

REGIONER OG FILM – VESTLANDET OG VARG VEUM

MASTEROPPGAVE I REGIONER OG REGIONALISERING

AV LILL HELĒN BERG

VÅR 2010

INSTITUTT FOR ARKEOLOGI, HISTORIE, KULTUR – OG RELIGIONSVITENSKAP



UNIVERSITETET I BERGEN
Det humanistiske fakultet

FOTO - ØYSTEIN FYKSE © MISO FILM

ABSTRACT

This master thesis is a study of the relationship between place and film in the regions of Norway. It takes a closer look at how film and the stories they are based on function as culture, and how they are used in a new kind of trade to promote place, like a region. This rather recent business relationship between the different fields of culture and trade in a place, and the relationship with the stories of a place in film production, for the cultural marketing of the place through film are the main topics here.

The relationship between culture, identity, place, region, film and economy, will therefore be highlighted, and this paper has a cultural, economical, and regional perspective. This particular study takes a closer look at how culture and trade worked together on a film production in the western parts of Norway. The case study here is the first six Varg Veum movies which were shot on location in the city of Bergen and in other parts of Western Norway in the time period between October 2006 and December 2007. The original literary stories about the private detective Varg Veum, who operates in the town of Bergen in western Norway, are written by an author from the town of Bergen named Gunnar Staalesen.

For this study of film and region, I have used a qualitative research method. I have collected empirical data through interviews with different local and regional actors who supported the first six Varg Veum movies financially. Some of them are public figures: others come from private businesses in the region. This topic is not a broadly studied one, and I have had to apply background theory for this paper based on different academic subjects. The theoretical background therefore refers to literature about research subjects which apply to place, identity, regions, film, stories and economy.

FORORD

Som tverrfaglig student i masterprogrammet regioner og regionalisering har dette studiet av film i regioner vært en interessant, spennende, overraskende og lærerik prosess. Studiet har til tider vært utfordrende, og å finne en balanse mellom ulike fagtradisjoner var også noe helt nytt. Resultatet av dette studiet formet denne masteroppgaven, og den er skrevet med referanser i fotnoter siden jeg er en tverrfaglig student med bakgrunn i historie og Europastudier på Universitetet i Bergen. Det kulturvitenskapelige aspektet i oppgaven var et nytt og uvant område for meg, men det har vært et ønsket og interessant aspekt å forholde seg til. Det er en del mennesker jeg har lyst til å takke for hjelpen med dette studiet av film i regioner.

Jeg vil først og fremst takke min tålmodige veileder Connie Reksten så mye for hjelpen, hun har hjulpet meg ved mang en lang veiledning, og hun har vært en veldig inspirerende, dyktig, og god veileder. Jeg vil også takke alle mine informanter så mye for deltagelsen i masteroppgaven. Jeg setter veldig stor pris på at dere deltok, og dere har vært kjempegreie underveis alle sammen. Jeg ønsker også å rette en takk til alle studentene og faglig leder som jeg har studert med gjennom dette toårige regionsstudiet. Spesielt takk for de konstruktive og hyggelige masterseminarene vi hadde sammen våren 2010. En takk går også til de faglige ledere og studenter ved kulturvitenskap som jeg har deltatt på forelesninger og seminarer med i løpet av våren 2009 og våren 2010. Jeg ønsker å takke for reisestipendet jeg mottok fra HF på universitetet i Bergen, siden midlene muliggjorde reisen til København hvor jeg foretok et betydningsfullt intervju i forbindelse med denne oppgaven. En siste takk går til Peter Bose i Miso Film som var til hjelp ved bildebruk på forsiden.

Mai, 2010.

INNHold

Abstract	III
Forord	IV
1 INNLEDNING	4
1.1 Varg Veum	4
1.2 Bakgrunn og problemstilling	6
1.3 Film	7
1.4 Oppgavens oppbygging	9
2 TEORETISKE PERSPEKTIVER	10
2.1 Kulturelle assosiasjoner	10
2.2. Stedsidentitet gjennom film og fortellinger	13
2.3 Markedsføring for vekst på steder	16
2.4 Regionen	20
2.5 Kulturnæringer	24
2.6 Sted i merkevarebygging	26
2.7 Oppsummering	27
3 METODE	29
3.1 Det kvalitative intervju	30
3.2 Andre kilder	32
3.3 Etske og metodiske utfordringer	34

3.4 Informantene	36
3.5 Tredjepersoner	40
4 NORSK FILMPOLITIKK	43
4.1 Filmproduksjon	44
4.2 Stat og region	46
4.3 Hordaland fylkeskommune	51
4.4 Bergen kommune	54
4.5 Oppsummering	57
5 STED OG FORTELLINGER	59
5.1 Stedsfortellinger og filmselskap	60
5.2 Stedsfortellinger og forfatter	62
5.3 Filmfortellinger og forfatter	64
5.4 Filmfortellinger og filmselskap	69
5.5 Bergen som innspillingssted	72
5.6 Oppsummering	75
6 STED OG FILMNÆRING	78
6.1 Offentlig filmstøtte	79
6.1.1 Privat filmstøtte	84
6.1.2 Oppsummering	90
6.2 Filmsamarbeid på Vestlandet	91

6.2.1 Offentlige aktører	92
6.2.2 Private aktører	95
6.3 Oppsummering	99
7 KONKLUSJON	101
KILDER	
Litteraturliste	104
Internettreferanser	108
Dokumenter	112
Intervjuoversikt	113
VEDLEGG	
Vedlegg A: Intervjuguide	114
Vedlegg B: Informasjonsskriv til informantene	116
Vedlegg C: Samtykke for intervju	118
Vedlegg D: Samtykke for sitater	119
FIGURER	
Figur 1 Det Kulturpolitiske triangel	25
Figur 2 Det Kulturstrategiske triangel	25

INNLEDNING

Denne masteroppgaven tar utgangspunkt i temaet regioner og film. Bakgrunnen for valget av temaet er at dette er et nytt og interessant område å se nærmere på siden filmproduksjon i regionene er et nytt satsingsområde, særlig i norsk kulturforvaltning. Jeg har valgt å avgrense temaet i oppgaven til å gjelde satsing på film i norske regioner. Ønsket om å utvikle film i de norske regionene har de siste årene blant annet kommet til uttrykk gjennom ulike Stortingsmeldinger og Kulturerklæringer. Gjennom disse offentlige dokumentene fra Kulturdepartementet har det vært oppfordret til satsing på filmproduksjon i norske regioner. I oppgaven vil jeg derfor se nærmere på hvorfor det har blitt viktigere for politikere og næringsliv i dag å støtte filminnspillinger i norske regioner. Det viser seg nemlig at både offentlige og private aktører nå aktivt støtter ulike regionale filmproduksjoner.

I denne studien av film i norske regioner, vil forholdet mellom kultur og næring stå sentralt. For å kunne utdype forholdet mellom kultur og næring, har jeg valgt å ta for meg forholdet mellom Vestlandsregionen og innspillingen av de seks første Varg Veum-filmene. Disse ble spilt inn på Vestlandet i 2006 og 2007, og en rekke lokale og regionale aktører deltok med ulike midler til filmene. I denne oppgaven skal vi derfor se nærmere på motivasjonen disse vestlandske aktørene hadde for å delta økonomisk i seks første Veum-filmene. Var det slik at de forstod film som kultur, eller var det forståelsen av film som næring som gjorde det aktuelt å delta i film i regionen? Forholdet mellom fortellingene om Varg Veum og stedene i Bergen og på Vestlandet, og forholdet mellom kultur og næring for verdiskaping i regionen, blir derfor sentrale tema for oppgaven. For å få en bedre forståelse av hva de vestlandske deltagerne støttet økonomisk på film i regionen, blir det først nødvendig med en kort bakgrunnsbeskrivelse av Varg Veum.

1.1 Varg Veum

Vi seilte mot Fløien og Dreggen og bydeler som ennå var forholdsvis uberørte. Oppover fjellsiden kranget fremdeles de små trehusene om plassen, innover Bryggen stod det ennå en takket rand med gammel bebyggelse. Og Fløien over

det hele: Fløiens konturer lå der som de alltid hadde gjort det, de kunne ingen forandre. Eller kunne de?¹

Sitatet er bare en av mange beskrivelser av Bergen by som forekommer i litteraturen om Varg Veum. Utdraget er hentet fra den bergenske forfatteren Gunnar Staalesen sin roman om Varg Veum, og med tittelen *Din til døden*, utgitt i 1979. Dette lille utdraget viser hvordan Staalesen beskriver Bergen og Vestlandet i Varg Veum-bøkene. Vi blir tydelig klar over at handlingen finner sted i Bergen, her beskrives bergenske trehus, gammel bebyggelse på Bryggen i Bergen, og fremfor alt Fløien. Beskrivelsene i bøkene fremviser på denne måten et bilde av Vestlandet, og spesielt stedet Bergen. Den noe mørke og mystiske litterære figuren Varg Veum er en privatdetektiv fra Bergen. Han virker og beveger seg innenfor undergrunnsmiljøer og andre problematiske områder i Bergen og på Vestlandet. Handlingen i Veum-bøkene omhandler derfor ofte temaer som narkotika, barnevern og lignende. I alt eksisterer det fjorten kriminalromaner og to bøker med fortellinger om den bergenske privatdetektiven Varg Veum. I 1977 ble den første romanen *Bukken til havresekken* utgitt gjennom Gyldendal forlag.² Seks av kriminalromanene er i ettertid blitt til film på kino eller på fjernsyn, og alle selges i dag på DVD. Dette er de seks første Veum-filmene som er basert på Varg Veum-bøker, og de er her nevnt i rekkefølge etter filmutgivelse (i parentes er årstallet bøkene ble utgitt):

- *Bitre blomster* (1991)
- *Tornerose* (1980)
- *Din til døden* (1979)
- *Falne engler* (1989)
- *Kvinnen i kjøleskapet* (1981)
- *Begravde hunder* (1993)

Seks av Gunnar Staalesens kriminalromaner ble altså valgt ut for å bli de seks første spillefilmene om Varg Veum av det danske filmselskapet Miso Film. Det skal bli totalt tolv filmer i Varg Veum-filmserien og seks nye Veum-filmer er under produksjon i skrivende stund. Staalesens fortellinger om Varg Veum har foruten å bli film, også blitt gjort til hørespill

¹ Staalesen, *Din til døden*, 1979:227.

² <http://www.vargveum.no/> sist sjekket: 10.5.2010.

og på teater. Privatdetektiven har også en egen ”løype” i Bergen by, og han er blitt foreviget som en statue foran inngangen til Strand Hotell i Bergen, og her finnes også et ”Varg Veumshjørne”. Men i dette studiet skal vi primært se på Varg Veum som utgangspunkt for film og som inspirator til en gryende filmnæring på Vestlandet.

1.2 Bakgrunn og problemstilling

Det forekommer altså detaljerte beskrivelser av Bergen og Vestlandet i Varg Veum-bøkene. Varg Veum-fortellingene sin tette tilknytning til stedet Bergen, førte derfor til ”en gjengs oppfatning” om at Varg Veum-filmene automatisk kom til å produseres og spilles inn i Bergen og på Vestlandet. I filmnæringen eksisterer det imidlertid ingen filmtekniske, økonomiske eller praktiske årsaker for å måtte legge filminnspillingen til Vestlandet. Imidlertid ble de seks første Veum-filmene spilt inn i Bergen og på Vestlandet i tidsperioden oktober 2006 og desember 2007. Det viste seg at den vestlandske filmnæringen manglet deler av den nødvendige arbeidskraften, kompetansen og erfaringen for å kunne spille inn seks store spillefilmer på Vestlandet. Det hadde altså trolig vært rimeligere og mer praktisk å spille inn filmene i Oslo, hvor kompetansen, ressursene og tilgjengeligheten i filmnæringen er større. Mengden av arbeidskraft, kompetanse og andre obligatoriske ressurser som måtte til for å få gjennomført disse filminnspillingene er enestående i vestlandsk filmsammenheng.³

Bergen er også på noen måter en upraktisk by å spille inn film i, med sine smale smau og gater, tett bebyggelse i sentrum, etc. Når en så har slått fast at Bergen ikke nødvendigvis er det enkleste stedet å spille inn film på, kan en spørre seg om det fantes kulturelle og/eller næringsmessige årsaker og motivasjoner for å likevel velge Bergen som innspillingssted. Var en kulturell identitet i form av Varg Veum-fortellingenes stedlige forankring, eller var næringsinteresser av betydning for at Vestlandet ble valgt som innspillingssted for de seks første Varg Veum-filmene? Hvis lokal identitet var hovedårsaken til valg av innspillingsstedet, hvorfor filmes da det meste av de seks nye Veum-filmene i Oslo i neste omgang. I motsetning til de seks første filmene som alle i sin helhet ble spilt inn på Vestlandet, blir altså de seks nye Veum-filmene for det meste produsert i Oslo. Noen deler av de nye filmene blir imidlertid spilt inn på Vestlandet, og da hovedsakelig i Bergen by.

³ <http://www.bergenmediaby.no/index.php?page=artikler&counter=9> sist sjekket: 10.5.2010.

Forholdet mellom Varg Veum-fortellingene og stedet er altså av betydning i dette studiet, og det er forholdet mellom kultur og næring i plasseringen av de seks første Varg Veum-filmene, som gjennomgående vil bli drøftet i oppgaven. De seks nye Veum-filmene er for det meste utelatt siden de ikke er ferdig innspilt, men jeg vil likevel ikke utelate disse helt. Fortellingene om Varg Veum og deres narrative forhold til stedet, og stedet som filminnspillingssted vil være hovedfokuset i denne oppgaven. I et forsøk på å forstå film som kultur eller næring i en region, ønsker jeg derfor å få et klarere svar på hovedproblemstillingen min: om stedsidentitet i regional film kan være verdiskapende for en region.

1.3 Film

Film er et audiovisuelt kulturmedium som formidler ulike fortellinger gjennom lyd og bilde. Det eksisterer ulike typer film, og film fremvises i ulike formater som dokumentarfilm, kortfilm, novellefilm, spillefilm, reklamer, musikkvideoer, opplæringsvideoer, eller ulike promoteringsfilmer. Disse ulike filmformatene kjennetegnes av ulike spillelengder. En kortfilm er som navnet tilsier en kort film, med varighet på opp imot cirka en halv time, en novellefilm er noe lengre, men er igjen kortere enn en spillefilm. I denne oppgaven kommer jeg til å konsentrere meg hovedsakelig om spillefilmer (langfilmer med mer enn en times varighet). Dette er på grunn av at alle Varg Veum-filmene er spillefilmer. De seks første Varg Veum-filmene ble altså produsert i samarbeid med offentlige og private aktører på Vestlandet, slik som Bergen kommune, Sparebanken Vest, det bergenske selskapet Frydenbø, Vestnorsk filmsenter og Filmfondet Fuzz. Dette er bare noen av alle de ulike aktørene som deltok med økonomiske midler og støtte til de seks første Varg Veum-filmene.

Vi skal altså se nærmere på forholdet mellom fortellingene om Varg Veum og valget av Vestlandet som innspillingssted. Filminnspillinger i regioner kan sees på to måter. Den første måten er hvordan filmnæringen blir påvirket av filminnspillinger i regionen. I denne oppgaven skal vi derfor se nærmere på hvordan filmnæringen på Vestlandet ble påvirket av Varg Veum-innspillingene i Vestlandsregionen. Dette vil være den ene måten å forstå film på. Den andre vil være å se film i regionen som et uttrykk for fortellinger om et sted på film. Film kan på den måten synliggjøre en stedsidentitet, og på den måten være en påvirkende kraft til ”stedets utvendige renommé”. Når et sted benyttes som innspillingssted fremmes altså stedet gjennom det visuelle kulturmediumet film, og på den måten skapes et grunnlag for stedsidentifisering gjennom media. Mennesker utenfor regionen kan derved påvirkes av

fortellinger om andre steder enn sitt eget hjemsted, og film kan slik spre ulike budskap mellom steder, og på den måten fungere som et bindeledd mellom ulike mennesker og miljøer. Bruk av stedsbaserte fortellinger på film gjør altså at film kan brukes som et slags lokkemiddel for å tiltrekke mennesker til stedet eller regionen.

Turister som ønsker å oppleve andre steder og kulturer er jo et fenomen som har eksistert lenge. Det nye i dag er imidlertid at kultur og steder i stadig større grad blir bevisst markedsført for å oppnå vekst i egne næringer. Dette er et nødvendig ledd for at stedet skal overleve i en sterkt konkurranserettet globalisert verden, hvor det lokale stadig ser ut til å bli fremhevet. Media, som film og internett, har så å si ført til at enkeltindivider lettere og raskere kan bli lokket, forført og fristet til steder. Ved å lokke, friste eller forføre andre mennesker bevisst til stedet gjennom film som stedsmarkedsføring, bruker aktører i en region på denne måten den aktuelle stedsidentitet i et markedsføringsøyemed. Film kan altså være en visuell formidling av narrativer om et sted, og slik tiltrekke mennesker til et sted. I markedsføringsøyemed ser det imidlertid også ut til at bruken av stedets kultur er et forsøk på å øke næringsveksten i en region.

Fortellingene om Varg Veum kan altså nå langt utenfor Vestlandsregionens geografiske område ved å filmatiseres. Varg Veum-filmene viser gjenkjennende bilder av for eksempel byfjellet Fløyen, og disse bildene vil mennesker som ser filmene andre steder, trolig gjenkjenne som Bergen eller Vestlandet. Noen mennesker reiser til steder på bakgrunn av at de har lyst å oppleve hva de har sett. Om en slik tankegang var en årsak til at regionale og lokale bidragsytere ved de seks første Varg Veum-filmene bidro til film i regionen, er noe som vi skal komme nærmere inn på etter hvert i denne oppgaven. Det kan virke som om lokal og regional kultur produsert på stedet er en ny skanse, som nå utforskes og benyttes for å tiltrekke folk til regionen. Stedsmarkedsføring gjennom film er et stadig økende område, og i denne oppgaven skal jeg derfor se nærmere på hvordan stedsidentitet spilte en rolle ved valget av Vestlandet som innspillingssted til de seks første Varg Veum-filmene. Stedsidentitet er en viktig betraktning ved filmproduksjon i regioner siden den gir ”en følelse av tilhørighet til et sted”. På bakgrunn av dette vil jeg derfor undersøke nærmere hvilken betydning stedsidentitet hadde for den økonomiske deltagelsen til en del av de vestlandske bidragsyterne ved de seks første Varg Veum-filmene på Vestlandet.

Andre årsaker til deltagelse i de seks første Veum-filmene vil også bli nevnt. Hadde for eksempel ideen om attraktivitet noe med filmsatsingen å gjøre? Hvis en økonomisk deltakelse

i Varg Veum-filmene var basert på næringsvekst i regionen, representerer Varg Veum-filmene da heller en kulturnæring enn kunst? Bli ønsket om å støtte film i regionen, på denne måten mer en satsing på økt næringsvekst i regionen, enn en satsing på å formidle kunst og kultur i regionen? Et estetisk kulturbegrep om kunst fremmer film som et menneske sitt åndsverk, og definerer kunst i klassisk forstand, som for eksempel litteratur, malerier, film etc. Bli et fokus på film som kultur og næring i regionen, sterkere enn film som et estetisk kulturbegrep i forbindelse med satsing på film i regionen? Gjennom å se nærmere dette forholdet mellom kultur og næring ved filmsatsing i en region vil jeg altså se om det er det estetiske kulturbegrepet som støttes, eller om det er næringsvekst som støttes i regionen. Denne oppgaven vil derfor utdype forholdet mellom fortellinger, sted, region, kultur og næring.

1.4 Oppgavens oppbygging

Det er altså mulig å forstå Varg Veum-filmene som et kunstuttrykk og massemedium, men også som et mulig samarbeid mellom kultur og næring i en region, i dette tilfellet Vestlandet. Et hovedtema i oppgaven er derfor om det ligger kulturelle eller næringsmessige motivasjoner til grunn for den private og offentlige deltagelsen i de seks første Varg Veum-filmene på Vestlandet. I neste kapittel vil jeg trekke frem aktuelle teorier som gjør det mulig å forstå satsingen på de seks første Varg Veum-filmene som uttrykk for kultur og/eller næring. Kapittel tre fremhever metodene benyttet for å samle inn data for studiet av film som kultur og næring en region. Dokumentanalyse av ulike dokumenter på nasjonalt, fylkeskommunalt, og lokalt plan vil være grunnlaget for kapittel fire. Kapittel fem og seks er basert på empiri som ble samlet inn i Bergen og København høsten 2009, med vekt på henholdsvis sted og fortellinger i kapittel fem, og sted og filmnæring i kapittel seks. Kapittel syv oppsummerer og konkluderer oppgaven.

2 TEORETISKE PERSPEKTIVER

Her vil jeg presentere ulike teorier som er relevante for temaet film og regioner. Det er utfordrende å finne tydelige og distinkte teorier som omhandler emnet i sin helhet, siden emnet film i regioner foreløpig ikke er et bredt utforsket felt, og heller ikke er et helhetlig forskningsfelt. Et tverrfaglig perspektiv på emnet film og regioner har gitt rom for å benytte teoretiske perspektiver fra ulike fagområder, og film og sted vil i denne oppgaven bli sett på både som kultur og næring. Film får to betydninger under kulturbegrepet i denne oppgaven. Film vil bli vurdert som kunst, og vi vil se hvordan film er koblet opp mot stedsidentitet i denne oppgaven. Kulturfokuset vil innebære en kobling til stedsidentitet, og næringsfokuset vil konsentrere seg om markedsføring av et sted sin kultur, deriblant gjennom film, i regionen. Forholdene mellom kultur, identitet, sted, region, film og næring er derfor av betydning her, og disse ulike forholdene vil derfor utgjøre et teoretisk rammeverk for dette studiet av de seks første Varg Veum-filmene på Vestlandet. Men aller først skal kulturbegrepet defineres nærmere, siden kultur danner den grunnleggende forståelsen for oppgaven.

2.1 Kulturelle assosiasjoner

Det eksisterer mange ulike definisjoner av begrepet kultur. Den britiske kulturteoretikeren Terry Eagleton viser i sin bok *The idea of culture* fra år 2000, til en definisjon av kultur som: “the complex of values, customs, beliefs and practices which constitute the way of life of a specific group”.⁴ Definisjonen fremhever at det er de egenartede måtene en lever på i en gruppe eller samfunn som utgjør kultur. Kultur er i den betydning de verdier, vaner, overbevisninger eller praksiser som konstituerer måten en spesifikk gruppe lever på. Eagleton forklarer kultur på bakgrunn av kulturforskeren Raymond Williams sin definisjon av kultur som: “an individual habit of mind, the state of intellectual development of a whole society, the arts, and as the whole way of life of a group of people”.⁵ Williams ser ut til å benytte både det normative (som åndsliv/åndsverk) og kognitive (som livsform) kulturbegrepet i sin presisering av begrepet kultur. Williams som levde og virket tidlig på 1900-tallet, mente det

⁴ Eagleton, 2000:34.

⁵ Williams, referert til i Eagleton, 2000: 35.

var viktig å ikke ekskludere arbeiderklassen til fordel for kunst og det ”intellektuelle livet” ved defineringen av kultur.

Den norske etnologen Brit Berggreen nevner i sin bok *Da Kulturen kom til Norge* fra 1989, at det historiske kulturbegrepet ”ser kulturen eller Kulturen som noe i retning av et dannet og forfinet levesett”.⁶ I forrige århundre brukte mange kulturbegrepet ”nesten synonymt med dannelse”, og ”de dannede” ble slik stilt opp mot ”folket”, ifølge Berggreen.⁷ Det var denne ulikheten mellom ”de dannede og folket” Raymond Williams ønsket å unngå ved å utvide sitt kulturbegrep til å omfatte hele samfunnet. Sosialantropologen Anders Johansen påpeker i bind fire av bokserien *Medievitenskap, Medier, kultur og samfunn* fra 1999, at det kognitive kulturbegrepet (om kultur som livsform) har sitt opphav i romantiske strømninger om ekthet, autensitet, tradisjon, og gjorde seg gjeldende i europeisk åndsliv fra slutten av 1700-tallet og utover 1800-tallet.⁸ Det kognitive kulturbegrep tar ifølge ham utgangspunkt i:

Alt hva mennesker i fellesskap og gjennom historien har frembrakt og vedlikeholdt, for å sette seg i stand til å kommunisere med hverandre og forholde seg til verden omkring. Kunnskaper og trosforestillinger, moralske og estetiske verdier, og språkverdier faller inn under dette begrepet.⁹

Hvordan kan vi så forstå film som kultur? I denne oppgaven kan en ikke utelukke det ene kulturbegrepet til fordel for det andre. Et normativt kultursyn vil være aktuelt i fortolkningen av kulturproduktet Varg Veum-filmene som kunstnerisk produkt. Derimot kan dette kulturbegrepet vanskelig alene svare på problemstillingen som er knyttet opp mot film i regionene. Hvis en tar utgangspunkt i film som kunst, så fremheves film som et av vår tids viktigste kulturuttrykk i Stortingsmelding Nr. 22, *Veiviseren For det norske filmløftet* (2006-2007).¹⁰ Her blir det fremhevet at film ”som et selvstendig kunst- og kulturuttrykk på en unik måte kombinerer andre kunstformer som musikk, drama og levende bilder”.¹¹ Film er altså estetisk kunst og noen menneskers åndsverk. Vi ser slik en forbindelse til et normativt kulturbegrep. Koblingen mellom film og stedsidentitet ved de seks første Varg Veum-filmene gjør at det også er nødvendig med kognitiv forståelse av kulturbegrepet som en analytisk

⁶ Berggreen, 1989:16.

⁷ Berggreen, 1989:16.

⁸ Johansen, 1999: 12.

⁹ Johansen, 1999:14.

¹⁰ <http://www.regjeringen.no> sist sjekket: 10.5.2010.

¹¹ <http://www.regjeringen.no> sist sjekket: 10.5.2010.

kulturtilnærming. Berggreen nevner hvordan etnologer og antropologer benytter en analytisk inngang til fortolkninger av kultur, som i den forbindelse er ”kultur som livstotalitet eller levesett”.¹² Det analytiske kulturfokus vil forhåpentligvis synliggjøre hvilke holdninger og verdier som lå til grunn for den vestlandske filmdeltakelsen.

Et analytisk kulturfokus forutsetter at kultur trenger mennesker på steder for å kunne oppstå, og begrepet ”sense of place” (stedsfølelse) vektlegger nettopp de indre, subjektive opplevelsesmessige dimensjonene ved ett sted.¹³ På bakgrunn av dette blir det nødvendig å finne ut hva som utgjør en stedsidentitet, eller med andre ord, å finne ut av følelsene som gjør at en person forbinder noe med et sted eller føler tilhørighet til et sted. Berggreen peker i den forbindelse på at en person er i en kultur når personen er med i et assosiasjonsfellesskap.¹⁴ I et assosiasjonsfellesskap er det avgjørende at en deltar i felles kultur, og hun bruker nasjonaldagen 17. mai i Norge som et eksempel på dette. Hvis ikke en vet hva 17. mai er blir en ”fort avslørt som en utenfor assosiasjonsfellesskapet”, og det er ikke avgjørende om du deltar i feiringen, men det avgjørende er at man deltar i assosiasjonsfellesskapet.¹⁵ Berggreen er inspirert av nasjonsforskeren Benedict Andersons samlende nasjonsbegrep, og hvordan dette står i forhold til stedidentitet i regionen er noe som snart skal utdypes videre i dette kapitlet.

Gjennom assosiasjonsfellesskap opplever altså mennesker den samme kulturen, og stedsidentitet kan altså på den måten oppleves i et assosiasjonsfellesskap. Økonomene Nina M. Iversen og Leif E. Hem nevner i sin artikkel ”Måling av Vestlandets identitet og image” i boken *Vårinn med nye muligheter* fra 2005, hvordan assosiasjoner ofte er ”vage fornemmelser eller inntrykk som er representert i en visuell, sensorisk eller emosjonell persepsjon. På samme måte kan et sterkt (steds)merke vekke følelser i oss, men vi har likevel ikke gode ord tilgjengelig for å beskrive dem”.¹⁶ Assosiasjoner kan altså være ulike fornemmelser som utgjør forskjellige bilder av et sted, og Hem et al. påpeker i den forbindelse at: ”alle assosiasjoner knyttet til et sted som Vestlandet kan summeres opp i et overordnet image som utgjør et totalbilde av stedet”.¹⁷ I Vestlandets tilfelle er assosiasjoner til fjord og fjell vanlige, og disse blir derfor slik viktige visuelle identitetsmarkører for Vestlandet. Hem et al. peker også på at ”assosiasjoner er viktige for markedsføringen av steder som Vestlandet.

¹² Berggreen, 1989:16 & 17.

¹³ Selberg & Gilje, 2007.

¹⁴ Berggreen, 1989: 213.

¹⁵ Berggreen, 1989:213.

¹⁶ Hem et al., 2007: 112.

¹⁷ Hem et al., 2007: 110.

Det er utgangspunktet for å kunne differensiere, posisjonere og utvide stedsmerket, samt å skape positive holdninger og følelser til Vestlandet”.¹⁸

Vi har hittil sett hvordan assosiasjoner skaper lokale fellesskap og kultur på et sted, og måten disse assosiasjonene om et sted kan virke markedsførende for et sted er noe som også vil bli utdypet etter hvert i dette kapitlet. Om sosialt engasjement spilte en rolle ved støtten til de seks første Varg Veum-filmene, er noe vi skal se på etter hvert i denne oppgaven. Først skal vi imidlertid se nærmere på forbindelsen mellom film og identitet.

2.2 Stedsidentitet gjennom film og fortellinger

Film er et kulturmedium som kanalisere historier, informasjon og budskap ut til mennesker. Film kan på denne måten fungere som ett identifiserende bindeledd mellom ulike mennesker, og skape følelser av fellesskap ved å visualisere steder. Medieviteren Jostein Gripsrud viser i sin bok *Mediekultur, Mediesamfunn* fra 2002, hvordan medier kan ha en samlende funksjon, og at ”det er slike forestilte fellesskap som gjør at vi i visse situasjoner kan kjenne oss knyttet til folk vi aldri har sett, og som er svært forskjellige fra oss og som bor helt andre steder”.¹⁹ Mennesker utenfor et sted kan altså oppleve sosiale fellesskap gjennom film. Medier kan også påvirke steder innad, mener Gripsrud, siden vi ”som mottakere av alt dette blir nødt til å danne oss en slags oppfatning av hvor vi selv befinner oss, hvem vi selv er, hvem vi gjerne vil være eller bli - og hvem eller hva vi ikke vil være eller bli, og det er en slik sammensatt selvoppfatning som gjerne kalles identitet”.²⁰ Identitet er altså noe som forbinder sosiale grupperinger sammen, og det er en type ”vi og de andre”, men i positiv forstand.

