hadde 86 prosent av selskapene færre enn 10 ansatte og falt innunder EUs definisjon av selskap på mikronivå. Blant ansatte i spillbransjen hadde 70 prosent universitets- og høyskoleutdanning. Mer enn halvparten av de ansatte hadde utdanning innen spillproduksjon, spilldesign, animasjon eller lignende, mens ikke-spillrelaterte utdanninger innen IKT, informatikk, ingeniørfag, kunst og design utgjorde 30 prosent av de ansattes utdanningsbakgrunn.

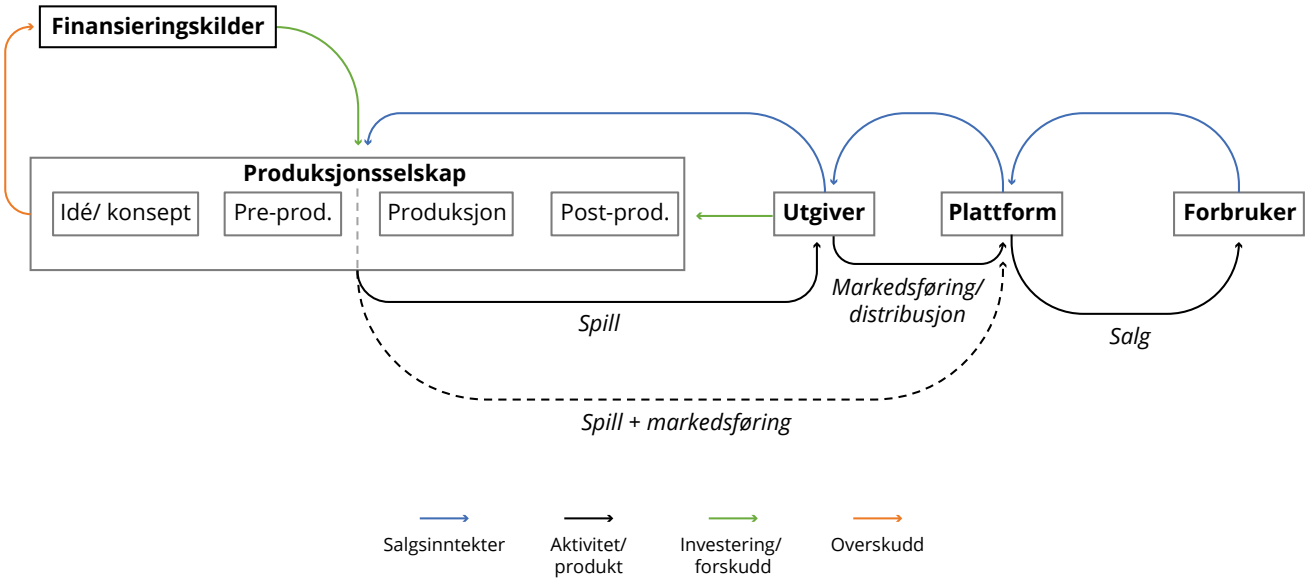
FAKTA

Spill står for en betydelig kultureksport i markeder som kanskje ikke tradisjonelt er kjent med norsk kultur. *Conan Exiles (Funcom, 2018)* toppet nylig salgslistene i Japan, *Owlboy* (D-Pad Studio, 2016) lanseres i disse dager i Kina, *Mitt barn Lebensborn (Teknopilot/Sarepta Studio, 2018)* har sitt største marked i Kina og *Fun Run (Dirtybit, 2012)* går sin seiersgang på mobiltelefoner verden over.

2.5 Verdikjeden i bransjen

Figuren nedenfor viser en forenklet og konseptuell modell over verdiskaping i spillbransjen. Modellen viser hele verdikjeden fra idé til forbrukeren har kjøpt spillet.

Figur 3: Forenklet modell for verdiskaping i dataspillbransjens verdikjede



19 Oslo Economics, 2018. *Den norske spillbransjen – utredning for Kulturdepartementet*

Produsentleddet er verdikjedens første ledd, og her befinner de norske spillselskapene seg. En spillproduksjon går normalt gjennom fire faser; idé/konsept, pre-produksjon, produksjon og post-produksjon. Alternativt omtales også prosessen med to faser: Utviklingsfasen og produksjonsfasen. De fleste norske spillutgivelser har en utviklingstid på mellom to og fire år og en kostnadsramme på flere millioner kroner. Den største kostnadsposten er lønn til ansatte (over 80 prosent for de største selskapene), men samtidig antyder Oslo Economics utredning fra 2018 og innspill til strategiutviklingen at ulønnet arbeidskraft er en utbredt ressurs i bransjen. Skillene mellom faser, utviklingstid og kostnadsrammer varierer fra produksjon til produksjon.

Under idé-/konseptfasen skisseres spillets sentrale grunnelementer. Selskapet kan enten utvikle et originalt spillkonsept eller kjøpe rettighetene til eksisterende. De immaterielle rettighetene til spillkonseptet kalles gjerne spillets IP, etter det engelske begrepet «intellectual property». Utvikling eller anskaffelse av en IP er en ressurskrevende, men viktig prosess. Sterke IPer anses som svært verdifulle økonomiske ressurser. En sterk IP har verdi fordi den kan videreselges, føre til nyutgivelser og oppfølgere og gi inntekter i form av salg av andre produkter tilknyttet merkevaren. Markedspotensialet, inkludert inntekter fra IPen, blir gjerne beskrevet i et eget salgsdokument som brukes for å tiltrekke seg ekstern finansiering til prosjektet.

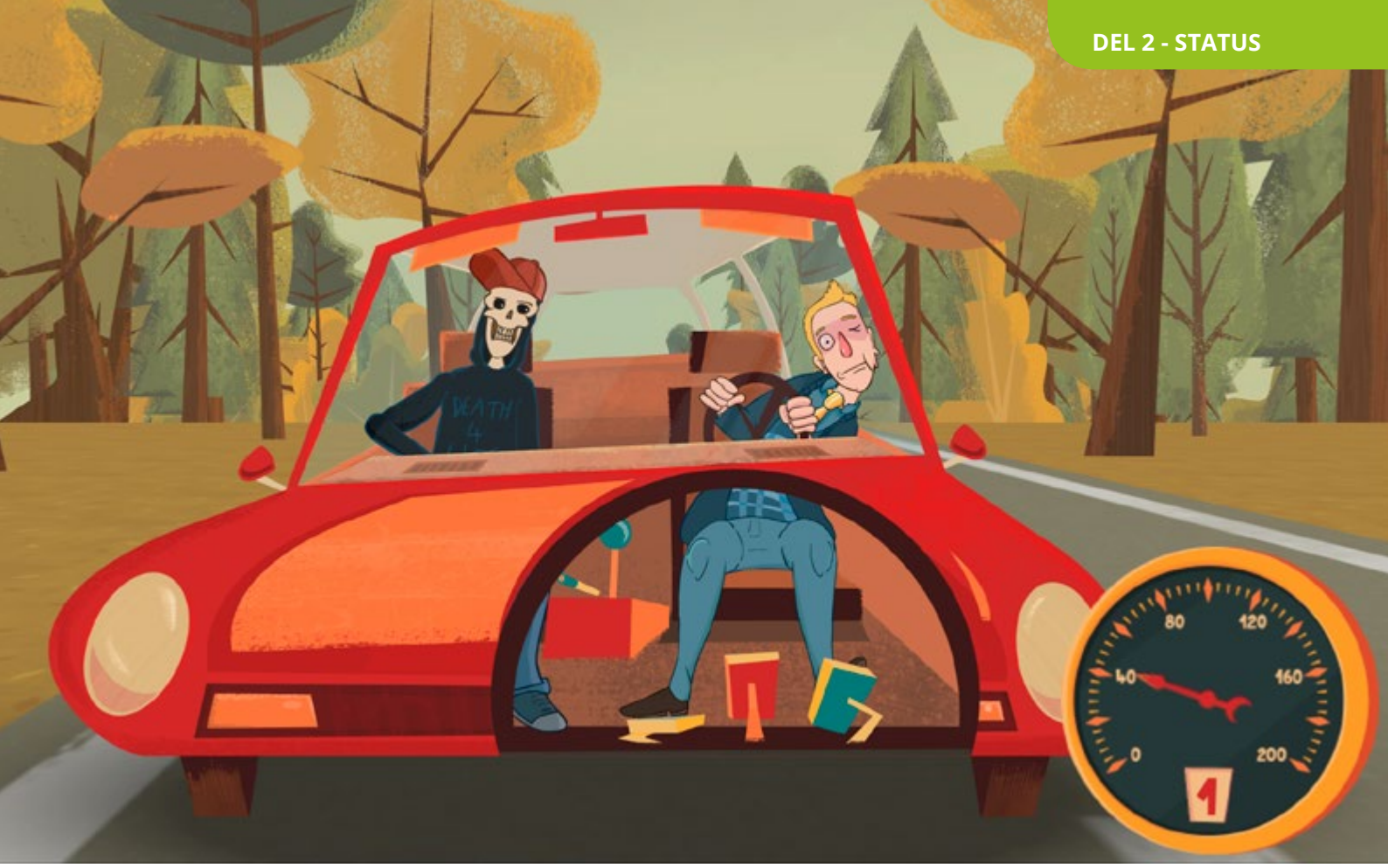
Preproduksjonsfasen henger tett sammen med idé-/konseptfasen. Her fastsettes gjerne rammene for spillet i et konseptdokument, inkludert markedsanalyse, målgrupper, salgsmodell, plattform, sjanger, utviklingsplan, budsjett, risikoanalyse, kunstnerisk utforming og lignende. Det er også vanlig å utvikle en prototype som gir inntrykk av hvordan det endelige spillet skal se ut.

I produksjonsfasen vil produsenter, spilldesignere, programmerere og kunstnere ofte utforme et designdokument som legger føringer for utviklingen videre. I denne fasen går spillet fra å være på skissenivå til et ferdig produsert spill. Dette inkluderer gjerne arbeid med å produsere og koordinere spillets animasjoner, objekter, karakterer, menyer, musikk, programvarebibliotek, spillmotor og kunstige intelligens i tråd med designdokumentet.

Den siste fasen i produksjonen kalles post-produksjon og inkluderer omfattende test- og revisjonsrunder hvor feil og mangler identifiseres og repareres før spillet markedsføres og distribueres i markedet.

Til tross for at markedsføring i denne modellen fremstår som løsrevet fra spillproduksjonen, er markedsføring og salg svært tett integrert med spillutviklingen. Markedsføring av spillene går ofte parallelt med utviklingen og produksjonen av spillene. For mange av spillene er det viktig å bygge en følgerskare av interesserte, potensielle kjøpere gjennom hele prosessen. I Norge er det svært vanlig at det er spillprodusenten som også er ansvarlig for markedsføring og distribusjon. Blant større utgivelser er det mer vanlig å samarbeide med et distribusjonsselskap, en såkalt publisher eller utgiver.

Distribusjonsplattformene som formidler spill til forbrukere er i all hovedsak utenlandske og globale. Plattformene tar ofte en andel på rundt 30 prosent av omsetningen fra spill. De siste ti årene har inntektene fra forbrukerne endret seg fra å stort sett være basert på salg av spill til også å være basert på salg i spillet, for eksempel tilgang til karakterer eller gjenstander. Til forskjell fra filmformatet, hvor produktet fremdeles er ferdig etter lansering, kan spill i stadig større grad videreutvikles med utvidelser etter lansering. Endringene har bidratt til å forlenge inntektshorisonten til spillene og dermed også bidratt til å utfordre produsentenes likviditet ytterligere.



