

Kultur-og kirke departementet
Attn.: Avdelingsdirektør Ellen S. Tauland
Postboks 8030 Dep.
0030 Oslo

Dato: 29. april, 2003

Deres ref: 2003/884ME/ME2 ESH:MK

**HØRINGSUTTALELSE FRA SPILLPRODUSENTFORENINGEN TIL FORSKRIFT FOR TILSKUDD
TIL AUDIOVISUELLE PRODUKSJONER**

1. Innledning og definisjon

Det er med tilfredshet Spillprodusentforeningen registrerer at Kulturdepartementet nå har inkludert interaktive produksjoner i ovennevnte høring, og at man med interaktive produksjoner ”...forstår dataspill og andre interaktive produksjoner for digital distribusjon som forteller historier med levende bilder.”

Det kan være av interesse å vite at Spillprodusentforeningen selv definerer dataspill som: ”...et interaktivt underholdningsprogram utviklet digitalt for en datamaskin eller spillkonsoll. Programmet utfordrer brukerens intelligens og/eller motoriske ferdigheter, og har elementer av progresjon og belønning basert på brukerens prestasjoner.”

2. Dataspill i dagens mediebilde

Dataspill har i dag passert filmindustrien i omsetning på verdensbasis. Dataspill kan også med rette sies å være verdens sterkeste medium. I en tildels kunstig virkelighet (”virtual reality”) er dataspillet interaktivt - i motsetning til film - og brukes som oftest i private rom og med 100% oppmerksomhet. Påvirkningen er absolutt og uten motforestillinger. Dersom spillet fenger kan enkelte spilltitler holde folk ”fanget” i uker, måneder og år. Dessverre har imidlertid disse spillene ofte et innhold som langt fra kan karakteriseres som forbilledlig, eller i tråd med de målsettinger man forventer at et kulturdepartement skal ha.

Amerikanske undersøkelser (www.idsa.com/pressroom.html) viser at ungdommens tidsbruk foran TVen reduseres. Samtidig øker tidsbruken på interaktive media. Det viser seg med andre ord at hvis muligheten er der ønsker ungdom interaktiv underholdning fremfor passiv TV-underholdning. Det er bra, under forutsetning av at tilbudet av interaktiv underholdning holder et visst kvalitetsnivå. I Norge bør det i tillegg legges kulturpolitisk vekt på at det må finnes et tilbud i markedet som også dekker behovet for nasjonal egenart og kultur. Altså, det samme argumentet som for film.



3. Dataspill i samfunnsøkonomisk sammenheng

Det er vesentlig å påpeke at dataspillbransjen, som er i rivende utvikling både kommersielt og teknologisk, allerede i 2002 omsatte for over 1 milliard kroner i Norge. Bransjen tilførte således bare i merverdiavgift det norske samfunnet et økonomisk mertilskudd på ca. 200 millioner. Det beviser at bransjen allerede gjør rett og sjel for seg i samfunnsøkonomisk sammenheng. Ironisk nok er dette beløpet tilnærmet filmstøtten til norsk film for 2002! Selv i en streng økonomisk sammenheng blir det da bemerkelsesverdig at det for 2003 er avsatt kun 3 millioner i statsbudsjettet til interaktive produksjoner.

I et norsk marked, hvor 30 000 solgte spill defineres som en stor suksess, har for eksempel PC-spillet om Flåklypa Grand Prix solgt rekordstore ca. 180 000 enheter. Til tross for denne suksessen har produksjonsselskapet likevel ikke tjent mer enn til å dekke de privatfinansierte produksjonsomkostningene på vel 20-millioner, noe som er en rimelig produksjon, kvalitet og innhold tatt i betraktning. Til sammenligning har dataspillet om Harry Potter, som er nummer 2 på listen, solgt ca. 90 000 spill. Men de har et verdensmarked å tjene penger på..

4. Norske dataspillprodusenters virkelighet i dag

Det gis ingen støtte til produksjon av interaktive programmer i dag. Dette har trolig historiske årsaker. Spill og interaktive produkter har først i de senere år blitt et viktig medium for formidling av underholdning og kultur. Produktene appellerer dessuten i det vesentligste til unge mennesker. Det gjør at dataspill fremdeles fremstår som noe odioøst og uforståelig for de fleste voksne mennesker, også blant dem som er satt til å ivareta nasjonalkulturelle interesser.

På samme måte som i norsk filmindustri, er det for norske spillutviklere spesielle utfordringer med å operere i et lite land med et lite hjemmemarked. Selv store nasjonale salgssuksesser som Flåklypa genererer ikke overskudd for spillutvikleren. Konsekvensen av dette er selvsagt en meget begrenset utvikling av norske spill og interaktive programmer, og følgelig et svært begrenset nasjonalt fagmiljø.

5. Dataspilldistributørens posisjon i markedet

De store internasjonale distributørene av dataspill er blitt utrolig pengesterke og bransjen domineres av en håndfull aktører på verdensbasis.

For å tilegne seg ytterligere kontroll kjøper de fortløpende opp spillutviklings-selskaper, andre distributører og forlag. Det gjøres tilsiktet for å fremme egne produkter på det internasjonale markedet. På den måten kontrollerer de hele verdikjeden frem til utsalgssted. Ikke bare har de kontroll over verdikjeden, de har også fått kontroll over innholdet.

Distributørene dikterer i dag mer eller mindre hva som skal produseres, og er blitt "kulturredaktører" for det forbrukerne - på verdensmarkedet - skal tilbys av innhold. I en slik sammenheng er det ikke plass til individuelle nasjonale eller regionale kultursyn eller ambisjoner. Verden er blitt Harry Potter, eller langt mer bekymringsfullt, Grand Theft Auto (som nylig ble tildelt "folkets pris" i Norge).