Gripsrud mener altså at andres oppfatninger utgjør vår ”sosiale identitet”, som i utgangspunktet er ”den vi får i kraft av andre menneskers oppfatning av oss, og de kollektive sammenhenger vi inngår i”.²¹ Mennesker på et sted har på denne måten sine lokale nettverk og felles arenaer, hvor de skaper et kulturelt fellesskap og identitet, og denne identiteten kan altså oppfattes og være identifiserbar for andre mennesker utenfor stedet. Det ser ut til at det på den måten oppstår et skille mellom mennesker på stedet, og mennesker utenfra. En ”vi og de andre” holdning fremvises på den måten, og kan også sees som en innstilling om at ”vi er

¹⁸ Hem et al., 2007: 109.

¹⁹ Gripsrud, 2002:17.

²⁰ Gripsrud, 2002:15.

²¹ Gripsrud, 2002:18.

her på dette stedet i motsetning til de der borte”. Medier har lenge vært forbundet med identitet som formidler av identitet og fellesskap. Vi så at Berggreens teori om assosiasjoner var inspirert av Andersons samlende nasjonsbegrep. Gripsrud henviser også til Andersons teori, og fremhever hvordan mediene i et historisk perspektiv har fungert som skapere av nasjonale ”forestilte fellesskap” (imagined communities).²² Andersons begrep ser ut til å være et samlende identitetsbegrep innenfor en geografisk enhet, siden han viser til hvordan nasjonale medier i nasjonen kan virke som en samlende identitetsfaktor. Gripsrud viser gjennom dette hvordan medier kan påvirke menneskelige identiteter, men at internett og andre internasjonale medier i dagens samfunn imidlertid kan nå langt utover landegrensene.

Det ser ut til at Andersons ”forestilte fellesskap” (innenfor nasjonalstaten) som oppstod gjennom dagspressen under nasjonsdanningen, i dag er byttet ut med et lignende ”åpent” identitetslandskap (utover ved globalisering), som fremmes gjennom en mengde internasjonale kulturmedier, som fjernsyn og internett. Etnologen Tom O’dell angir i boken sin *Experiencescapes (Tourism, culture and economy)* fra 2005, at mennesker nå forestiller seg alternative liv, såkalte ”imagined worlds”, som er ”de mange ulike verdenene som er konstituert av den historiske anlagte fantasien fra personer og grupper spredt rundt i verden”.²³ O’dell fremmer altså tanken om menneskelige assosiasjoner som søker identitet. O’dell er ikke så opptatt av det geografisk samlende som Anderson ser det ut til, men er opptatt med å vise hvordan assosiasjoner forekommer gjennom bruken av moderne media.

Moderne globale medier som internett, fjernsyn og DVD viser altså frem ulike kulturer raskere enn noensinne. Moderne informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT) har gjort verden ”mindre” på den måten at land i hele verden har muligheten til å komme nærmere og raskere i kontakt med hverandre, og ”større” ved at kapital og mennesker beveger seg hurtigere over landegrensene. Mengden av, og den raske tilgjengeligheten til moderne medier som fjernsyn og internett, ser ut til å være en medvirkende faktor til at moderne mennesker har et større område enn tidligere å oppleve nye assosiasjoner på. Medier har på denne måten en rekke muligheter for å påvirke ulike identiteter, og film kan altså være ett slikt middel til å nå ut til andre mennesker, siden en på den måten kan vise frem stedet for andre. Gjennom film kan mennesker derfor oppleve ulike identiteter som de muligens identifiserer seg med. Steder formidlet gjennom fortellinger er også et middel til å nå ut til andre mennesker, og er noe som kan gjøre andre mennesker i stand til å identifisere seg med et sted. Denne forståelsen av

²² Anderson, 1983, referert til i Gripsrud, 2002:16.

²³ O’dell, 2005:17.

identitet kan gjerne kalles narrativer. Mennesker kan altså gjennom fortellinger om et sted også oppnå et forhold og en fortrolighet til et sted. Dette kan være fortellinger formidlet muntlig eller skriftlig gjennom litteratur eller film etc.

I boken *Kulturelle landskap - Sted, fortelling og materiell kultur* fra 2007, nevner etnologen Torunn Selberg og kulturviteren Nils Gilje hvordan fortellinger ”gjenskaper den representerte verden, og hvordan de fornyer og muliggjør vandringer som krysser grensen mellom fortid og nåtid”.²⁴ Et steds kultur kan fremmes på denne måten gjennom fortellinger om stedet. Etnologen Eva Reme nevner i sin artikkel ”Bergensiana. Komposisjoner av en by” i boken *Kulturelle landskap*, at i stedsfortellinger er ”det fiktive ikke lenger avgjørende, det u håndterlige som er knyttet i tid og historie gis i stedet en reel eksistens gjennom den materialitet det er knyttet til”.²⁵ Fortellingene om det fysiske stedet blir slik viktigst i en narrativ, og i henhold til bøkene og fortellingene om Varg Veum har jeg undersøkt hva stedene i Veum-fortellingene hadde å si for valget av Vestlandet som innspillingssted. Men også hvordan og på hvilken måte sted ble benyttet i Veum-filmene ble undersøkt, siden dette kunne si noe om fortellinger om stedet er viktige i henhold til filmproduksjoner i regioner.

Eva Reme viser også hvordan forholdet mellom fortellinger og et sted kan være, og hun bruker et eksempel om Varg Veum: ”Staalesen plasserer sin fiktive helt på en historisk arena foran en kjent og reelt eksisterende meny. Verken valg av spisested eller gate er tilfeldig, og det er irrelevant om Veum er en ikke- eksisterende bergensskikkelse; han vandrer like fullt i virkelighetens gater”.²⁶ Gunnar Staalesens beskrivelser av reelle steder i Bergen by og på Vestlandet i Varg Veum-fortellingene, gjør derfor at mennesker får assosiasjoner til stedene. Det fysiske landskapet eksisterer, det til tross for at Varg Veum kun er en oppdiktet litterærfigur, og det blir på denne måten mulig å identifisere seg med privatdetektiven Varg Veum og de stedene han er på i Varg Veum-bøkene. Fortellingene om Veum blir slik opplevbare, og muliggjør på den måten en bekreftelse av en egen kulturell identitet. Vi har hittil sett at kulturmedier som fortellinger og film kan påvirke identiteter, og at det er enklere å oppsøke de stedene som en identifiserer seg med mer en noen gang. Vi skal nå se på teorier til hvordan steder benytter identitet og kultur for å markedsføre seg selv.

²⁴ Selberg & Gilje,2007:18.

²⁵ Reme, 2007: 128.

²⁶ Selberg & Gilje,2007:125.

2.3 Markedsføring for vekst på steder

Etnologen Tom O'dell viser i sin bok *Upplevelsens materialitet* fra 2002, hvordan globaliseringen har ført til at steder og regioner over hele verden i dag konkurrerer om de samme bedriftene, investeringene og de samme turistene. Steder prøver altså å lokke til seg investeringer gjennom markedsføring av nettopp stedet.²⁷ Den amerikanske økonomen Richard Florida anser i sin bok *The Rise of the Creative Class* fra 2005, at markedsføring av et sted kan være for å sikre egen legitimitet og styrke stedet som en romslig enhet, i henhold til andre byer.²⁸ Markedsføring av et sted kan også for eksempel øke lokale næringer gjennom turisme, men det forårsaker imidlertid at stedet blir en form for merkevare, og Hem et al. påpeker i den forbindelse:

Geografiske områder som land, regioner og byer kan på lik linje med produkter, tjenester og mennesker forvaltes som merkevarer. utfordringen i å bygge stedsmerkets styrke ligger i det å bygge opp kjennskap til stedet ved at det knyttes fordelaktige assosiasjoner til det. Positive assosiasjoner gjør at området fremstår som mer attraktivt for ulike typer interessenter, som for eksempel turister, innflyttere, investorer og næringsliv.²⁹

Her ser vi hvordan assosiasjoner kan fungere som et markedsføringsledd i å få et sted til å fremstå som attraktivt. Stedet som merkevare har ikke bare en påvirkning på mennesker utenfor stedet, men har også en effekt innad på stedet, ifølge Hem et al. som påpeker at ”mens merkevarer hovedsakelig henvender seg til forbrukere og kunder, bidrar stedsmerker også til å bygge image og identitet innad i lokalbefolkningen, i næringslivet, samt hos andre offentlige og private interessegrupper på stedet”.³⁰ Steder markedsfører seg altså for å være attraktive i konkurranse med andre steder, og på denne måten blir stedets kulturelle fellesskap derfor ”solgt” i et forsøk på å tiltrekke ulike former for næringer til regionen, enten i form av arbeidsplasser eller turisme. Markedsføringen av et sted baserer seg på positive assosiasjoner til stedet. Geografen Grete Rusten nevner i sin artikkel ” Film på bygda, bygda på film” i boken *Vårn med nye muligheter* fra 2007, hvordan ”aktiv profilering på film kan være et svært viktig verktøy både som en forestilling, men også som virkemiddel til å presentere en

²⁷O'dell, 2002.

²⁸Florida, 2005:32.

²⁹Hem et al., 2007:103.

³⁰Hem et al., 2007:109.

region”.³¹ Viktigheten av at alle i lokalsamfunnet eller regionen samarbeider godt og strategisk i en slik stedsmarkedsføring er betydningsfullt hvis en skal kunne øke attraktiviteten til ett sted, ifølge turismeforsker Sue Beeton i boken *Community Development through Tourism* fra 2006.³² Vi skal etter hvert se om det eksisterte en form for lokalt samarbeid mellom offentlige og private aktører ved de seks første Veum-filmen på Vestlandet.

Tom O’dell mener at en konkurranseutsatt markedssituasjon i dag fører til et større samarbeid mellom private og offentlige aktører på steder.³³ Den konkurranseutsatte markedssituasjonen medfører også at private firmaer nå for eksempel tilbyr opplevelser for sine ansatte, og markedsfører stillingsutlysninger etter bostedsmiljø, beliggenhet og lignende, for mennesker i arbeidsmarkedene. Bedriftsøkonomiske behov er årsaken til at næring i dag samarbeider tettere med kultur, og ”motivene er forankret i bedriftenes behov for å bli mer samfunnsmessig legitime, mer innovative og ikke minst mer tiltalende for kunder og ansatte”, ifølge kulturviterne Donatella De Paoli og Anne-Britt Gran i boken *Kunst og kapital* fra 2005.³⁴ Det ser derfor ut til at samarbeid mellom kultur og næring er forårsaket av et ønske om at bedriften skal være attraktiv. Firmaer danner også klynger for å hente inn talentfulle mennesker som kan skape innovasjon og økonomisk vekst på et sted, og dette er en tanke som sammenfaller med Floridas teori om at mennesker er årsaken til vekst på steder. Samfunnsstrategen Michael Porter sin kjente definisjon av klynger blir i den forbindelse fremhevet av Beeton, som definerer klyngedannelser som ”a critical mass of companies in a particular location (a country, state, region or even city)”.³⁵

Bedrifter ønsker altså å tiltrekke mennesker til stedet de er lokalisert i, og det ser ut til at kultur er et område å benytte som middel for å oppnå dette. De Paoli og Gran nevner i den forbindelse at: ”i sin nye kontekst får kunsten en ny funksjon, nemlig som ressurs eller kapital for et næringsliv som søker differensiering og synliggjøring i et stadig mer globalt og krevende marked”.³⁶ Mange virksomheter har i dag mål som ikke kun bidrar direkte til økonomiske resultat, men som også støtter forskjellige gode formål. Dette samarbeidet mellom næring og kultur tar ifølge De Paoli og Gran utgangspunkt i ”sponsorater, oppdragskunst, kompetanseutveksling og lignende, og interessen for å styrke en region eller

³¹ Rusten, 2007:128.

³² Beeton: 2006.

³³ O’dell, 2002.

³⁴ De Paoli & Gran, 2005:16.

³⁵ Porter, 1998, referert til i Beeton, 2006:117.

³⁶ De Paoli & Gran, 2005:201.

en by kan være en felles interesse hos kunstlivet og næringslivet”.³⁷ Private firmaer benytter seg derfor i stadig større grad av ”kultursamarbeid”, som er møtestedet for samarbeid mellom kultur og næring, her ser vi hvordan interessen for å styrke et sted kan være en underliggende årsak til privat filmstøtte. Vi har sett at ulike former for støtte eksisterer i samarbeidet mellom kultur og næring, og angående sponing nevner De Paoli og Gran at: ”kultursamarbeidet tenkes da mer som en form for byttehandel der næringslivet og kunstlivet bytter ulike ressurser og kompetanser, enn som pengegaver fra næringslivet til kulturlivet”.³⁸ De Paoli og Gran nevner imidlertid at kultur ofte har blitt støttet på steder av private deltakere, men at forskjellen mellom før og nå er at:

Forskjellen på før og nå er at samfunnsmessig legitimitet nå kan måles og inngår i organisasjonenes strategier, som Corporate Social Responsibility eller CSR. Det samfunnsmessige perspektivet har alltid vært til stede i slike bedrifter, men tidligere ble dette personifisert ved bank- eller forsikringsdirektøren som mesen innen kulturen eller lokal samfunnsbygger innen sport, humanitært arbeid og annet.³⁹

Vi skal i denne oppgaven se nærmere på hvilke roller de to private aktørene på Vestlandet spilte ved filmstøtten til de seks første Varg Veum-filmene. Både private og offentlige aktører er altså med på å støtte kultur i større grad, deriblant film, for å markedsføre bedrifter eller stedet. Stedsmarkedsføringen tar utgangspunkt i at stedet ønsker å fremstå som attraktivt, og har et underliggende mål om å tiltrekke mennesker til stedet i en stadig mer konkurranseutsatt verden. En måte å tiltrekke mennesker til et sted på kan være gjennom kreativitet. Richard Florida forsker innenfor emnet (økonomisk) utvikling på steder, og ideen om kreativitet er fremtredende i hans arbeid. Hans velkjente bok *The Rise of the Creative Class* fra 2005, er i dag en inspirasjon for mange som driver med regionalt eller lokalt utviklingsarbeid. Florida sin teori for vekst på steder, er basert på tanken om at økonomisk vekst på steder kan forårsakes av kreative mennesker. Mennesker forflytter seg ifølge Florida til steder for å bekrefte en identitet som tar utgangspunkt i deres personlige ønsker om arbeidssted eller feriested.

Siden mennesker er hovednøkkelen til økonomisk vekst, må steder derfor være attraktive og tiltrekke seg mennesker. Steder må være nyskapende, mangfoldige, og åpne, og benytte ”de

³⁷ De Paoli & Gran, 2005:13.

³⁸ De Paoli & Gran, 2005:214.

³⁹ De Paoli & Gran, 2005:107 & 108.

tre T'ene" (talent, toleranse og teknologi) for å oppleve økonomisk vekst, ifølge Florida.⁴⁰ Han mener at kreative mennesker kan være en ressurs for steder eller regioner, siden "den kreative energien gir grobunn for tekniske og artistiske innovasjoner, noe som igjen gir nye former for handel og nye industrier".⁴¹ Å tiltrekke kreative mennesker i kreative yrker til et sted danner slik en kreativ økonomi, og Floridas teorier om kreativitet viser også til hvordan den kreative økonomien kan forme utviklingen til steder. Kulturgeografene Margareta Dahlstrom & Brita Hermelin peker i sin artikkel "Creative industries, spatiality and flexibility: The example of film production" fra 2007, på hvordan kreative næringer er både kultur og næring, og at "kultur på denne måten kan være en faktor å betrakte for regional økonomisk vekst, gjennom mulighetene for flere arbeidstakere og eksportmuligheter".⁴² Kreative næringer kan altså på denne måten ha ringvirkninger i regionen. Kreative mennesker er utgangspunktet for Floridas teorier om stedsvekst gjennom kreativitet, og han mener at den "kreative klassen" innbefatter mennesker som blant annet engasjerer seg i "vitenskap, ingeniørarbeid, arkitektur, design, utdanning, kunst, musikk og underholdning, og mennesker hvis funksjon er å skape nye ideer, ny teknologi, og/eller nytt kreativt innhold".⁴³

Det er altså to måter å få folk til et sted på gjennom markedsføring. Den ene er gjennom næringsvekst i form av arbeidsplasser, og den andre er å tiltrekke turister til et sted. Turismeforskeren Sue Beeton peker på at turisme kan ha en økonomisk, sosial og miljømessig påvirkningskraft på steder.⁴⁴ Turisme kan ifølge henne skape arbeidsplasser, støtte eksisterende tjenester, tilføre ny valuta, øke lokal selvfølelse, utvikle infrastruktur, fremme samarbeid og bevaring, og øke antallet fritidsaktiviteter på et sted.⁴⁵ Turisme forekommer i dag i mange former, som for eksempel som naturopplevelser eller andre unike opplevelser på ulike steder. Litterær turisme er en av disse, og den er på ingen måte ny og har eksistert lenge. Denne formen for turisme har i dag fått en motpart i filmturisme. Vi skal derfor ta et blikk på hvordan film kan fungere som turisme. Etnografen Ellen Strain påpeker blant annet i boken *Public Places, Private Journeys: Ethnography, Entertainment, and the Tourist Gaze* fra 2003, hvordan film er en illusjon for direkte erfaring.⁴⁶ Denne "direkte" erfaringen opplevd gjennom film kan føre til et ønske om å oppleve det en har sett, og slik sett kan film fungere til markedsføring av et sted. Sue Beeton peker også på at i mange tilfeller er det bilder mer enn

⁴⁰ Florida, 2005:7.

⁴¹ Florida, 2005:1.

⁴² Dahlström & Hermelin, 2007:111.

⁴³ Florida, 2005a:39.

⁴⁴ Beeton, 2006:17.

⁴⁵ Beeton, 2006:224.

⁴⁶ Strain, 2003:177.

informasjon om et sted som påvirker en turists avgjørelse om å reise dit.⁴⁷ Hun mener at mennesker identifiserer seg med elementer som eksotiske steder, natur, eller mennesker i en film. Dette gjør at film kan motivere mennesker til å besøke steder, og motivene kan for turistene ha tilknytning til nostalgi, pilegrim, og kjendiser.⁴⁸

Wallander-filmene som ble spilt inn på Ystad i Sverige er et eksempel på hvordan film kan tiltrekke mennesker til et sted. Svenske Henning Mankell har skrevet åtte kriminalromaner og fem mindre kriminalfortellinger som er samlet i en siste bok. Alle handler om førstekriminalbetjent Kurt Wallander i Ystad i Sverige.⁴⁹ Innspillingen av Wallander-filmene ble påvirket av stedets mål om attraktivitet, og Ystad kommune registrerte en økning i turistnæringen etter at filmene var spilt inn der. Dette mener kommunen skyldes Henning Mankells sterke forankring av Wallander-fortellingene i Ystad og Österlen.⁵⁰ Kulturproduktet Varg Veum har som nevnt generert aktiviteter i Bergen, og en kan for eksempel ta en kikk på ”kontordøren” til Varg Veum, eller ta en Veum-drink i Varg Veums-hjørne på Strand Hotell, se på Veum-statuen ved inngangen til hotellet, eller gå Veum-løyper i Bergen by.

2.4 Regionen

Denne oppgaven har et regionalt perspektiv. Vi skal se på hvordan den vestlandske satsingen på de seks første Varg Veum-filmene forholdt seg til regionen. På den måten om filmsatsingen for det meste var en satsing på stedet Bergen, eller om satsingen var et ledd i en større regional tankegang i satsing på film i Vestlandsregionen. Den Europeiske Union fikk under 1990-tallet økt politisk beslutningsmyndighet, noe som førte til en desentralisering av næringspolitikken i mange europeiske land. Sue Beeton peker blant annet på hvordan særlig de nordiske landene hadde problemer med å oppnå sterk økonomisk vekst i denne perioden, og hvordan nedgangen kom til å forsterke regionalisering av næringspolitikken i disse landene. Regional forvaltning har derfor etter hvert overtatt flere statlige oppgaver, noe Beeton hevder også har ført til at regioner ønsker større politisk legitimitet. Dette er ifølge henne nødvendig for regionene i et forsøk på å hevde seg selv i det nye europeiske landskapet,

⁴⁷ Beeton, 2006:128.

⁴⁸ Beeton, 2006:130.

⁴⁹ <http://www.bokklubben.no> sist sjekket: 10.5.2010.

⁵⁰ Hedling, & Wallengren, 2006:83.

EU.⁵¹ Likedan har vi sett hvordan O'dell fremmet tanken om en konkurranseutsatt global verden, og hvordan steder derfor ønsker å fremheve seg selv. De Paoli og Gran peker i den forbindelse på at i løpet av 1990- tallet ble kulturpolitikken ”trukket inn som et instrument i både den regionale og den nasjonale økonomiske utviklingen”.⁵² Mye kan tyde på at det ble viktigere å satse på områder som næringsvekst og utvikling, både i nasjonal og regional politikk.

Globalisering av kulturindustrien har på denne måten også gjort at det utviklet seg ett behov for ” att driva upp och föredla det lokala, regionala eller nationella särdraget”, ifølge kulturgeografen Margareta Dahlström og geografene Brita Hermelin og Grete Rusten i boken *Film och regional utveckling i Norden* fra 2005.⁵³ Dette er årsaken til at europeiske regioner i dag konkurrerer med hverandre om oppmerksomhet, og regional kultur formidles gjennom bevisste markedsføringskampanjer. En typisk reklamekampanje for Vestlandet er for eksempel ofte et bilde av en fjord med fjell i bakgrunnen. Det ser ut til at en slik fremstilling av Vestlandet er vanlig, for det er nettopp den særegne naturen på Vestlandet som i en slik setting blir viktig å vise frem for andre utenfor stedet. Denne stedsmarkedsføringen gjøres altså i forsøk på å fremheve regionen som attraktiv, for å tiltrekke mennesker som kan skape vekst.

Gripsrud peker på at for et sted kan representasjon gjennom media bety en slags ”anerkjennelse av at stedet finnes og teller i den store sammenhengen”.⁵⁴ Film kan altså fungere som en markedsføringskanal for en region. Det å støtte film i en region kan gi fordeler for økt oppmerksomhet, og på den måten også for å øke næringsveksten i regionen. Det kan altså være to sider ved satsing på film i regionen. Først har en ideen om å bygge opp et eget filmmiljø for å skape arbeidsplasser og inntekter til regionen gjennom filmnæring. Norsk filmpolitikk ønsker å desentralisere norsk film og den regionale filmpolitikken kan se ut til å være et ledd i forsøket på dette. Dette er noe vi skal se nærmere på i kapittel fire. Den andre måten film i regionene kan virke er som innspillingssted. På denne måten kan en oppnå muligheter til å få vist frem stedet på film gjennom bilder av stedet, noe som kan være en fordel ved ideen om økt oppmerksomhet.

⁵¹ Beeton, 2006: 66.

⁵² De Paoli & Gran, 2005:217.

⁵³ Dahlström et al., 2005:21.

⁵⁴ Gripsrud, 2002:22.

Satsing på en egen filmnæring (indre), og økt oppmerksomhet gjennom å bli benyttet som innspillingssted (ytre), er altså begge satsinger for å oppnå attraktivitet for et sted. Filminnspillinger i regionen innebærer også en fordel gjennom det sosiale møtet mellom filmarbeidere fra ulike steder, noe som kan bidra til kompetanseheving og erfaringsutveksling. Filminnspillinger på stedet kan gi inntekter til filmnæringen på stedet, samtidig som den skaper etterspørsel hos underleverandører som catering, overnatting, lokal transport, med mer. Geografen Grete Rusten viser til lignende forhold i sin artikkel ”Film på bygda, bygda på film” om hvordan ”kultur, deriblant film, kan være med på å binde sammen det indre lokale/regionale livet gjennom samhørighet og mobilisering i felles prosjekter. Det gir inntjening i eksisterende virksomheter og noen ganger mer varige arbeidsplasser”.⁵⁵

Regionsforskeren Hans Kjetil Lysgård peker på tre typer regioner i sin artikkel om ”Regioner som forestilte fellesskap - hvordan og hvorfor?” i *Heimen* fra 2006. ”Den metodiske region” er ifølge han ”et viktig redskap i forbindelse med systematisering, klassifisering, og analyse. Og en slik klassifisering og generalisering av regioner har en funksjon i samfunnet gjennom at folk flest får ordnet og systematisert sin tilværelse i kategorier”.⁵⁶ Vestlandsregionen vil bli vektlagt mest i denne oppgaven, og er det analytiske utgangspunktet siden Vestlandsregionen er stedet de seks første Varg Veum-filmene ble spilt inn. ”Den politiske region” er et redskap for politikktutforming i regionen, og definerer politikkens geografiske målområder”, ifølge Lysgård.⁵⁷ På denne måten kan man ifølge ham ”i geografisk forstand både definere hvilket område som behøver endring og krever planlegging, hvilket område en målformulering skal rettes mot, og i hvilket område konkrete tiltak skal settes i verk”.⁵⁸ Om det eksisterte et forhold mellom en politisk form for region og Varg Veum-filmene er noe som undersøkes nærmere etter hvert i denne oppgaven.

Til slutt nevner Lysgård ”den identifiserende region”. Den kjennetegnes ved menneskers måte å forholde seg til omverden på, og oppstår ifølge ham i arbeidet med ”å identifisere seg som en del av eller skille seg ut fra et ”forestilt fellesskap” (”oss” og de ”andre”)”.⁵⁹ Han forklarer videre at den ”identifiserende region” kan fremme en regional stedsidentitet:

⁵⁵ Rusten, 2007: 126.

⁵⁶ Lysgård, 2007:87.

⁵⁷ Lysgård,2007: 87.

⁵⁸ Lysgård,2007: 87.

⁵⁹ Berg et al., 2004:36.

Gjennom å relatere seg til det geografiske området man føler man hører hjemme i, settes man slik i stand til å fortelle andre ”hvem man er eller ikke er”, og man kan bruke regioner i identifisering ovenfor andre individer og grupper, ett eksempel i norsk sammenheng er når folk forteller hvor de er fra; for eksempel Sør- eller Vestlandet.⁶⁰

Dette innebærer altså en følelse av stedsidentitet i regionen, og i denne oppgaven er det en eventuell regional vestlandsk stedsidentitet som motivasjon for å støtte film i regionene, og i dette tilfellet Varg Veum-filmene, som skal studeres nærmere. Lysgård mener at når de tre ovennevnte regionale formene løper sammen ”i samme intensjon og får ett felles navn, utvikles en sterk regional metafor som gir felles mening både til funksjonelle og strukturelle sammenhenger, politiske føringer og folks identitet”. Dette opprettholder en regional identitet (eller forestillingen om en kollektiv identitet), ifølge ham.⁶¹

Teorien om den identifiserende region kan knyttes opp mot et ”forestilt felleskap”. Definisjonen har likhetstrekk til nasjonsforskeren Benedict Anderson sin teori om ”imagined communities”, men også til etnologen Tom O’dell sitt begrep om ”imagined worlds”. Alle disse begrepene angår identifisering med stedet og stedsidentitet. Lysgårds identifiserende region ser på sin side ut til å fremstå i en geografisk ”mindre” målestokk enn Andersons identifiserende nasjon. De samme identitetsprinsippene ser på denne måten ut til å gjelde både den regionale som den nasjonale identitetsbyggingen. Anderson og Lysgård sine begreper omhandler mennesker som samler og identifiserer seg i en gruppe innenfor et geografisk avgrenset område, mens O’dell sitt begrep er utenfor stedet, lik et identifiserende perspektiv som ønsker å oppleve andre geografiske områders kultur. Vi så hvordan Andersons ”forstilte fellesskap” og O’dells ”imagined worlds” støttet ideen om påvirkning av identiteter gjennom ulike medier. Anderson hevdet at dagspressen hadde en samlende funksjon for nasjonen, og O’dell peker på at mennesker kan identifisere seg med steder gjennom moderne medier som blant annet film. Film kan altså virke identifiserende og samlende for mennesker, og kan derfor påvirke identiteter som eksisterer både utenfor og innenfor et sted som er blitt vist frem på film.

⁶⁰ Lysgård, 2007:87.

⁶¹ Lysgård, 2007:88.

2.5 Kulturnæringer

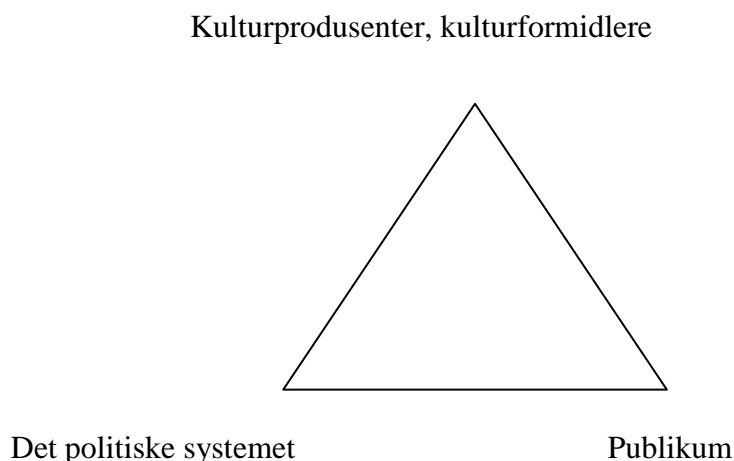
Vi har i dette kapitlet sett at steder og regioner i stadig større grad markedsfører seg selv for å oppnå oppmerksomhet. Stedsmarkedsføring foregår i dag gjennom satsing på kultur, deriblant film, og er et tiltak som er tatt i bruk for å tiltrekke mennesker til regionen. Vi har sett at film kan virke på flere måter i en region, og når film brukes i markedsføring av et sted, øyner en at det er et samarbeid tilstede mellom kultur og næring. Dahlström et al. viser til at det i ” Västeuropa finns en växande tro inom politik och samhällsplanering på att kulturnärings och verksamheter inom kultur ska kunna utgöra viktiga utvecklingsfaktorer”.⁶² Den regionale filmpolitikken i Norge ser ut til å innebære koblinger til en innovasjonspolitisk tankegang, noe som omhandler næringsomstilling for å oppnå vekst i regioner. Samfunnsviterne Peter Arbo og Hallgeir Gammelsæter viser i boken *Innovasjonspolitikens scenografi* fra 2004, at disse politiske ideene om innovasjon i regionen, blant annet tar utgangspunkt i utviklende faktorer for en region som: fleksibilitet, desentralisering, konkurranseutsetting, nettverk, klynger, erfaringsutveksling, kompetanseheving, og profesjonalisering.⁶³ Om innovasjonspolitiske ideer lå til grunn for den vestlandske satsingen på de seks første Varg Veum-filmene undersøkes i kapittel fem og seks.

Samarbeidet mellom film og ulike aktører i en region ser ut til å foregå i et samspill mellom kultur og næring, og det ser ut til at deler av denne filmsatsingen i regionen tar utgangspunkt i en innovasjonspolitisk tankegang. I figur 1, ”Det kulturpolitiske triangelet”, ser vi hvordan et kulturpolitisk forhold eksisterer mellom det politiske systemet, kulturprodusentene og publikum i Norge. Det ser ut til at en politisk satsing på film har tre forhold som gjensidig avspeiler hverandre, og dette er altså forholdet mellom det politiske systemet, kulturformidlerne, og et publikum:⁶⁴

⁶² Dahlström et al., 2005: 26.