Illustrasjon: Manual Samuel (Perfectly Paranormal, 2016)

2.6 Finansieringskilder

Tilgang til god finansiering og investering er avgjørende for å lykkes som spillprodusent. Det er en utfordring for den norske spillbransjen at majoriteten av spillselskapene er relativt ferske og har få eller ingen inntektsbringende spill i sin portefølje. I tillegg er produksjonsløpet relativt langt og kostnadskrevende, ofte 2 til 4 år, og det er knyttet stor usikkerhet til fremtidige salgsinntekter.

De viktigste finansieringskildene i utviklingen av et dataspill er selskapets egenkapital, alternative finansieringskilder, offentlige virkemidler og private investeringer.

Egenkapital

Ideelt sett bør investeringer fra selskapenes egenkapital fungere som bærebjelken til en finansieringsplan for en mellomstor norsk spillproduksjon med kunstneriske og økonomiske ambisjoner. Egenkapital fungerer både som sikkerhet for private investorer og som et økonomisk kvalitetsstempel for offentlige og private finansieringskilder. Uten en substansiell egenkapital er det nærmest umulig å utløse finansiering fra private investeringskilder og offentlige midler. Selskapenes egenkapital (salgsinntekter fra tidligere utgitte spill og inntekter fra øvrige aktiviteter) utgjorde i gjennomsnitt 28 prosent av finansieringskildene til spillprodusentenes siste produksjoner, og omtrent halvparten av dette kom fra ikke-spillrelaterte inntekter[20].

Alternative finansieringskilder

For selskaper uten betydelige salgsinntekter fra tidligere utgivelser blir ofte løsningen på finansieringsutfordringen å bygge egenkapital gjennom alternative kilder. Her er finansieringskildene egne private midler fra ansatte og gründere, bidrag fra nære bekjente, folkefinansiering og andre oppdrag. Flere av disse kan i prinsippet kategoriseres som privat kapital, men er her definert som alternative finansieringskilder pga. deres manglende avkastningskrav.

20 Oslo Economics, 2018. *Den norske spillbransjen – utredning for Kulturdepartementet*

De alternative finansieringskildene utgjør betydelige andeler av finansieringsbeløpene til spillproduksjonene[21]. Utstrakt bruk av bidrag fra nære bekjente, i kombinasjon med egne private midler og ubetalt eller svært dårlig betalt arbeidskraft, kan bidra til å undergrave bransjens profesjonalitet og bærekraft. Arbeid med andre typer oppdrag (såkalt «work-for-hire») gir ofte betydelige inntekter for selskapene, men trekker ofte ut produksjonsløpene til spillene og dreier selskapenes kompetanse og orientering vekk fra spillutvikling.

Folkefinansiering og forsalg er på mange måter gode finansieringsmodeller på papiret, men i praksis opplever bransjerepresentanter disse som problematiske, siden metodene er svært ressurskrevende, samt at det internasjonale folkefinansieringsmarkedet er vanskelig å trenge igjennom.

Offentlige virkemidler/ tilskudd
Offentlige virkemidler og tilskudd er viktige finansieringskilder for de norske spillprodusentene. Oversikt over offentlige virkemidler følger i 2.9.

Privat kapital
Finansiering gjennom privat kapital i dataspill-bransjen kan ta fem former. En privatperson eller et selskap kan investere i et selskaps aksjer, kjøpe opp et helt eller deler av et selskap, inngå en utgiveravtale for et enkelt prosjekt (forskudd og eventuelle markedsføringstjenester i bytte mot andeler av fremtidige salgsinntekter), innvilge et lån eller gi en gave.

For aktørene som investerer med mål om avkastning vurderes ofte to spørsmål før en eventuell investering: Hvor stor er forventet avkastning av investeringen? Hvor stor er sannsynligheten for at investeringen vil kaste av seg som forventet? Hovedregelen blant norske spillselskap, hvor flesteparten er nyetablerte og små, er at selskapenes og prosjektenes fremtidsutsikt og størrelse, samt selskapenes tidligere resultater og profesjonalitet, er avgjørende for hvorvidt en aktør investerer.

De vanligste private finansieringskildene er i dag hovedsakelig samarbeidsavtaler med utenlandske aktører lengre frem i verdikjeden (utgivere og enkelte plattformer), investeringer fra enkelte private norske fond og banklån. Enkelte norske teknologifond har vist sin interesse for å investere i norske spillprodusenter.

Samspillet mellom statlige tilskudd og private investeringer
NFI kan i dag gi tilskudd til kun deler av prosjektenes utviklingsløp gjennom utviklings-tilskudd. De siste årene har det samlede tilskuddet til spillutvikling ligget på om lag 20 mill. kroner årlig. Spillprodusentene rapporterer kun regnskap for utviklingsfasene det er gitt tilskudd til, og ikke de totale kostnadene for prosjektene. Det finnes derfor begrenset oversikt over de totale produksjonskostnadene til prosjektene. Av de totale utviklings- og produksjonskostnadene til et utvalg spill som er gitt ut de siste årene, utgjør tilskuddsandelen fra NFI i snitt 20 prosent for spill som retter seg mot et internasjonalt marked. For de største prosjektene ligger tilskuddsandelen lavere, mens for den er høyere for «mellomspillene». Spill rettet mot barn i et norsk/nordisk marked har en høyere offentlig tilskuddsandel for å kompensere for et begrenset marked.

De resterende 80 prosent av finansieringen er i stor grad privatkapital fra selskapene selv, eller fra samarbeidspartnere som for eksempel utgivere. De offentlige tilskuddene fra blant annet NFI bidrar i stor grad til at selskapene kan komme i posisjon til å hente annen finansiering. NFI erfarer at deres bevilgninger på 23,7 mill. kroner i utviklingstilskudd i 2018 bidro til at spillprodusentene skaffet om lag 80 mill. kroner i annen finansiering til utgivelsene.

Som tilbyder av virkemidler som oppstartslån og innovasjonslån, og som delansvarlig for programmet *Spill ut i verden* (sammen med Norsk filminstitutt) har Innovasjon Norge kompetanse om investeringer i gründerbedrifter, inkludert bedrifter i spillbransjen.

21 Oslo Economics, 2018. *Den norske spillbransjen – utredning for Kulturdepartementet*

Innovasjon Norge erfarer at enkelte selskap har lykkes i å hente privat kapital i form av investeringer, men at selskapene i den norske spillbransjen generelt opplever kapitalinnhenting fra private aktører som langt tyngre enn gründere flest. Innovasjon Norge viser til at krav om kredittverdighet og egenkapital ofte utfordrer selskapenes tilgang til lån. Disse utfordringene er større i spillbransjen enn i andre bransjer i den kulturelle og kreative næringen.

2.7 Regionale spillmiljø

En stor del av den norske spillbransjen holder til i Oslo-området, men det er også sterke spillmiljø flere andre steder i landet, for eksempel i Hamar og Bergen. Spillproduksjonens digitale natur gjør også utvikling og produksjon av spill relativt lite stedbunden. Regionale miljø viser hvilke muligheter som ligger i samspillet mellom spillbransjen, private investorer, myndigheter og næringsliv på regionalt nivå.

Hamar Game Collective ble stiftet i Hamar i 2013 av tre spillselskap som ønsket å etablere en arbeidsplass og en felles møteplass for utveksling av erfaring og kunnskap. Siden oppstarten har antallet selskap økt fra tre til 14. Hamar Game Collective arbeider for å bidra til vekst i lokal, nasjonal og global spillbransje, blant annet ved å arrangere relevante foredrag, arbeidsverksted og veiledning. Østnorsk filmsenter AS har vært en viktig støttespiller for spillutviklingsmiljøet på Hamar, som en del av et bredt samarbeid mellom kommunale, fylkeskommunale, statlige og private støttespillere. Filmsenteret har, sammen med Filminvest filmfond, gitt tilskudd til utvikling og kompetansetiltak på spillområdet. En koordinert regional satsing har bidratt til å bygge og utvikle spillbransje og et bredt orientert kompetansemiljø.

Work-Work ble etablert i Trondheim i 2015, og kontorfellesskapet huser i dag rundt 20 selskap innen utvikling av nye digitale medier, blant annet spillselskaper. Huset har et mangfoldig miljø i skjæringspunktet mellom kunst og teknologi. *Work-Work* bidrar med nettverk, rådgivning og kontorfasiliteter til spillselskap.

Norges viktigste bransjekonferanse for dataspill, *Konsoll*, arrangeres årlig i Bergen. Konferansen eies av Spillmakerlauget Vest[22], som også står bak initiativet til det nyopprettede *Dataspillsenteret* i samme by. Videre har Mediefondet Zefyr i en årrekke støttet og investert i spillselskap i regionen, og dette har blant annet bidratt til at miljøet i Bergen har vokst.

Tvibit er et produksjons- og kompetansesenter for kultur og kreativ virksomhet i Tromsø. Tvibit fokuserer på talentutvikling for unge mellom 15 og 30 år og har siden 2015 satset på dataspill og nye medier, blant annet gjennom å samle unge som er interessert i dataspill, kultur og teknologi.

Viken filmsenter AS har siden oppstarten i 2012 gitt tilskudd til utvikling av dataspill. Fra 2018 har samarbeidet med E6 Østfold medieverksted om stipend for spillutviklere i aldersgruppen 16-26 år.

2.8 Erfaringer fra våre naboland

I Norden er det Sverige og Finland som leder an når det gjelder omsetning, sysselsetting og salg i det internasjonale markedet. Svensk og finsk spillbransje skjøt fart rundt 2000-tallet, samtidig med at bransjen opplevde et massivt løft internasjonalt. I årene som fulgte opparbeidet svensk og finsk spillbransje betraktelig kompetanse i både produsent- og utgiverledd, og utviklet et stabilt samarbeid med private investorer. Dette har gitt Sverige og Finland et forsprang på den norske bransjen som det er vanskelig å hente inn på kort sikt.

Erfaringene fra Sverige og Finland tilsier at noen store spillsuksesser kan bidra til vekst i hele bransjen og til større interesse for og kompetanse om dataspill hos private aktører. Dette kan tyde på at kan ha en stimulerende effekt på vekst i bransjen å løfte fram flere større prosjekter.

Selv om bransjen i Sverige og Finland totalt omsetter for milliarder, er det vanskelig for nye selskaper å etablere seg. I Sverige diskuteres

22 *Spillmakerlauget – foreningen for spillutviklere* er en interesse-organisasjon for spillutviklere i Vest-Norge, Midt-Norge og Sør-Norge.

det, både i bransjen og på politisk nivå, å innføre kulturstøtte etter omtrent samme modell som i Norge, for å sikre tilvekst av nye uavhengige selskap og produksjon av originale svenskutviklede spill og barnespill.

Svensk spillbransje er den bransjen i Norden med størst påvirkning på det internasjonale konsoll- og pc-markedet. Da store internasjonale utgivere og distributører etablerte seg i Skandinavia, valgte de aller fleste å plassere hovedkontoret sitt i Sverige. Dette har svensk spillbransje kunnet nyte godt av. Tett dialog mellom internasjonale bransjeaktører og svenske utviklere bidro til at flere internasjonale aktører investerte og involverte seg på andre måter i svensk spillbransje.