Hvis man som individuell spillutvikler prøver å utvikle egenartede produkter, og ikke ”copy-cats” av det distributørene vil ha, er det tilnærmet umulig å få innpass eller tjene nok til fortsatt produksjon.

Som et korrektiv til den gigantiske interaktive kulturpåvirkningen som i dag pådyttes oss fra øst og vest, er det derfor absolutt nødvendig at man, ikke bare i Norge, men i også i Europa, får øynene opp for hva som holder på å skje, og at man deretter hurtigst mulig trekker de nødvendige slutninger og gjør nødvendige grep for å motvirke en ytterligere forverring av situasjonen.

Parallellen til filmbransjen er slående, men dessverre langt mer dramatisk.

I en offentlig vurdering av hvordan dataspillbransjen skal håndteres, er det derfor etter vår mening svært vesentlig at man spesielt lytter til uavhengige norske spillutviklere.

6. Forvaltning av tilskuddsordning for interaktive programmer

Det offentlige synes i dag å legge opp til konkurranse/interessekonflikt mellom film og dataspill. Slik bør det ikke bli.

De retningslinjer det legges opp til, baserer seg tydeligvis på enkelte (forståelige) misforståelser. Den største synes å være at dataspill og film kan oppfattes som tilnærmet synonyme, og at det offentlige derfor kan vurdere bransjene ut fra tilnærmet like kriterier, ved hjelp av samme forvalter, nemlig Filmfondet. Etter vår mening er det galt, i hvert fall inntil videre.

Med all mulig respekt besitter Filmfondet i dag ikke den kompetanse som skal til for å vurdere et dataspillprosjekt med hensyn til dets spesielle form for innhold, utvikling og produksjon. Alle som arbeider i Filmfondet, har bakgrunn i film og/eller TV. Alle dem som vår forening har truffet i samtaler, erkjenner da også dette. Den enkeltes erfaring stammer fra egne, eller andres barns oppfattelse av en eller flere spilltitler. Snudd på hodet blir det som om en, som overhode ikke har kjennskap til, ei heller har sett en film, skulle være konsulent for et filmprosjekt. Det ville vært absurd!

7. Hva kan og bør gjøres fra det offentlige med hensyn til utvikling av norske interaktive dataspillprogrammer

Det er vesentlig at myndighetene snarest gir tilstrekkelig gode rammebetingelser for nasjonal kvalitetsproduksjon.

For at det lille norske dataspillmiljøet, som allerede har stor kompetanse og et internasjonalt godt rykte, skal kunne overleve, bør Kulturdepartementet som et omgående første steg gi produksjonsmidler - basert på en prosjektidé - direkte til den eller de produksjonselskapene departementet tror kan produsere interaktive produksjoner av en kvalitet og med et innhold som det offentlige ser seg tjent med. Det bør legges vekt på ”track record”, økonomisk styring og gjennomføringsevne.

En mulig konstruktiv vei er å gi produsenter en betinget produksjonsstøtte, for eksempel 50% av et produksjonsbudsjett - basert på en idé - innenfor et temavalg som er kulturpolitisk ønskelig. Det bør tillates en overhead på 20 %.



Når det støttede interaktive programmet begynner å tjene penger, skal inntjeningen gå til å dekke produksjonsomkostningene inntil disse er dekket. Pengene som kommer inn, skal fordeles proratarisk mellom produsentens egeninnsats og et skattefritt produksjonsfond i det respektive produksjonsselskapet. Dette fondet skal produsenten kunne reinvestere fritt til nye produksjoner, innenfor en gitt tidsramme. Dersom fondet ikke benyttes til nye prosjekter/produksjoner innen tidsfristen, skal beløpet tilbakebetales det offentlige. På denne måten skapes et aktivt og stimulerende kulturpolitisk virkemiddel til fremme av interaktive produksjoner. Det kan være av interesse å vite at dette er tilnærmet samme støttemodell som den EU kommisjonens Media Plus Development Program benytter seg av i dag.

I tillegg til en omgående støtte til etablerte produsenter bør det også gis betydelige midler til prosjektutvikling for å få nye talenter/produsenter på banen for å utvikle bransjen ytterligere.

Ut over det faktum at dataspill er et nasjonaløkonomisk plussregnestykke, bør departementet også vurdere å legge en avgift på distribusjonsleddet. Pengene som kommer inn skal settes inn i et dataspillutviklingsfond til fremme av egenart og kvalitet i innhold, og håndteres etter myndighetenes retningslinjer.

Parallelt med dette, og så snart som mulig, bør det utarbeides retningslinjer som, når det er gjort tilstrekkelige erfaringer, gjør det mulig å opprette en egen offentlig forvalter for støtte av interaktive produksjoner, slik Filmfondet i dag fungerer for opprettholdelse av norsk film og miljø.

Samtidig bør det også utvikles retningslinjer for hjelp til markedsføring av interaktive produksjoner i utlandet. Eksportstøtte er et imperativt verktøy for at norske interaktive produksjoner skal ha en sjanse til å konkurrere i utlandet.

Interaktive produksjoner er dessuten et område hvor Kulturdepartementet bør initiere et tverrdepartementalt samarbeide med Næringsdepartementet, Utenriksdepartementet og Undervisningsdepartementet. Dette fordi den interaktive kommunikasjonen i spill sammenheng har et stort fortrinn som didaktisk instrument og kulturbærer, samt et enormt inntjeningspotensial dersom et dataspill slår an på det internasjonale markedet.

Med vennlig hilsen,
for Styret i Spillprodusentforeningen

Remo Caprino
(sign.)

Henning Rokling-Andersen, Innerloop AS
Trond Aas, Funcom AS
Stine Wærn og Remo Caprino, Caprino-gruppen