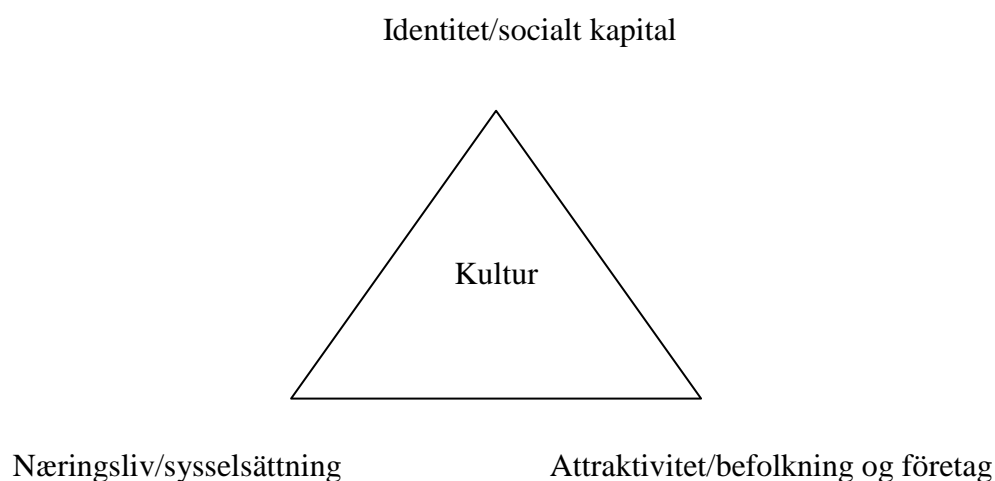
⁶³ Arbo & Gammelsæter, 2004.

⁶⁴ Røyseng & Solhjell, 2004:88.



Figur 1 Røyseng & Solhjell, *Det kulturpolitiske triangelet*, 2004:88.

En vellykket satsing på film er altså avhengig av at alle disse tre leddene i figuren fungerer godt sammen. En må derfor ha et politisk system, kulturformidlere og et publikum, som forstår hverandre, noe som tyder på at de aktuelle menneskene har de samme assosiasjonene til det felles kulturprosjektet. Om dette var til stede ved den Vestlandske filmsatsingen ved de seks første Varg Veum-filmene, skal undersøkes etter hvert i denne oppgaven. En lignende figur finner en hos Dahlström et al., og ”Kulturstrategiers triangel” illustrerer ”ulike effekter av kulturelle virksomheter, og kan nyttes som redskap for å analysere filmens kobling til regional utvikling”:⁶⁵



Figur 2 Svensson & Adolfsson, *Kulturstrategiers triangel*, 1995:34.

⁶⁵ Svensson & Adolfsson, 1995:34, i Dahlström et al., 2005:27.

En satsing på kultur kan ifølge ”Kulturstrategiers triangel” altså innebære positive effekter for et sted, for både næringsliv, identitet og attraktivitet. Modellen plasserer kultur midt i triangelet, og omringer kultur med forholdene identitet/sosial kapital, næringsliv/sysselsetting, og attraktivitet/befolkning/foretak i hvert sitt hjørne av triangelet. De kulturelle virksomhetene kan ha ulike typer spredningseffekter, og nå enten en, begge eller alle hjørnene i figuren.⁶⁶ Alle hjørnene i figuren kan altså i teorien operere innenfor hverandre. Næringslivet kan for eksempel ha interesser i å fremvise kulturen og delta økonomisk i det lokale kulturlivet for å øke attraktiviteten til stedet, enten for å øke antallet fastboende eller besøkende for å øke inntjeningen. En privatperson fra stedet kan for eksempel ha en interesse av å fremme egen kultur for egne opplevelser. Det eksisterer ulike motiver for å støtte film, og Dahlström et. al peker på at:

Motiven til att satsa offentliga medel på att producera en långfilm kan vara att man ser denna som en kulturprodukt, et mål i sig, och/eller at man menar att produktionen av långfilmen innebär medel til att generera något annat. Dette ”andra” har i dagens debatt ofte en relation til økonomisk tillväxt och kan mer konkret handla om ökad sysselsättning, ökad attraktionsgrad eller at förstarka den regionala eller lokala identiteten och sociala kapitalet.⁶⁷

Hvilke områder de vestlandske deltakerne satset på ved å støtte de seks første Varg Veum-filmene økonomisk, er en del av den empiriske analysen som kommer senere i oppgaven. Et siste poeng ved satsing på film i regionen er imidlertid at film er vanskelig å måle i direkte avkastning. Geografen Grete Rusten peker i den forbindelse på hvordan det ”kanskje er vel så viktig at en film kan skape en positiv oppfatning, opplevelse og stolthet av et land, en region eller et sted, enn eventuelle umiddelbare økonomiske effekter”.⁶⁸

2.6 Sted i merkevarebygging

Assosiasjoner til et sted har altså vist seg å være en medvirkende faktor til en stedsidentitet, og sentrale assosiasjoner for Vestlandet er ifølge De Paoli og Gran ” fjell og fjord”.⁶⁹ Vestlandet blir derfor ofte markedsført gjennom bilder av fjell og fjorder, for fjorder og fjell

⁶⁶ Dahlström et al., 2005:27.

⁶⁷ Dahlström et al., 2005:26.

⁶⁸ Rusten, 2007: 138.

⁶⁹ Hem et al., 2007: 111.

er noe særegent ved Vestlandet, som derfor blir fremhevet ved markedsføring av regionen. I forbindelse med markedsføring av at steder nevner turismeforskeren Sue Beeton i sin bok *Community Development through Tourism* fra 2006, at felles sosial kapital, er sosiale nettverk på et sted, hvor medlemmene har gjensidige sosiale normer og verdier, og disse er verdifulle for samarbeid mot felles mål.⁷⁰ Sosiale nettverk blir på den måten viktig for markedsføringen av et sted. Beeton nevner at det finnes særlig to elementer (eller nivå) av sosial kapital, en strukturell og en kognitiv.⁷¹ De strukturelle aspektene inkluderer nettverk, roller, regler og presedens, mens de kognitive aspektene dekker normer, verdier, holdninger og trosretninger i ett samfunn.⁷²

Den strukturelle kapitalen kan her for eksempel være nettverkene mellom mennesker i filmmiljøet på Vestlandet, eller andre eksisterende nettverk innen det vi kan kalle kulturnæringen Varg Veum. Dahlström et al. peker på at ”det sociala kapitalet på en plats förhöjer och förstärker både fysiska investeringar och investeringar i humankapitalet på en plats.”⁷³ Slik ser det ut til at en strukturell sosial kapital er en forutsetning for en vellykket satsing på markedsføringen av stedet eller regionen, og den kognitive sosiale kapitalen ser ut til å være viktig for at det eksisterer en felles kultur på et sted. Det ser ut til at begrepet om kognitiv kapital, ikke ligger langt unna det kognitive kulturbegrepet. Begge begrepene uttrykker tanken om fellesholdninger blant medlemmer av en gruppe på et sted, og det kognitive kulturbegrepet og kognitiv kapital viser på den måten fellesnevner i forståelsen av normer, verdier, holdninger og trosretninger som kultur på et sted. På bakgrunn av dette benyttes derfor en analytisk tilnærming til kultur i denne oppgaven, siden en slik tilnæringsmetode til film og regioner kommer til å se nærmere på ”kultur som livstotalitet eller levestett”, og ”det settet av holdninger, verdier og ferdigheter mennesker har som medlemmer av en gruppe”.⁷⁴

2.7 Oppsummering

I dette kapitlet har jeg vist ulike teoretiske perspektiver som er aktuelle for å svare på problemstillingen i denne oppgaven. Kultur er et grunnleggende fokus i oppgaven siden en

⁷⁰ Beeton, 2006:91.

⁷¹ Beeton, 2006:91.

⁷² Beeton, 2006:91.

⁷³ Dahlström et al., 2005:31.

⁷⁴ Berggreen, 1989:16 & 17.

normativ kulturforståelse finnes om Varg Veum-filmene som et estetisk åndsprodukt, og en kognitiv kulturforståelse dekker feltene identitet, region og sted i denne oppgaven. Vi har videre sett hvordan medier som film kan påvirke menneskelige identiteter, og vi har sett hvordan fortellinger kan gi en egen forståelse av en stedsidentitet.

Steder og bedrifter markedsfører seg selv i stadig større grad for å oppnå oppmerksomhet, for slik å øke veksten i både befolkning og næringer på stedet og i regionen. Satsing på kulturnæringer i regionen skjer i dag gjerne gjennom en innovasjonspolitisk ide om å utøve kreative næringer i regionene. Det satses imidlertid på kultur i regionene selv om det er vanskelig å fastsette totale egenskaper ved avkastninger fra kulturnæringer, som for eksempel ved filmproduksjon. Vi har også sett at regioner kan forekomme i tre identifiserende former: den metodiske, den politiske, og den identifiserende. Vestlandsregionen utgjør den metodiske regionen i dette studiet. Vi skal også se nærmere på de andre formene for region som forekom ved en vestlandsk satsing på de seks første Varg Veum-filmene. Et samarbeid mellom kultur og næring, ved bruken av kultur som næring, danner en kulturnæring. Det ser ut til at en vellykket satsing på kulturnæringer krever et godt samarbeid mellom det politiske systemet, kulturformidlerne, og et publikum på et sted, i henhold til ”Det kulturpolitiske triangelet” (figur 1). Og en vellykket satsing på kultur kan i henhold til ”Kulturstrategiers triangel” (figur 2) både gi positive effekter for næringsliv, identitet og attraktivitet på et sted.

I dette teorikapittelet har jeg vist hvordan temaet satsing på film i regioner forholder seg til emner som kultur, identitet, sted, region, film, og næring. I det neste kapittelet skal jeg belyse den metodiske fremgangsmåten som ble brukt for å svare på problemstillingen i denne oppgaven: om stedsidentitet i regional film kan være verdiskapende for en region. For å kunne svare på problemstillingen om film i regioner, må en først se på de politiske forutsetningene for filmproduksjon i norske regioner. Norske filmpolitikk blir derfor betraktet nærmere i kapittel fire. I kapittel fem og seks har jeg analysert det innsamlede intervjumaterialet, dette vil fungere som det empiriske grunnlaget for å kunne svare på problemstillingen, og kunne gi nærmere svar på hvorfor vestlandske bidragsytere deltok økonomisk ved innspillingen av de seks første Varg Veum-filmene på Vestlandet?

3 METODE

Sosiologen Sigmund Grønmo mener at metode ”generelt sett en planmessig fremgangsmåte for å nå et bestemt mål, og i vitenskapelig virksomhet er målet å bygge opp kunnskap om bestemte fenomener og å utvikle en teoretisk forståelse av denne kunnskapen”.⁷⁵ Med dette som bakgrunn ønsker jeg derfor å presentere de ulike metodene jeg benyttet ved denne masteroppgaven i dette kapittelet. Jeg vil grunngi hvilke metoder som ble benyttet, hvorfor og hvordan de ble benyttet, og herunder også reflektere over posisjoneringen av min egen forskerrolle. For å finne ut mer om de faktiske forholdene mellom Varg Veum-filmene og de regionale og lokale bidragsyterne, måtte jeg snakke med mennesker som hadde overveiende betydning for produksjonen av Veum-filmene på Vestlandet. Det siden forholdet mellom sted, region og film er et lite utforsket område fra før, og det eksisterte få skriftlige kilder om emnet. Da jeg avgrenset oppgaven til å gjelde de seks første Varg Veum-filmene, kom det frem at ett mindre antall mennesker var involvert i mitt forskningsfelt, og dette gjorde at det ble avgjørende å forholde seg til få undersøkelsesenheter, og søke etter særegne svar.⁷⁶

Målet var derfor å få gode opplysninger fra få undersøkelsesenheter. Dette var en årsak til at jeg valgte å benytte kvalitativ metode. Kvalitativ metode er kjennetegnet av ”jeg-du” forholdet mellom forsker og informant, og forskeren må da forsøke å komme nært informanten (under intervjuene og observasjon) for å få gode kvalitative data, i søken etter særegne, unike, og eventuelt avvikende svar.⁷⁷ Dette ble nevnt av folkloristen Bente Alver som har bred erfaring innenfor forskningsområdet kvalitativ metode. I og med at det var et mindre antall aktører som kunne hjelpe meg med nærmere svar på problemstillingen, så ble bruk av kvantitativ metode ikke aktuelt ved dette studiet. I mitt arbeid med masteroppgaven har derfor jeg nyttet datainnsamlingsmetoder som:

- Intervju
- Dokumentanalyse
- Observasjon

⁷⁵ Grønmo, 2004: 27.

⁷⁶ Alver, B., forelesningsnotat i KUVI304, vår 2009, UIB.

⁷⁷ Alver, B., forelesningsnotat i KUVI304, vår 2009, UIB.

- Internett

Få skriftlige kilder om emnet gjorde at det ble nødvendig å benytte flere metoder ved dette studiet. Sosiolog Katrine Fangen mener at ”det å kombinere ulike metoder kan være med på å gi bred kunnskap om emnet man studerer, tolkninger av det man observerer kan for eksempel valideres gjennom samtaler og intervjuer, og ulike dokumenter kan være med å gi god bakgrunnskunnskap”.⁷⁸ Det kan også være gunstig å benytte en kombinasjon av ulike datainnsamlingsmetoder, siden en kan oppnå et sterkere empirisk grunnlag gjennom å studere et mangfold av informasjonskilder som har en forbindelse til emnet. Grønmo viser til at ”data er systematisk innsamlet og registrert empiri, og empiri er opplysninger eller informasjon om faktiske forhold i samfunnet”.⁷⁹ Jeg har også sett de seks første Varg Veum-filmene en gang hver i forbindelse med denne oppgaven for å få en følelse av hva filmene handler om. Oppgaven nytter likevel de kvalitative intervjuene som primærkilder. Analyse av dokumenter, mine observasjoner og noen internetthenvisninger fungerer også som kildegrunnlag for denne oppgaven.

3.1 Det kvalitative intervju

Etter å ha lest teori om temaene regioner og film, måtte jeg finne en annen metode for å frembringe nye opplysninger om emnet sted, region og Varg Veum-filmene. For å få nærmere svar på hvorfor Bergen ble valgt til innspillingsby for de seks første Varg Veum – filmene, måtte jeg spørre filmselskapet og noen av de regionale og lokale bidragsyterne som var involvert i filmproduksjonen nærmere om dette. Psykologen Steinar Kvale peker på at ”intervju går dypere enn den spontane meningsutvekslingen som finner sted i den hverdagslige samtale, og blir en varsom spørre- og lytte- tilnærming som har til hensikt å frembringe grundig utprøvet kunnskap”.⁸⁰ Jeg var på jakt etter særegne svar fra det en kan karakterisere som ”få undersøkelsesenheter”, og jeg så for meg at kvalitativt intervju måtte være den beste metoden å frembringe dette på. Kvale mener at det er ”intervjuets styrke at den fanger opp variasjonen i intervjupersonens oppfatninger om et tema, og dermed gir et bilde av en mangfoldig og kontroversiell menneskelig verden”.⁸¹

⁷⁸ Fangen, 2004: 140 &150.

⁷⁹ Grønmo, 2004: 33.

⁸⁰ Kvale, 1997:21.

⁸¹ Kvale, 1997:23.

Jeg valgte derfor å ha en god spredning blant utvalget av informanter i denne oppgaven, i henhold til yrker og miljøer som de er en del av. Dette er gjort bevisst i et forsøk på å få frem hvorfor både private og offentlige personer deltar i en filmproduksjon som finner sted på Vestlandet. Informantene i denne oppgaven ble altså valgt ut på bakgrunn av at de befant seg på ulike nivåer i produksjonen av Varg Veum-filmene, og de ville da antakelig ha ulike argumenter og forutsetninger for å delta i filmprosjektet. Informantgruppene kunne forhåpentligvis synliggjøre et nyansert syn på Vestlandet og Veum gjennom intervjuene. Jeg intervjuet syv ulike informanter, og det valgte antallet tar utgangspunkt i hva psykolog og samfunnsviteren Harriet Holter kaller “et strategisk utvalg”, det vil si et bredt, men ikke nødvendigvis stort utvalg av respondenter og informanter.⁸² Gjennom intervjuene har jeg primært sett nærmere på informantenes meninger i henhold til sted, region, og Veum-filmene. Det har kommet frem opplysninger i intervjuene som jeg aldri hadde funnet uten å spørre noen av de involverte aktørene i produksjonen av Varg Veum-filmene på Vestlandet, som for eksempel årsakene for den økonomiske deltakelsen i de seks første Veum-filmene hos de ulike aktørene.

Halvstrukturerte, kvalitative intervjuer har fungert godt i denne oppgaven. Det siden denne formen for intervju åpner for beskrivelser og fortellinger, og kan se ut til å være en god metode å bruke for å gå i dybden og få frem nyanserte beskrivelser. Jeg benyttet en generell intervjuguide, som inneholder en del basis spørsmål som alle mine informanter mottok.⁸³ Jeg planla å gå bredt ut og så eventuelt snevre inn etter hvert, hvis det ble for mange ”meninger” å forholde seg til. Intervjuguidene hadde tre temaer:

- Støtte av Varg Veum-filmene
- Stedene Bergen og Vestlandet
- Regionale kulturnæringer

Intervjuguiden endret seg litt i henhold til hvem som var informanten min. Forfatter og filmselskapet fikk blant andre egne spørsmål. En kan benytte ulike spørsmål til ulike informanter ved kvalitativ metode, siden ”kvalitative tilnærminger er basert på fleksible design, og et nært og sensitivt forhold til kilden, og datainnsamlingen kan da styres slik at den resulterer i informasjon som er mest mulig dekkende i forhold til både undersøkelsens

⁸² Holter, 1996:13.

⁸³ Vedlegg A.

problemstillinger og egenart”, påpekes det av Grønmo.⁸⁴ I kvalitativ metode er det altså muligheter for endringer underveis. Jeg finner at halvstrukturete intervjuer var en god metode å bruke siden en del av svarene jeg søkte sannsynligvis kun kunne fremtre ved en slik ”søkende” og såpass ”åpen” fremgangsmåte.

3.2 Andre kilder

Intervju er som nevnt min hovedkilde, men dokumentanalyse, observasjon med feltnotater og internetthenvvisninger er også kilder som ble benyttet for masterprosjektet. Å gå gjennom dokumenter var en metode jeg benyttet siden det eksisterer lite sekundærdata og retningslinjer om regional film i Norge. Jeg har dermed bedrevet innholdsanalyse av en del rapporter, årsmeldinger, kommunale handlingsplaner og lignende innenfor feltet film og kultur i norske regioner. Grønmo peker på at ”systematiske undersøkelser av innholdet i dokumenter kalles innholdsanalyse. Dette innebærer at dokumentene blir gjennomgått på en systematisk måte med sikte på kategorisering, registrering og analyse av innholdet”.⁸⁵ Jeg har utvist forsiktighet ved graderingen av seriøsiteten av de ulike dokumentene. Skriftlig kilder som jeg har benyttet er stortingsmeldinger, regionale utviklingsprogram for fylkeskommunen, og Bergen kommunes handlingsplaner for kultur og film.

Alle rapporter jeg har benyttet er av ganske ny dato, noe som også bekrefter at dette er et forholdsvis nytt område innen norsk samfunns- og kulturliv. Jeg fant også en sammenheng mellom disse dokumentene og deler av teorien jeg benytter. Forfattere som Dahlström (2005) og Florida (2005) er blant annet nevnt flere steder.. Det er viktig å være kjent med bestemmelser som vedrører etiske aspekter hos ulike kilder. Forvaltningsloven angir for eksempel at offentlige mennesker er pliktig til taushetsplikt ved f.eks. ”drifts- eller forretningsforhold som det vil være av konkurransemessig betydning å hemmeligholde av hensyn til den som opplysningen angår”.⁸⁶ Om slike hensyn spilte en rolle ved deltakelsen ved Varg Veum-filmene var jeg uvitende om før intervjuene. Alle informantene var imidlertid meget positive og behjelpelige, og jeg har ikke hatt problemer når det gjelder innsyn. NESH påpeker at dersom informanter nekter innsyn, skal det respekteres.⁸⁷

⁸⁴ Grønmo, 1997:83.

⁸⁵ Grønmo, 2004:121.

⁸⁶ Forvaltningsloven § 13,2.

⁸⁷ NESHs etiske retningslinjer § 20.

Av informantene etterlyste jeg ikke noen form for dokumenter, men flere av informantene hadde enten med seg eller fant frem brosjyrer eller planer, som de gav til meg i løpet av intervjuet. Jeg har lest gjennom alle disse, og flere av dem viste seg å være nyttige kilder. Jeg har benyttet et par av disse dokumentene i denne oppgaven i kapittel fire. To av informantene gav meg også innsyn i økonomiske oversikter og tallmateriale fra deres egne institusjoner. Dette var for min del nyttige tall som viste hvor mye som var benyttet i forbindelse med Varg Veum-filmene. Jeg henviser til enkelte internettkilder også, som for eksempel anvisninger til enkelte avisartikler, lover eller firmanettsider som ikke var mulige å anskaffe som fysiske primærkilder. Internett sidene er ikke primær kilder i denne oppgaven, men pekepinner.

Jeg har også gjort observasjon. Alle mine intervjuer ble foretatt ansikt til ansikt med informantene, og jeg observerte omgivelsene og detaljene rundt meg ved alle intervjuene. Alle observasjonene skrev jeg straks ned der og da i min feltdagbok, og alt annet skrev jeg ned straks jeg kom hjem. Grønmo angir at feltnotater er en del av studiens data.⁸⁸ Som feltnotater har jeg altså benyttet enkle observasjonsnotater, som beskriver mine enkle direkte observasjoner av ting på stedene hvor intervjuene foregikk. Slike notater beskriver ”hva som iakttas under observasjonen, hva forskeren ser og hører, og inkluderer blant annet detaljer og nyanser som forskeren legger merke til”, nevner Grønmo.⁸⁹ Det faktum at jeg drøfter og reflekterer noe over enkelte observasjoner gjør at noen av disse har utviklet seg analytisk, mens andre har i større grad dannet et bakgrunnstappe for videre analyse av for eksempel intervjuet som kilde. Grønmo påpeker at det han kaller analytiske notater kan dreie seg om vurderinger eller fortolkninger av forhold som er iaktatt under observasjonen, fremstilling av mønstre eller sammenhenger som avdekkes på grunnlag av observasjonsnotatene.⁹⁰

Jeg finner ingen kilder som beskriver denne elementære formen for observasjon som metode. Jeg velger å ikke benevne observasjonsmetoden min for deltakende eller strukturert observasjon, siden min observasjonsmetode var raske, direkte, små observasjoner av ting i informantens nærområde, og ikke observasjoner som er foretatt med observasjonsskjemaer som ved strukturert observasjon. Og heller ikke observasjon som deltakende observatør i den forstand at jeg deltok i informantens daglige virke. Men alle observasjonene gjorde meg generelt mer klar over materielle detaljer rundt noen av informantenes daglige arbeidsliv og virke. Disse observasjonene og notatene er altså ikke enkle å plassere under noen form for

⁸⁸ Grønmo, 2004: 148.

⁸⁹ Grønmo, 2004: 149.

⁹⁰ Grønmo, 2004: 149.

fastsatt akademisk tittel, men de har vært nyttige små hjelpemidler underveis i arbeidet med masteroppgaven. Gjennom observasjonen av ting i informantens nærhet og daglige virke ble det derfor skapt noe ekstra data for oppgaven. Dataene kunne peke på oppfatninger som kanskje ikke kom frem i intervjuet, eller som informantene ikke er klar over selv eller kom på å si noe om selv. En slik observasjon foretok jeg i forbindelse med oppgaven, når jeg var på turistinformasjonen i Bergen sentrum for å se etter Varg Veum-brosjyrer. Jeg fant ingen brosjyrer, og etter å ha spurt i skranken fant de én brosjyre angående Varg Veum. Denne lå bak disken, og gjaldt en guidet rundtur i en Veum-løype. Jeg fant altså lite informasjon om Varg Veum-aktiviteter på turistinformasjonen. Turistinformasjonen i sentrum av Bergen er et sted turister oppsøker for å få ideer til opplevelser på Vestlandet, og det var dermed noe skuffende å gå omtrent tomhendt derifra. For det viste seg at Varg Veum egentlig ikke var så veldig synlig, og særlig ikke for turister.

3.3 Etske og metodiske utfordringer

Observasjonene er lagret på min private PC på grunn av metodiske og etiske hensyn til mine informanter. Jeg ante ikke innledningsvis om problemstillingen min kunne nærme seg sensitive områder hos informantene, men jeg var klar over at forskeren har etiske hensyn å ta til sine informanter. Forskningsetikk stiller krav om lojalitet mot informanter og det sosiale systemet som blir observert, ifølge samfunnsviteren Erik Fossåskaret.⁹¹ Det er derfor viktig for meg å beskrive refleksjoner over dilemmaer knyttet til min metode, som utvalget av mine informanter og vernet av dem. En definisjon av hvem en skal verne er fremstilt av Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora (NESH). NESH sine forskningsetiske retningslinjer § 6 pålegger forskeren å ”utvise aktsomhet ved respekt for frihet, integritet og medbestemmelse for sine informanter, når individet aktivt bistår med å skaffe informasjon til veie, for eksempel ved å la seg observere eller intervju, og når individet kan identifiseres, for eksempel når personer og miljøer kan gjenkjennes i forskningsrapportene”.⁹² Det er også viktig for forskeren å reflektere over sin egen posisjon i forskningsprosessen. Sosiologen Ørjar Øyen og folkloristen Bente Alver viser til at en kvalitativ tilnærming har særlige utfordringer når det gjelder etisk og metodisk refleksjon.⁹³

⁹¹ Fossåskaret, 1997:263.

⁹² NESHs forskningsetiske retningslinjer §6.

⁹³ Alver & Øyen, 1997.

Som tidligere filmarbeider, samboer med en mann innenfor den norske filmbransjen, og som ”bergenser”, blir det betydningsfullt for meg å reflektere over etiske dilemmaer som ”forsker sin nærhet”. Jeg jobbet tidligere med sminke og kostyme i norsk film og teater en del år, og sluttet våren 2005. Jeg kjenner dermed mennesker i ulike kreative yrker, blant annet på Vestlandet. Filmmiljøet på Vestlandet er relativt lite og basert på et kontaktnettverk, og det er derfor nesten ikke til å unngå at ”noen kjenner noen” i den lokale filmbransjen. I min tid i mediebransjen ble jeg kjent med filmprodusenter, regissører, skuespillere, kameramenn, dekoratører, og mange andre. Bekjente av meg arbeidet også på Veum-filmene, men ikke som produsent, men som ulike fagassistenter. Når jeg fremdeles møter disse menneskene, er det gjennom min samboer som jobber i filmbransjen som lyddesigner. Han har imidlertid ikke jobbet for Varg Veum-filmene. Dilemmaet for min del var grensen av nærhet mellom forsker og informanter. Men ingen av informantene er tidligere bekjente av meg. Den kvalitativt orienterte samfunnsforskeren arbeider imidlertid med sosiale miljø som ligger nært i tid og sted, og dette stiller særlige krav til respektfull håndtering av felt og personer, mener Fossåskaret.⁹⁴

Nærhet til informanter er ikke nødvendigvis en ulempe, og det å oppholde seg i sitt eget lokalmiljø er noe som i like stor grad kan være fordelaktig som uheldig. Alver og Øyen mener at en med å oppholde seg i sitt eget lokalmiljø kan oppnå større fortrolighet med informantene, samtidig som en skal være nøytral, observerende og sørge for at konklusjonene ikke ”harmoniseres til informantenes forventninger”.⁹⁵ Ingen av mine informanter var bekjente av meg fra før, og ingen av dem ante på forhånd at jeg tidligere hadde jobbet i filmbransjen. Noen av informantene mine viste seg å virke litt nervøse for å bli intervjuet. Hos de mest nervøse informantene mine fant jeg ut at det var en fordel å fortelle dem at jeg tidligere hadde jobbet i filmmiljøet. Kanskje anså de meg da ikke lenger kun som utenforstående med bare tillært bokkunnskap, og ingen personlig erfaring fra kulturbransjen. I alle fall satte disse personene tydeligvis pris på å høre denne siden ved forskeren, for flere informanter virket mer avslappet da de mottok denne opplysningen.

Informantene kan imidlertid misforstå nærheten hvis forsker ikke er klar nok i sin rolle i prosjektet. Alver og Øyen viser til at “nearness to informants demands special skills in the management of role relationships”.⁹⁶ Forskeren veksler mellom ulike statuser, noe som

⁹⁴ Fossåskaret, 1997: 262.

⁹⁵ Alver & Øyen, 1997:132.

⁹⁶ Alver & Øyen, 1997: 49.

innebærer at ulike roller og statussett som forskeren innehar må klarlegges, for å unngå forvirring hos informanten om hvem det er de forholder seg til. Jeg passet derfor på at det var forskerrollen jeg benyttet meg av ved intervjuene, og ikke rollen som tidligere filmarbeider, det ved å holde meg til tema, og i måten jeg førte meg på spørsmålene jeg stilte. Jeg må innrømme at bakgrunnen min gjorde at jeg visste om de nye Varg Veum-filmene og deres flytting til Oslo en stund før det nådde media, og jeg fulgte med på deres tilblivelse siden jeg hørte opplysningene, selv om det nå er en offentlig og kjent sak. Slike opplysninger mener jeg kan være nyttige ”hjelpemidler”, og sosiologen Fossåskaret påpeker at dette fungerer som:

Kvardagssamtaler fungerer for en stor del som skjulte feltsamtaler. Slik sett finn det heile tida stad ei mengd prosjekt som byggjer på skjult observasjon, på opne arenaer. Forskaren fangar her opp fagrelevante utsegner og ytringar sjølv om han ikkje opptre i denne statusen. Vi har sett ovanfor at etiske retningslinjer tillet forskaren å observere på opne arenaer utan å informere aktørane der.⁹⁷

Det er altså ikke noe i veien for å overhøre bemerkninger eller prate med venner og bekjente gjennom såkalte kvardagssamtaler. Slike ”skjulte feltsamtaler” kan fungere som fagrelevante hjelpemidler for forskeren, men det må taes etiske hensyn i bruken av slike hjelpemidler. De kan ikke fungere som primærkilder, siden slike bemerkninger kan være tatt ut av sammenheng i tid og rom, er rykter, og ofte innebærer tredjeparter. I dette studiet om film og regioner kunne bemerkninger altså fungere som hjelpemidler og bakgrunn for spørsmål, men ikke som egne kilder.