Den svenske bransjen er preget av store, profilerte selskap, men mange av disse har utenlandske eiere. En av de aller største svenske spillsuksessene, *Minecraft*, ble utviklet av det svenske selskapet Majong, men solgt til Microsoft for 16 mrd. norske kroner i 2014[23]. I 2016 kjøpte Activistion Blizzards det svenske dataspillselskapet King for 50 mrd. svenske kroner[24].

I Sverige har det lenge vært satset tungt på næringsaspektet ved dataspill, og Exportrådet var tidlig ute for å tilrettelegge for markedstilgang for bransjen. Bransjen fikk etablert seg på et avgjørende tidspunkt, og har gjennom dette hatt stor tilgang på erfarne utviklere og et investormiljø med kunnskap og interesse på området.

Finsk spillbransje er først og fremst kjent for mobilspill. Flere av tidenes største mobilsuksesser er laget i Finland. I likhet med Sverige står noen få selskap for en stor del av den totale omsetningen. Også finske selskap, og særlig nyetablerte selskap, har utfordringer med å finne finansiering i tidlig fase.

Finland investerte, gjennom Tekesfondet (Finnish Funding Agency for Technology and Innovation), betydelig i teknologibedrifter, blant annet i mange spillselskaper. Dette bidro til at bransjen fikk en enorm vekst og klarte å etablere en konkurransedyktig bransje fra midten av 2000-tallet. Tekesfondet er nå slått sammen med det tidligere statlige selskapet for eksport, investering og turisme (Finpro) til Business Finland.

Dansk spillbransje er ganske sammenlignbar med den norske, med noen store aktører og mange mindre selskap. Dansk filminstitutt gir i likhet med Norsk filminstitutt tilskudd til utvikling av dataspill, men gir i tillegg tilskudd til produksjon.

EKSEMPEL Sverige har blant annet hatt stor suksess med spillserien *Battlefield (*EA Digital Illusions CE, 2002-), *Candy Crush (*King, 2012*), Minecraft (*Mojang, 2011*) og Star Wars: Battlefront (*EA Digital Illusions CE, 2017).

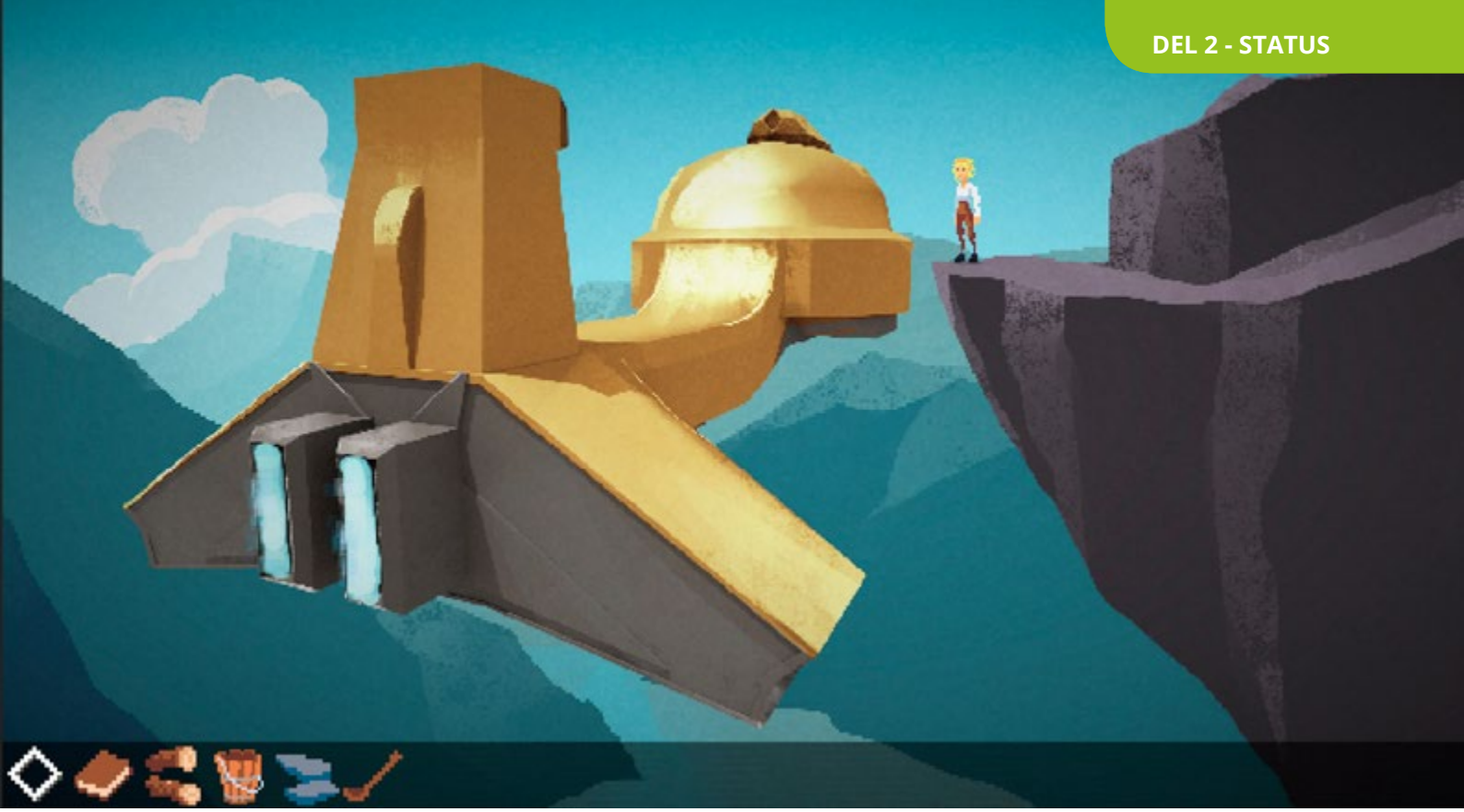
I Finland har *Angry Birds (2009-)* vært svært innbringende for spillselskapet *Rovio*, som allerede i 2015 kunne vise til tre milliarder nedlastinger. Også Supercell, som står bak mobilspillserier som *Clash of Clans (2012), Hay Day (2012)* og *Clash Royale (2016)*, har gjort seg bemerket i verden. På konsoll- og pc-markedet har Remedy Entertainment sluppet en rekke klassikere, som *Max Payne (2001-), Alan Wake (2010-)* og *Quantum Break (2016).*

Nordisk samarbeid

Nordisk ministerråd finansierte et felles nordisk tilskudds- og samarbeidsprogram – Nordic Game Program – i perioden fra 2006 til 2015. Målet var å sikre tilgang på nordiske kvalitetsspill for barn og unge. I tillegg til å finansiere 112 spillprosjekter, fikk nordiske spillselskaper hjelp fra felles eksporttiltak på internasjonale spillmesser i Europa, Asia og Nord-Amerika. Programmet bidro også til å etablere den årlige Nordic Game-konferansen i Malmø. Nordic Game Program betydde mye for den nordiske og norske bransjen, ved at små land sammen ble mer synlige på store internasjonale arenaer. Samarbeidet bidro også til kompetanseheving av bransjen og et utvidet nettverk på tvers av landene. Det nordiske samarbeidet er i noen grad videreført

23 Aftenposten, 2014. *Microsoft kjøper Minecraft for 15,9 milliarder kroner.* Tilgjengelig på nett: https://www.aftenposten.no/kultur/i/zLygb/Microsoft-kjoper-Minecraft-for-15_9-milliarder-kroner hentet 23. august 2019

24 Pressfire, 2015. *Activision kjøper «Candy Chrush» skaperen for 50 milliarder.* Tilgjengelig online: https://www.pressfire.no/nyheter/Mobil/10150/Activision-kjper-Candy-Crush-skaperen-for-50-milliarder hentet 23. august 2019.



Illustrasjon: Milkmaid of the Milky Way (Machineboy, 2017)

av de nordiske produsentforeningene[25] gjennom Nordic Game Institute.

I kjølvannet av programmet er det arrangert flere nordiske samarbeidsprosjekt, blant annet i regi av Norsk filminstitutt, som felles norsk-finsk stand på Europas viktigste spillmesse, GamesCom i Tyskland, en fellesnordisk studietur til Asia i 2018 og en stor årlig mottakelse under Game Developers Conference i San Fransisco.

2.9 Offentlige virkemidler

Flere offentlige aktører forvalter virkemidler som er relevante for dataspillbransjen og dataspillkulturen. Nedenfor omtales de mest relevante offentlige virkemidlene for dataspillbransjen i dag.

Norsk filminstitutt

De statlige tilskuddsordningene til dataspill forvaltes av Norsk filminstitutt. Spillutviklere kan søke om tilskudd til utvikling, lansering i Norge og i utlandet. Det gis ikke tilskudd til produksjon. Norsk filminstitutt fordelte 23,7 mill. kroner i tilskudd til utvikling og lansering av dataspill i 2018. Tilskudd til dataspill har i dag bedre regional spredning enn tilskudd til andre audiovisuelle produksjoner.

Tilskudd til spill reguleres i *Forskrift om tilskudd til audiovisuell produksjon*. Det gis ikke tilskudd til spillprosjekter som primært markedsfører kommersielle produkter, språkversjoner av eksisterende spill eller lignende. Det kan heller ikke gis tilskudd til opplæringsprodukter, pedagogiske verktøy, oppslagsverk eller manualer. Tilskuddsordningene ble innført høsten 2003, og forskriftene for ordningene er i liten grad endret etter dette.

Norsk filminstitutt forvalter også innkjøps-ordningen for dataspill til bibliotek. Ordningen gir norske bibliotek mulighet til å låne ut en rekke norskutviklede spill. For å få sitt spill med i ordningen må spillprodusenten selv søke Norsk filminstitutt. Spillene er tilgjengelig for spill i biblioteket og for større sammenhenger i bibliotekregi.

Regionale filmvirksomheter

De regionale filmsentrene og filmfondene mottar og tildeler statlig tilskudd etter samme forskrift som Norsk filminstitutt.

Regionale filmsentre gir tilskudd til utvikling av audiovisuelle produksjoner, til enkeltpersoner, kompetansehevende og bransjefremmende tiltak samt tiltak for barn og unge. Senterne skal bidra til sterke regioner i norsk kulturliv, slippe lokale krefter til og få flere stemmer i tale.

25 Virke Produsentforeningen i Norge, Neogames i Finland, Dataspelbranchen i Sverige, Iceland Game Industry på Island og Producentforeningen i Danmark.

Foto: Kulturtanken

Regionale filmfond gir tilskudd til og investerer i audiovisuelle produksjoner, og har som formål å bygge eller styrke en profesjonell bransje i regionen. Filmfondene skal i tillegg bidra med økte midler til norsk film og spill ved å skaffe minst like mye regionale/lokale midler som det statlige tilskuddet utgjør.

Regionale filmsentre og filmfond er i hovedsak rettet mot filmområdet, men kan også benytte de statlige tilskuddene til utvikling av dataspill. Flere har benyttet denne muligheten, jf. omtale under 2.7. Det er også disse regionene som har flest spillprodusenter i sin region. Andre sentre og fond har ikke sett rom for å prioritere dataspill i tillegg til film, blant annet på grunn av begrensede ressurser og kompetanse.

Norsk kulturråd

Dataspillbransjen er en av målgruppene for Kulturrådets arbeid med kulturell og kreativ næring. Virkemidlene skal bidra til å styrke bransjestrukturene og utvikle virksomhetene i den kreative næringen. Kulturrådet støtter ikke utvikling eller produksjon av dataspill, men kan gi tilskudd til utvikling av spillselskap. Tiltakene innen kreativ næring i Kulturrådet består av to tilskuddsordninger og et kompetanseprogram.

Virksomheter som står for formidling og salg av spill kan få støtte til markedsutvikling, forretningsutvikling og distribusjon gjennom tilskuddsordningen *Næringsutvikling*.

Bransjeaktører, -organisasjoner og -nettverk kan gjennom tilskuddsordningen *Regional bransjeutvikling* få tilskudd til bransjebyggende tiltak som kommer flere virksomheter fra spill-bransjen til gode. Midlene fordeles likt mellom fem regioner i landet.

Kompetanseprogrammet *Ovasjon* er skreddersydd for kulturbedrifter og tilbyr verktøy og kunnskap om forretningsutvikling til kulturvirksomheter over hele landet.

Kulturrådets virkemidler innen kreativ næring ble lyst ut første gang i 2017. Spillbransjen har mottatt tilskudd fra begge tilskuddsordningene og deltar i kompetanseprogrammet, men så langt har Kulturrådet mottatt forholdvis få søknader fra spillfeltet.

Fond for lyd og bilde støtter spill gjennom tilskuddsordningen *Norsk musikk i audiovisuelle produksjoner*. Tilskuddsordningen skal bidra til å øke bruken av ny norsk originalskrevet musikk i norske filmer, tv-produksjoner og dataspill. Midlene lyses ut to ganger i året. Fond for lyd og bilde mottar få søknader fra spillbransjen, men har støttet dataspill gjennom ordningen.

Norsk kulturfond gir tilskudd til kunstneriske bidrag som kan høyne den kunstneriske eller faglige kvaliteten på spill som eksempelvis komposisjon av ny norsk musikk.

Spillutviklere som kan dokumentere at de er aktive som kunstnere kan søke Statens kunstnerstipend. Søker må være en kunstner som i hovedsak er bosatt og virker i Norge, og som har utgitt verk eller formidlet egen kunst i offentlig sammenheng. Søkeren bør kunne redegjøre og argumentere for den kunstneriske verdien av det de jobber med.

Spillutviklere er en stor kategori som kan omfatte både manusforfattere, designere, billedkunstnere, filmkunstnere, musikere, komponister og skuespillere (f.eks. stemmeskuespill). Avhengig av tyngdepunktet for deres virke kan de søke om stipend for ulike kunstnergrupper. Dersom de jobber med flere kunstneriske uttrykk kan de søke kunstnergruppen «andre kunstnergrupper». Stipendkomiteen for andre kunstnergrupper er tverrfaglig sammensatt og behandler søknader som ikke kan vurderes av andre komiteer.

Innovasjon Norge

Innovasjon Norge er statens og fylkeskommunenes virkemiddel for å realisere verdiskapende næringsutvikling i hele landet. Innovasjon Norge har bedriftsrettede ordninger innen finansiering, kompetanse og rådgivning, profilering og nettverkstjenester. Ordningene er i hovedsak bredt innrettet og åpne for bedrifter uavhengig av tema, næring og geografi. Det gir konkurranse om midlene slik at støtten går til prosjektene med størst potensial for verdiskaping og samfunnsøkonomisk effekt. Eksempler på bredt innrettede ordninger som er åpne for bedrifter i spillbransjen er markedsavklaringstilskudd, kommersialiseringstilskudd, oppstartslån, innovasjonslån, mentor, bedriftsnettverk, næringsklynger, globale akseleratorer[26], IPR-tjenester[27] med flere.

I tillegg kommer regjeringens satsing på kulturell og kreativ næring som startet i 2017, hvor spill er én av de elleve bransjene som er inkludert[28]. Satsingen bidrar med øremerkede midler til bedrifter i den kulturelle og kreative næringen med vekstambisjoner og vekstpotensial, med fokus på virkemidler for bedriftsnettverk, klynger og lån. *Spill ut i verden* var det første av eksportprogrammene. Dette ble gjennomført fra 2016 til 2018, gjennom et samarbeid mellom Norsk filminstitutt og Innovasjon Norge. Gjennom satsingen på kulturell og kreativ næring er det også opprettet et kompetanseprogram for investorer som vil investere i kulturell og kreativ næring.

Tilskudd og lån til spillselskap har økt betydelig fra 2012 til 2018, med en toppnotering i 2017 og påfølgende nedgang i 2018. Dette kan forklares med det bransjespesifikke programmet *Spill ut i verden* og at enkelte selskap har fått innvilget lån fra Innovasjon Norge. Virkemidlene som selskapene har benyttet er hovedsakelig mentortjenesten, markedsavklaringstilskudd, kommersialiseringstilskudd og innovasjonslån. Innovasjon Norge har også bedriftsnettverks- og klyngeprogram, der enkelte spillselskap har fått nettverksmidler.

De siste par årene har det vært en nedgang i antall spillrelaterte søknader til Innovasjon Norge om tilskudd og lån. Lån som virkemiddel er generelt utfordrende for mange bransjer på grunn av krav om kredittverdighet og egenkapital, og det kan særlig være utfordrende for mange selskap i spillbransjen og den kulturelle og kreative næringen.

26 Globale akseleratorer er program som skal hjelpe oppstart- og vekstbedrifter å konkurrere og vokse i et internasjonalt marked.

27 IPR-tjeneste er et verktøy for beskyttelse av immaterielle rettigheter. IPR er en forkortelse for *intellectual property rights*.

28 Ytterligere informasjon om programmet finnes på https://www.innovasjonnorge.no/no/verktoy/mulighetsomrader/kreativnaring/

Sett bort fra det bransjespesifikke programmet *Spill ut i verden*, erfarer Innovasjon Norge at selskapene i spillbransjen viser mindre interesse for kompetansetjenester, og at de har større utfordringer med å nå opp i konkurransen om næringspolitiske virkemidler enn selskap i den kulturelle og kreative næringen og andre næringer. Spillselskap som ønsker å benytte de næringspolitiske virkemidlene i Innovasjon Norge kan søke på et generelt grunnlag i tillegg til gjennom øremerkede midler, bransjerettede aktiviteter og program.

Generelle næringspolitiske rammevilkår
Andre næringspolitiske virkemidler kan også bidra til å styrke betingelsene til selskapene i dataspillbransjen.

For små, nyetablerte spillselskaper med vekst-ambisjoner kan det være utfordrende å hevde seg i konkurransen om de beste hodene, mot større selskaper som kan tilby bedre lønnsbetingelser. Opsjoner kan benyttes som en delvis erstatning for ordinær lønn og gir mulighet til å dele eierskap, risiko og potensiell verdiskaping med ansatte som kommer inn i selskapet etter etablering. Tildeling av opsjoner gjør at den ansatte får en direkte økonomisk interesse i at verdien av selskapets aksjer utvikler seg så godt som mulig. Samtidig bidrar opsjoner til å redusere likviditets- og kapitalbehovet i selskapet.

I forbindelse med statsbudsjettet for 2018 ble det i tillegg innført en ny, særskilt beskatningsordning for opsjoner i arbeidsforhold for ansatte i små nyetablerte selskaper. Ordningen innebærer en ytterligere utsettelse av skatteplikten, fram til den ansatte selger aksjene som ble kjøpt ved innløsning av opsjonen.

Flere aktører peker på at dagens regler for opsjonsbeskatning er krevende for små gründerbedrifter. Kapitaltilgangsutvalget[29] anbefalte at ordningen med utsatt beskatning av opsjoner i arbeidsforhold gjøres vesentlig mer attraktiv.

Regjeringen vil vurdere Kapitaltilgangsutvalgets utredning og anbefalinger, herunder endringer i beskatning av ansattopsjoner i små, nyetablerte selskaper. Regjeringen vil videre prioritere skatte- og avgiftsendringer som styrker vekstevnen i økonomien, letter omstilling og skaper nye arbeidsplasser.

Små og mellomstore bedrifter er ryggraden i norsk næringsliv og avgjørende for at vi har livskraftige samfunn over hele landet. Regjeringens mål er å føre en helhetlig politikk som legger til rette for utvikling og økt verdiskaping for denne delen av næringslivet.

Regjeringen har nylig lagt frem en strategi for små og mellomstore bedrifter, som blant annet fokuserer på bedriftenes tilgang til kompetent arbeidskraft, forenklinger som gjør bedriftenes hverdag enklere og reduserer unødvendig tidsbruk og tilgang på kapital til å foreta nye investeringer.

Nasjonalbiblioteket
Nasjonalbiblioteket forvalter prosjekt- og utviklingsmidler i tråd med Nasjonal bibliotekstrategi for 2020-2023. I bibliotek-strategien er det et mål å styrke bibliotekenes formidling av samlingene, med sikte på å nå nye brukere. Det er opp til bibliotekene selv å utforme gode formidlingsprosjekter – blant annet for formidling av dataspill. Et godt eksempel på formidling av dataspill i bibliotek er tilskudd til spillkvelder for barn og unge ved Stormen bibliotek i Bodø.

Frifond
Frifond er en ordning for lokal barne- og ungdomsaktivitet. Ordningen administreres av Landsrådet for Norges barne- og ungdomsorganisasjoner og Norsk musikkråd. De siste årene har om lag 20 datatreff i året fått tilskudd gjennom Frifond. Også Hyperion – Norsk forbund for fantastiske fritidsinteresser, som er en ungdomsorganisasjon blant annet for datainteressert ungdom, mottar midler fra ordningen.

29 Utredning fra utvalg oppnevnt ved kongelig resolusjon 31. mars 2017.

Gaveforsterkningsordningen
Gaveforsterkningsordningen ble etablert i 2014 og er et insentiv for kunst- og kulturvirksomheter til å skaffe privat finansiering. Det kan også søkes om tilskudd til dataspillproduksjon. Ordningen forvaltes av Kulturdepartementet, og innebærer at private pengegaver blir forsterket med et statlig tilskudd på inntil 25 prosent av gavebeløpet. Gaveforsterkningsordningen er en ren stimuleringsordning, og det er ikke knyttet noen fordelingskriterier til ordningen.