3.4 Informantene

En måte å sikre informantens integritet er gjennom anonymisering av informanter. Alver og Øyen peker på at jo mindre og jo mer gjennomiktig den utforskede miljø er, og jo mer spesielt forskningstemaet er, desto vanskeligere blir det å ivareta anonymitetskravet.⁹⁸ Alle mine informanter er offentlige aktører i ”gjennomsiktige miljøer”, og kravene om lojalitet og refleksjon gjorde at jeg så ett etisk problem i å ikke kunne anonymisere noen av informantene. Det er enkelt å finne ut hvem jeg har intervjuet siden det eksempelvis kun finnes én forfatter av Varg Veum-bøkene, ett filmfond i Bergen og ett filmsenter på Vestlandet. En kan også

⁹⁷ Fossåskaret, 1997:266.

⁹⁸ Alver & Øyen, 1997:120.

finne ut av hvem som deltok ved de seks første Veum-filmene ved å se på filmenes rulletekster. For å kunne løse problemet med anonymisering på en etisk korrekt måte informerte jeg informantene mine så godt som mulig om prosjektet mitt på forhånd gjennom et felles informasjonskriv, med samtykkeslipp som de fikk tilsendt som brev i posten.⁹⁹

Ved informasjonskrivet tok jeg blant annet utgangspunkt i NESHS forskningsetiske retningslinjer som viser til informanters rett til innsyn i prosjektets formål, og muligheten som de har til å trekke seg når som helst inntil prosjektet ligger på trykk.¹⁰⁰ I informasjonskrivet opplyste jeg derfor om at deltagelsen i prosjektet var frivillig, at informanten hadde muligheten til å trekke seg når som helst, og at alle opplysninger anonymiseres under arbeidsperioden og slettes ved ferdig oppgave. Alle informantene svarte snarlig på e-post, og deretter ble all kontakt angående intervjudatoer og lignende mellom oss ført gjennom e-post eller telefon. Et problem som viste seg ved bruken av brev, er at ett av brevene aldri kom frem. Jeg mottok aldri svar. Jeg kontaktet derfor informanten på e-post, og fikk raskt et hyggelig svar om at informanten ønsket å stille til intervju. Jeg hadde altså få problemer med å få folk til å stille opp på intervju. Forut for alle intervjuene forsikret jeg meg om at alle informantene hadde mottatt informasjonskrivet, underskrevet og levert samtykket, og at det var enighet mellom meg og informantene om anonymisering og sitatbruk. Informantene fikk vite at de hadde tilgang til deres personlige sitater, og at de kom til å få tilsendt disse senere. Mange hadde mistet informasjonsskrivet og samtykkeslippen som jeg skulle hente ved intervjuet, men dette hadde jeg tenkt gjennom på forhånd, og hadde derfor alltid med et nytt informasjonsskriv og samtykkeslipp tilgjengelig ved alle intervjuene jeg gjorde.

Den enkleste metoden å finne informanter på, var simpelthen å se etter dem på rulleteksten til Varg Veum-filmene. Alle informantene jeg har valgt ut var derfor på rulleteksten til alle de seks første Varg Veum-filmene, og de kan dermed karakteriseres som deltagere i filmprosjektet fra begynnelse til slutt. Alle informantene jeg kontaktet stilte opp, utenom to. Den ene ble likevel ikke aktuell, dog navnet hans ofte har blitt nevnt i forbindelse med Varg Veum-filmene. Her hadde jeg heldigvis på forhånd tenkt ut en erstatte. Mens den andre informanten ikke lenger befant seg i samme stilling og by, og kom selv med et forslag på en person som kunne erstatte vedkommende i forbindelse med det tema jeg ville intervju om. Gjennom arbeidet med oppgaven forstod jeg at jeg måtte intervju enda en aktør. Det førte til at tre informanter ble kontaktet noe senere og underveis. Å benytte seg av flere informanter

⁹⁹ Vedlegg B & C.

¹⁰⁰ NESHS forskningsetiske retningslinjer.

enn opprinnelig tenkt er mulig ved kvalitativ metode. ”I forbindelse med kvalitative innholdsanalyser kan kildematerialet suppleres underveis - i løpet av datainnsamlingen. Skulle det derfor være nødvendig med flere informanter eller opplysninger, så finnes muligheten for å supplere data på underveis”, angir Grønmo.¹⁰¹ Jeg valgte å se bort ifra å intervju lokale filmarbeidere og andre som har forbindelse til filmene, siden disse yrkesgruppene vanligvis ikke har en direkte innvirkning på valg av stedet hvor en filminnspilling skal foregå. Men i stedet har jeg altså tatt for meg personer som bidrog med storkapital og muligens hadde en påvirkende kraft i plasseringen av Varg Veum-filmene til Vestlandet. Alle informantene i denne oppgaven bidrog med kapital utenom forfatteren, og disse informantene er altså valgt ut på bakgrunn av at de deltok betraktelig med økonomiske midler, og på den måten gjerne hadde en større grad av påvirkende kraft for å få filminnspillingen av Varg Veum til Vestlandet. Jeg har derfor intervjuet en forfatter, en banksjef, en kommunal politiker, en kulturarbeider, en markedssjef i et bilfirma, en næringsarbeider og en filmprodusent.¹⁰² Siden Datainnsamlingen kom til å innbefatte personopplysninger ble dette masterstudiet først meldt inn til Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD), og godkjent. Mine informanter i denne oppgaven er:

- Gunnar Staalesen, forfatter av Varg Veum-bøkene.
- Gro Reppen, banksjef avdeling Visjon Vest i Sparebanken Vest.
- Bjørn Holmvik, direktør for seksjon kunst og kultur i Bergen Kommune.
- Irmelin Nordahl, daglig leder Vestnorsk Filmsenter.
- Birgitte Frostad Ottesen, markedssjef, Frydenbø AS.
- Lars Marøy, daglig leder i Filmfondet Fuzz.
- Peter Bose, filmprodusent i Miso Film.

Jeg ønsket å intervju forfatteren av Varg Veum-bøkene som filmene tar utgangspunkt i for å få en forståelse av bruken av stedet i bøkene, og hvordan historiene om Varg Veum ble håndtert i overgangen til film. Videre intervjuet jeg banksjef Gro Reppen med ansvar for avdelingen Visjon Vest. Visjon Vest er den allmenntilgjengelige virksomheten i Sparebanken Vest, og ble valgt siden de bidrog med en forholdsvis stor sum i Veum-filmene. I tillegg gir

¹⁰¹ Grønmo, 1997:86

¹⁰² I rekkefølge etter intervjuoversikt.

Sparebanken Vest indirekte bidrag til film gjennom videredelegering av Vestnorsk filmsenter og filmfondet Fuzz. Sparebanken Vest er i dag den desidert største økonomiske bidragsyteren for filmnæringen på Vestlandet.¹⁰³ Film i regioner kan ikke forklares nærmere uten å se på det regionale filmsenteret og filmfondet. Jeg har derfor også intervjuet daglig leder på Vestnorsk filmsenter, Irmelin Nordahl, og daglig leder i Filmfondet Fuzz, Lars Marøy. Sistnevnte var en av de største enkeltstående bidragsyterne til Varg Veum-filmene på Vestlandet. Sparebanken Vest er altså den største private bidragsyteren til filmnæringen på Vestlandet generelt, og Visjon Vest gav en million kroner til Varg Veum-filmene. Men i forbindelse med Varg Veum-filmene var det filmfondet Fuzz som støttet med det største beløpet, og investerte fire millioner kroner i filminnspillingen på Vestlandet. Forskjellen mellom disse to selskapene er også at Visjon Vest fordeler allmenntilgjengelige midler, mens filmfondet Fuzz investerer hos filmselskapet og forventer en avkastning av filmstøtten.

Foruten det kommunale filmfondet Fuzz, gav Bergen kommune Varg Veum-filmene to millioner kroner i filmstøtte gjennom særskilte og ekstraordinære bevilgninger.¹⁰⁴ Det er et spesielt tilfelle siden det kun er to filmproduksjoner på Vestlandet som har mottatt en slik form for støtte noensinne, de to ”vestlandske” filmene Varg Veum og ”Vegas”. Kommunen var og synlig i pressen når det gjaldt den økonomiske deltagelsen i Varg Veum-filmene. Fossåskaret påpeker at ”media uttalelser kan ikke fungere som primærkilder siden forskeren ikke skal regne med at den som lar seg eksponere i flyktige dagsmedia med det har gitt informert samtykke til eksponering i mer varige forskningsmedia”.¹⁰⁵ Jeg intervjuet derfor Bjørn Holmvik som er direktør for seksjon kunst og kultur i Bergen Kommune for å få nærmere svar på årsakene til kommunens ekstraordinære økonomiske deltakelse i Veum-filmene. Noen bergenske private bedrifter var også med som sponsor ved innspillingen av Veum-filmene på Vestlandet. Jeg var interessert i å se nærmere på kriteriene for sponsorvirksomhet og intervjuet derfor markedssjef Birgitte Frostad Ottesen ved firmaet Frydenbø bilsenter. Privatdetektiven Varg Veum kjører Landrover i alle filmene, og de svarte bilene med Varg Veum og Frydenbø logo på var ett vanlig syn på Vestlandet under innspillingen av filmene. Jeg intervjuet til sist en av de to danske hovedprodusentene i Miso Film. Filmselskapet hadde den avgjørende makten i plasseringen av de seks første Veum-filmene til Vestlandet.

¹⁰³ Ideas2evidence, 2009:49.

¹⁰⁴ <http://rushprint.no> sist sjekket: 10.5.2010.

¹⁰⁵ Fossåskaret, 1997:264.

Mine informanter er travle, private næringsdrivende eller offentlige personer med kontorer i Bergen. Miso Film i København er det eneste selskapet som ligger et annet sted. En informant ønsket å få vite ett par spørsmål om emnet først for å forberede seg til intervjuet. Denne informanten fikk da tilsendt noen spørsmål som lignet spørsmålene i intervjuguiden. Jeg ble hyggelig mottatt hos alle informantene, og det ble litt dagligdags prat og kaffe før de fleste intervjuene. Da intervjuet startet og den digitale lydopptakeren ble slått på, la jeg merke til en endring i stemmen hos et par av informantene. De ble strengere og mer seriøse i stemmen. Gode intervjuer tar tid, og faren ved liten tid er at det kan forårsake ”fasadesvar”. Alver angir at det er en vanlig erfaring at høystatusgrupper nødigere gir tid enn andre – noe som påvirker et materiales representativitet.¹⁰⁶ Informanten svarer gjerne ”automatisk” og reflekterer da gjerne mindre over egen situasjon. En må derfor ha godt planlagte intervjuer, forberede informanten på at han må beregne god tid, og forskeren må tenke langsiktig slik at forskeren kan benytte alternativer om noe skulle gå galt. Jeg nevnte i informasjonskrivet at intervjuet kom til å ta cirka en time. Intervjutiden ble for det meste overholdt, og i de tilfeller der vi gikk noe over tiden gjorde det ikke noe verken for informanten eller forskeren. Intervjuene varte mellom 45 til 90 minutter.

3.5 Tredjepersoner

Det er altså ulike etiske retningslinjer for informantenes personlige rettigheter ved deltakelse i et intervju. Ifølge NESHs forskningsetiske retningslinjer må offentlige informanter tåle å måtte ”stå mer” for sine uttalelser, siden de er vant til å opprettholde ett sterkere skille mellom private og offentlige uttalelser enn andre mennesker:

I den grad de selv frivillig har oppsøkt offentlig oppmerksomhet, eller har akseptert posisjoner som medfører offentlig oppmerksomhet, kan de likevel ikke sies å få sin frihet truet i samme grad som andre. Men privatlivets fred, og hensynet til andre berørte parter – for eksempel deres familie - tilsier likevel at konfidensialitetskravet må gjelde.¹⁰⁷

Det er imidlertid ikke bare informantene som skal beskyttes ved en slik studie som dette. NESHs retningslinjer § 11 angir at ”forskeren bør være oppmerksom på mulige utilsiktede

¹⁰⁶ Alver,1997:109.

¹⁰⁷ NESHs forskningsetiske retningslinjer §14.

virksomheter av forskningen, for eksempel at andre medlemmer av en gruppe føler seg urimelig eksponert".¹⁰⁸ Tredje person har krav på et personvern, og en skal være påpasselig med dette. Selv om de offentlige personene som ble intervjuet ikke har samme krav som informanter som uttaler seg privat, så trakk flere av mine informanter inn andre personer, både offentlige og private, i samtalen. Andre mennesker ble stadig nevnt i intervjuene, siden menneskene jeg intervjuet var en brøkdel av den mengden med mennesker som deltok i produksjonsprosessen rundt Varg Veum-filmene. Tredjepersoner skal anonymiseres siden de ikke har samtykket til å bli gjenstand for forskning, ifølge Fossåskaret.¹⁰⁹ Dette er noe jeg har gjort, og i transkriberingen av intervjuene er alle informanter og tredjepersoner anonymisert med hensyn til personvern, dette siden sitatgodkjenningene ikke forelå så tidlig i studiet. I oppgaven er ikke informantene anonymisert. Dette er på bakgrunn av at det er enkelt å finne ut hvem de er, og dette er blitt gjort etter at alle sitatene som skulle benyttes i oppgaven ble godkjent av informantene i april 2010.

Dette er med tanke på Alver og Øyen sine bemerkninger om at: "if it is impossible to give anonymity to certain individuals, one may be well advised not to attempt anonymisation and be careful, as always, with direct quotations and in particular with quotations involving third parties".¹¹⁰ Ved transkriberingene er alle opplysninger som kan føres tilbake til informant og nevnte tredjepersoner i intervjuene, o.l erstattet med referansenummer. Dette er gjort bevisst, mine data skal være sikret mot innsyn fra andre, både informant og tredje person har krav på et personvern. Navnet på alle informantene er erstattet med referansenummer i de transkriberte intervjuene siden sitatgodkjenningene ikke forelå tidlig i oppgaveskrivingen. Jeg valgte å transkribere intervjuene så nøye som mulig, siden jeg mener at dette skaper en bedre forståelse av hva informanten virkelig mener med uttalelsene sine. Hvis informanten for eksempel stusser ved en uttalelse merker en kanskje hvor lett eller betenkt en informant svarer på ett stilt spørsmål, noe som har betydning for utsagnet til empirien og valg av fortolkning.

Ingen av mine informanter ønsket å være anonyme, men de fleste ønsket likevel å personlig godkjenne sitatene sine. Vi avtalte derfor at de skulle få tilgang til sitatene som transkribert intervju. Jeg sendte derfor hele det transkriberte intervju i posten til dem for sitatgodkjenning. I brevet med det transkriberte intervjuet lå også med en samtykkeslipp som informantene

¹⁰⁸ NESHs etiske retningslinjer §11.

¹⁰⁹ Fossåskaret, 1997.

¹¹⁰ Alver & Øyen, 2007: 28.

sendte tilbake i en ferdig frankert konvolutt.¹¹¹ En informant kontaktet meg og ønsket å få vite de eksakte sitatene som skulle benyttes i oppgaven. Jeg sendte derfor denne informanten de eksakte utsagnene som skulle benyttes i oppgaven på e-post, og informanten godkjente disse sitatene. Det viste seg etter hvert at flere av informantene mine ønsket å få se sitatene som kom til å bli benyttet i masteroppgaven. Dette løste jeg ved å sende de gjeldende sitatene på e-post til informantene. De fikk kun se egne sitater, og alle godkjente sitatene til slutt. Alle fikk også en e-post når jeg mottok samtykket, hvor jeg takket for deltagelsen og hvor jeg nevnte at de kom til å få beskjed når oppgaven var tilgjengelig for lesing, siden de fleste har uttrykt et ønske om å få lese oppgaven når den er fullført. En måte for forskeren å gi gjenyttelse for den tid de bruker, er ved å rapportere tilbake om resultatene av prosjektet enten midt i prosessen eller etter at arbeidet er avsluttet. Jeg hadde kontakt med informantene når jeg sendte de transkriberte intervjuene til dem.

Jeg har forsøkt å foreta etiske refleksjoner og handlinger med størst mulig hensyn ved metodene benyttet ved denne masteroppgaven. I oppgaven har jeg altså brukt et mangfold av kilder, som kvalitative intervju, dokumentanalyse, observasjon med feltdagbok og internett. De ulike kildekategoriene vil bli vektlagt forskjellig i de tre neste analysekapitlene. I kapittel 4 som er et bakgrunnskapittel og som tar utgangspunkt i norsk film- og kulturpolitikk, er dokumentanalyse den overveiende metoden. Og kapittel 5 og 6 er begge basert på analyser av de syv intervjuene som ble foretatt i dette studiet av forholdet mellom sted, region og Varg Veum-filmene.

¹¹¹ Vedlegg D.

4 NORSK FILMPOLITIKK

Norsk film preges av statlig, fylkeskommunal og kommunal forvaltning, og satsing på film er et relativt nytt innslag i regionene. Den offentlige kultur- og filmpolitikken må derfor presenteres i en oppgave om film i norske regioner. Bindeleddet mellom offentlig forvaltning og film ligger i det faktum at norsk film er avhengig av offentlig støtte for å kunne utvikles og produseres. Geografen Grete Rusten påpeker i boken *Film och regional utveckling i Norden* fra 2005, at ”filmproduksjon er kostbart og med et relativt lite filmmarked som tar utgangspunkt i Norge, vil selv ikke de mest kommersielle aktørene kunne klare seg uten offentlig støtte”.¹¹² Det er dyrt å produsere film, særlig spillefilmer (langfilmer med over en times varighet), slik som Varg Veum-filmene. Store norske spillefilmer, som det er én til to av i året, koster hver cirka femti millioner kroner å produsere, og norske standard-spillefilmer koster omtrent femten til tjue millioner kroner hver å produsere.¹¹³ Denne avhengigheten av kapitaltilskudd for filmproduksjoner, medfører derfor at de økonomiske vilkårene for norsk films utvikling og produksjon i regionene styres av ulike offentlige retningslinjer. Norsk kultur- og filmpolitikk er derfor viktig å betrakte nærmere i en redegjørelse av betingelsene for utvikling og produksjon av film i regionene, og derfor også i henhold til problemstillingen som er om stedsidentitet i regional film kan være verdiskapende for en region.

De kulturpolitiske forutsetningene for filmproduksjon i norske regioner, og de ulike formene for offentlig filmstøtte som eksisterer i norske regioner, forvaltes hos Kulturdepartementet, fylkeskommuner og kommuner. Den norske stat har gjennom sin kulturpolitikk utviklet ulike rammer og retningslinjer for film i Norge, og disse nasjonale rammene legger forutsetninger for filmproduksjon også i norske regioner. Jeg velger å hen vise til kulturpolitiske retningslinjer i dette kapitlet siden det ikke eksisterer en lovregulert filmpolitikk i den norske regionale kulturpolitikken. Det eksisterer en god del politiske planer for kulturutvikling i regionene, men færre offentlige planer for filmpolitikk i regionene. Dette kapitlet vil derfor vise til ulike offentlige rammer og støtteordninger for både kultur- og filmutvikling i de norske regionene, og da spesielt i Vestlandsregionen som var innspillingssted for de seks første Varg Veum-filmene i 2006 og 2007.

¹¹² Rusten, 2005:149.

¹¹³ http://www.aftenposten.no/kul_und/article3419108.ece sist sjekket: 10.5.2010.

Kulturdepartementet har ansvar for utvikling av film i hele Norge, og statens rolle i utviklingen av film i norske regioner vil derfor bli presentert først i dette kapittelet. Et regionalt og lokalt aspekt på film i regioner vil ta utgangspunkt i Hordaland Fylkeskommune og Bergen kommune sin kultur- og filmpolitikk, siden begge disse offentlige organene støttet de seks første Varg Veum-filmene som ble filmet på Vestlandet. Hordaland fylkeskommune følger ulike retningslinjer for kulturutvikling i Vestlandsregionen i samarbeid med de tre andre vestlandsfylkene Møre og Romsdal, Rogaland, og Sogn og Fjordane. I dette kapittelet vil de fylkeskommunale kulturplanene som omhandler Vestlandsregionen derfor bli presentert, og deler av rapporten om ”Vestlandets filmnæring - mellom nasjonsbygging og regional utvikling” fra 2009 vil også bli benyttet. Sistnevnte rapport mottok jeg av daglig leder Irmelin Nordahl på Vestnorsk filmsenter, og er den første rapporten som viser en oversikt over filmnæringen på Vestlandet. Bergen kommune har ulike handlingsplaner for kultur- og filmutvikling på stedet. Jeg mottok slike kommunale plandokumenter og handlingsplaner fra Bjørn Holmvik i Bergen kommune da jeg intervjuet ham for denne oppgaven, og deler av disse kommunale handlingsplanene vil bli benyttet her for å vise hvilke rammer Bergen Kommune har for film i kommunen og i Vestlandsregionen. Målet med dette kapittelet er å gi en oversikt over norsk films politiske og økonomiske forutsetninger i regionene, og kapittelet vil derfor ta form som et analysekapittel med utgangspunkt i offentlige dokumenter.

4.1 Filmproduksjon

Film er dyrt å produsere, og mange ulike ledd i en filmproduksjon gjør at det blir nødvendig å innhente økonomiske midler. En stor og lang filmproduksjon har mange logistiske og økonomiske utfordringer å løse, og noen få eksempler på elementer i produksjonene av en film kan være alt fra manusutvikling, til filmen i filmkameraene, lønn til filmarbeidere, og midler til forskjellig utstyr. For gjennomførelsen av en filmproduksjon er det derfor nødvendig at filmprodusenter må skaffe til veie økonomiske midler gjennom en rekke ulike forbindelser. Her ser vi at det er en sammenheng mellom film og økonomi i behovet for kapital for å produsere en film. Det er imidlertid et annet forhold som angår film og økonomi, og det er ideen om at film som kreativ næring kan innhente kapital til et sted, en tanke som ble fremmet av den amerikanske økonomen og forfatteren Richard Florida i hans bok *The Rise of the Creative Class* fra 2005. Film kan for eksempel være inntjenende for en region

som har lokale filmarbeidere i arbeid, noe som innebærer at filmarbeiderne blant annet skatter til stedet, og på den måten øker regionens verdi. Det kan imidlertid også være andre filmarbeidere som besøker stedet og legger fra seg ulike ressurser hos lokale tjenester som stedets cateringtjenester, og hoteller eller lignende. Det kan også forekomme en verdiskaping i form av kompetanseoverføring til stedets filmmiljø. Produsentene av Varg Veum-filmene har benyttet vestlandske filmarbeidere, og de brakte med seg filmarbeidere fra andre steder til Vestlandet, og Varg Veum-filmene har på den måten berørt begge disse forholdene mellom film og økonomi. Størrelsen på en film er også av betydning for mengden av kapital som blir nødvendig å anskaffe for videre utvikling og produksjon av en film (en spillefilm er for eksempel mer sammensatt enn en kortfilm). Filmprodusenter samarbeider derfor med offentlige og private aktører på lokalt, regionalt, tverregionalt, nasjonalt, eller internasjonalt nivå, for å oppnå økonomisk sikkerhet til filmproduksjonen, og dette var også tilfellet ved de seks første Varg Veum-filmene. De seks første Varg Veum-spillefilmene hadde til sammen et totalbudsjett på cirka nitti millioner kroner, og mottok støtte i de ulike produksjonsfasene. En filmproduksjon er det vanlig å hevde går gjennom tre ulike produksjonsfaser:

- Preproduksjon med forarbeid – Utviklingsstøtte
- Produksjon med filmopptak – Produksjonsstøtte
- Postproduksjon med etterarbeid - Produksjonsstøtte

De tre produksjonsfasene av en film kan altså oppnå ulike typer økonomisk støtte. Noen bidragsytere bevilger utviklingsstøtte i preproduksjonen eller forarbeidet til en film, til filmarbeid som for eksempel manuskripping, casting (ansettelse) av skuespillere, og planlegging av logistikk. Bidragsytere til utvikling av Varg Veum-filmene var Vestnorsk filmsenter, Norsk Film Fond, Bergen Kommune, Hordaland Fylkeskommune, Miso Film, Degeto Film, og TV2 Norge. Etter preproduksjonen må filmprodusenter søke økonomisk støtte til produksjonsfasen hvor en tar filmopptak på ulike steder. Det er en del filmer som aldri når den neste fasen i produksjonsprosessen, for mellom disse to prosessene i en filmproduksjon risikerer filmproduksjonen å stoppe opp om ikke kapitalen kommer på plass. Dette økonomiske støttesystemet er avhengig av mange ulike ledd av bidragsytere, og kan derfor være ustabil, og det blir derfor viktig for filmprodusenten at forskjellige aktører deltar med kapital. Noen bidragsytere i produksjonen og produksjonsfasen av de seks første Varg Veum-filmene var Bergen kommunes Filmfond Fuzz, Norsk Film Fond, Nordisk Film- og TV Fond, Visjon Vest (Sparebanken Vest), TV2 og TV4 Sverige. En ser her eksempler på at både

offentlige aktører som Bergen kommune, og private aktører som Visjon Vest, deltok med midler i produksjonen av Varg Veum-filmene.

Produksjonsstøtten til de seks første Varg Veum-spillefilmene skiller seg litt ut fra andre enkeltstående filmer ved at det er en filmserie, med to kinofilmer og seks fjernsynsfilmer. Dette skillet mellom kino- og fjernsynsfilmer føre til at ulik støtte kan benyttes på ulike typer filmer. Fjernsynsfilmene kan investeres i gjennom for eksempel visningsrettigheter på fjernsyn, og kinofilmene kan få støtte fra kinoer blant annet. Slike visningsavtaler er ofte signert før filmene er spilt inn, og de seks første Varg Veum – filmene fikk blant annet støtte fra Bergen Kino og TV2. Dette kom frem under intervjuet med Peter Bose i produksjonsselskapet Miso Film.¹¹⁴ Den siste fasen i produksjonsprosessen er postproduksjonen av en film, som på mange måter består av to ulike ledd, etterarbeidet på selve filmen og til slutt markedsføring av filmen. I etterarbeidet blir filmen ferdigstilt gjennom forskjellig arbeid som blant annet redigering, lydlegging, dataeffekter eller annet i filmen. Det siste leddet i produksjonen av en film er markedsføring og distribusjon av filmen. Ikke alle filmer blir markedsført i like stor grad, men Varg Veum ble blant annet markedsført på filmplakater på kino og på DVD, og i reklamer på fjernsyn.¹¹⁵

I dette markedsføringsleddet ser en kultur i samspill med næring, og i boken *Film och regional utveckling i Norden* fra 2005, viser kulturgeografen Margareta Dahlström og geografene Brita Hermelin og Grete Rusten til at en kombinasjon av kultur og næring er en kulturnæring, og at film er en kulturnæring.¹¹⁶ I det siste leddet i en filmproduksjon blir det kanskje enda tydeligere i hvilken grad film er en kulturnæring, siden markedsføring av filmene innebærer en økonomisk reklamering for filmene.

4.2 Stat og region

Med utgangspunkt i ønsket om å forstå problemstillingen i denne oppgaven blir det viktig å undersøke de politiske forutsetningene for filmproduksjon i regionene i Norge. I denne sammenhengen har jeg studert ett par Stortingsmeldinger og kulturerklæringer som er lagt frem av Kulturdepartementet. I dette tilfellet vil det si Kulturløftet, Soria Moria-erklæringen, og Stortingsmelding Nr.22 *Veiviseren for det norske filmløftet* (2006-2007).

¹¹⁴ Intervju med Peter Bose, 2009.

¹¹⁵ Forskers egne observasjoner.

¹¹⁶ Dahlström et al., 2005: 16.

Kulturdepartementet har ansvaret for kultur og medier i Norge.¹¹⁷ Staten har i hovedsak to virkemidler som kan brukes for å styre media: økonomiske tiltak og lovregulering.¹¹⁸ Økonomiske tiltak er iverksatt ved film i regionene, mens lovregulering er mindre fremtredende. Jeg har i hovedsak vektlagt Stortingsmelding Nr.22 *Veiviseren for det norske filmloftet* (2006-2007) i dette kapittelet, siden den er det mest fremtredende dokumentet som regjeringen har lagt frem for Stortinget for å orientere om og drøfte norsk film. Stortingsmeldinger blir debattert i Stortinget og kan ende i prinsippvedtak, og i slike tilfeller utarbeider regjeringen ofte en lovproposisjon, og Stortingsmeldinger er da slik et av lovens forarbeider.¹¹⁹ Det eksisterer som nevnt ikke mange nasjonale lover om rettigheter innenfor norsk film. Unntakene er de deler av filmproduksjon som er beskyttet gjennom Åndsverksloven, og de regler som Norsk Filmforbund stipulerer for sine fagmedlemmer,¹²⁰ og i tillegg kommer Produsentforeningens ulike forskrifter.¹²¹ Åndsverkloven beskytter skaperne av kulturelle produkter i Norge, og Norsk Filmforbund har forskrifter for norske filmarbeideres rettigheter, og Produsentforeningen har ulike forskrifter for norske filmprodusenter. Foruten disse rettighetene innenfor film finner jeg ikke noe annet regelverk som angår filmproduksjon i norske regioner. Staten fører imidlertid en offensiv filmpolitikk gjennom både Kulturloftet og Soria Moria-erklæringen. Det er betydningsfullt for staten å støtte norsk film, og dette begrunnes i Stortingsmelding Nr.22 (2006-2007) med at:

Film er et av vår tids viktigste kulturuttrykk. Filmen som kunst- og kulturuttrykk kombinerer på en unik måte andre kunstformer som musikk, drama og levende bilder. Film er både underholdning, et selvstendig kunstuttrykk og et medium som gjenspeiler både historien og vår samtid. Film handler også om identitet, fellesskap og tilhørighet. Vurdert i forhold til publikumsoppslutningen er film et av de mest brukte kulturtilbud i Norge. Det er derfor viktig at det legges til rette for at det kan produseres gode norske filmer som fremmer norsk språk, kultur og fortellertradisjon.¹²²

Kulturdepartementets ønskede satsing på film begrunnes altså med at film er et viktig kulturuttrykk som blant annet handler om identitet, fellesskap og tilhørighet. En felles norsk

¹¹⁷ <http://www.regjeringen.no> sist sjekket: 10.5.2010.

¹¹⁸ Østbye & Shwebs, 2001: 249.

¹¹⁹ Gisle, 2007: 313.

¹²⁰ <http://www.filmforbundet.no> sis sjekket: 10.5.2010.

¹²¹ <http://www.produsentforeningen.no> sist sjekket: 10.5.2010.

¹²² Stortingsmelding Nr.22, 2006-2007:1.1.

identitet på film oppmuntres gjennom denne nasjonale betraktningen, og Stortingsmeldingen fremmer derfor produksjon av filmer som fremmer norsk språk, kultur og fortellertradisjon. Kulturdepartementet har derfor et kulturelt perspektiv i satsing på produksjon av film i Norge. Stortingsmelding Nr.25 *Økonomiske rammebetingelser for filmproduksjon* (2003-2004) viser imidlertid at det statlige engasjementet i norsk filmproduksjon er av både kulturell og næringsmessig karakter. Stortingsmelding Nr.25 (2003-2004) påpeker at produksjon av film er kostbart, og norske filmer har et begrenset markedspotensial: "Filmer fra små språkområder har langt svakere inntjeningsmuligheter enn filmer fra større land. Offentlige tilskudd er derfor en forutsetning for å kunne produsere film i de fleste europeiske land".¹²³ Offentlig tilskudd er altså en viktig del av norsk filmproduksjon, og en næringsbegrunnelse ligger til grunn for at staten viderefører en økonomisk satsing på film i ett forsøk på å fremme det kulturelle perspektivet i norsk film.