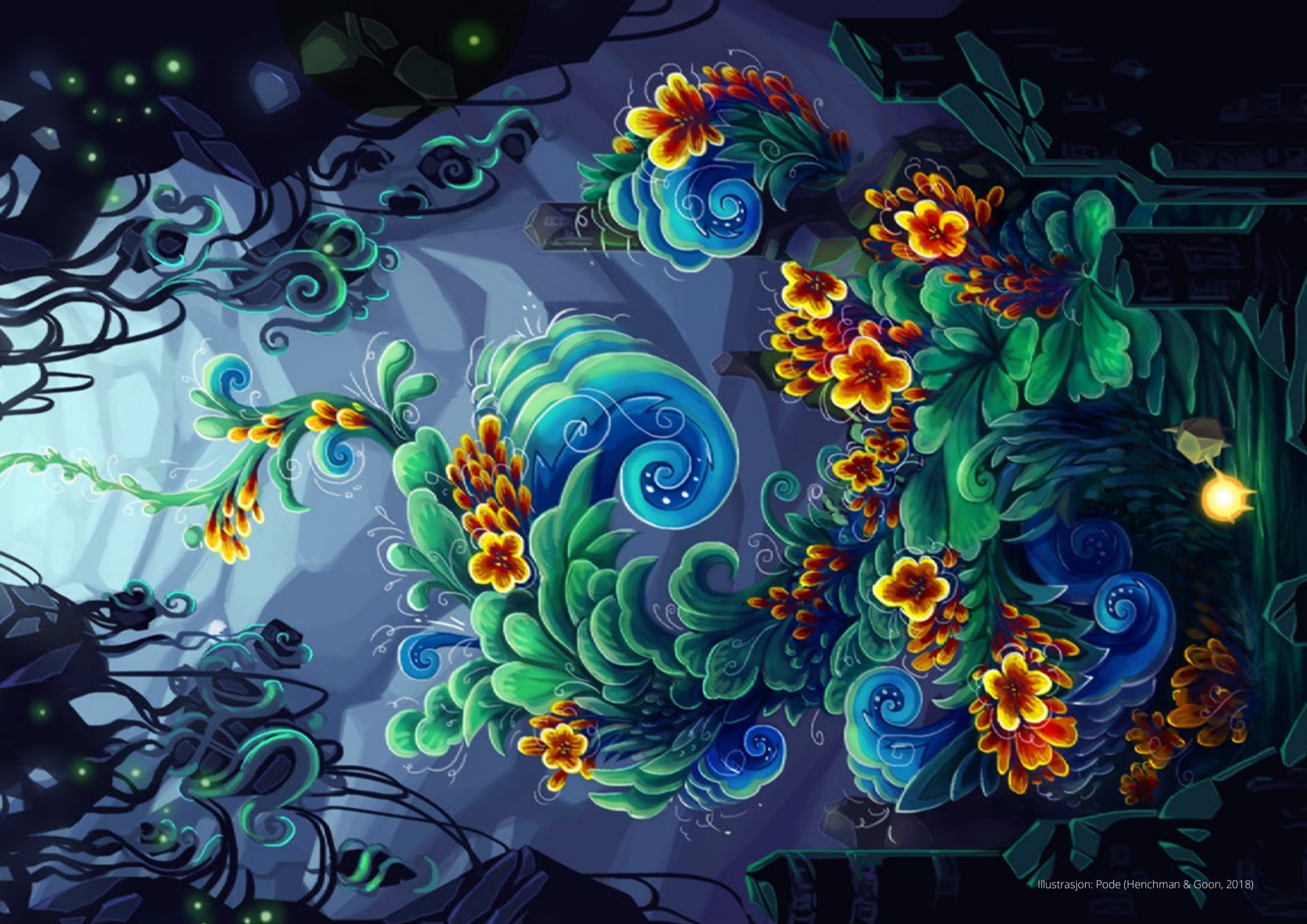
Den teknologiske skolesekken
Den teknologiske skolesekken er en satsing under Kunnskapsdepartementet. Målet er blant annet å gi elever økt kunnskap om og forståelse for programmering og tilgang til gode digitale læremidler. I 2018 ble det satt av midler til utvikling av digitale læremidler, der blant annet spill til bruk i undervisningen inngår. I 2019 er det også satt av utviklingsmidler, samt til en tilskuddsordning for kjøp av digitale læremidler. Sistnevnte ordning skal stimulere kommuner og fylkeskommuner til innkjøp av digitale læremidler, herunder undervisningsspill.

Kreativt Europa
Kreativt Europa er EUs program for kulturell og kreativ næring. Gjennom Kreativt Europa kan norske aktører innen kunst, kultur, film og tv få tilskudd til internasjonalt kultursamarbeid.

Totalt ble det i 2018 fordelt 3,7 mill. euro (35 mill. kroner) i tilskudd fra Kreativt Europa til 30 europeiske spillselskaper fra 24 ulike land. Norske spillselskap ble tildelt hele 10 prosent av dette, en suksessrate på 60 prosent for norske søkere. For å søke må selskapet blant annet ha produsert eller utviklet et dataspill i kommersiell distribusjon siste to år før søknadsdato og vært etablert i minst 12 måneder.

SkatteFUNN
SkatteFUNN-ordningen er en skattefradrags-ordning for næringslivet, som gir fradrag for kostnader til forskning og utvikling. Gjennom SkatteFUNN kan bedrifter få prosjektkostnader som skattefradrag gjennom skatteoppgjøret. Små og mellomstore bedrifter kan i dag få 20 prosent av prosjektkostnadene som skattefradrag gjennom skatteoppgjøret. Selskap utenfor skatteposisjon får utbetalt SkatteFUNN-fradraget i sin helhet. Ifølge Virke Produsentforeningens foreløpige markedsstatistikk, var SkatteFUNN den offentlige ordningen som ga nest mest støtte, målt i kroner, for de 15 største spillselskapene.

Kommunale virkemidler
Flere kommuner gir støtte og bidrag til dataspillkultur. Bærum kommune har bidratt i etableringen av samlingsstedet «*Spillhuset*» for ungdom. Andre gir tilskudd indirekte til idrettsklubber som satser på e-sport, som for eksempel Enebakk kommune som gir støtte til idrettslaget *Driv*. Tromsø kommune har gått inn som medeier og bidragsyter til Tvibit (omtalt under 2.7).



Illustrasjon: Pode (Henchman & Goon, 2018)

3 Vekst og utvikling i dataspillbransjen

For å sikre et variert tilbud av norske spill med høy kvalitet og gjennomslagskraft i det nasjonale og internasjonale markedet er det behov for videre vekst og utvikling i dataspillbransjen. Dette gjør det nødvendig å se nærmere på bransjens rammevilkår, utfordringer og mulige løsninger.

3.1 Muligheter og utfordringer for vekst

Dataspillbransjen har et stort vekstpotensial. Etterspørselen etter dataspill øker, både nasjonalt og internasjonalt. Samtidig øker produksjonstakten og konkurransen intensiveres. Markedet domineres av et fåtall, store internasjonale aktører og det er krevende å tiltrekke seg investeringskapital.

Noen norske spill har oppnådd nasjonalt eller internasjonalt gjennomslag og realisert mer av sitt markedsmessige potensial. Den norske bransjen kan vise til en positiv utvikling, både når det gjelder omsetning og sysselsetting. Likevel består bransjen i stor grad av mindre selskap med lav lønnsomhet og svak økonomi. Videre vekst og utvikling i bransjen forutsetter at flere selskap klarer å oppnå større lønnsomhet og tiltrekke seg nødvendig investeringskapital.

Overgangen fra fysisk til digital distribusjon kombinert med rask teknologisk utvikling har gitt et svært stort tilfang av nye og innovative utgivelser globalt. Dette har resultert i svært høy konkurranse om spillerne. Konkurransen intensiveres ytterligere ved at omsetningen i det digitale spillmarkedet, i likhet med andre digitale markeder for kulturelle produkter, har svært høy konsentrasjon omkring de mest solgte titlene. Eksempelvis sto 0,5 prosent av titlene for 50 prosent av omsetningen på strømmetjenesten Steam i 2017[30]. Konsentrasjonen er trolig enda sterkere på mobilplattformer. Disse markedsstrukturene utfordrer vekstpotensialet til norske selskaper, fordi de gjør det vanskeligere for selskaper på mikronivå å trenge igjennom både finansmarked og publikumsmarked.

Det er ikke nødvendigvis kausal sammenheng mellom produksjonsbudsjett og gjennomslag i markedet. Men sannsynligheten for suksess i markedet kan styrkes ved at spillselskapene blir mer robuste med større budsjetter og bedre økonomi. For å oppnå dette må selskapene vokse til de oppnår et relativt høyt og stabilt nivå av utgivelser, erfaringer, kompetanse, ansatte og inntekter.

Flere forhold påvirker mulighetene for vekst blant de norske spillprodusentene. Som vist i del 2 synes det å være en god underskog av selskaper og betydelig kompetanse på å utvikle og produsere spill med høy underholdningsverdi og kunstnerisk kvalitet. Det økonomiske potensialet som ligger i eventuelle gjennombrudd i markedet er betydelig. Samtidig hindrer følgende forhold selskapene i å vokse:

- Mange er mikrobedrifter og mangler egenkapital som kan tiltrekke private investeringer.

30 https://www.vg247.com/2018/03/24/steam-4-3-bilion-revenue-2017/

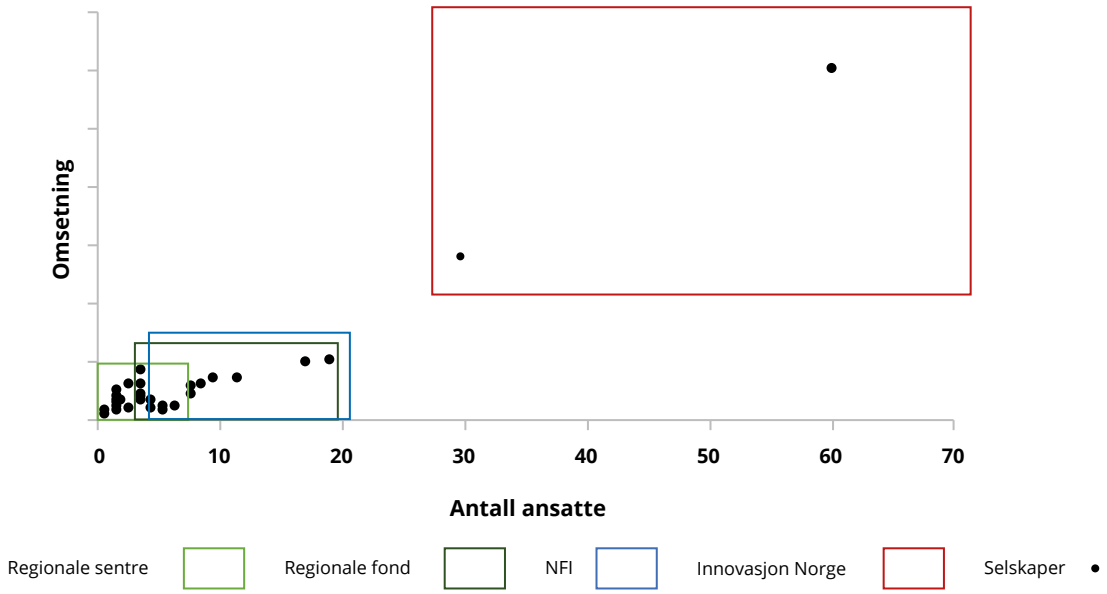
- De taper i konkurranse mot andre næringer om nødvendig seniorkompetanse.
- Manglende kapital og kunnskap om økonomien i spillbransjen blant investorer gjør det vanskelig å skalere og kapitalisere på egne IPer og produksjoner.
- Det internasjonale markedet for dataspill er preget av hard konkurranse om kundene, og markedsstrukturen i den internasjonale spillbransjen bidrar til ytterligere veksthindre for mange norske spillprodusenter.
- Lang utviklingstid for dataspill (gjerne 2-4 år) utfordrer selskapenes likviditet og evne til å bygge sterk økonomi.
- Begrensede finansieringsmuligheter i produksjonsfasen bidrar ofte til at spillene slippes for tidlig, fordi selskapene ikke har økonomi til postproduksjonsfasen eller til å optimalisere lansering og markedsføring av spillene. Det er grunn til å tro at flere spill har et uforløst markedspotensial som følge av dette.

Dersom flere norske spillselskap klarer å overkomme noen av disse utfordringene vil det kunne gi større kreativt handlingsrom og bedre tilgang til nødvendige ressurser som kapital og kompetanse. Det vil også styrke forutsetningene for vekst og profesjonalisering i bransjen, og for økt gjennomslag i markedet for norske spill.

For at de offentlige virkemidlene skal bidra til vekst er det nødvendig å spisse og målrette virkemidlene slik at en større del av tilskuddene tildeles selskaper med ambisjoner og potensial til å vokse.

3.2 Tilpasning av virkemidlene

De kulturpolitiske virkemidlene på dataspill-området (jf. 2.9) er i dag best tilpasset små selskap i dataspillbransjen (jf. forenklet fremstilling i figur 2). Virkemidlene gjør det enkelt å etablere seg og få startkapital, men bidrar primært til at selskapene får utviklet spill av en relativt liten størrelse, målt opp mot andre utgivelser i spillmarkedet. Tilsvarende stimulerer virkemidlene til at selskapene og spillutgivelsene vokser til en viss størrelse, men ikke nok til at selskapenes forutsetninger for gjennomslag i spillmarkedet og kapitalmarkedet styrkes betraktelig. De kulturpolitiske virkemidlene gir selskapene betydelige bidrag fra oppstart til de er på et nivå med rundt 10-15 ansatte. Herfra er avstanden fremdeles stor til Innovasjon Norges virkemidler for mange av selskapene. For å tette gapet mellom de kulturpolitiske og de næringspolitiske virkemidlene må dagens virkemiddelapparat tilpasses.



Figur 4 Forenklet modell – produksjonsselskaper i dataspillbransjen og virkemiddelapparatets nedslagsfelt i dag

Illustrasjon: Tanknarok (Polyblock Studio, i produksjon)

For å styrke selskapenes forutsetninger for videre vekst må de kulturpolitiske virkemidlene tilpasses til de selskapene som har ambisjoner og gode forutsetninger om å vokse. Strategien legger derfor opp til at Norsk filminstitutt skal gi større tilskudd til de mest profesjonelle selskapene.

Norsk spillbransje har sterk kompetanse på utviklings- og produksjonsleddet i verdikjeden, mens markedsføringskompetansen ofte er svakere. En tydeliggjøring av NFIs ansvar for kompetanseutvikling vil kunne styrke denne kompetansen.

Manglende finansiering og generelt svak økonomi gjør at selskapene har begrensede midler til lansering og markedsføring eller til å ansette medarbeidere med kompetanse på dette. Større tilskudd til de mest profesjonelle selskapene vil kunne utløse mer midler fra private aktører og/eller næringspolitiske virkemidler.

En vesentlig forutsetning for profesjonalisering og vekst er at selskapene har økonomi til å fokusere på hele produksjonsløpet. Lang utviklingstid for dataspill utfordrer selskapenes likviditet, og det er viktig å skape forståelse for dette hos private aktører. For å gjøre det enklere å prioritere hele produksjonsløpet vil regjeringen åpne for tilskudd til produksjon. De nye produksjonstilskuddene skal spisses, slik at det gis færre, men større tilskudd, og utformes slik at kravet til produsentenes egenfinansiering er relativt høyt. I tillegg skal dagens tilskudd til lansering og internasjonal satsing videreutvikles.

Vekst og utvikling i bransjen kan videre stimuleres gjennom støtteordninger og støttespillere både på regionalt og nasjonalt nivå. For å fremme vekst og redusere overlapp mellom de kulturpolitiske virkemidlene legger strategien opp til en tydeligere ansvarsdeling mellom Norsk filminstitutt, regionale filmsentre og regionale filmfond. Regjeringen ønsker at regionale filmvirksomheter i sitt arbeid speiler og bygger opp under utviklingen som skjer i egen region, jf. omtale under 1.2.

De statlige midlene til regionale filmsentre skal bidra til å utvikle regional kultur og bransje, primært gjennom å tildele tilskudd til utvikling og gjennom talentutvikling, kompetansetiltak og ulike bransjebyggende tiltak. Gjennom utviklingstilskudd til nyetablerte selskap og talenter bidrar regionale filmsentre til å utvikle spillbransje nedenfra.

De statlige midlene til regionale filmfond skal bidra til å stimulere vekst i regionen ved å gi tilskudd til og investere i utvikling, produksjon og lansering til mer etablerte og profesjonelle spillselskap, og ved å skaffe like mye regionale/private midler som de statlige tilskuddene de mottar (slik det er krav om i dag).

Regjeringen vil vurdere ansvarsdelingen nærmere i dialog med berørte aktører.

Strategien legger opp til en økning i tilskuddsmidlene til regionale filmvirksomheter. I tillegg skal dataspill vektes tyngre i gjeldende fordelingsmodeller for tilskudd til filmsentre og filmfond.

Innenfor strategiens virkeområde er intensjonen med disse grepene å bidra til at flere av spillselskapene blir store nok til å nå opp i konkurransen om både privat investeringskapital, seniorkompetanse og næringsrettede virkemidler.

Regjeringen vil også skille tilskudd til dataspill ut i en egen forskrift.

3.3 Kunnskapsgrunnlag og kompetanseutvikling

Kunnskapsutvikling er avgjørende for å bidra til god oppgaveløsning i bransjen, i forvaltningen og som grunnlag for politikkutvikling. For å få oversikt over potensialet og utviklingen i dataspillbransjen er det viktig med et godt kunnskapsgrunnlag om spillbransjen og markedet, herunder tall og statistikk som er sammenliknbare med andre næringer og andre land. I dag foreligger det ikke bransjestatistikk av tilstrekkelig kvalitet og omfang.

Spillbransje og forvaltning må bygge på solid kunnskap om utviklingen på feltet. Kulturdepartementet legger til rette for forskning og kunnskapsutvikling innenfor den kulturelle og kreative næringen gjennom tilskudd til langsiktig forskning. Norsk filminstitutt har planer for utvikling og bruk av kunnskap, statistikk og analyser for virksomhetens ansvarsområder. Statistikk og analyse er et prioritert område for Norsk filminstitutt, og i tiden framover vil det være viktig å videreutvikle statistikk og kunnskap om dataspill i samarbeid med bransjen. Norsk filminstitutt har også et koordineringsansvar for regionale filmfond og filmsentre, og har ansvar for sammenstilling av rapportering fra disse.

I tillegg oppfordrer regjeringen til at bransjen selv utarbeider en årlig rapport med tall om utviklingen i bransjen og markedet, som gjør det det mulig å sammenligne med andre næringer og andre land.

3.4 Oppfølging

Følgende punkter skal følges opp i strategiperioden:

- Norsk filminstitutt skal fastsette en egen forskrift for dataspill der virkemidlene utvides og tilpasses for dataspill
- Innføre tilskudd til produksjon av dataspill
- Videreutvikle lanseringstilskudd og tilskudd til internasjonal satsing og innlemme disse ordningene i ny forskrift for dataspill
- Øke bevilgningen til dataspill gjennom Norsk filminstitutt
- Norsk filminstitutt skal spisse de statlige tilskuddene til dataspill, slik at det gis færre, men større tilskudd
- Tydeliggjøre Norsk filminstitutts ansvar for kunnskap og statistikk om bransje og marked, og for kompetanseutvikling i bransjen
- Tydeliggjøre oppgavefordelingen mellom Norsk filminstitutt, regionale filmfond og regionale filmsentre
- Styrke statlige tilskudd til regionale filmvirksomheter
- Dataspill skal vektes tyngre i gjeldende fordelingsmodeller for tilskudd til regionale filmvirksomheter
- Synliggjøre dataspill i andre ordninger for kulturuttrykk, som for eksempel i gaveforsterkningsordningen
- Det skal lages en veileder over aktuelle ordninger for dataspillbransjen

Foto: Medietilsynet

Foto: Adobestock.com

4 Tilgang, bruk og rekruttering

For å sikre en inkluderende og tilgjengelig spillkultur, en mangfoldig dataspillbransje og et variert og godt tilbud av norske dataspill er det nødvendig å se nærmere på tilgang, bruk og rekruttering. Gjennom denne strategien vil regjeringen tilrettelegge for en aktiv og bred formidling av dataspill og stimulere til levende og inkluderende spillmiljøer flere steder i landet. Videre vil regjeringen jobbe for representativitet i dataspill, både blant spillere og blant spillutviklere.

4.1 Tilgjengelighet og bruk

Alle skal ha mulighet til å delta i og benytte kulturtilbud som oppleves relevante. De aller fleste har tilgang til dataspill gjennom mobiltelefon, nettbrett, pc eller konsoll. Med det enorme tilbudet av ulike spill kan det likevel være vanskelig å finne frem til spill som oppleves relevant for den enkelte. Konkurransen fra internasjonale selskap er sterk, og med små markedsføringsbudsjetter er det vanskelig å kjøpe seg synlighet på de store distribusjonsplattformene.

Spill på norsk og spill med elementer av norsk kultur og historie har et stort potensial for å nå et større norsk publikum. Det produseres mange spill i Norge av høy kvalitet, men med unntak av spill for de yngste barna er den norske markedsandelen lav.

Dataspill i bibliotekene

Bibliotekene er en fellesarena med erfaring og kunnskap om kulturformidling. Stadig flere besøker bibliotekene, ikke bare for å låne bøker med hjem, men for å møtes, delta på arrangementer og for å bli inspirert og utfordret.

Norsk filminstitutts innkjøpsordning for spill i bibliotek (jf. omtale under 2.9) er et viktig virkemiddel for å gjøre norske dataspill mer synlige og tilgjengelige. En utfordring ved ordningen er at det ikke finnes en egnet distribusjonsplattform fra bibliotekene og ut til låntakerne. Dataspill er svært ulike og det kreves ulike tekniske løsninger for å tilby spillene til utlån. Noen er laget for mobiltelefon, andre for pc eller konsoll. Noen spill utgis i fysiske format, for eksempel en cd som låntakeren kan ta med hjem. Andre spill må lastes ned på fysiske enheter som bibliotekene må gå til innkjøp av eller som låntakeren må eie og ta med seg selv.

Med så mange ulike typer spill er det utfordrende å finne en god distribusjonsløsning som sikrer bred og enkel tilgang samtidig som den overholder avtaler om antall spill som er kjøpt inn til utlån.

En annen utfordring ved utlån av spill i bibliotek er manglende kompetanse. Det er mange bibliotek som ønsker å tilby spill, men som mangler verktøy for hvordan de kan formidles og brukes aktivt i bibliotekene. I Nasjonal bibliotekstrategi 2020–2023 gjøres det tiltak for å bidra til å styrke kompetanseutvikling i bibliotekfeltet.

Nasjonalbiblioteket legger til rette for deling og spredning av kurs og konferanser ved videreutvikling av nettstedet bibliotekutvikling.no. Nasjonalbiblioteket kan også for eksempel gi prosjektmidler til utvikling av nettbaserte kurs for formidling av dataspill etter søknad.