I år 2000 og 2001 foretok Kulturdepartementet imidlertid en viktig omlegging av norsk films økonomiske forutsetninger, noe som er et viktig poeng i henhold til regional films produksjonsforutsetninger. Målet med omleggingen var å øke publikumsoppslutningen rundt norsk film, og dette målet ble nådd gjennom "å gi filmbransjen større ansvar og frihet, og legge til rette for støtteordninger som stimulerte til nyskaping, langsiktig idé- og prosjekt utvikling, og økte private investeringer i norske filmer".¹²⁴ Siden norsk film tidligere var underlagt og ble produsert av staten, var norsk film avhengig av statlig støtte, og dette var også tidligere det eneste forvaltningsorganet en kunne motta filmstøtte fra. Nedleggelse av statlig filmproduksjon var en av konsekvensene av omleggingen i 2001, og Norsk Film AS hvor staten var hovedaksjonær ble lagt ned det samme året. Omorganiseringen av statlige støtteordninger førte til en tydeligere rollefordeling mellom statlige oppgaver og filmbransjens ansvar.

Norsk Filminstitutt (NFI) er statens organ for tildeling av støtte til film i Norge. NFI er underlagt Kultur- og kirkedepartementet, og forvalter ulike ordninger for tilskudd til filmformål, i tillegg til direkte produsentstøtte.¹²⁵ Norsk Filminstitutt har fire støtteordninger som er utviklings-, produksjons- og lanseringsstøtte for film, og billettstøtte. NFI var en av samarbeidspartnere til de seks første Varg Veum-filmene, og tildelte for eksempel den første

¹²³ Stortingsmelding Nr.25, 2003-2004: 2.1.

¹²⁴ Stortingsmelding Nr.22, 2006-2007: 1.2.

¹²⁵ <http://www.nfi.no/> sist sjekket: 10.5.2010.

Varg Veum-filmen "Bitre Blomster" 200 000 kroner til utvikling og fem millioner kroner til produksjon.¹²⁶ Norsk filminstitutt kan gi billettstøtte til norske filmer som "vises som en selvstendig forestilling på allment tilgjengelige kinoforestillinger i Norge".¹²⁷ Billettstøtten fremtrer uavhengig av om filmen har fått statlig produksjonsstøtte tidligere, og går ut på at femogfemti prosent av hver solgte kinobillett går til produsenten. Her ser vi at en film som går på kino i Norge vil motta billettstøtte, og filmer på kino i Norge har altså da en mulighet til å få økonomisk støtte gjennom dette leddet også. Norske produsenter som finansierer filmene sine med egenkapital, vil automatisk få høy billettstøtte, først og fremst for å oppmuntre private investorer til å legge pengene sine i film.¹²⁸ Varg Veum-kinofilmene har mottatt billettstøtte, og staten stimulerer altså til private investeringer i norsk film gjennom billettstøtten.

Stortingsmelding Nr.22 *Veiviseren for det norske filmloftet* (2006-2007) påpeker at "de statlige tilskuddsordningene til filmproduksjon som forvaltes av Norsk filmfond, skal støtte opp under filmproduksjon i hele landet".¹²⁹ Den norske filmbransjen har hittil vært basert i Oslo, men de siste årene har det imidlertid vært produsert norske filmer i andre regioner i landet som har oppnådd høy publikumsoppslutning og gode salgstall, noe som stadfester statens nye filmpolitikk.¹³⁰ Kulturdepartementet oppfordrer også til film i regionene, og mener at regionale filmtiltak kan ha en positiv kultur- og næringspolitisk effekt i regionene. Dette vil ifølge Kulturdepartementet særlig fremtre hvis både offentlig og privat sektor i regionene selv investerer i forskjellige filmaktiviteter. Når Kulturdepartementet åpnet for sterkere privat deltakelse i omleggingen i norsk film i 2001, oppstod det altså nye typer finansieringsmuligheter for filmprodusenter, både på nasjonalt, regionalt og lokalt plan. Kulturdepartementet har slik både næringsmessige og kulturelle begrunnelser for deltagelsen i regional film. Men det ligger altså en kulturell begrunnelse til grunn for satsingen på nasjonal film, som skal fremme norsk språk og kultur i film. Kulturløftet vektlegger at det skal satses på filmmiljøer i regionene, og om film i regionene nevner Stortingsmelding Nr.22 (2006-2007) at:

¹²⁶ <http://www.filmfondet.no/Server/Components/Global/ImageStream.aspx?DocId=758> sist sjekket: 10.5.2010.

¹²⁷ <http://www.filmfondet.no> sist sjekket: 10.5.2010.

¹²⁸ <http://rushprint.no/2009/1/billettstotten-ny-boomerangeffekt> sist sjekket: 10.5.2010.

¹²⁹ Stortingsmelding Nr.22, 2006-2007: 7.2.2.

¹³⁰ Stortingsmelding Nr.22, 2006-2007: 7.2.4.

De siste årene har det vært en kraftig økning i filmsatsingen regionalt i Norge. Det har dukket opp nye møteplasser i form av filmsentre, studioer og filmfond. Disse regionale filmtiltakene har til dels ulike målsettinger og formål, der noen er forankret i en lokal filmkultur, mens andre har en mer næringspolitisk begrunnelse.¹³¹

Vi ser her at det har vært registrert en økning i satsing på regional film i Norge. Nye møteplasser for film har oppstått, og det er ulike årsaker for å støtte film i regionen. De seks første Varg Veum-filmene forholdt seg til ulike aktører, og forskjellige møteplasser utgjorde på mange måter grunnlaget for samarbeidet mellom det danske filmselskapet Miso Film og de ulike vestlandske bidragsyterne. Hvordan disse møteplassene fungerte er noe ser nærmere på i kapittel seks. Visjon Vest og Frydenbø er i denne oppgaven eksempler på bidragsytere fra det private næringslivet, og Vestnorsk filmsenter, Filmfondet Fuzz, og Bergen kommune er alle eksempler på offentlige bidragsytere som støttet de seks første Varg Veum-filmene. Vestnorsk filmsenter AS ble etablert i 1994 i Bergen, og eies av Bergen kommune og Hordaland fylkeskommune. Kulturdepartementet bevilger midler til utvikling og produksjon av kortfilm og dokumentarfilm av filmsentrene i regionene, og filmsentrene skal: ”bedrive ikke-kommersiell virksomhet og aktivitet, og ha ansvar for bransjeutviklende tiltak i regionen, bygge lokalt talent, og øke den regionale filminteressen” ifølge Stortingsmelding Nr.22 (2006 – 2007).¹³²

Staten ønsker slik å fremme ulike regionale filmnæringer, og det påpekes videre i den samme Stortingsmeldingen at filmsentrene skal ”være filmfaglig og filmkulturelt forankret, ha som formål å utvikle en regional filmkultur, og en forutsetning for å få støtte er at det finnes lokal filmkompetanse og filmmiljø og en lokal/regional politisk oppslutning rundt senteret”.¹³³ Det ser altså ut til at statens mål for å utvikle filmkultur i form av filmnæringer i regionene er mer basert på en næringstankegang enn et kulturelt fokus som vi så fremtrådte ved satsing på nasjonal film. Det ligger altså statlige bestemmelser til grunn for filmaktivitetene som filmsentrene skal bedrive i regioner. Ifølge regionforskeren Hans Kjetil Lysgård sin teori om de tre ulike typene regioner ser det ut til at et regionalt filmsenter tilhører en politisk region, på grunn av den sektorovergripende filmpolitikken som ligger til grunn for satsing på film i regioner fra statlig nivå. Men et filmsenter på Vestlandet vil også gjennom et ensrettet fokus

¹³¹ Stortingsmelding Nr.22, 2006-2007: 7.2.1.

¹³² Stortingsmelding Nr.22, 2006-2007: 7.2.4.

¹³³ Stortingsmelding Nr.22, 2006-2007: 7.2.6.

på en vestlandsk filmnæring fremvise en tilhørighet i en identifiserende region, dette siden satsingen på vestlandske filmnæring fremmer et fokus mellom ”vi og de andre”.¹³⁴

Kulturdepartementet fører altså ulike bestemmelser for forvaltning av film i norske regioner, og vi har her sett på de ulike måtene som staten deltar på i norsk filmproduksjon. Kulturdepartementets filmsatsing tar først og fremst utgangspunkt i å knytte steder til nasjonal kultur, gjennom bruk av norsk språk og kultur på film, og har støttet Varg Veum-filmene gjennom filmstøtte fra NFI. Etableringen av de regionale filmsentrene kan likevel forstås som et ønske om å for eksempel nå det regionale nivået, men på dette nivået ser det ut til at film fremstår mer som næring.

4.3 Hordaland Fylkeskommune

Innovasjon Norge er et statlig forvaltningsprogram for regionene som skal bidra til å utvikle distriktene, øke innovasjonen i næringslivet, og profilere norsk næringsliv og Norge som reisemål. Forvaltningsprogrammet tilbyr blant annet kurs i entrepenørskap eller selskapsdrift som vil være relevant for filmnæringen, og gjennom FRAM-programmet er målet å øke konkurransekraften. Innovasjon Norge har støttet noen konkrete filmproduksjoner, men det ser ikke ut til at Innovasjon Norge støttet Varg Veum-filmene.¹³⁵ Det regionale forvaltningsprogrammet har imidlertid støttet det interaktive byspillet ”Varg Veums fall”, som kan sies å være en regional satsing i kulturnæringen Varg Veum på Vestlandet.¹³⁶ Men her blir Varg Veum-fortellingene gitt fotfeste i en annen kulturnæring enn filmmediet. Vi ser at Innovasjon Norge støtter Varg Veum som et kulturprodukt, men ikke som filmnæring i regionen. Fortellingene om Varg Veum blir på denne måten ansett som et kulturprodukt, i form av å videreutvikle Varg Veum til et spill. På denne måten fungerer ikke Varg Veum-filmene som noe som bygger opp filmnæringen på Vestlandet, men heller som en inspirasjon til å utvikle kulturproduktet videre til et annet kulturuttrykk.

Den norske stat er den største politiske aktøren i samarbeid med norsk film. Fylkeskommunene og kommunene ser imidlertid ut til å være i etableringsfasen i satsingen på film. I denne oppgaven tar jeg for meg Hordaland Fylkeskommune sin regionale kultur- og

¹³⁴ Lysgård, 2007:87.

¹³⁵ Ideas2evidence, 2009: 35.

¹³⁶ <http://www.vargveum.no> sist sjekket: 10.5.2010.

filmpolitikk, siden det var denne fylkeskommunen som støttet de seks første Varg Veum-filmene. De tre andre fylkeskommunene på Vestlandet, Hordaland, Rogaland, Møre og Romsdal, og Sogn og Fjordane, ser ikke ut til å ha deltatt ved innspillingen av de seks første Varg Veum-filmene på Vestlandet. Hordaland Fylkeskommune utfører ingen utpreget filmpolitikk enda, men har ulike kultur- og næringsplaner for Vestlandsregionen. Regionalt Utviklingsprogram (RUP) for Hordaland fra 2007 tok blant annet ”sikte på å stimulere til økt verdiskaping innenfor kulturnæringene, blant annet film og media, gjennom økt forretningskompetanse, herunder eksport og internasjonalisering, og ved å utvikle den kulturbaserte næringsklyngen i Bergen”.¹³⁷ Regionalt Utviklingsprogram (RUP) tar altså utgangspunkt i Bergen som kultursentrum i regionen, og ønsker å utvikle film som kulturnæring på Vestlandet med Bergen som utgangspunkt.

Filmmiljøet i Bergen blir på denne måten utgangspunktet for filmnæringen på Vestlandet. Vi ser altså at det eksisterer en plan for utviklingen av filmnæringen i Vestlandsregionen. Siden Hordaland fylkeskommune har ulike planer for utviklingen av kulturnæringer i Vestlandsregionen, tyder dette på at vi kan forstå Vestlandet som en politisk region ifølge Lysgårds definisjon. Den sterke vekten på utvikling av filmnæringen gjør også at vi på en måte kan se Vestlandet som en type økonomisk region. Hordaland fylkeskommune ønsker imidlertid å oppnå vekst gjennom kultur, og i *Fylkesplan for Hordaland 2005-2008* som viser mål og langsiktige retningslinjer for utviklingen i fylket står det nevnt:¹³⁸

Et rikt og mangfoldig kulturliv som er forankret i regionale særtrekk og åpent for nye impulser, og alle skal kunne ta del i og oppleve tradisjonelle og nyskapende kulturaktiviteter. Kunstnerisk og kulturell aktivitet skal være et fundament for bosetning, næringsutvikling og livskvalitet i Hordaland, og fylket skal være ledende innen kultur- og idrettsbasert næring.¹³⁹

Næringspolitikken i *Fylkesplan for Hordaland 2005-2008* angir blant annet at det legges opp til en satsing på reiselivsnæringen.¹⁴⁰ Det ser ut til at kunst og kultur skal spille en sentral rolle for næringsutvikling i Vestlandsregionen. Kunst og kultur tenkes her åpenbart som en næring, og det ser ut til at Vestlandsregionen satser på kultur for å utvikle næring, og slik oppnå vekst på stedet. Dette er en tankegang som ser ut til å ta utgangspunkt i den amerikanske økonomien

¹³⁷ Bergen Kommune, *Handlingsplan for kulturnæringene 2008- 2011*, 2007: 5.2.

¹³⁸ Gisle, 2007.

¹³⁹ Bergen Kommune., *Handlingsplan For Kulturnæringene 2008- 2011*, 2007: 5.2.

¹⁴⁰ Bergen Kommune., *Handlingsplan For Kulturnæringene 2008- 2011*, 2007: 5.2.

Richard Florida sin teori om at kreative mennesker skaper vekst på steder.¹⁴¹ Begge disse fylkesplanene fremmer politiske mål og planer for næringsvekst på stedet, og det kan altså se ut til at Vestlandsregionen slik sett er en politisk region, men også en økonomisk region. Fylkeskommunen støttet Varg Veum-filmene med til sammen 250 000 kroner i utviklingsstøtte. Denne opplysningen kom frem ved et par intervjuer, men det viste seg generelt å være vanskelig å finne henvisninger til fylkekommunens økonomiske deltagelse ved de seks første Varg Veum-filmene. Jeg har imidlertid klart å finne et eksempel på internett som nevner at Hordaland Fylkeskommune og Vestnorsk Filmsenter har totalt gitt 280 000 kroner til manus- og prosjektutvikling til de seks første Varg Veum-filmene.¹⁴²

Midlene til film fra fylkeskommunen forvaltes trolig gjennom Vestnorsk filmsenter, noe som kanskje er med på å usynliggjøre fylkeskommunen i denne sammenheng. Om dette stemmer, er vel dette en mulig bekreftelse på at fylkeskommunen er i en startfase når det kommer til filmsatsing, en begynnelse som er motivert av de ulike fylkesplanene som er blitt fremmet de siste årene. En kan også se hvor nytt dette forvaltningsområdet er for fylkeskommunen, siden det i 2008 for første gang ble satt av midler til utvikling og produksjon av spillefilm og TV-serier. I den forbindelse skal søknader om 250 000 kroner i utviklingsmidler bli vurdert og utdeles gjennom Vestnorsk Filmsenter.¹⁴³ Det kan være interessant å legge merke til at denne ordningen er kommet på plass etter at Varg Veum-produksjonen ble ferdigstilt på Vestlandet. Filmene om Varg Veum ble godt mottatt, og blitt solgt som kino- eller TV-film eller på DVD, både i Norge og i andre land som Tyskland og Sverige. Filmene har også skapt arbeidsplasser for filmnæringen i Vestlandsregionen, og bidradd til andre næringsselementer i regionen, som bruk av lokal catering og lignende. Fylkeskommunen har muligens sett den næringssskapende effekten som filmproduksjonene hadde i regionen, og derfor utvist en større interesse for filmstøtte i ettertid. Det i henhold til deres egen regionale kulturpolitikk, som understreker deres mål om å ”stimulere til økt verdiskaping innenfor kulturnæringene, blant annet film og media”.¹⁴⁴ Med utgangspunkt med Bergen som kulturnæringsentrum i Hordaland skal fylkeskommunen altså satse på kulturnæringer.

¹⁴¹ Florida, 2005.

¹⁴² <http://www.ba.no/puls/article1974460.ece> sist sjekket: 10.5.2010.

¹⁴³ <http://www.bergenmediaby.no> sist sjekket: 10.5.2010.

¹⁴⁴ Bergen Kommune, *Handlingsplan for kulturnæringene 2008- 2011*, 2007: 5.2.

4.4 Bergen kommune

Bergen kommunes film- og kulturpolitikk må også nevnes i forbindelse med deres deltagelse i Varg Veum-filmene. Hvilke forhold lå til grunn for kommunens deltagelse i Varg Veum-filmene, var det for eksempel ideer om attraktivitet eller næringsutvikling i kommunen eller i regionen som var viktige for kommunen. På kommunalt nivå føres det en kulturpolitikk gjennom forskjellige handlingsplaner som tar sikte på å samordne den fysiske, økonomiske, sosiale og kulturelle utviklingen i en kommune.¹⁴⁵ Vi ser hvordan Bergen Kommunes *Handlingsplan For Kulturnæringene 2008- 2011* har ett tydelig fokus på kultur som næring:

Fremtidig nyskaping, utvikling og vekst må utvikles i skjæringspunktet mellom næringspolitikk og kulturpolitikk; det må satses på kunst og kultur, selv om egenverdien ikke kan regnes i kroner, danner det nemlig grunnlag for næringsvirksomhet som er betydelig i omsetning og arbeidsplasser. Det kulturbaserte har vært en av de største vekstnæringene i Bergen de senere årene, og aktiviteten vil bety stadig mer for Bergens attraktivitet som internasjonal og kunnskapsbasert by.¹⁴⁶

Bergen kommune ønsker altså å benytte kultur som grunnlag for næringer. Kulturbaserte næringer skal forsterkes, og Bergen skal fremstå som attraktivt. Det ser ut til at Bergen kommune og Hordaland Fylkeskommune har de samme kultur- og næringspolitiske målene for fremtidig utvikling av stedene. Begge de offentlige organene baserer en fremtidig vekst på kultur, og vekst skal oppnås gjennom produksjon av estetiske kulturprodukter, men også for å være attraktiv. Bergen kommune ønsker altså å være attraktiv for å tiltrekke seg både arbeidskraft og turister. Kulturnæringer ser ut til å være en metode for å oppnå fremtidig vekst i kommunen. Bergensregionen ønsker altså å bli et tyngdepunkt for kulturnæringer, bygget på nyskaping og komplette verdikjeder innen 2012.¹⁴⁷ De kommunale handlingsplanene ser ut til å være inspirert av teorien til den amerikanske økonomen Richard Florida, som mener at kreative mennesker skaper vekst på et sted. Florida blir nemlig nevnt i Bergen kommune sin *Handlingsplan For Kulturnæringene 2008- 2011*.¹⁴⁸ Der pekes det på hvordan Florida mener at ”mennesker søker opplevelser i arbeid og fritid som trekker dem til steder. Kulturnæringene

¹⁴⁵ Gisle,2007.

¹⁴⁶ Bergen Kommune, *Handlingsplan For Kulturnæringene 2008- 2011*, 2007:3.

¹⁴⁷ Bergen Kommune, *Handlingsplan For Kulturnæringene 2008- 2011*, 2007:7.2.

¹⁴⁸ Bergen Kommune, *Handlingsplan For Kulturnæringene 2008- 2011*, 2007:1.

kan slik skape aktivitet og sysselsetting i andre bransjer, for eksempel reiselivet”. Det ser altså ut til at det er viktig for Bergen kommune å satse på kulturnæringer for å oppnå vekst.¹⁴⁹

Ett annet tiltak for vekst i kulturnæringene i Vestlandsregionen er Bergen Media By, som er et organ som ble opprettet i 1993 av Bergen Kommune, Hordaland Fylkeskommune og aktører fra film og mediebransjen. Stiftelsen fungerer som Bergen kommunes nettverksorganisasjon for mediefeltet, og skal stimulere til nyskaping, kvalitet og bærekraftige virksomheter innenfor kulturnæringene. Medlemmene kommer fra kulturnæringene og andre næringer, og i 2009 har Bergen Media By fått støtte fra Innovasjon Norge, for å utvikle miljøet av medie- og medieteknologibedrifter i Bergensregionen frem mot en moden næringsklynge.¹⁵⁰ Dette kan derfor se ut til å være et ledd i satsingen på utvikling av kulturnæringer på stedet. I *Handlingsplan For Kulturnæringene 2008- 2011* påpekes det hvordan Bergen kommune har planer om å ”bruke kunstfeltet som identitetsbygger for en mangfoldig by, gjennom klyngedannelser av parallelle næringer, for positive effekter gjennom økt samarbeid, kreativitet, innovasjon og tjenesteutveksling”.¹⁵¹ Ideen om klynger ser ut til å være sentral i Bergen kommunes tankegang.

Strategen Michael Porter definerer klynger som: ”a critical mass of companies in a particular location (a country, state, region or even city)”.¹⁵² Ved å ha klynger av relaterte næringer vil en altså oppnå positive effekter for stedet gjennom økt samarbeid, kreativitet, innovasjon og tjenesteutveksling, alle sammen kvaliteter som ifølge Richard Florida kan øke den kulturelle og økonomiske verdien til et sted. Kanskje kan vi forstå Verftet som en kulturnæringsklynge ifølge samfunnsstrategen Porters definisjon. I byen Bergen er det altså en tidligere sardinfabrikk som blir benyttet som kulturhus, og her har mange kreative firmaer kontorer. Både Vestnorsk filmsenter og Filmfondet Fuzz har kontorer på Verftet i Bergen.¹⁵³ Men det er ikke en kritisk masse av bedrifter på stedet, siden alle ledd i filmnæringen ikke eksisterer i Bergen, og derfor er Verftet, Bergen og Vestlandet ikke en filmklynge ifølge Porters definisjon på klynger. Muligens er en filmklynge under utvikling i Hordaland Fylkeskommune eller Bergen kommune, siden de begge har planer om å utvikle kulturnæringer i sine forvaltningsområder.

¹⁴⁹ Bergen Kommune, *Handlingsplan For Kulturnæringene 2008- 2011*, 2007:2.

¹⁵⁰ Ideas2evidence, 2009:26.

¹⁵¹ Bergen Kommune, *Handlingsplan For Kulturnæringene 2008- 2011*, 2007:4.

¹⁵² Beeton, 2006.

¹⁵³ Rusten, 2005: 170.

Bergen kommune bidrog med to millioner kroner i ekstraordinære bevilgninger til de seks første Varg Veum-filmene, noe som var spesielt siden det kun er to filmer som noensinne har mottatt slik filmstøtte, Varg Veum og Vegas. Bergen kommune sitt filmfond Fuzz skal ifølge Stortingsmelding Nr.22 (2006-2007): ”investere i audiovisuelle produksjoner av kommersiell art, som langfilm og fjernsynsproduksjoner”.¹⁵⁴ Formålet generelt med filmfond er ifølge Stortingsmeldingen:

Å tiltrekke filmminspillinger til regionen, noe som bidrar til kompetanseheving av det lokale filmmiljøet, positivt omdømme for kultur- og næringsliv, samt ringvirkninger for tilstøtende næringer. Fra et nasjonalt perspektiv gir de regionale filmfondene tilgang til ny frisk kapital i norsk filmproduksjon. Fondene har en avtale med staten om at staten går inn med samme mengde midler i filmfondet som regionen matcher. Filmer som har fått støtte gjennom NFI kan ikke motta midler, midler utover dette benyttes fritt. Støtten til utvikling og produksjon kan benyttes av norske filmproduksjoner, eller samproduksjoner med utlandet der den norske delen av samproduksjonen utgjør en vesentlig del.¹⁵⁵

Filmfondene skal altså være næringsrettet, og de skal tiltrekke andre filmproduksjoner til Vestlandsregionen, og på den måten øke kompetansen i det lokale filmmiljøet, oppnå positivt omdømme, og utvikle ringvirkninger for andre næringer. Filmfondet investerer derfor i kommersielle prosjekter siden det der sannsynligvis er størst mulighet for å få vist filmene frem for flest mulig andre. Filmfondet skal altså investere i filmnæring med utsikter om å få økt stedets filmnæring og tilstøtende næringer. Gjennom å ha en filmnæring i regionen, kan stedet oppnå økt omsetning og oppmerksomhet. Stedet kan på denne måten gjøres attraktivt gjennom det faktum at stedet blir filmet og vist frem for andre steder. Vi har sett at både Hordaland fylkeskommune og Bergen kommune har planer om å satse på kulturnæringer for næringsvekst. På denne måten favner kulturbegrepet om produksjonen av estetiske kulturprodukter på et sted. Kultur vil imidlertid også bety bruk av stedsidentitet for å skape attraktiv vekst i andre næringer, som for eksempel turisme.

¹⁵⁴ Stortingsmelding Nr.22, 2006-2007: 7.2.4.

¹⁵⁵ Stortingsmelding Nr.22, 2006-2007: 7.2.6.

4.5 Oppsummering

Det er dyrt å produsere film, og derfor er filmprodusenter avhengig av å samle sammen kapital fra ulike bidragsytere. Det er viktig med offentlige støtteordninger for filmproduksjon i Norge fordi film er dyrt å produsere, og i dag ser derfor kultur og økonomi ut til være sterkere forbundet enn noen gang. Dette gjelder særlig langfilmer, og på bakgrunn av dette blir det viktig med støtteordninger til film. Å satse på film i regioner er noe både staten, fylkeskommuner og kommuner oppfordrer til, og alle disse forvaltningsorganene har ulike tilskuddsordninger til filmproduksjon i regioner. På denne måten er offentlige aktører med på og delfinansiere ulike typer film i Norge. Dette kan gjelde produksjon av norske filmer, men også filmer fra andre land som velger Norge som innspillingssted.

Vi har i dette kapitlet sett hvordan Kulturdepartementets føringer i den norske kultur- og filmpolitikken legger til rette for langfilmproduksjoner i Norge. Statens kultursyn på filmproduksjon i Norge gjør at den støtter filmer på bakgrunn av tanken om at norske filmer skal fremme norsk språk og kultur. Gjennom ulike Stortingsmeldinger oppfordres det til satsing på film i norske regioner, og dette forårsakes av en mening om at landets innbyggere skal ha rett til å få delta med hensyn til film. Det er på bakgrunn av dette at det etter hvert har blitt opprettet flere filmsentre i regionene, og Vestnorsk filmsenter er et av dem. De fire vestlandsfylkene Hordaland, Rogaland, Møre og Romsdal og Sogn og Fjordane som utgjør det geografiske området Vestlandet, samarbeider på et politisk plan, gjennom for eksempel RUP og *Fylkesplan for Hordaland 2005-2008*. Derfor kan det se ut som at Vestlandet fungerer som en politisk region, ifølge Lysgård sin definisjon av regioner. Siden Bergen ligger i Hordaland Fylkeskommune og fungerte som hovedstedet for innspillingen av de seks første Varg Veum-filmene, ble det naturlig å se nærmere på Hordaland Fylkeskommune også i forbindelse med film i regionen. Fylkeskommunen er foreløpig lite synlig i en sterk satsing på film i Vestlandsregionen, men det kan se ut til at fylkeskommunen satser noe mer på film som kulturnæring i regionen etter at Varg Veum-filmene ble spilt inn der i 2006 og 2007. Fylkeskommunen bidro imidlertid med noe kapital ved de seks første Varg Veum-filmene. Bergen kommune har handlingsplaner for satsing på film som kulturnæring, og ideen om lokal vekst i filmnæringen er til stede i den kommunale tankegangen.

Det ser ut til at de nasjonale støtteordningene er kulturpolitisk anlagt, mens regionale filminteresser har kultur- og næringspolitiske interesser.¹⁵⁶ Fylkeskommunale og kommunale

¹⁵⁶ Stortingsmelding Nr.22, 2006-2007:7.2.3.

investorer ved film ser ut til å ha en felles ide om ”kultur som næring”. I dette møtepunktet formes de regionale kulturnæringene. Det som preger fylkeskommunal eller kommunal satsing på film mer enn den statlige filmsatsingen, ser ut til være film i nærings sammenheng for regionen eller stedet. Stortingsmelding Nr.22 (2006-2007) peker også på at ”fellestrekk for den regionale filmsatsingen er oftest både kultur- og næringspolitisk forankret, mens de nasjonale støtteordningene ofte er rent kulturpolitisk forankret”.¹⁵⁷ I Bergen Kommune sin *Handlingsplan For Kulturnæringene 2008- 2011*, blir det nevnt en fellesnevner i kulturpolitikken for både den norske stat, Hordaland fylkeskommune og Bergen kommune: ”de ser alle på kulturnæringer som del av en sektorovergripende, helhetlig politikk for kultur, næring og samfunnsbygging i bredere forstand, og det er en kombinasjon av kultur- og næringspolitiske målsetninger som ligger til grunn for de politiske beslutningene”.¹⁵⁸

Den statlige satsingen på film i regionene er i utgangspunktet begrunnet i tanken om at film skal være tilgjengelig i hele Norge. Den nasjonale filmpolitikken satser derfor på spredning av film som kultur. Den fylkeskommunale og kommunale filmpolitikken viser imidlertid en sterkere tanke om film som kultur i samarbeid med næring. Dette gjelder særlig for Vestlandets del, siden film er en del av handlingsplanene til Hordaland Fylkeskommune og Bergen kommune. Film har en sentral rolle her, og kanskje Varg Veum-filmene har hatt en inspirerende rolle i den pågående satsingen på film som kulturnæring på Vestlandet. Ulike vestlandske aktører kan ha sett den næringsskapende effekten filmproduksjonen hadde i regionen. Kanskje de seks første Veum-filmene var utgangspunktet for en større satsing på film i regionen for Hordaland Fylkeskommune. Vi ser at det er nære forhold mellom kultur og næring og politikk i både Hordaland fylkeskommune og Bergen kommune. Vi har i dette kapitlet sett nærmere på de ulike offentlige støtteordninger for film i Norge, og det ligger altså både kultur- og næringspolitiske målsetninger til grunn for satsing på film i regioner. Vi skal nå se nærmere på forholdet mellom kultur og næring i regionen i de neste to analysekapitlene, som er basert på intervjuene som ble foretatt med ulike vestlandske bidragsyttere de seks første Varg Veum-filmene.

¹⁵⁷ Stortingsmelding Nr.22, 2006-2007:7.2.3

¹⁵⁸ Bergen Kommune, *Handlingsplan For Kulturnæringene 2008- 2011*, 2007: 5.3.

5 STED OG FORTELLINGER

Samfunnsviteren Erik Fossåskaret påpeker at ”i samfunnsvitenskapelig analyse er forskaren gjerne ute etter noko meir enn den sosiale organiseringa, nemleg strukturane. Han søker etter å identifisere forestillingar og verdiar bak sosial manifestasjon”.¹⁵⁹ I dette kapitlet ønsker jeg å presentere en nærmere analyse av ideer og verdier i som lå til grunn for valget av Vestlandet som innspillingssted for de seks første Varg Veum-filmene i 2006 og 2007. For å få svar på hvorfor Vestlandet ble valgt som innspillingssted for disse filmene, var det viktig å intervjuer forfatteren av Varg Veum-bøkene og filmselskapet Miso Film. Dette siden filmselskapet tok den avgjørende bestemmelsen angående innspillingsstedene, men først etter å ha forhandlet med forfatteren angående bruken av fortellingene og bøkene omgjort til film. Kapitlet er derfor basert på analyser av kvalitative intervjuer foretatt høsten 2009, med forfatteren Gunnar Staalesen i Bergen, og filmprodusenten Peter Bose i Miso Film i København. Kapitlet ser nærmere på hvilken betydning stedene i fortellingene og bøkene om Varg Veum fikk for valget av filmatisering, og for valget av Vestlandet som innspillingssted. Måten en overførte stedene fra Varg Veum-bøkene over til film vil derfor bli belyst. Dette for å vise hva slags betydning stedet hadde for filmselskapet ved filminnspillingen, og i henhold til måten forfatteren av Varg Veum-bøkene mente stedet skulle benyttes ved filminnspillingene. Det vil også sees nærmere på hvordan den lokale stedsidentitet kan ha hatt betydning for valg av filminnspillingssted. Dette analysekapitlet tar derfor for seg underproblemstillingene:

- Hva fortellingene i Varg Veum-bøkene fikk å si for valg av Vestlandet som innspillingssted.
- Hvordan stedene i innspillingen av Varg Veum-filmene ble benyttet i henhold til stedene i Varg Veum-fortellingene.
- Hvordan den lokale stedsidentiteten kan ha hatt innvirkning på filminnspillingen på stedet.

Forholdene mellom sted, region, identitet og film er derfor de sentrale temaene som vil bli berørt i dette analysekapitlet.

¹⁵⁹ Fossåskaret, 1997: 269.

5.1 Stedsfortellinger og filmselskap

Det danske filmselskapet Miso Film er hovedprodusentene av Varg Veum-filmseriene. De seks første Varg Veum-filmene ble alle spilt inn på Vestlandet i 2006 og 2007, og de siste seks filmene hovedsaklig er under innspilling i Oslo i skrivende stund. Deler av innspillingene er lagt til Bergen. To av de seks første Varg Veum-filmene ble vist på kino, det gjaldt for filmene "Bitre Blomster", og "Falne engler". De andre fire filmene: Tornerose, Din til døden, Kvinnen i kjøleskapet, og Begravde hunder, ble alle vist på fjernsyn. Alle filmene kan leies eller kjøpes på DVD. Men hvorfor ønsket i utgangspunktet danske filmprodusenter å lage film av Varg Veum? Dette var noe jeg ønsket å få svar på, og som gjorde at jeg reiste for å intervju Peter Bose, som er den ene av to filmprodusenter i det danske filmselskapet Miso Film. Miso Film ligger i regjeringskvartalet i København, og utenfor kontoret observerte jeg dørskiltene ved inngangsportene til kontorbygningen, ikke bare for å finne deres navn, men også for å se om kontoret lå i en "filmklynge". Miso Film var derimot det eneste filmselskapet jeg observerte der. Dørskiltene viste i stedet en overvekt av advokatfirmaer, og førte til et inntrykk av at Miso Film derfor ikke ligger i en egen filmklynge av kontorlokaler. Noe som er tilfelle for det vestlandske filmmiljøet, hvor flere filmselskap ligger på Verftet, et avgrenset bygg i den nedlagte sardinfabrikken midt i Bergen sentrum.

Jeg ble vel mottatt inne på kontoret til Miso Film, og førsteinntrykket av selskapets lokaler var at det var lyse, rene og trivelige kontorlokaler. Jeg observerte orden på papirer og dokumenter, og dette observerte førsteinntrykket tydet på profesjonelle mennesker, tenkte jeg. Peter Bose fortalte at Miso Film ble etablert i august 2004, og at filmselskapet "lever av krim og freelance, både TV-serier og spillefilm, men også enkeltstående filmer".¹⁶⁰ Forut for etableringen av Miso Film har Peter Bose tidligere jobbet med Beck- og Wallander-filmseriene i Sverige. "Beck" er opprinnelig en serie på ti kriminalbøker som handler om den svenske politietterforskeren Martin Beck i Stockholm. Det svenske forfatterparet Maj Sjöwall og Per Wahlöö har skrevet bøkene om Beck.¹⁶¹ Svenske Henning Mankell har skrevet åtte kriminalromaner og fem mindre kriminalfortellinger som er samlet i en siste bok, om førstekriminalbetjent Kurt Wallander i Ystad i Sverige.¹⁶² Beck og Wallander er altså begge bokserier i kriminalsjangeren som senere har blitt filmatisert, og har på den måten likhetstrekk

¹⁶⁰ Intervju med Bose, 2009:1.

¹⁶¹ <http://www.bokklubben.no> sist sjekket: 10.5.2010.

¹⁶² <http://www.bokklubben.no> sist sjekket: 10.5.2010.

med Varg Veum-bøkene, som også er en kriminalserie, men som handler om privatdetektiven Varg Veum i Bergen og på Vestlandet. Det eksisterer en mengde filmer av både Beck og Wallander-fortellingene, og felles for begge disse senere er at noen av filmene er produsert for visning på fjernsyn, noen for kino, og alle filmene kan anskaffes på DVD. Med tanke på sjanger og de ulike filmatiske visningsalternativer ligner Beck og Wallander på Varg Veum-filmene. Samtidig har alle filmseriene det til felles at de alle er basert på kriminalbøker av skandinaviske forfattere. Men også det at handlingene i bøkene er tett knyttet opp til stedene Stockholm, Ystad og Bergen. Filmprodusenten Peter Bose påpeker at denne erfaringen fra å ha arbeidet med Beck og Wallander var en årsak til at Miso Film satser ytterligere på kriminalfilmer:

Beck og Wallander er noe av de største krimprosjekter som er gjort i Skandinavia. Og derfor var det selvfølgelig når vi sitter med den ”know how” og den ekspertishjelp, så var det opplagt å etablere Miso Film med det formålet og å produsere lignende prosjekter.¹⁶³

Bakgrunn og erfaring med Beck- og Wallander-filmene er altså en årsak til at Miso Film satser på kriminalfilmer. Sammen med Varg Veum ligner de tre filmproduksjonene i omfang ved at de utgitte filmene er lange serier, og filmproduksjonene er omfattende og finner ofte sted på stedet bøkene baserer seg på. Varg Veum er foreløpig den minste filmproduksjonen med sine seks utgitte filmer. Peter Bose nevner også i intervjuet at erfaringen med kriminalserier som Beck og Wallander gjør at filmselskapet bevisst har sett etter forfattere som har utgitt bokserier:

Ja, det er klart at med de prosjekter som vi har arbeidet med, Beck og Wallander, som jo er basert på bøker, altså serier av bøker, så blir man også litt arbeidsskadet eller miljøskadet av det man jobber med. Så selvfølgelig har vi hele tiden vært på utkikk etter forfattere som har skrevet bøker i.... altså mer enn en bok.¹⁶⁴

Det er altså tydelig at det er serier av krimbøker som Miso Film ønsker å filmatisere og gjøre om til serier på fjernsyn, kino og DVD. Peter Bose forteller meg at han har personlig lest alle Veum-bøkene, og han forteller at noe av årsaken til at Varg Veum-bøkene ble valgt til

¹⁶³ Intervju med Bose, 2009:1.

¹⁶⁴ Intervju med Bose, 2009:1.

filmatisering er at det eksisterer få forfattere som skriver store krimserier i Danmark.¹⁶⁵ Svenske Beck og Wallander er allerede filmet, og Skandinavia er derfor et naturlig marked for Miso Film å kikke rundt i. Gunnar Staalesens omfattende arbeid, og ”den lignende formen” til Beck og Wallander-bøkene som litterær kriminalserie, gjorde at ”det ble opplagt å ta fatt på Varg Veum” til filmatisering ifølge filmprodusenten Peter Bose.¹⁶⁶ Foruten den lignende formen, er fortellingene om Veum også av betydning for filmprodusenten, og Bose påpeker at valget av Varg Veum først og fremst skyldes: ”Det dreier seg om å fortelle historier, og det dreier seg om å lage film som vi synes er god”.¹⁶⁷ Varg Veum-historiene i bøkene til forfatteren Gunnar Staalesen ble altså valgt for filmatisering siden filmselskapet ønsker å formidle historier gjennom film, og lage god film på bakgrunn av litterære krimserier. Det vi ser er at Miso Film opprinnelig ikke er så opptatt av selve stedet som krimfortellingene foregår på. Den gode fortellingen blir på denne måten mer utslagsgivende enn stedet for valg av fortellinger til filminnspilling. Krimfortellinger er gjerne lokalt og stedlig forankret, og vi skal nå se at forfatteren av Veum-bøkene har andre tanker om Varg Veum og sted enn filmselskapet.

5.2 Stedsfortellinger og forfatter

Det var altså ikke de faktiske forholdene på stedene, at serien foregikk i Bergen og på Vestlandet eller et bestemt sted i Skandinavias periferi, som gjorde at Varg Veum-fortellingene ble valgt til filmatisering, men derimot satsing på et utvalg av litterære kriminalserier og fortellinger til film. Det var derfor et tilfeldig valg av Veum-fortellingene som gjorde at Bergen og Vestlandet ble aktuelt for filminnspilling. Tanken på Varg Veums tette tilknytning til stedet var altså ikke like fremtredende hos filmselskapet, som hos forfatteren Gunnar Staalesen. Staalesen kunne fortelle meg at han tar utgangspunkt i en tett tilknytning mellom sted og kriminalsjangeren når han skriver bøkene om Varg Veum. Dette kom frem i intervjuet jeg foretok med forfatteren av Varg Veum-bøkene. Det fant sted i baren i andre etasje på Strand Hotell i Bergen sentrum en regntung formiddag. Staalesen hadde selv valgt ut stedet for intervjuet, og han viste og forklarte meg først om ”Varg Veums-hjørne”, som er et innhukk i det ene hjørnet ved baren. ”Varg Veums-hjørne” består av ulike Varg Veum-effekter, og inneholder en liten utstilling av noen av kriminalromanene, noen av DVD-

¹⁶⁵ Intervju med Bose, 2009:3.

¹⁶⁶ Intervju med Bose, 2009:3.

¹⁶⁷ Intervju med Bose, 2009:1.

ene, filmlakater, en skrivemaskin og andre Veum-detalljer. Jeg kunne ikke hatt en bedre omviser, og det var spesielt å foreta intervjuet av Gunnar Staalesen der vi satt i en rolig krok i baren, samtidig som det regnet tungt utenfor på en mørk oktoberdag i Bergen by. Koloritten av Varg Veums Bergen var fremtredende. Det både i luften og i været i Bergen den dagen og Staalesen refererte til dette flere ganger ved å vise til været utenfor vinduet. I intervjuet påpeker forfatteren derfor at: ”Og selvfølgelig som en kriminalforfatter... du ser jo været i dag, grått, tunge skyer... blir det litt mørkt utpå ettermiddagen og kvelden... så er det jo en perfekt film noir kulisse”.¹⁶⁸ Forfatterens eget liv og bosted har gjort at han valgte Bergen som Varg Veums by, for Staalesen er selv oppvokst i Bergen, og nevner at det er hans landskap han skriver om. Han forteller i intervjuet at bruken av stedet i Varg Veum-bøkene er tilsiktet og selvfølgelig for ham, siden han skriver om et sted han kjenner:

Både en bevisst bruk og en i og for seg naturlig bruk. For jeg tror de alle fleste forfattere skriver fra byer og fra landskap som de selv kjenner. Og det er naturlig, for hvis man skal skrive naturlig og troverdig om en geografi eller ett landskap så skriver du best om det du kan. Jeg tenker på Gabriel Garcia Marquez, Dostojevskij, Balzac, alle litteraturhistoriens store navn, innenfor alle sjangre... skriver stort sett fra de stedene der de bor... eller i hvert fall har vokst opp og kjenner godt.¹⁶⁹

Forfattere i alle litterære sjangere er ifølge Gunnar Staalesen ofte stedsbundet i sitt arbeid, og han forteller videre at hans inspirasjonskilder innenfor kriminalsjangeren også er tett tilknyttet stedet. Han nevner eksempler som det svenske forfatterparet Maj Sjöwall og Per Wahlöö som skrev om politietterforskeren Beck i Stockholm. Han nevner også den amerikanske krimforfatteren Raymond Chandler sine kriminalromaner som foregår i Los Angeles, og bøkene om den kjente privatdetektiven Sherlock Holmes i London, som er skrevet av skotske Sir Arthur Conan Doyle. Inspirasjonen fra blant annet disse forfatterne gjorde at Staalesen koblet Vestlandet, og spesielt byen Bergen, og Varg Veum tett sammen: ”På en måte lå det i kortene at disse detektivene som kriminalforfatterne skriver om... de er veldig knyttet til spesielle steder. Til byer spesielt da siden det stort sett er en storbysjanger”.¹⁷⁰ Staalesen tar som forfatter utgangspunkt i stedet, og spesielt byen Bergen, for å skape fortellingene om Varg Veum. Her er han åpenbart inspirert av andre forfattere ifra kriminalgenren som også

¹⁶⁸ Intervju med Staalesen, 2009:1.

¹⁶⁹ Intervju med Staalesen, 2009:3.

¹⁷⁰ Intervju med Staalesen, 2009:1.

benytter en tett kobling til sted. For Gunnar Staalesen er det altså viktig at Varg Veum befinner seg i Bergen og på Vestlandet. Den bevisste bruken av stedet når han skriver om Varg Veum, gjør på mange måter at Veum ikke kan være andre steder, forteller Staalesen videre:

Spesielt når jeg er i utlandet får jeg ofte spørsmål fra journalister om jeg ikke skal sende Varg Veum til Paris eller til London eller lignende. Men altså, hvis han dro dit, så ville han jo være som en fisk på land... han ville ikke ha noen bakgrunnsmiljøer eller lignende... eller da vil han være som en turist blant andre turister. Men i Bergen så har han kontakter i kriminelle miljøer, han har folk i politiet han kan snakke med, han har journalister... Så han har på en måte en kildetilgang som han ikke ville hatt andre steder.¹⁷¹

Varg Veum har et sosialt nettverk i sin by og på sitt sted, og dette viser hvorfor det ofte er en sterk kobling mellom kriminallitteratur og sted, om vi skal tro Staalesen rett. Den litterære figuren har altså ikke de samme mulighetene til å gjøre de samme tingene et annet sted. Han har hverdagen sin på stedet. Kriminalromaner er altså ofte koblet tett til sted, og inspirasjonskildene til Staalesen og Varg Veum-bøkene i seg selv, er gode eksempler på kriminalromaner med tett stedstilknytning. Nærheten mellom stedet forfatteren vokste opp på og stedene som blir beskrevet i Veum-bøkene, utgjør at sted er av stor betydning innenfor kriminalsjangeren i den litterære verden.

5.3 Filmfortellinger og forfatter

Stedet ble sentralt for forfatteren også i filmatisering av bøkene, og Gunnar Staalesen fikk under forhandlingene med Miso Film om å gjøre Varg Veum til filmfigur, en bestemmelse i kontrakten om at handlingen i filmene skulle foregå i Bergen. Dette var noe han ønsket, siden ”Bergen og Veum er så tett knyttet til hverandre”.¹⁷² Slik kunne Gunnar Staalesen altså ivareta Varg Veum-fortellingene sin bergenske identitet også på film. Han nevner at bestemmelsen i filmkontrakten gjorde at: ”... da måtte i hvert fall en god del av opptakene gjøres i Bergen”.¹⁷³ På grunn av forfatteren sin bestemmelse så skulle det altså være synlig i

¹⁷¹ Intervju med Staalesen, 2009:3.

¹⁷² Intervju med Staalesen, 2009:8.

¹⁷³ Intervju med Staalesen, 2009:1.

filmene at handlingen foregår i Bergen, og en måte å få det til på måtte trolig være å spille inn store deler av Veum-filmene på stedet i bøkene, altså i Bergen. En konkret geografisk stedsidentitet blir derfor viktigere i Varg Veum-filmene enn en språklig identitet og innspilling basert på dialekt, understreker Gunnar Staalesen. Det er en kjent sak at hovedrolleinnehaveren som spiller privatdetektiven Varg Veum snakker østlandsdialekt i Veum-filmene. Den karakteristiske bergensdialekten med bruk av skarre-r er altså ikke til stede hos Varg Veum-figuren i filmene, men Veum befinner seg stadig på Vestlandet.

Staalesen nevner at det absolutt viktigste for ham var at handlingen i bøkene foregår i Bergen, og nevner at Varg Veum ikke hadde blitt til film om ikke handlingen foregikk på stedet: ”Altså, hadde jeg ikke fått inn den bestemmelsen om at handlingen skulle foregå i Bergen ville det ikke blitt noe. Det var viktigere for meg enn at Veum skulle snakke bergensk”.¹⁷⁴ Det kan altså se ut som det er viktig for Staalesen at en tydelig stedsidentitet blir vist frem på film. Filmene fremviser en bergensk identitet som er basert på fysiske objekter, slik som for eksempel hus eller gater. Samtidig ser vi hvordan det fysiske stedet viktigere enn det språklige fellesskapet på stedet i filmene. Avtalen mellom forfatteren Gunnar Staalesen og filmselskapet Miso Film gjorde altså at Varg Veum ble en filmfigur, og handlingen i filmene skulle foregå i Bergen. Men Varg Veum-bøkene inneholder beskrivelser av Vestlandet, og hvordan foregikk denne overføringen av sted i fortellingene i bøkene, til bruk av sted på film? Staalesen påpeker i intervjuet at ”filmene forholder seg ganske fritt til bøkene”.¹⁷⁵ Og nevner videre at stedene ikke ble så viktige for ham på film i henhold til bøkene:

Det var slik at fordi historiene ble såpass forskjellige fra bøkene mine... så var det ikke så veldig viktig for meg personlig at det foregikk på det og det stedet i Bergen. For det var likevel en litt annen type historie. Det viktigste var at det var i Bergen.¹⁷⁶

Stedet ble altså mindre viktig for Staalesen på film enn i bøkene, siden han mener at fortellingene om Varg Veum på film er ulikt de litterære Varg Veum-fortellingene. Likevel fremviser Veum-filmene en mengde bergenske steder, og forfatteren nevner i intervjuet at det innimellom ble gjort endringer av stedene i filmene i henhold til stedene i bøkene. Han forteller at filmprodusentene noen ganger foretok valget av flytting av sted på film for ”... å ha

¹⁷⁴ Intervju med Staalesen, 2009:13.

¹⁷⁵ Intervju med Staalesen, 2009:13.

¹⁷⁶ Intervju med Staalesen, 2009:13.

ett mer tydelig bergensk miljø bak det”.¹⁷⁷ Filmselskapet valgte altså å flytte noen av stedene i fortellingene om Veum i Bergen, for å oppnå en tydeligere bergensk identitet på film. Staalesen angir et eksempel fra Varg Veum-filmen ”Din til døden” (utgitt i 2008 på DVD), som opprinnelig har sin handling i områdene rundt Loddefjord og Vadmyra. Loddefjord og Vadmyra er forstader i utkanten av Bergen sentrum, og begge stedene ble av filmselskapet byttet ut med stedet Nordnes i Bergen sentrum som Staalesen nevner, og som viser en tydelig bergenskoloritt som innbefatter gamle trehus, smale brosteinsbelagte smau og lignende beskrivelser som fremkommer i Veum-bøkene.¹⁷⁸

Staalesen selv mener at bruken av Nordnes istedenfor Loddefjord og Vadmyra ikke er en ulempe siden den forsterker stedsidentiteten, og han forteller i intervjuet at: ”Nordnes har jo en mye sterkere identitet av Bergen. Så der valgte de i og for seg å forsterke stedsidentiteten”.¹⁷⁹ Filmprodusentene ønsket tilsynelatende et sterkere visuelt bergensk uttrykk på film, og Gunnar Staalesen mener at denne bruken av stedsidentitet på film gir en tydeligere byidentitet: ”Loddefjord og sånn, altså... Sånn arkitekturmessig så kan jo det være Grorud, eller Bjølsen, eller hva som helst. Det er i hvert fall ikke nødvendigvis... det har ikke noe sånt... En så tydelig byidentitet da, for det er en drabantby”.¹⁸⁰ En tydelig bergenskoloritt kommer altså ikke frem på film under forhold hvor bildene er identifiserbare med mange andre steder i verden. Stedets spesielle egenskaper som gjør at det er unikt i henhold til andre steder, var tydeligvis noe filmselskapet ønsket å få frem på film. En tydeligere stedsidentitet fremtrer ved å benytte bilder på film spilt inn i Bergen sentrum, heller enn i utkantene av Bergen. Det ser ut til at det som er unikt og annerledes med stedet, er det som blir fremhevet på film, Nordnes har for eksempel en egen karakteristisk og gjenkjennelig ”stil” som eksisterer få plasser ellers i verden.

Det er nettopp i sentrum av Bergen mange av de historiske bygningene eller gatene ligger, og det er fra Bergen sentrum resten av byen har vokst seg utover etter som tiden har gått. Gunnar Staalesen forteller videre i intervjuet at andre fysiske elementer fra bøkene hans også ble byttet ut på film. Han nevner et eksempel fra Varg Veum-filmen ”Tornerose sov i hundre år” (utgitt i 2008 på DVD). I boken med samme navn ligger villaen i handlingen opprinnelig i Kalfarli. Filmprodusentene valgte imidlertid en villa i Fjellsiden i stedet. Staalesen har

¹⁷⁷ Intervju med Staalesen, 2009:14.

¹⁷⁸ Intervju med Staalesen, 2009:14.

¹⁷⁹ Intervju med Staalesen, 2009:14.

¹⁸⁰ Intervju med Staalesen, 2009:14.

heller ikke noe imot dette og nevner: ”Og det synes jeg var et godt valg. For der oppe har du mye flottare utsikt over byen. Sånn at hele bergenslandskapet kommer mye tydeligere frem der”.¹⁸¹ Kalfarli og Fjellsiden ligger egentlig ikke så langt fra hverandre i fysisk avstand, men som Gunnar Staalesen peker på så er en slik bytting av stedene som Varg Veum befinner seg på, en fin måte for filmfortellingene å fremvise en sterkere stedsidentitet. Endringer i tid førte også til at steder som Varg Veum befinner seg på i bøkene måtte endres i filmene.

Byen Bergen har opplevd fysiske endringer i løpet av årene som har gått og siden bøkene ble skrevet, noe som blant annet medførte at inngangen til Varg Veums kontor hadde forandret seg, og måtte erstattes på film: ”Opprinnelig var hotellet i femte og sjette etasje, men siden huset hadde endret seg sånn... Så kunne de ikke bruke inngangspartiet til hotellet og flyttet kontoret til Veum lenger ut på Strandkaia”.¹⁸² De opprinnelige stedene i Varg Veum-bøkene ble altså av og til mer mindre sentrale å benytte i Veum-filmene enn steder som viste en tydeligere identitet på film. Steder som ikke fremviste en sterk bergensk identitet i Varg Veum-litteraturen, ble av filmselskapet byttet ut med andre steder på film. De seks første Varg Veum-filmene fremviser derfor en noe forsterket stedsidentitet i flere tilfeller. En sterk bruk av stedsidentitet i film fremviser identifiserende kjennetegn ved stedet filmen spilles inn på, og slik kan en enestående identitet fremvises gjennom film. En slik bruk av en unik stedsidentitet kan derfor skape oppfatninger om forskjeller mellom Bergen og andre steder.

Felles historisk bakgrunn på et sted, kan være en identifiserende faktor på film. Vi har tidligere i denne oppgaven sett at Stortingsmelding Nr.22 (2006- 2007), fremmet tanken om at ”historiske filmer, dokumentarfilmer, eller andre filmer som ivaretar felles språk, holdninger, verdier og lignende, er av betydning for å kunne ivareta en felles kultur på film”.¹⁸³ I denne forbindelsen kan kultur bety særegne fysiske og visuelle attributter ved stedet som bygninger, gater, m.m. Film gjenspeiler både historie og samtid, og handler om identitet, fellesskap og tilhørighet også på den måten.¹⁸⁴ Vi har sett at felles språk ikke var av så stor betydning for forfatteren av Veum når han godtok at Varg Veum skulle bli en filmfigur. Men bruken av spesielle steder, som Nordnes istedenfor Loddefjord i filmene, og bruk av villaen i Fjellsiden istedenfor Kalfarli, kan altså være med og forsterke en stedsidentitet på film. I et regionalt

¹⁸¹ Intervju med Staalesen, 2009:13.

¹⁸² Intervju med Staalesen, 2009:12.

¹⁸³ <http://www.regjeringen.no> sist sjekket:10.5.2010.

¹⁸⁴ <http://www.regjeringen.no> sist sjekket:10.5.2010.

perspektiv vil en slik bruk av sted i film i regioner, fremme den identifiserende region, som ble nevnt av samfunnsviteren Hans Kjetil Lysgård i hans artikkel ”Regioner som forstilte fellesskap–hvordan og hvorfor” fra 2007.

I den identifiserende region identifiserer eller skiller mennesker ut geografiske ”forestilte fellesskap”, noe som forsterker skillet mellom ” vi og de andre”. Ett eksempel i norsk sammenheng er når folk forteller hvor de er fra, for eksempel Sør- eller Vestlandet.¹⁸⁵ På denne måten skjer det derfor et utvalg av identitet gjennom utvalget av steder som skal være på film. En unik stedsidentitet kan slik gi sterkere identitet til et sted på film. Ved slike endringer ifra bok til filmmanus gir da Gunnar Staalesen slipp på sine opprinnelige fortellinger, og velger å godta et bredere bergensk uttrykk. Det er bergensk identitet som blir viktig for ham å få frem på film, og ikke nødvendigvis bilder av hans eksakte beskrivelser av stedene i bøkene. Fortellinger av et sted formidler ofte kulturen på stedet. Folkloristen Torunn Selberg og kulturviteren Nils Gilje finner i boken *Kulturelle landskap: Sted, fortelling og materiell kultur* fra 2007, at fortellinger gjenskaper den representerte verden, og fornyer og muliggjør vandringer som krysser grensen mellom fortid og nåtid, konsekvensen av dette er at i krysningspunktet der aksene for tid og sted møtes, blir stedet meningsladet, mens tiden antar konkrete og substansielle former.¹⁸⁶

Stedet består fysisk, og stedets kultur består gjennom fortellinger om stedet. Valgene av innspillingssteder i byen Bergen for de seks første Varg Veum-filmene, forsterket altså ofte en bergensk identitet på film. En tydeligere bergensk identitet blir altså foretrukket gjennom visning på film av unike ting på stedet, og vi ser at det på den måten altså skjer en utvelgelse av identitet på film. Filmselskapet velger bort steder som kan forveksles med andre steder, og det virker som at de slik prøver å få vist en unik identitet på film. Vi så blant annet at Nordnes ble benyttet istedenfor Loddefjord i Veum-filmene, og at filmselskapet også brukte en villa i Fjellsiden istedenfor i Kalfarli. En tydelig bergenskoloritt som innbefatter gamle trehus, smale brosteinsbelagte smau og lignende beskrivelser som fremkommer i Veum-bøkene var altså ønsket på film.¹⁸⁷ Vi har sett hvordan det i løpet av tiden kan oppstå fysiske endringer på steder som blir beskrevet i bøkene, slik som kontordøren til Varg Veum som måtte flyttes i fortellingen om Varg Veum på film.

¹⁸⁵ Lysgård, 2007:87.

¹⁸⁶ Selberg & Gilje,2007:18.

¹⁸⁷ Intervju med Staalesen, 2009:14.

Slik kan endringer i tid i fortellingene om Varg Veum føre til at det blir forandringer i fortellingene om Varg Veum på film. For forfatteren var ikke dialekt, og hvilke steder filmselskapet ønsket å benytte i filminnspillingen så viktige. For ham var det absolutt viktigste at handlingen i filmene skulle foregå i Bergen. Gunnar Staalesen gav altså slipp på sine opprinnelige narrativer i Veum-bøkene til fordel for et bredere bergensk uttrykk. Bruk av andre steder på film enn i bøkene forsterket en bergensk identitet i noen tilfeller, som ved tilfellet med at filmselskapet benyttet Nordnes i Bergen sentrum istedenfor forstadene Loddefjord og Vadmyra til filminnspilling. Noen fysiske objekter ble også byttet ut av filmselskapet, og i tilfellet med villaen i Fjellsiden ble også en bergensk identitet forsterket på film. Endringer i tid utgjorde også at andre steder måtte benyttes i fortellingene om Varg Veum på film, slik som byttingen av stedet til kontorinngangen til Veum. I overføringen av steder i Veum-bøkene til steder i Varg Veum-filmene forekom det derfor noen praktiske eller nødvendige endringer ved stedet.