Norsk filminstitutt skal i strategiperioden evaluere og videreutvikle innkjøpsordningen, med mål om at den skal nå bredere ut. Norsk filminstitutt og Nasjonalbiblioteket skal sammen legge til rette for at bibliotekene kan dele erfaringer og kunnskap om hvordan spillene kan formidles på en god måte.

Tilbud og bruk av dataspill på norsk
Dataspillfeltet er et område der norsk språk er spesielt utfordret. Det norske markedet domineres av internasjonale spill. Hovedmålet for språkpolitikken i Norge er å sikre bruken av et velfungerende norsk språk på alle samfunnsområder. Språket er et selvstendig kulturuttrykk som vi har et felles ansvar for å bevare og bruke.

Dataspillene som får tilskudd til utvikling fra Norsk filminstitutt skal bidra til at barn og unge får tilgang til spill på norsk. Spill som mottar tilskudd til lansering i Norge må også ha norsk tekst.

Formidling av dataspill
Formidlingsperspektivet er viktig for å nå ut til flere med et variert tilbud av dataspill av høy kvalitet og samtidig redusere systematiske forskjeller i bruk. I dag gir Norsk filminstitutt tilskudd til formidling på filmområdet[31], blant annet til arrangementer og visninger som filmfestivaler og andre filmkulturelle tiltak. Det finnes ikke tilsvarende ordning på dataspillområdet. Regjeringen vil åpne for tilskudd til formidling også av dataspill, herunder tilskudd til datatreff eller andre typer spillarrangement.

Bevaring av dataspill
Norske dataspill er en del av kulturarven. Spillene sier noe om samfunnet de ble laget i, de som lagde dem og de som spilte dem. Spillene er med på å fortelle en historie om hvem vi var og hvem vi er. Det er derfor viktig å bevare dataspill for ettertiden.

Lov om avleveringsplikt for allment tilgjengelige dokument har som formål å bevare norskprodusert materiale, uavhengig av medium, og gjøre det tilgjengelig som kilder til forskning. Fra og med 2018 er norske spill omfattet av avleveringsplikten til Nasjonalbiblioteket, jf. *Forskrift om avleveringsplikt for allment tilgjengelege dokument § 2 f*.

Nasjonalbiblioteket er i gang med et forberedende arbeid for å sikre avlevering av norske dataspill, og kartlegger hvilke kategorier av spill som er aktuelle for pliktavlevering. Dernest skal Nasjonalbiblioteket utvikle en digital plattform for avlevering og bevaring av spillene.

Dataspill i skolen
Det er store muligheter knyttet til økt bruk av dataspill som læringsressurs i skolen. Spill kan bidra til kritisk refleksjon rundt konsekvenser av valg, utvikle elevenes tekniske ferdigheter og forståelse, bedre språkkunnskaper og gi elevene en dypere forståelse av et fag. Flere skoler har ansatt egne spillpedagoger for å utvikle dataspill som pedagogisk verktøy.

Forskning viser[32] at dataspill er en arena som elever med læringsutfordringer deler med sine jevnaldrende. Elever med læringsutfordringer skiller seg lite fra gjennomsnittseleven når det kommer til bruk av spill. Elevene finner det motiverende, klarer å konsentrere seg over lengre tid og opplever mestring.

31 *Forskrift om tilskudd til filmformidling*, fastsatt av Norsk filminstitutt 12. oktober 2016

32 Statped, 2018. *Hvorfor anerkjenne og bruke dataspill i skolen*, tilgjengelig på nett: https://www.statped.no/laringsressurs/teknologitema/spill-i-skolen/hvorfor-bruke-spill-i-undervisningen/ hentet 23. august 2019

Foto: Medietilsynet

Den kulturelle skolesekken er en nasjonal satsing som skal bidra til at alle skoleelever i Norge får møte, gjøre seg kjent med og utvikle forståelse for profesjonell kunst og kultur av alle slag.

En pilot for dataspill innenfor Den Kulturelle Skolesekken er etablert, for å se på muligheter for dataspill som et kunst- og kulturuttrykk i ordningen og for å se hvordan dataspill kan bidra inn mot de øvrige uttrykkene i ordningen (litteratur, musikk, visuell kunst, scenekunst, kulturarv, og film). Piloten skal evalueres før det tas stilling til en eventuell nasjonal innføring. Midlene går blant annet til utvikling av kunst- og kulturproduksjoner for barn og ungdom, men er ikke rettet mot spillproduksjon.

Spill som fritidsaktivitet og møteplass

Fysiske møteplasser skaper en positiv og samlende kultur. Mange fritidsklubber, idrettslag og andre lokale krefter investerer i lokaler og utstyr slik at unge med interesse for dataspill kan treffes for å spille sammen. Likevel er det fremdeles få møteplasser på dette området sammenlignet med andre fritidsaktiviteter.

En forklaring kan være at dataspill tradisjonelt har blitt forstått som en relativt isolert aktivitet mellom spiller og pc. En slik forståelse tar ikke inn over seg at dataspill både kan være sosialt i selve spillet, der spillere interagerer og samarbeider med hverandre over nett, men også at det har stor verdi å samles fysisk for å spille og dele erfaringer.

Foto: Amir Ali Zare / Norges Fotballforbund

EKSEMPEL Organisasjonene Ungdom og fritid, UKM – Ung kultur møtes, KANDU – Norsk dataungdom og Tverga – ressurssenter for egenorganisert idrett og fysisk aktivitet, har gått sammen om en satsing på møteplasser for datakultur. Organisasjonene har fått støtte fra Landsrådet for Norges barne- og ungdomsorganisasjoner til å gjennomføre et forprosjekt i 2019 for å kartlegge behovene for møteplasser.

Gjennom dialog og samarbeid med det lokale spillmiljøet, frivillige organisasjoner og andre relevante aktører er det store muligheter for å skape gode møteplasser. For mindre arrangementer eller faste møteplasser må det investeres i lokaler og utstyr. For store datatreff er det nødvendig med tilstrekkelig strøm- og internettkapasitet. Regjeringen oppfordrer kommuner og andre aktører som eier eller driver egnede lokaler, til å vurdere å legge til rette for møteplasser for spillinteresserte.

4.2 E-sport

Interessen for e-sport vokser raskt og Norge har allerede profilert seg med spillere i verdenstoppen. Regjeringen er positiv til utviklingen og ønsker at e-sport fortsetter å vokse som en aktivitet der verdier som mestring og fellesskap står høyt. Regjeringen støtter lokale initiativ der det offentlige går inn aktivt for å legge til rette for e-sport-aktivitet.

Både i idretten og andre konkurranseaktiviteter finnes det ofte en eller flere felles organisasjoner som arbeider for å sikre bred rekruttering, som fungerer som en kanal for talenter, som definerer og setter rammer for spillet og som jobber politisk på vegne av aktiviteten. Det har vært flere initiativ til å opprette en slik felles organisasjon for e-sport, men per dags dato er det ingen som har den posisjonen i Norge. Regjeringen støtter formålet om å bygge norsk e-sport videre, men e-sportmiljøet må selv å vurdere om og hvordan de ønsker å organisere seg.

Som i alle konkurranser der det er mye penger involvert finnes det insentiver til uredelig spill. Flere store, internasjonale e-sportturneringer har de siste årene innført dopingkontroller av spillere, og det har vært tilfeller der spillere er blitt tatt for juks. Dette er ikke utfordringer som er særegne for eller spesielt utbredt i e-sport, men det er problemstillinger e-sportmiljøet bør ta på alvor.

Kulturdepartementet ga i 2019 Norsk Tipping klarsignal om å inngå et strategisk samarbeid med Good Game, selskapet som eier Telialigaen. Norsk Tipping skal åpne for oddsspilling på e-sport og bidra med sin kompetanse for å sikre at e-sporten kan vokse innenfor ansvarlige og trygge rammer.

EKSEMPEL Norges Fotballforbund har opprettet et landslag i e-fotball. Landslagsspillerne spiller med flagget og de samme sponsorene på brystet som det fysiske fotballandslaget. I 2019 ble eSerien spilt for første gang, der 18 toppklubber i fotball konkurrerer om å bli Norges første offisielle seriemester i FIFA 19. Ved siden av toppsatsingen er det mange lokale klubber som utvikler et breddetilbud i e-fotball.

For e-fotball er det ikke lang vei fra skjermen til banen. Reglene og taktikken i spillet er de samme. Gjennom å spille e-fotball får man forståelse av spillet, av mulighetene og av hvordan et lag bør opptre sammen for best resultat. Dette er kunnskap som kan tas med ut på den fysiske banen. Samtidig er det et stort fortrinn for e-fotballspillerne å være i god fysisk form og få et miljø og nettverk rundt aktiviteten.

E-sporten er svært internasjonal. Mange norske e-sportutøvere spiller for internasjonale lag, og en del norske lag ønsker å tiltrekke seg utenlandske utøvere. Aktører i e-sportmiljøet har gitt uttrykk for at det er vanskeligere for e-sportutøvere og tilhørende støtteapparat fra land utenfor EØS/EFTA-området å få oppholdstillatelse for å spille på norske lag eller delta på turneringer i Norge, enn det er for tradisjonelle idretter. Dagens regelverk åpner for at e-sportutøvere kan vurderes etter samme forskriftsbestemmelse om oppholdstillatelse som utøvere av tradisjonelle idretter. For å få oppholdstillatelse som idrettsutøver kreves det at utøveren er på et tilstrekkelig høyt nivå. Det stilles ikke krav om fysisk aktivitet eller at aktiviteten skal være organisert under Norges idrettsforbund. Utfordringen for e-sportutøvere vil være at det ikke finnes en sentral organisasjon som kan vurdere spillerens nivå. Hvorvidt en utøver er på et tilstrekkelig høyt nivå vil derfor bero på en konkret vurdering fra Utlendingsdirektoratet i hver enkelt sak. Utenlandske e-sportutøvere uten norsk arbeidsgiver, som skal delta på turneringer i Norge, kan gjøre dette uten å søke om oppholdstillatelse.

4.3 Rekruttering

For å utvikle et dataspill kreves det kompetanse på forskjellige fagområder. Det kreves tekniske ferdigheter som programmering, informasjons-teknologi, musikk- og lydproduksjon, 3D-modellering og animasjon og kunnskap om dramaturgi, spilldesign og grafisk design. For å øke rekrutteringen til bransjen trenger ungdom og studenter kunnskap om dataspill som karrierevei. I tillegg er de norske utdanningsmiljøene som utdanner til dataspillbransjen viktige.

Det finnes imidlertid relativt få studier i Norge som retter seg spesielt mot spillbransjen. Mange i bransjen har i stedet utdanninger som kvalifiserer til å jobbe innenfor en rekke bransjer eller har studert i utlandet. For å tiltrekke seg høykompetent arbeidskraft må spillbransjen være en attraktiv arbeidsplass.

Flere spillselskaper har positive erfaringer med bruk av lærling- og praksisplasser for studenter. Lærling- eller praksisplasser gir studenter erfaring med arbeid i bransjen og bidrar til at de utvikler egen portefølje. Samtidig gir det bransjen tilgang til studenter med oppdatert kunnskap om verktøy og metoder. Majoriteten av studenter som har gjennomført denne typen praksis har fått mulighet til å arbeide innenfor bransjen også etterpå.