5.4 Filmfortellinger og filmselskap

Stedet er altså sentralt i Gunnar Staalesens skapelse av Varg Veum-fortellingene, og for forfatterens ønske om at handlingen skal foregå i Bergen. For Staalesen er stedet utgangspunktet for fortellingene om Veum, og for ham er det ingen Varg Veum uten Bergen, verken i bøker eller på film. Vi har sett at det forekom endringer i bruk av sted i filmene i henhold til bøkene, og at stedet i utgangspunktet ikke var sentralt i filmselskapets valg av fortellinger til filmproduksjon. De seks første Veum-filmene ble alle spilt inn på Vestlandet, og Vestlandet blir vist frem på film og benyttet som innspillingssted. Det er derfor interessant å se nærmere på hvorfor stedet allikevel ble betydningsfullt for filmselskapet. I intervjuet med Peter Bose fremhevet han at ved de seks første Varg Veum-filmene skulle Bergen uten tvil benyttes som innspillingssted: ”Ja, på de første seks filmene var det slett ikke noen... det var ingen diskusjon”.¹⁸⁸ Filmprodusenten ville at filmene skulle spilles inn i Bergen, og at fortellingene om Varg Veum skulle være tilknyttet Bergen på film:

Altså, vi kunne aldri funnet på å lage en Varg Veum som foregikk i Tromsø. Varg Veum er et bergensk prosjekt og Varg Veum er forankret og bor i Bergen. Men, du husker liksom når du har amerikanske produksjoner hvor de filmer i Toronto og utgir det for å være New York. Altså, det er ikke noen mennesker

¹⁸⁸ Intervju med Bose, 2009:5 & 6.

som ikke har en fornemmelse av å være i New York. Og det er jo litt på samme måte kan en si... Vi filmer jo noen locations nå i Oslo hvor man... en kan ikke se det. Altså, om en er inni et hus, eller inni en leilighet eller i en parkeringskjeller. Ja, kanskje kan du godt se på parkeringskjelleren at den finnes ikke i Bergen, men hodene gjør det altså.¹⁸⁹

Under slike forhold spiller det liten rolle hvor Varg Veum befinner seg under filminnspillingen, så lenge det ser ut som handlingen foregår på et bestemt sted. Til tross for bestemmelsen i kontrakten om at handlingen skal foregå i Bergen, blir derfor deler av de seks nye Varg Veum-filmene spilt inn i Oslo. Hvordan er det da mulig å benytte et annet sted til filminnspilling av Veum, nå når vi har sett hvor knyttet Varg Veum er til stedet Bergen, både i bøkene, og i henhold til Staalesens bestemmelse i kontrakten til filmene. Peter Bose forteller i intervjuet at flyttingen av Veum-filmene til Oslo er grunnet praktisk og økonomiske årsaker. Han forklarer at det er mulig å flytte filminnspillingsstedet siden bestemmelsen i kontrakten til Gunnar Staalesen kan tolkes slik at handlingen skal foregå i Bergen, men at den ikke nevner på hvilken måte. Bose fremhever imidlertid at de uansett "... bestreber etter at en kan se at det er Bergen på film".¹⁹⁰ Her viser Miso Film igjen at stedet filmen blir spilt inn på er uvesentlig for en filmproduksjon, så lenge den ferdige filmen gir et klart inntrykk av stedet i filmene. Noen ganger blir det imidlertid nødvendig for filmselskapet å benytte seg av et eksakt sted i filmene. Peter Bose forteller at for eksempel filmmanuset til filmen "Begravde Hunder" (utgitt i 2008 på DVD) krevde at de måtte spille inn scener på Torgalmenningen i Bergen:

Det er noenting som er selvskrevene. Altså, i den siste filmen hvor vi har det her med folkepartiet. Og hvor det er den her... hva skal man si... tale på Torgalmenningen foran der. Det er jo opplagt det ikke kunne foregå andre steder. På en måte så er det locations som er givende... man skriver til. Fordi man vet de er i bybildet.¹⁹¹

Denne scenen fra Torgalmenningen i filmen "Begravde Hunder" har jeg kikket nærmere på. Det kommer tydelig frem at det er på Torgalmenningen i Bergen de filmer. Almenningen er filmet fra flere vinkler (fra siden og ovenfra), og en ser bygninger og butikkvinduer. I filmscenen er det typisk grått bergensvær, og filmen viser noen mennesker under paraplyer

¹⁸⁹ Intervju med Bose, 2009:5.

¹⁹⁰ Intervju med Bose, 2009:5.

¹⁹¹ Intervju med Bose, 200:11.

ved en scene hvor det foregår et partipolitisk folkemøte. En av politikerene i filmen trer først frem på scenen og sier høyt og tydelig: Goddag Bergen! I bakgrunnen skimtes Sjømannsmonumentet, de hvite trehusene i Sandviken i bunnen av byfjellene, de gamle trehusene ved Torget, og i motsatt retning skimtes BT-klokken på Dickens-bygningen, og den røde Johanneskirken som troner på toppen av bakken opp mot Høyden. Det vises også en annen scene i den samme filmen hvor to skuespillere prater sammen på et kontor, og ut vinduet fra kontoret kan man se hele Torgalmenningen og i bakgrunnen byfjellene. Det gamle, store, røde Sundtskiltet på toppen av Sundtbygningen på Torgalmenningen er også filmet.

Disse scenene ifra filmen ”Begravde Hunder” viser et tydelig bilde av Bergen sentrum, og må derfor sies å være god reklame for stedet på Vestlandet. I de tilfeller hvor filmer ikke blir spilt inn på stedet som fortellingene foregår, er det likevel en fordel for stedet at det blir vist frem på film. Filmene vil gi stedet en markedsføringsfordel i at stedet oppnår oppmerksomhet og reklame. Fortellingene om stedet blir koblet til stedet av publikum som ser filmene, og i regional sammenheng kan dette igjen sees i henhold til ”den identifiserende region”. Bildene av et sted på film fremviser variasjoner mellom stedet på film og stedene publikum befinner seg på, og er derfor et utgangspunkt for at mennesker opplever forskjell mellom ”vi og de andre”. Vi så at stedsidentitet ifra Varg Veum-bøkene til film ofte ble forsterket, og at på den måten ble unike deler ved Bergen vist frem på film. Dette utdraget fra filmen viser at det var viktig å benytte et unikt sted på film. Torgalmenningen i Bergen sentrum er unik, og derfor ble det viktig å få spilt inn denne filmscenen akkurat der. Fra bok til film ble altså mindre gjenkjennelige steder i Varg Veum-fortellingene byttet ut med mer gjenkjennelige steder. Men unike steder i fortellingene måtte imidlertid fungere som det fysiske innspillingsstedet også.

For filmprodusentene var det også nødvendig med en endring i tid fra fortellingene i bøkene til fortellingene i filmene. Varg Veum-filmene har en handling som foregår i nåtid, til tross for at de seks utvalgte bøkene som det skulle lages film av først, er skrevet i tidsperioden fra 1979 til 1993. Filmprodusenten bemerker at det er bevisst at filmene er lagt til nåtid, og at deler av Varg Veum-fortellingene måtte skrives om i arbeidet med filmmanusene siden fortellingene inneholdt problemstillinger som ikke er like aktuelle den dag i dag. Bose nevner for eksempel at: ”... den problemstillingen man hadde i 70- tallet, eksempelvis oljekrise, det finnes jo ikke

idag, og slettes ikke i Norge kan man så si”.¹⁹² Det var også viktig for Miso å variere med ulike fortellinger om Varg Veum på film. Peter Bose bemerkte: ”Så vi prøvde med vilje, hva skal man si... Der var noe miljøkriminalitet, der var noe narko, der var noe forsikringssvindel”.¹⁹³ Dette ble gjort fordi at en ikke skulle få seks filmer som alle handlet om samme gjennomgående tema. Derfor ble det valgt ut fortellinger på ulike bakgrunn som handlet om for eksempel miljøkriminalitet, narko eller forsikringssvindel.

Et annet poeng i forhold til bruken av tid og sted i filmene for filmselskapet, er at prismessig hadde det blitt for dyrt å forholde seg til det fysiske opprinnelige ved Varg Veum-fortellingene som for eksempel kostymer, gamle biler, datidens klær, bygninger og interiør.¹⁹⁴ Praktiske og økonomiske årsaker gjorde altså at fortellingene om Varg Veum ble endret i prosessen fra bok til film av filmselskapet, noen ganger tilfeldig, og andre ganger bevisst. På spørsmål om en kunne endret bøkens innhold i tid, slik at et moderne publikum muligens identifiserte seg sterkere med filmene, svarte både Staalesen og Bose i sine intervjuer at det var noe de ikke hadde tenkt over.¹⁹⁵ Det er altså ikke en bevisst endring i tid i fortellingene for publikums identifikasjon, men snarere en praktisk og økonomisk avgjørelse som ligger til grunn for manusomskrivningene fra bok til film. En bevisst endring i tid i fortellingene, er begge følger av økonomiske og praktiske forhold i henhold til filmproduksjonen, og altså ikke å tilpasse filmen publikum.

5.5 Bergen som innspillingssted

Vi har sett hvordan filmselskapet benyttet fortellingene om stedet i filmene. Her skal vi se nærmere på hvordan Bergen fungerte som innspillingssted. Vi har tidligere sett at det ikke er nødvendig for et filmselskap å benytte steder i fortellinger som de innspillingssteder for film. Er Bergen stor nok som innspillingsby, eller kan fysiske egenskaper som de smale smauene mellom trehusene, eller det beryktede fuktige bergensværet være hindringer for å legge en filminnspilling dit? Bergen by mangler også enkelte filmtjenester, så hvordan opplevde filmselskapet Bergen som innspillingssted? Peter Bose forteller i intervjuet at han er vant med

¹⁹² Intervju med Bose, 2009:11.

¹⁹³ Intervju med Bose, 2009:10 & 11.

¹⁹⁴ Intervju med Bose, 2009:14.

¹⁹⁵ Intervju med Staalesen, 2009:15 & Intervju med Bose, 2009:14.

smale gater, og at været skulle være ”en del av looken” derfor ønsket han regnvær og forteller ivrig: ”Og det var så meget sjovt at da vi startet med å filme Bitre Blomster, den første take, da var det blå himmel og sol, når det skulle være regn egentlig”.¹⁹⁶ Det bergenske været og materielle forutsetninger som for eksempel smale gater, var altså ikke noe problem for filmselskapet i valg av innspillingssted. Filmprodusenten forteller videre i intervjuet at han opplevde Bergen som et veldig engasjert sted i forbindelse med innspillingen av Varg Veum-filmene:

Bose: Det er spesielt. Fordi når du kommer fra en hovedstad som København, Oslo, London eller New York, Stockholm, så er folk så vant med at det er filmproduksjoner. Og så blir folk så veldig, hvis noen står i veien og filmer... hvor folk blir sure. Det var det ikke noen som ble i Bergen, de ble nysgjerrige og sa: Åh, det er Varg Veum! Og det henger jo sammen med at Staalesen er en fantastisk ambassadør for Varg Veum og Bergen. Og han er utrolig vel likt i by'n – altså, det faktum at han er en sånn personlighet gjør også at mange mennesker har en positiv innstilling til Veum. Og det smitter selvfølgelig, og det har også med stolthet å gjøre.

Lill: Det er jo en by som er kjent for å være patriotisk.

Bose: Ja, det er klart. Dere er ikke fra Norge, men fra Bergen.¹⁹⁷

Det er en morsom observasjon at Peter Bose nevner dette uttrykket i siste setning og han humret faktisk litt over det når han nevnte det. Til og med en danske er klar over dette slagordet som har versert i Bergen. Bose peker videre på et lokalt samhold på stedet, som viser seg gjennom det faktum at bergensere vet hvem Varg Veum og Gunnar Staalesen er. Positive assosiasjoner gjorde altså at den lokale befolkningen anså en filminnspilling på stedet som positivt. Bose nevner at det har med en stolthet å gjøre, en stolthet jeg tolker som at Bose ser som sterk lokal identitet, nærmest småbyidentitet. Det viste seg altså at det generelt var en god holdning til Varg Veum på stedet, og at dette viste seg gjennom felles assosiasjoner til Varg Veum-fortellingene og Staalesen. En egen bevissthet over stedet viser seg også gjennom populæruttrykket ”vi e'kkje fra Norge, vi er fra Bergen”. Dette lokale fellesskapet viste også en annen side til holdningen ”vi og de andre”, for da jeg spurte filmprodusenten om han kom

¹⁹⁶ Intervju med Bose, 2009:13.

¹⁹⁷ Intervju med Bose, 2009:14.

på andre spesielle hendelser ved filmminnspillingene av de seks første filmene på Vestlandet, fikk jeg et langt svar tilbake på dette spørsmålet av Bose:

Nei, altså, jeg har ett minne om at vi kom litt, vi kom faktisk litt i... hva skal man si...i unåde hos den lokale bransjen da vi produserte de første seks filmene. Fordi på ett tidspunkt så søker vi kommunen om en ytterligere bevilgning fordi vårt budsjett var blitt for høyt. Det vi så ikke like hadde tenkt over var at vi, hva skal man si... i ansøkingen hos kommunen, at den var offentlig - og avisene kan jo gå inn og se all korrespondansen hos kommunen - og da hadde vi i våres ansøking blant annet skrevet at på grunn av manglende kompetanse har vi fått økte omkostninger fordi vi har vært nødt til å hente flere mennesker inn til Bergen. Og det var det da noen som tok veldig ille opp. I særdeles filmarbeidere som synes det: hva vi bilder oss in! At det var masse dyktige folk i Bergen. Og det er det uten tvil. Men det er forskjell på å lave en reklamefilm som du bruker to dager på, og så lave en spillefilm som du bruker 35 dager på. Det er det bare. Og det er jo ikke for å se ned på noe, det er et faktum. Altså, alle som har jobbet på film vet at det er et faktum. Men det blir jo også veldig følsomt. Det er ikke noen som ønsker å bli kritisert, og fra vår side var det ikke ment som noen kritikk, det var et faktum. Og så er det klart at når pressen sitter der og setter sin vinkel på det, så kjører det. Så det var sånn sett det mest negative vi opplevde. Men ellers synes jeg vi hadde en ufattelig god, altså vi ble jo riktig godt mottatt i Bergen. Av lokalbefolkning, der var stor hjelpsomhet med locations, når vi nå fyllte en hel parkeringsplass og i prinsippet var i veien så synes folk bare at det var fint.¹⁹⁸

Pressen og de lokale filmfolkene formidlet slike historier videre til lesere, og media har en påvirkende kraft på publikum. En slik publisitet kan derfor skape ett større skille mellom ”vi og de andre”, og gjøre det vanskeligere å samarbeide ved en filmminnspilling på stedet. En kan forstå at lokale filmarbeidere kan føle seg noe støtt siden de ikke får delta på en filmproduksjon som foregår på sitt sted. En må imidlertid også ta i betraktning at filmselskapet ønsker å skape et best mulig produkt. Peter Bose ordlegger seg forsiktig når han nevner denne situasjonen. Han ønsker tilsynelatende ikke å fornærme noen eller ”trække noen på tærne”, men uttaler seg om en en situasjon som opplevdes noe ubehagelig for filmselskapet

¹⁹⁸ Intervju med Bose, 2009:9.

på innspillingsstedet. Her ser en hvordan en lokal identitet, kan være utfordrende for folk som kommer utenfra til stedet. Noen bergensere mente tydeligvis at de hadde nok folk til innspillingen av Varg Veum-filmene på stedet, noe danske Miso Film ikke var helt enig i, siden det er forskjell i kompetanse på å lage spillefilmer i forhold til reklamefilmer.

Bose peker her på utfordringer med et tydelig bergensk fellesskap som rettet en lokal misnøye mot filmselskapet. I så måte ser en at den sosiale kapitalen kan ha en negativ virkning på besøkende. Den lokale pressen formidlet altså noe som var ubehagelig for filmselskapet, og det er interessant å se at den lokale pressen åpenbart fulgte med på innspillingen av Varg Veum-filmene.¹⁹⁹ Dette var trolig på grunn av at filmselskapet drev på med noe som stod bergensere nær, og noe som var en samlende felles sosial faktor for stedet; nemlig Varg Veum. Vi har sett et eksempel på at et positivt lokalt fellesskap kan gjøre at det blir positivt for filminnspillinger utenfra å arbeide på stedet. Men et fellesskap kan tydeligvis også fungere negativt på besøkende på stedet, hvis fellesskapet ikke har de samme holdningene og verdiene som de besøkende.

5.6 Oppsummering

Forfatteren Gunnar Staalesen og filmselskapet Miso Film har forskjellige syn på bruken av stedene i Varg Veum-fortellingene. For forfatteren er stedet en forutsetning for fortellingene om Varg Veum, siden stedet er utgangspunktet for skapelsen av fortellingene. Hos filmselskapet kommer stedet i andre rekke i valget av Varg Veum for filmatisering. Dette siden interessen for en bokserie med gode historier i kriminalsjangeren, er det vesentligste for valg av fortellinger til filmatisering hos filmselskapet. Sted er derfor en forutsetning for en kriminalhistorie ifølge Staalesen, men altså ikke en forutsetning for valg av historier til filmproduksjon. Det var dette tilfeldige valget av Veum-historiene som gjorde at Bergen og Vestlandet ble aktuell for filminnspilling. Gunnar Staalesen knytter stedet sterkt til sine Varg Veum-fortellinger, i både bokform og som film, og fikk derfor en bestemmelse i filmkontrakten om at handlingen i Varg Veum-filmene skulle foregå i Bergen. Filmselskapet ønsket å vise Bergen på film ettersom Varg Veum har en sterk bergensstilhørighet, men for

¹⁹⁹ <http://www.bt.no/kultur/film/Braak-om-Veum-millioner-348786.html> sist sjekket:10.5.2010.

dem er det mindre viktig å bruke byen Bergen som innspillingssted. Stedet i en fortelling er dermed ikke en forutsetning for en filmproduksjon.

Gunnar Staalesen gav slipp på sine opprinnelige narrativer for å få en bredere bergensk identitet på film. For ham var det viktigste at handlingen foregikk i Bergen, og det ble mindre nøye med språket til Varg Veum og bruk av de eksakte stedene som var skildret i bøkene. Det forekom endringer av steder i overføringen av steder i bøkene til filmene, slik som når filmselskapet valgte å filme på Nordnes istedenfor i Loddefjord og Vadmyra, eller når en villa i Kalfarli ble erstattet med en villa i Fjellsiden. Noen steder i Veum–fortellingene måtte også byttes på grunn av tiden som var gått siden fortellingene ble skrevet, som i tilfellet med kontorinngangen til Varg Veum. De valgte endringene av steder i Varg Veum–fortellingene fra bok til film, forsterket ofte bergenske steder på film. Det viste seg at det ble viktigere å vise unike steder frem på film, og ikke steder i litteraturen som kunne forveksles med andre steder. Men unike steder i fortellingene ble benyttet som innspillingssted, siden det ikke kunne blitt spilt inn andre steder. Praktiske og økonomiske forhold forårsaket altså at det ble nødvendig for filmselskapet å endre noe på fortellingene om Varg Veum i filmene.

Praktiske og materielle endringer kunne forekomme i form av praktiske endringer som ved eksempelet om oljekrisen, og økonomiske endringer ved valg av moderne kostymer istedenfor klær fra 1970–tallet. Endringene av Veum-fortellingene fra bok til film var ikke beregnet for et moderne publikums identifikasjon med stedet i filmene. Fortellingene om Varg Veum var tydeligvis en identifiserende faktor for lokalbefolkningen i Bergen, noe som gjorde at det stort sett var meget positivt for filmminnspillingene å arbeide på stedet. Dette sosiale fellesskapet på innspillingsstedet viste også en annen side av skillet mellom ”vi og de andre”. Et sosialt fellesskap på stedet kan oppleves både positivt og negativt for besøkende utenfra. Ved å bytte ut steder i fortellingene på film kan en altså øke stedsidentitet på film. Dette fokuset på stedets identitet på film, og i lokalmiljøet på innspillingsstedet, fremmer teorien om den identifiserende region. Vi har altså sett Varg Veum som kultur på stedet, og på denne måten sett hvordan det har virket i henhold til filmminnspilling på stedet.

Vi har foreløpig sett ulike måter stedsidentitet fungerer på i forhold til film som kultur. Det var en kombinasjon av kultur og næring som gjorde seg gjeldende når det kom til å legge filmminnspillingene til Vestlandsregionen. Dette er noe som vi skal se nærmere på i kapittel seks. Der skal vi se på om det var kultur eller næringsperspektiver som gjorde at Vestlandske

aktører ønsket å delta i en filminnspilling i Vestlandsregionen – var det ønsket om å støtte den lokale identiteten og stedet, eller ønsket om å oppnå vekst?

6 STED OG FILMNÆRING

Forrige kapittel viste hvilken betydning stedet hadde for å legge produksjonen av filmene til Vestlandet. I dette kapitlet skal jeg derfor se nærmere på hvorfor ulike lokale og regionale næringsaktører ønsket å delta med kapital i Varg Veum-filmene. Hvilke tanker og ideer lå bak de økonomiske bidragene fra de ulike offentlige og private aktørene? Var tanker om næringsvekst, attraktivitet, eller Varg Veum som kunst, grunner til å støtte film? Vi skal se nærmere på om de ulike aktørene hadde kulturelle eller næringsmessige grunner for å støtte de seks første Varg Veum-filmene. I dette kapitlet ønsker jeg derfor å presentere en analyse av forholdene mellom filmselskapet Miso Film, og ulike vestlandske bidragsytere til de seks første Varg Veum-filmene. Dette analysekapitlet er derfor for det meste basert på intervjuer med Vestnorsk filmsenter, Bergen kommune, Fuzz, og Frydenbø. Intervjuene ble foretatt høsten 2009 i Bergen, og tar for seg temaene film og næring på et sted og i regionen, og vil se nærmere på:

- Hvorfor lokale og regionale aktører ønsket å delta med økonomisk støtte til innspillingen av Varg Veum-filmene på Vestlandet?
- Hvordan var forholdet mellom de ulike bidragsyterne ved deltagelsen i samarbeidet mellom kultur og næring i Vestlandsregionen?

Forholdene mellom sted, region, og filmnæring er derfor de sentrale temaene i dette analysekapitlet. I første del vil jeg drøfte om det var kultur eller næring som lå til grunn for å gi økonomisk støtte til innspillingen av Varg Veum i Bergen og på Vestlandet. Med kultur mener jeg da Varg Veum som kunst, og Vestlandet som identitet i fortellingene og filmene. Med næring mener jeg tanker om vekst på stedet, som gjennom ideer om attraktivitet og næringsvekst, som gjorde seg gjeldende ved filmstøtten på Vestlandet. Forholdet mellom disse aktørene i filmproduksjonen i regionen vil deretter bli belyst i dette kapitlet, siden det er interessant å se nærmere på hvordan et slikt samarbeid mellom kultur og næring i en region kan fungere. Forholdet mellom private næringer og kultur vil også bli belyst i et eget avsnitt.

6.1 Offentlig filmstøtte

Offentlige aktører som Vestnorsk filmsenter og Bergen Kommune er to av de økonomiske bidragsyterne til de seks første Varg Veum-filmene på Vestlandet. Vestnorsk Filmsenter startet opp i 1994 (med virke fra 1. januar 2005) og er et AS eid av Bergen Kommune og Hordaland Fylkeskommune.²⁰⁰ Jeg intervjuet daglig leder Irmelin Nordahl for å få nærmere svar på årsakene til Vestnorsk Filmsenter sin deltagelse i de seks første Varg Veum-filmene. Intervjuet ble foretatt over en kopp kaffe på kafeen Kippers på Verftet i Bergen. Hun peker på at filmsenteret ikke driver med produksjon av spillefilm, men bidrar til spillefilm ved kompetansehevende tiltak, og at de støtter manusutvikling til spillefilm. Filmsenteret støtter altså utviklingsfasen i en langfilmproduksjon. Filmsenterets daglige virke går ut på at de arrangerer ulike bransjetiltak med mål om å heve bransjen, som kurs eller manusveiledning. Irmelin Nordahl forteller at filmsenteret først og fremst retter seg mot den profesjonelle delen av filmbransjen og videre løfte talenter på vei inn i filmmiljøet, og den beste måten å tilføre kompetanse på er nettopp å være i filmproduksjon.²⁰¹

Filmsenteret støttet de seks første Varg Veum filmene med 50 000 kroner i bransjehevende kompetansetiltak, som skulle lære opp assistenter i ulike funksjoner.²⁰² For gjennom assistentstillingene kan disse filmarbeiderne oppnå erfaring og kompetanse, noe som i ettertid kan benyttes ved andre filmproduksjoner på Vestlandet. Kompetansehevende tiltak som dette utgjør et indirekte tilskudd til filmproduksjoner i regionen, mener Nordahl. Det siden en slik støtte til film også har et utgangspunkt i: ”... nettopp for å bygge opp kompetansen i forhold til enkelte fagfunksjoner”.²⁰³ Vestnorsk filmsenter støttet altså de seks første Varg Veum-filmene for at et par lokale filmarbeidere kunne få muligheten til å arbeide i assistentstillinger på filminnspillingene og slik være med og øke kompetansen til filmmiljøet på Vestlandet. Hun nevner også at næringsinntektene til det lokale filmmiljøet er viktig, og bemerker:

Det er jo klart at seks spillefilmer, selv om noen er på TV og noen er på kino, betyr mange filmfolk lønnet i en lang periode. Å ha filmproduksjoner i gang på Vestlandet gir nettopp inntekter til selskaper og til frilansere i vår region. Varg Veum-prosjektet er ett av de største prosjektene i norsk filmhistorie.²⁰⁴

²⁰⁰ Intervju med Nordahl, 2009:5.

²⁰¹ Intervju med Nordahl, 2009:2.

²⁰² Intervju med Nordahl, 2009:1.

²⁰³ Intervju med Nordahl, 2009:1.

²⁰⁴ Intervju med Nordahl, 2009:1.

Det ser ut til at muligheten til deltagelse i et stort filmprosjekt er viktig for inntekter for filmmiljøet på Vestlandet. Dette blir derfor en betraktning å ta hensyn til for filmsenteret, som skal drive med kompetanse- og bransjehevende tiltak for filmmiljøet i Vestlandsregionen. Filmsenteret har altså et mål om å bygge opp en bærekraftig filmnæring på Vestlandet, og støtter kompetansehevende tiltak, og fortjenester til filmnæringen i regionen. Vestnorsk filmsenter har imidlertid ikke bare fokus på filmnæringen på Vestlandet, for filmsenteret ønsker også å formidle vestlandske fortellinger gjennom satsing på filmmanus, og ifølge Nordahl:

Satsningen på manusutvikling inngår i en langsiktig strategi for å styrke filmproduksjonen regionalt. På nasjonalt plan mener vi det er viktig å etablere tydelige og selvstendige stemmer utenfor Oslo, og der er vår region allerede ledende. På regionalt plan har vi et særdeles vitalt og levedyktig filmmiljø, med et stadig økende ambisjonsnivå.²⁰⁵

Satsing på manusutvikling og fortellinger fra Vestlandet blir viktig for Vestnorsk filmsenter for å styrke filmproduksjonen regionalt. Utgangspunktet for store filmminspillinger er jo fortellingene som skal skapes gjennom en filmproduksjon, noe som gir arbeid til filmarbeidere. Nordahl nevner altså at det er viktig at filmmiljøet på Vestlandet formidler egne fortellinger. Filmer basert på norsk språk, kultur og fortellertradisjon er som vi har sett et av målene for offentlig støttet film i Stortingsmelding Nr.22 *Veiviseren for det norske filmløftet* (2006-2007).²⁰⁶ Irmelin Nordahl fremviser her en tanke om å bruke en vestlandsk identitet i vestlandsk filmproduksjon, men uten å gå detaljert inn på hva selve den vestlandske identiteten består av. Tanken om en felles vestlandsk identitet som utgangspunkt for filmproduksjon i regionen er altså fremtredende hos filmsenteret, sammen med tanken om økt kompetanse og fortjenester. Dette viser en ”vi og de andre” holdning, og fremmer Lysgård sin teori om den identifiserende region. For Vestnorsk filmsenter var det også helt avgjørende at filmene skulle spilles inn i Bergen og på Vestlandet.²⁰⁷

Det kan se ut som at filmsenteret har både kulturelle og næringsmessige årsaker til deltagelsen i Varg Veum-filmene, siden kompetansehevende tiltak, inntekter til filmnæringen i regionen, og en vestlandsk identitet på film, alle var årsaker til den økonomiske støtten fra Vestnorsk

²⁰⁵ Intervju med Nordahl, 2009:3 & 4.

²⁰⁶ Stortingsmelding Nr.22, 2006-2007:1.1.

²⁰⁷ Intervju med Nordahl, 2009:2.

filmsenter til de seks første Varg Veum-filmene. Tanken om en egen vestlandsk identitet, drøftet forholdet mellom nasjonalt og regionalt nivå kan sees i sammenheng med teorien om den identifiserende region som ble fremmet av Hans Kjetil Lysgård i hans artikkel ”Regioner som forestilte fellesskap - hvordan og hvorfor?” fra 2007. I den identifiserende region identifiserer eller skiller mennesker seg ut i geografiske ”forestilte fellesskap”, noe som forsterker et skille mellom ”vi og de andre”. Filmsenteret er opptatt av en vestlandsk identitet på film, og at Vestlandet skal øke den lokale filmnæringen. På regionalt forvaltningsnivå finner vi altså at vestlandske fortellinger blir aktuelle for film, og denne tanken ser ut til å ligne filmpolitikken på nasjonalt nivå som støtter norske fortellinger på film.

Bergen Kommune bidrog på sin side med ekstraordinære bevilgninger på fire millioner kroner til de seks første Varg Veum-filmene. Dette var i tillegg til de midler gitt Veum-filmene fra kommunens filmfond Fuzz. For å få nærmere svar på hvorfor Bergen kommune stilte med ulike midler til filminnspillingene, intervjuet jeg Bjørn F. Holmvik, som er Kommunaldirektør i Seksjon Kunst og Kultur i Bergen kommune. Intervjuet ble foretatt på hans kontor på Rådhuset i Bergen sentrum. Under intervjuet fikk jeg servert té i krus designet av bergensere og mottok diverse handlingsplaner fra kommunen som var grafisk utformet og trykket av bergensere, noe som Holmvik fortalte meg underveis i intervjuet. Dette førsteinntrykket av Holmvik og kommunen gjorde at jeg begynte å fornemme en satsing på lokale kulturnæringer hos Bergen kommune. Bjørn Holmvik forteller at Bergen Kommune bidrog med midler til Varg Veum-filmene siden kommunens filmpolitikk bidrog til at kommunen ønsket å legge penger i sitt eget filmmiljø, men også fordi fortellingene om Varg Veum var interessante:

Det henger sammen med at vi har en etablert filmpolitikk hvor det ble etablert ett eget filmsenter for å ta vare på dokumentarfilmene og den type... også mot TV-produksjon. Og samtidig da at vi da i en egen kulturnæringsplan definerte også behov for å etablere ett eget filminvesteringselskap. For vi så at konkurransen for investeringspengene, de er og var så store at vi ville selv sørge for at vi kunne gi noen direkte penger til vårt eget miljø, for å få det opp og stå. Og så kom da søknaden fra selskapet om de midlene. Og hele dette var basert på at det har en historie, altså en originalitet som bare er her. Ok, detektivhistoriene er ikke bare her, men det var en miljøbeskrivelse... det var en dramaturgi som

passer godt til bebyggelsen her... persongalleriet er liksom det bergenske miljøet.²⁰⁸

Fortellingene om Varg Veum i tillegg til den kommunale filmpolitikken var altså årsaker til kommunens økonomiske deltagelse i de seks første Veum-filmene. Vi ser her at filmselskapets bruk av fortellinger fra Bergen, og ideen om kompetanseheving og fortjeneste til den lokale filmnæringen, i samspill med den kommunale filmpolitikken, alle sammen er årsaker til at Bergen kommune støttet Varg Veum-filmene. En satsing på det lokale filmmiljøet viser en kobling til en satsing på kulturnæringen film i Bergen. Vi har tidligere sett at kommunens handlingsplaner blant annet nevnte den amerikanske økonomen Richard Florida og hans teori om at kreative mennesker skaper vekst på steder.²⁰⁹ Gjennom slike tanker om vekst i filmnæringen på stedet, er det mye som tyder på at det er Lysgårds politiske region som gjør seg gjeldende. Ifølge Lysgård er en politisk region et geografisk avgrenset område for politikktutforming, og på den måten kan man ”i geografisk forstand både definere hvilket område som behøver endring og krever planlegging, hvilket område en målformulering skal rettes mot, og i hvilket område konkrete tiltak skal settes i verk”.²¹⁰

Bergen Kommune følger altså ulike handlingsplaner for vekst i filmnæringen på stedet, og har på den måten en tydelig ide om å satse på den lokale filmnæringen. På spørsmål om kommunen på noen måte føler at de har fått tilbake pengeverdien som de la i Varg Veum-filmene, nevner Holmvik at kommunens deltagelse i Varg Veum-filmene også gjelder ”omdømmebygging”:

Men det er nok mer omdømmebyggingen som vi har vært ute etter. Altså, hvilket omdømme du får for, du kan si... den bergenske trebyen, det bergenske regnet, den bergenske bygaten. De derre miljøene ute, slik at... jeg har vanskeligheter med å være veldig presis på det. Fordi at folk som ikke har vært i Bergen de sier: ”Åja, det må jo være der”. Altså, de skjønner at dette er vår identitet, dette er trehusbebyggelsen vår, dette er smauene våre, dette er allmenningen vår. Altså, noe som vi er helt spesielle på i Norge ikke sant. Folk som da bor utenfra... Dette bekrefter deres omdømme og forståelse fra Bergen, både for små og store. Og de som har lest Varg Veum kjenner det igjen, slik at hva er det verd i pris? Det er liksom... Det er nesten sånn at det er umulig... altså

²⁰⁸ Intervju med Holmvik, 2009:1.