For å sikre en bred rekruttering av talenter til dataspillbransjen er det viktig med aktive spillmiljø i flere deler av landet. De regionale filmsentrene kan bidra til bredere rekruttering på feltet gjennom å utvikle talenter, tilby et lavterskeltilbud og arbeide for å styrke spillkompetansen blant barn og unge. Regjeringen ønsker at regionale filmvirksomheter i sitt arbeid speiler og bygger opp under utviklingen som skjer i egen region.

Foto: Stian Tørstad / KANDU – Norsk Dataungdom

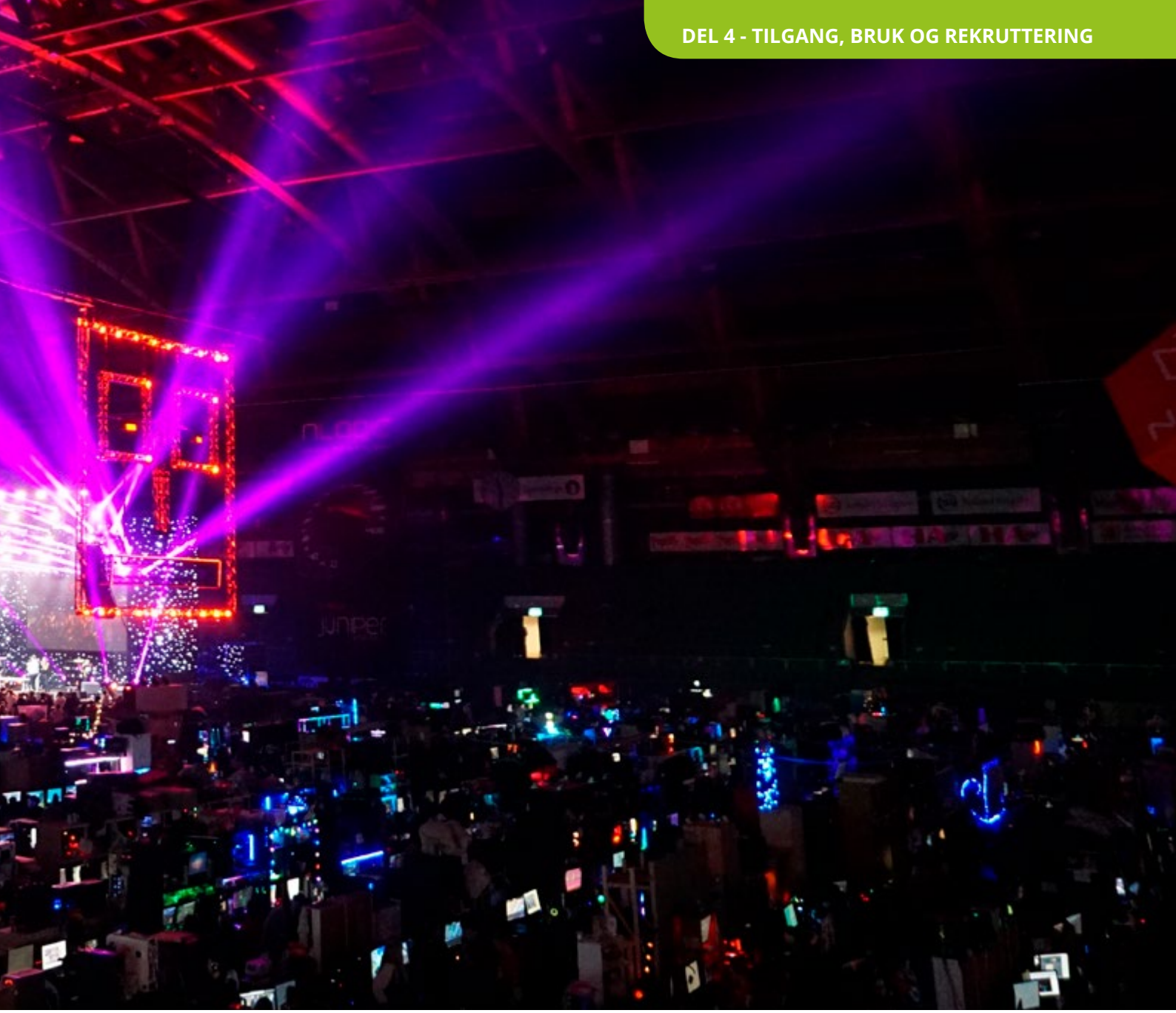
4.4 Likestilling i dataspillbransjen

Norsk spillbransje er dominert av menn[33]. Ansatte i spillbransjen har ulik utdanningsbakgrunn, men mange har bakgrunn fra ulike IKT-fag. Lav kvinneandel i spillbransjen kan blant skyldes at kvinner fortsatt er underrepresentert i slike utdanningsløp.

Norge har et kjønnsdelt utdanning- og yrkesliv, noe som betyr at kvinner og menn jobber i ulike bransjer, næringer og sektorer. Å bryte opp typiske forestillinger om hvilke utdannings- og yrkesvalg som passer for gutter og jenter er viktig for regjeringen. Det øker mulighetene og valgfriheten for den enkelte og gir et mindre kjønnsdelt og mer fleksibelt arbeidsmarked. Regjeringens innsats mot et mindre kjønnsdelt utdannings- og arbeidsliv, innebærer også ønsket om å øke andel jenter i teknologiutdanning.

I tråd med Granavollplattformen skal regjeringen fremme en strategi for å bidra til et mer likestilt utdannings- og arbeidsliv. Denne strategien vil basere seg på #UngIdag-utvalgets rapport om likestillingsutfordringer barn og unge møter på ulike arenaer. Rapporten skal ferdigstilles i løpet av 2019.

33 Oslo Economics, 2018: *Den norske spillbransjen – utredning for Kulturdepartementet*



FAKTA

Kulturdepartementet gir støtte til prosjektet *Jenter og teknologi* i regi av NHO og NITO. Målet med prosjektet er å øke andelen jenter i teknologifagene på alle nivå i utdanningssystemet og legge til rette for at flere velger utradisjonelle utdanninger og karrierer. Gjennom samarbeid med ulike aktører arrangerer *Jenter og teknologi* årlige konferanser og opplevelsesdager for jenter på ungdomsskoler og videregående skoler. Prosjektet presenterer rollemodeller og bedrifter som kan inspirere og vise jenter hva slags muligheter som finnes innen realfag og teknologi.

4.5 En inkluderende spillkultur

Dataspill er i utgangspunktet en inkluderende aktivitet. I spillet starter alle med de samme forutsetningene og må følge de samme reglene. Alle kan hoppe like høyt og løpe like langt. Selv om det er likhet mellom spillerne i spillet, er det ulikheter utenfor spillet som likevel kan virke begrensende på spillopplevelsen.

Funksjonsnedsettelser kan gjøre det vanskeligere for noen å spille, og i verste fall hindre deler av befolkningen fra å delta. Kravene er ulike fra plattform til plattform og fra spill til spill, men tradisjonelt har styringsmekanismene i et spill blitt utformet for funksjonsfriske spillere. En person med synshemninger vil ha behov for sterke kontraster eller at handlingen og valgene

i spillet forklares muntlig istedenfor skriftlig. En playstationkontroll krever to hender og koordinert bruk av fingrene for å nå alle knappene. En person med motoriske utfordringer vil ha problemer med å bruke en slik kontroll. Å tilpasse kontroller for personer med funksjonsnedsettelser kan være kostbart. Dette er utfordringer som kan løses hvis bransjen gjør bevisste valg som øker tilgjengeligheten – fra idé til ferdig produkt.

EKSEMPEL Spillkontrollen Xbox Adaptive Controller er utviklet i samarbeid med spillere med funksjonsnedsettelse, og lar spillerne opprette sine egne kontrolleroppsett for spill. Kontrolleren kan brukes av både hender og føtter, og brukes av alle spillere. Kontrolleren er utviklet i Microsofts inkluderingsavdeling.

Forskning på dataspill og kjønn viser at kvinnelige spillere møter andre forventninger og reaksjoner i spillet enn menn. Kvinner som spiller med andre spillere over nett er mer utsatt for verbal og visuell seksuell trakassering enn menn.

En inkluderende spillkultur forutsetter at fordommer motvirkes og mangfold etterstrebes – i spill og blant spillere. Regjeringen ønsker en spillbransje med fravær av seksuell trakassering og hatefulle ytringer i bransjen og i spillene, ytringer som potensielt kan begrense enkelte gruppers deltakelse. Språket og omgangsformen i deler av spillkulturen kan virke støtende. Skjellsord på kvinner, homofile og personer med funksjonsnedsettelser som spiller er særlig utbredt.

Økonomi kan også være en begrensende faktor. Spillutstyr kan i seg selv være dyrt og utilgjengelig for personer med lav inntekt. I tillegg er det en del dataspill som gjør det mulig å kjøpe fordeler i spillet, som klær, utstyr, våpen, karakterer eller digital valuta. Slike mekanismer kan være med på å skape et økonomisk klasseskille i spillene og bidra til at spillere ikke har like forutsetninger for å delta og å vinne. Tilgjengelig utstyr som datamaskiner og konsoller i bibliotek og andre steder der spillinteresserte møtes, kan være med på å motvirke økonomiske forskjeller i spillkulturen.

4.6 Oppfølging

Følgende punkter skal følges opp i strategiperioden:

- Norsk filminstitutt skal innføre tilskudd til formidling av dataspill, herunder tilskudd til datatreff og andre typer spillarrangement
- Norsk filminstitutt skal evaluere og videreutvikle innkjøpsordningen for dataspill til bibliotekene
- Norsk filminstitutt og Nasjonalbiblioteket skal samarbeide om å legge til rette for deling av kunnskap og erfaringer om formidling av dataspill i bibliotekene
- Styrke statlige tilskudd til regionale filmvirksomheter
- Kulturtanken skal gjennomføre en pilot for dataspill som kulturuttrykk i Den kulturelle skolesekken. Piloten skal evalueres før det tas stilling til en eventuell nasjonal innføring.
- Regjeringen vil oppfordre kommuner og andre til å vurdere å legge til rette for møteplasser for spillinteressert ungdom. Det skal lages en veileder for å tilrettelegge for dette.
- Norsk filminstitutt skal rapportere på kjønnsfordelingen blant søkere og mottakere av tilskudd til dataspillbransjen.
- Norsk filminstitutt skal vurdere muligheten for å stille økte krav til universell utforming for tilskuddsmottakere
- Regjeringen vil være positive til et eventuelt internasjonalt e-sportarrangement i Norge
- Dataspill skal synliggjøres bedre i andre tilskuddsordninger for kulturuttrykk

Illustrasjon: Skate City (Agens / Snowman, i produksjon)

Utgitt av:
Kulturdepartementet
Bestilling av publikasjoner:
Departementenes sikkerhets- og serviceorganisasjon
www.publikasjoner.dep.no
Telefon: 22 24 00 00
Publikasjoner er også tilgjengelige på:
www.regjeringen.no

Publikasjonskode: V-1012 B
Design og ombrekking: Melkeveien Designkontor
Trykk: Departementenes sikkerhets- og serviceorganisasjon
09/2019 – opplag 250