²⁰⁹ Florida, 2005.

²¹⁰ Lysgård, 2007: 87.

noe kan de kvantifisere i tall... men at ett sånt hjerte- og hjernegreier da kommer du på... ja, hvor vil du velge å reise neste gang du skal besøke? Ja, vil du velge Bergen fordi at...²¹¹

For kommunen ble det også viktig å delta i Varg Veum-filmene for å formidle det bergenske ”omdømmet”. Det består av blant annet trebygninger, regn, bygatene, smau og allmenningen, ifølge Holmvik. Han benytter ordet ”vår” her, noe som tyder på at han definerer kommunen som et eget sted med en egen identitet. Kanskje er det også fordi intervjueren er bergenser som gjør at han bruker ordet ”vår”. Holmvik uttrykker videre at han har vanskeligheter med å forklare disse tankene om omdømme, men han ser ut til å ha assosiasjoner til en bergensk identitet. Bergen kommune ønsker å fremvise en bergensk identitet på film, og geografen Grete Rusten påpeker i *Vårn med nye muligheter* at ”aktiv profilering på film kan være et svært viktig verktøy både som en forestilling, men også som virkemiddel til å presentere en region”.²¹² Holmviks tanker om omdømmebygging ved bruk av film passer til Rustens oppfatninger om å kunne presentere regionen (eller stedet) gjennom film: ”kanskje er det vel så viktig at en film kan skape en positiv oppfatning, opplevelse og stolthet av et land, en region eller et sted enn eventuelle umiddelbare økonomiske effekter”.²¹³

Her ser vi at Holmvik faktisk går over fra å snakke om film som økonomi, og til å snakke om film som identitet. Det er interessant å se hvordan Holmvik tydelig viser at stedsidentitet var en grunnleggende tanke for å støtte Varg Veum-filmene. Akkurat hva en bergensk identitet er, kan være vanskelig å beskrive, siden assosiasjoner til et sted kan være ”følelser, tanker eller holdninger” om stedet.²¹⁴ Et slikt syn på identitet kan kobles til Lysgårds teori om den identifiserende region, som skiller mellom ”vi og de andre”. Han ønsker å vise en unik kultur på stedet frem på film. En bruk av kultur på film er altså også en årsak til deltagelsen i de seks første Varg Veum-filmene for kommunen. Det som er interessant å legge merke til er at Holmvik ønsker å benytte stedets kultur på film, for at stedet skal være attraktivt for turister. Vi ser at kommunen beveger seg imellom kultur og næring, og kategoriene glir noe over hverandre i satsingen på Varg Veum. Vi ser at Bergen kommune satser på film som kulturnæring.

²¹¹ Intervju med Holmvik, 2009:8.

²¹² Rusten, 2007:128.

²¹³ Rusten, 2007:138.

²¹⁴ Hem et al., 2007:110.

Bergen kommune bidrog også med midler til de seks første Varg Veum-filmene på bakgrunn av tanker om vekst i den lokale filmnæringen, og for å kunne vise frem stedet på film. Kommunen ønsket altså å fremstå som attraktiv for andre, ved å vise sitt unike sted frem på film. En slik tankegang tyder på tanken om vekst gjennom kreative mennesker, og er noe som gjør at Bergen kommune viser tilhørighet til en type økonomisk region.

6.1.1 Privat filmstøtte

Vestnorsk filmsenter og Bergen kommune kan karakteriseres som offentlige bidragsytere ved Varg Veum-filmene. Filmfondet Fuzz er det første filmfondet i Norge som besitter både offentlige og private midler, og er et selskap som ble stiftet i 2006, og som er heleid av Bergen Kommune.²¹⁵ Daglig leder i filmfondet Fuzz, Lars Marøy, ønsket å la seg bli intervjuet på kafeen Kippers på Verftet, altså samme sted som daglig leder i Vestnorsk filmsenter ønsket å la seg intervjuet. Under intervjuet med Marøy kom det frem at filmfondet forvalter 6,5 millioner kroner i privat kapital fra ni private investorer, mottar 2,5 millioner kroner i statstøtte i år, og forvalter også prosjekttilskudd fra Bergen kommune, Hordaland Fylkeskommune, og Møre og Romsdal fylke.²¹⁶ Fondet har også prosjektsamarbeid med Sogn og Fjordane fylkeskommune. Marøy forteller at det de skal gjøre i de tre fylkene er: ”å toppfinansiere kinofilmer, både spillefilmer og dokumentarfilmer, TV- serier og dataspill. Det er det som er vår virksomhet, å toppfinansiere med stort sett en til to millioner kroner”.²¹⁷ De private investorene i Fuzz er alle selskaper som har hovedkontorer på Vestlandet, bekrefter han også.²¹⁸

Filmfondet inngikk en samproduksjonsavtale med Miso Film ved de første seks Veum-filmene, og Marøy forteller at Fuzz deltok med ”midler til produksjonen, investerte i prosjektet, og fikk ett eierskap i prosjektet”.²¹⁹ Fuzz investerte fem millioner kroner i de seks første Varg Veum-filmene, og deltagelsen i Varg Veum-filmene hadde en hovedgrunn, ifølge Marøy: ”Vi gikk inn av en hovedgrunn, og det var å bidra positivt til veksten i den da gryende bergenske filmbransjen. Så det var en industriskapende begrunnelse for å gå inn”.²²⁰ Filmfondet Fuzz sin økonomiske deltakelse i de seks første Varg Veum-filmene skyldes altså

²¹⁵ Intervju med Marøy, 2009:2.

²¹⁶ Intervju med Marøy, 2009:5.

²¹⁷ Intervju med Marøy, 2009:1.

²¹⁸ Intervju med Marøy, 2009:3.

²¹⁹ Intervju med Marøy, 2009:4.

²²⁰ Intervju med Marøy, 2009:5 & 6.

et ønske om å støtte videre vekst i den lokale filmnæringen. Siden utviklingen av den lokale filmnæringen på stedet var hovedmålet ved filminvesteringen, så ser det ut til at filmfondet tar utgangspunkt i den samme tankegangen som Bergen kommune, og som passer i henhold til den amerikanske økonomen Richard Floridas ideer om at næringer med kreative mennesker på et sted kan skape vekst på stedet.²²¹ Denne type filminvestering fremmer en bruk av vestlandske filmarbeidere på filmsett i regionen. På denne måten kan filmnæringen på Vestlandet oppnå ulike fortjenester. Marøy forteller videre:

Det en kan si er at Varg Veum er et kjent konsept og dermed mer kommersielt, det var viktig for oss. Men på en måte... Hvis vi hadde trodd at de kunne få en like god omsetning i filmbransjen, like god som investeringsbeløpet hvis de hadde spilt inn Wallander, eller ett eller annet sånt i Bergen, da hadde vi gått inn i det og.²²²

At Varg Veum var kjent gjorde det altså enklere for filmfondet å investere kommersielt i filmene. Men om det er fortellingene om Varg Veum eller Wallander som skal filmes i regionen er ubetydelig, så lenge filmmiljøet på Vestlandet oppnår fortjeneste ved å delta på filminnspillingene. Fortellingene om Varg Veum blir slik mindre viktig ved denne typen næringsrettet filmstøtte. Bruken av stedet og filmnæringen er det som blir utgangspunktet for filmfondet når de velger å støtte Veum-filmene, og filmfondet utviser en klar næringstanke bak filmsatsingen. En videreutvikling i filmnæringen i regionen var altså hovedårsaken til at filmfondet støttet de seks første Varg Veum-filmene. det ser ut til at Fuzz benytter seg av tanker om vekst i kreative næringer på stedet som ble fremmet av den amerikanske økonomen Richard Florida. Fuzz er også kommunens fagorgan for film og vi ser at den samme tankegangen ligger til grunn for de to typene filmstøtte. Planene om å utvikle den lokale filmnæringen ser ut til å ligne en politisk region.

Men i henhold til ideen om å øke den lokale filmnæringen ved å benytte vestlandske filmarbeidere på filminnspillinger i regionen ser en at særlig den identifiserende regionen gjør seg gjeldende. Det er en klar ide om hvem som skal motta støtte fra filmfondet. Det skal være vestlandske filmarbeidere, noe som igjen tilsier at filmfondet har en ide om hvem som tilhører regionen, nå også om hva som utgjør regionen i skillet mellom ”vi og de andre”. Vi har sett at Vestnorsk filmsenter, Bergen kommune og Filmfondet Fuzz alle hadde et mål om å styrke og

²²¹ Florida: 2005.

²²² Intervju med Marøy, 2009:6.

utvide den lokale filmbransjen. De ser alle ut til å ligne en type økonomisk region, siden de alle er sterkt næringsrettet i filmstøtten sin. Vi skal nå se nærmere på to private næringsaktører som også deltok økonomisk i de seks første Varg Veum-filmene, henholdsvis Visjon Vest, og det bergenske selskapet Frydenbø. Vi skal se nærmere på årsakene til at disse to private selskapene ønsket å bidra ved de seks første Varg Veum-filmene.

Visjon Vest er en avdeling i Sparebanken Vest hvor en kan søke om midler til allmennyttige formål i Vestlandsregionen. Sparebanken Vest ønsker med disse midlene å bidra til videre vekst innen områder de mener er viktige for Vestlandet, og Visjon Vests satsingsområder kategoriseres som samfunnsutvikling og næringsutvikling.²²³ Jeg foretok et intervju med banksjef Gro Reppen fra avdeling Visjon Vest i Sparebanken Vest for å få nærmere svar på hvorfor de valgte å delta i de seks første Varg Veum-filmene. Intervjuet ble foretatt på et konferanserom i Sparebanken Vest sine lokaler i Kaigaten i Bergen sentrum. Banksjefen bekreftet at Visjon Vest benyttet allmennyttige midler til å støtte Varg Veum-filmene, og Reppen forteller videre: ”De midlene vi har gitt til Varg Veum er allmennyttige midler som er avsatt av overskuddet til Sparebanken Vest. Dette er midler som vi betrakter som investering i vår region”.²²⁴ Gro Reppen presiserer at med region mener hun de fire vestlandsfylkene Hordaland, Rogaland, Sogn og Fjordane og Møre og Romsdal, og hun peker på at det allmennyttige samfunnsansvaret omfatter disse fire fylkene og at alle som bor i et av disse fylkene kan søke om midler hos Sparebanken Vest.²²⁵

Visjon Vest sine midler investeres altså i regionen, og Visjon Vest bevilget over en million kroner til produksjon av Varg Veum filmene under forutsetning av at filmene skulle produseres i regionen.²²⁶ Mye kan altså tyde på at Visjon Vest fokuserer på å øke verdiene i regionen gjennom næringsutvikling. Bankavdelingen ønsket gjennom støtte til Varg Veum å bidra til at filmene skulle spilles inn i regionen, og banksjefen forteller at deltagelsen i filmserien også siktet på å øke kompetansen i den lokale filmbransjen:

Fordi store deler av filmproduksjonen ble lagt til Bergen ville filmingen av Varg Veum bidra til bygging av filmfaglig kompetanse i vår region. En stor

²²³ <http://www.spv.no/Om-Sparebanken-Vest> sist sjekket: 10.5.2010.

²²⁴ Intervju med Reppen, 2009:1.

²²⁵ Intervju med Reppen, 2009:3.

²²⁶ Intervju med Reppen, 2009:1.

produksjon som Varg Veum var derfor viktig for den regionale filmbransjen, både kompetansemessig og sysselsettingsmessig.²²⁷

Visjon Vest ønsket å bidra til at filmmiljøet skulle få mulighet til å jobbe på et stort filmprosjekt for å oppnå ytterligere erfaring og kompetanse. Reppen nevner at det var en avgjørende premiss at filmene ble spilt inn på Vestlandet og i Bergen for at Visjon Vest tildelte midler.²²⁸ Næringsperspektivet er fremtredende hos Visjon Vest i målene om å få filminnspillingen til Vestlandsregionen og for å øke filmnæringen i regionen, og slik øke kompetansen hos det lokale filmmiljøet. Ideen om å skape arbeid og arbeidsplasser i filmmiljøet i regionen for å oppnå større kompetanse i det regionale filmmiljøet, kjenner vi på ny igjen fra Richard Floridas teorier om at kreative mennesker kan skape vekst på et sted. Visjon Vest sitt forhold til Vestlandsregionen ligner dermed på den vi fant hos filmfondet Fuzz. Begge aktørene er næringsrettet og ønsker å videreutvikle film som næring på Vestlandet. Med tanke på at den regionale filmpolitikken virker økonomisk fundert, ser det ut til at filmfondet Fuzz ser på film i regionen som en kulturnæring, noe som gjør at filmfondet behandler film som næring og ikke som kultur.

Derimot er ideen om bruk av vestlandske filmarbeidere en del av en identifiserende region siden det er de vestlandske filmarbeiderne som skal få tilgang til å jobbe på film på Vestlandet. Dette ser ut til å gjelde hos både Fuzz og Visjon Vest. De to aktørene oppfordrer altså til vekst i filmnæringen i det geografisk avgrensede området Vestlandsregionen. Det ser derfor ut til at begge disse vestlandske aktørene slik planlegger vekst i regionen i form av økonomisk vekst, og at denne veksten skal forekomme gjennom bruken av vestlandske filmarbeidere innenfor Vestlandsregionen. Vekst i Vestlandsregionen skal altså oppnås gjennom økonomisk støtte som skal sørge for bruk av vestlendinger i filmnæringen, og på en slik måte ser en hvordan næring benyttes for å øke en lokal filmkultur. Vi ser samtidig hvordan fortellingene om stedet på denne måten er av mindre betydning for filmstøtte enn utviklingen av filmnæringen for Fuzz og Visjon Vest. De satser ikke på film som kultur, men film som næring på stedet. Begge disse vestlandske aktørene oppfordrer dermed til vekst i filmnæringen i et geografisk avgrenset område, i dette tilfelle Vestlandsregionen.

Den sterke satsingen på filmnæringen i Vestlandsregionen virker relativt ny. Den virker sterkt motivert, og en slik tanke om næringsvekst i regionene ser ut til å fremme en annen

²²⁷ Intervju med Reppen, 2009:2.

²²⁸ Intervju med Reppen, 2009:2.

kategori av region som ikke blir nevnt av Lysgård, som formodentlig kan kalles ”den økonomiske region”. En slik region baserer seg på at regional kapital benyttes i et forsøk på å øke filmnæringen i regionen, heller enn filmen som sådan, og at denne filmnæringen kan bidra til videre vekst i den samme regionen. I en økonomisk region er tanken om økonomisk vekst vesentlig, og for film så vil det i dette tilfellet tilsi en vekst i den lokale filmnæringen. Vi har sett årsakene til Visjon Vest og Fuzz sin deltagelse i Varg Veum-filmene, og skal nå se nærmere på kultursamarbeidet mellom selskapet Frydenbø og Varg Veum-filmene.

Et samarbeid mellom private aktører i regionen og film kan oppstå gjennom møteplassen ”kultursamarbeid”, ifølge kulturviterne Anne-Britt Gran og Donatella De Paoli i boken *Kunst og kapital* fra 2005. De mener at ”kunstlivet og næringslivet møtes helt konkret gjennom sponsorater, oppdragskunst, kompetanseutveksling og lignende. Interessen for å styrke en region eller by kan være en slik felles interesse hos kunstliv og næringsliv.²²⁹ De Paoli og Gran peker også på at ”kultursamarbeidet tenkes mer som en form for byttehandel der næringslivet og kunstlivet bytter ulike ressurser og kompetanser, enn som pengegaver fra næringslivet til kulturlivet”.²³⁰ Vi skal nå altså se på hvilke årsaker som lå til grunn for det private firmaet Frydenbø sin interesse for å delta i de seks første Varg Veum-filmene i Vestlandsregionen.

Her foretok jeg et intervju med markedsjef Birgitte Frostad Ottesen på hennes kontor i Damsgårdsveien i Bergen. Hun forteller at Frydenbø sponset produksjonen av de seks første Varg Veum-filmene med ulike typer biler under filminnspillingen på Vestlandet, både biler til filmarbeiderne på jobb og biler på filmopptakene, blant annet Land Roveren som privatdetektiven Varg Veum kjørte rundt i på filmene. Markedsjef Birgitte Frostad Ottesen påpekte at ikke alle bilene til filmproduksjonen kom fra Frydenbø.²³¹ Hun forteller hvordan tilfeldighetene gjorde at det er første gang det bergenske firmaet sponser kultur i form av film, og at firmaet hadde ikke sponset filmene om de ikke ble spilt inn på Vestlandet.²³² Frydenbø sponser vanligvis kultur i form av for eksempel lokal idrett, og deres første samarbeid med en filmproduksjon oppstod altså ved en tilfeldighet. Ottesen forteller at kultursamarbeidet skjedde ved at:

²²⁹ De Paoli & Gran, 2005:213.

²³⁰ De Paoli & Gran, 2005:214.

²³¹ Intervju med Ottesen, 2009:2.

²³² Intervju med Ottesen, 2009:13.

Miso Film kontaktet først Frydenbø for tilgang på lokaler til filmproduksjonen. Etter hvert som de ble kjent med oss og så hvor mye vi egentlig hadde i vår portefølje, så begge parter nye muligheter. Bl.a. muligheten for å leie biler til bruk foran og bak kamera.²³³

Frostad Ottesen påpeker at ”Frydenbø deltok ikke med noe pengebeløp, vi hadde en konkret sponsoravtale med hensyn på bilene”.²³⁴ Ifølge Gran og De Paoli er: ”en sponsor i dag er en som går god for de kunstnere eller kunstinstitusjoner han yter pengegaver til (kausjonerer for), og en sponsoravtale er en gjensidig forpliktelse mellom to parter som inngås ved forhandlinger.”²³⁵ Sponsing skaper forpliktelser, og slik skiller sponsing seg gjerne ut ifra andre måter å delta i film på. Det er gjerne ikke like sterke forpliktelser for filmselskapet ved offentlig filmstøtte for eksempel. Frydenbø deltok altså i filmproduksjon på en noe annen måte enn for eksempel Vestnorsk filmsenter, Bergen Kommune og Visjon Vest. Birgitte Frostad Ottesen utdyper at denne deltakelsen i film skyldes:

Ja, Varg Veum er fra Bergen og vi ønsker i våre sponsorater å støtte aktiviteter som er med å fremme det lokale næringsliv. Jo mer man kan tiltrekke oppmerksomheten til Bergen, desto mer vil det kunne komme det lokale næringsliv til gode. Alt fra turisme til kultur. Så det var en kombinasjon av Bergen og de flotte historiene om Varg Veum, samtidig som vi fikk være med å støtte et kulturprosjekt som gjorde at vi valgte å støtte filmene. Vi fikk være med å støtte noe som kunne være veldig samlende for Bergen.²³⁶

Forbindelsen mellom Bergen og Varg Veum fortellingene, og ønsket om oppmerksomhet og videreutvikling av næring på stedet, gjorde altså at firmaet Frydenbø ønsket å delta i sponsing av de seks første Varg Veum-filmene. Det ser ut til at Frydenbø har lignende ideer som Bergen kommune om stedets attraktivitet. Frydenbø ønsker å tiltrekke oppmerksomhet mot byen Bergen, og ønsket å støtte noe som kunne være samlende for Bergen. Vi ser også at Frydenbø på denne måten retter fokuset sitt mot byen Bergen, og ikke direkte til sitt eget firma. Dette er en type stedsmarkedsføring som forsøker å knytte positive assosiasjoner til stedet, og vi så Hem et al. nevne at: ”utfordringen i å bygge stedsmarkets styrke ligger i det å

²³³ Intervju med Ottesen, 2009:1.

²³⁴ Intervju med Ottesen, 2009:8.

²³⁵ De Paoli & Gran, 2005:213.

²³⁶ Intervju med Ottesen, 2009:11.

bygge opp kjennskap til stedet ved at det knyttes fordelaktige assosiasjoner til det”.²³⁷ Positive assosiasjoner til stedet støtter altså opp om tanken om å være et attraktivt sted eller en attraktiv region. Frydenbø har altså benyttet seg av film for å oppnå større oppmerksomhet til Bergen. Vi har tidligere sett at film kan representere et sted, gjennom medievitner Gripsrud sin anskuelse om at ”representasjon gjennom media betyr en slags anerkjennelse av at stedet finnes og teller i den store sammenhengen”.²³⁸

Film kan altså fungere som en markedsføringskanal for et sted i forsøket på å fremheve regionen og stedet, øke dens omdømme og gjøre den attraktiv i en stadig mer konkurranseutsatt verden. På denne måten kan et bredere omdømme oppstå gjennom attraktiv markedsføring på film, og slik skape merverdier til regionen gjennom å tiltrekke flere mennesker til stedet. Frydenbø håper at økt oppmerksomhet til Bergen kan komme det lokale næringsliv til gode. Bak tanken om å støtte lokal kultur hos Frydenbø er det derfor et næringsfokus. Denne tankegangen og måten å tenke på kan vi forstå som i sammenheng med den økonomiske region. Det private firmaet Frydenbø sponset derfor de seks første Varg Veum-filmene på grunn av ideen om attraktivitet for byen Bergen, men også grunnet næringspolitiske ideer for regional vekst. Et kultursamarbeid mellom kultur og næring på denne måten kan i høyeste grad forstås som en kulturnæring. Bruke næring av næring til kulturstøtte for å skape videre næring i regionen er en kulturnæring.

6.1.2 Oppsummering

Hittil i dette kapittelet har vi sett at det var ulike årsaker til at Vestnorsk filmsenter, Bergen kommune, Filmfondet Fuzz, Visjon Vest, og Frydenbø støttet Varg Veum-filmene. Vi har sett at det forekom ulike typer støtte, fra kompetansehevende tiltak, kommunale ekstraordinære bevilgninger, midler til allmennyttige formål, investering og privat sponing. Felles for den økonomiske deltakelsen i de seks første Varg Veum-filmene er at det var avgjørende for alle informantene at filmene skulle spilles inn på Vestlandet. Hadde ikke filmene blitt spilt inn her hadde ingen deltatt i filmproduksjonen. Her ser vi at de ulike vestlandske aktørene kun bidrar til film i regionen om filmene spilles inn der. Dette er en forskjell i henhold til filmselskapet Miso Film hvor det fysiske innspillingsstedet altså er mindre viktig for hvor en legger en filminnspilling. Ulike assosiasjoner mellom Varg Veum-fortellingene og Bergen ser ut til å ha

²³⁷ Hem et al., 2007:103.

²³⁸ Gripsrud, 2002:22.

forsterket en vestlandsk deltagelse i de seks første Varg Veum-filmene. En forutsetning fra de vestlandske aktørene var altså at Veum-filmene skulle spilles inn på stedet. Sted spilte på denne måten en rolle i den regionale deltakelsen i filmproduksjonen.

Ønsket om å ta i bruk stedet for en filmminnspilling, for slik å kunne styrke og skape en stedidentitet på film, har et kulturelt fokus. Denne tankegangen deler også plass med ideen om næringsutvikling i filmmiljøet på Vestlandet. Alle informantene har en tanke om å styrke eller videreutvikle filmnæringen på Vestlandet og i Bergen. Bak deltakelsen i filmproduksjonen er tanken om kompetanseøkning hos filmmiljøet den mest fremtredende. Dette ser ut til å kunne knyttes opp mot teoriene til den amerikanske økonomen Richard Florida, og hans teori om kreative næringers potensiale til å øke et steds verdi. Felles for alle informantene var nemlig at all økonomisk filmstøtte gikk til videreutvikling av næring på stedet og i regionen. Slik ser næringsfokuset ut til å være den sterkeste årsaken til den lokale og regionale filmstøtten, enn kulturfokuset som blant annet omhandler visning av Varg Veum-fortellingene og stedet Bergen på film.

Videre har vi sett hvordan det har forekommet ulike koblinger til Lysgårds definisjoner av en region. En identifiserende region fremtrer ved skillet mellom ”vi og de andre”. Dette har vist seg gjennom ønsket om å øke stedets attraktivitet i forbindelse med den regionale filmstøtten. Vestnorsk filmsenter ønsket for eksempel å støtte filmer med vestnorsk innhold og arbeidskraft, Bergen kommune ønsket å øke omdømmet gjennom formidling av Bergen på film, mens Frydenbø ønsket å fremme oppmerksomhet til Bergen. Den underliggende tanken er altså at filmstøtten kan utvikle videre næringen i regionen, og det er noe som gjør at det er en økonomisk hensikt som ligger til grunn. Vi så at Bergen kommune beveger seg imellom kultur og næring, og kategoriene glir noe over hverandre i satsingen på Varg Veum-filmene. Det ser derfor ut til at film representert på Vestlandet er en kulturnæring, og kan karakteriseres som en økonomisk region.

6.2 Filmsamarbeid på Vestlandet

Vi har foreløpig sett på de ulike begrunnelsene de regionale aktørene hadde for å delta i filmproduksjonen i Vestlandsregionen. Vi har sett at de økonomiske bidragsyterne til de seks første Varg Veum-filmene hadde svært like mål, både med tanke på kompetansebygging i filmnæringen og å skulle fremme Bergen som en attraktiv by. Satsingen på film som

kulturnæring i regionen utgjør at det er en type forhold mellom kultur og næring som er til stede. For å forstå bruken av kultur som næring i regionen nærmere, er det derfor i den forbindelse interessant å se nærmere på de ulike møteplassene og arenaene for samarbeid mellom de ulike aktørene ved Varg Veum-filmene. Vi skal derfor se om det eksisterte noen form for samarbeid mellom de vestlandske deltagerne som bidrog med støtte til de seks første Varg Veum-filmene på Vestlandet, for å kunne utdype hvordan dette samarbeidet mellom kultur og næring fungerte.

Dette vil sees på bakgrunn av de teoretiske ideene om at det forekommer et sterkere privat og offentlig samarbeid ved stedsmarkedsføring, og på bakgrunn av tanken om at et sterkt lokalt engasjement er nødvendig for en vellykket markedsføring av stedet. Vi har sett at etnologen Tom O'dell fremmet tanken om at en konkurranseutsatt markedsituasjon nå fører til mer samarbeid i byer mellom private og offentlige, i boken *Opplevelsens materialitet* fra 2002. Og turismeforskeren Sue Beeton nevner ved flere anledninger i boken *Community Development through Tourism* fra 2006, at for å oppnå en vellykket satsing på markedsføring av stedet er det nødvendig med en engasjert befolkning.²³⁹ Om disse to forholdene er til stede i det vestlandske filmsamarbeidet kan det skapes verdier i regionen, noe som er aktuelt for problemstillingen i denne oppgaven: om stedsidentitet i regional film kan være verdiskapende for en region. Vi skal derfor først se om noen av disse samarbeidsforholdene er tilstede ved den vestlandske satsingen på de seks første Varg Veum-filmene. Et nærmere forhold mellom kultur og næring hos den ene private aktøren Frydenbø vil sees på til slutt i denne oppgaven. Der skal vi se hvordan kulturnæringer og andre næringer kan ha forskjellige posisjoner i henhold til film.

6.2.1 Offentlige aktører

Gjennom intervjuene fikk jeg vite at det i utgangspunktet ikke var noen vestlandske aktører som kontaktet filmselskapet i ønske om å få være deltager i et filmprosjekt i regionen. Alle jeg intervjuet fortalte at det var filmselskapet som kontaktet de ulike aktørene angående økonomisk deltagelse i Varg Veum-filmene. Filmselskapet sørget altså for å samle alle disse ulike menneskene i et felles prosjekt, som var innspillingen av de seks første Varg Veum-filmene på Vestlandet. Forfatteren Gunnar Staalesen nevner at han hadde god kontakt med

²³⁹ Beeton, 2006:91.

filmselskapet hele tiden, og at samarbeidet med dem er veldig positivt.²⁴⁰ Han forholdt seg mest til filmselskapet, og hadde ikke kontakt med andre lokale eller regionale økonomiske aktører ved de seks første Veum-filmene.²⁴¹ Irmelin Nordahl fra Vestnorsk filmsenter forteller:

Når det gjelder de første Varg Veum filmene samarbeidet vi med blant andre Sparebanken Vest (Visjon Vest), Bergen kino, Frydenbø, Fuzz, Bergen kommune og Hordaland fylkeskommune, hvor vi hadde felles møter om hvordan vi samlet og enkeltvis kunne løfte filmene i forkant, under og etterkant i premieren.²⁴²

Her viser Irmelin Nordahl til noen fellesmøter om hvordan de ulike deltakerne kunne ”løfte filmene”. En ser her hvordan en felles lokal satsing i et filmprosjekt kan være med på å fremme stedet gjennom film. Det kan se ut til at en på denne måten forsøkte å bruke deltageres ulike bakgrunner til et felles mål; stedet Bergen og Vestlandet. Møtene ser ut til å ha et næringsrettet formål, men med et utgangspunkt i de kulturelle og næringsmessige årsakene vi har sett lå til grunn for økonomisk deltakelse i disse Varg Veum-filmene. Som vi har sett hadde alle aktørene næringsårsaker for å delta i Varg Veum-produksjonen, og ”kanskje er det vel så viktig at en film kan skape en positiv oppfatning, opplevelse og stolthet av et land, en region eller et sted enn eventuelle umiddelbare økonomiske effekter.²⁴³ Vi skal se nærmere på hva dette samarbeidet mellom de ulike aktørene var etter hvert i dette kapittelet.

Bjørn Holmvik i Bergen kommune forteller i intervjuet at filmselskapet var lyttende, og ”leverte i rapportene sine svar på de problemstillinger som vi drøftet... til det aller beste score”.²⁴⁴ Han forteller videre i intervjuet om vilkårlige møter med andre aktører fra Vestlandet. Dette forekom på fellesmøter som var arrangert av filmselskapet Miso Film, og hvor bidragsyttere til filmene møttes og fikk høre om hvordan det gikk med filmproduksjonen. Holmvik nevner imidlertid også at Varg Veum-filmene var en kjent sak i byen, og at Veum-filmene var noe som ble snakket om i Bergen:

²⁴⁰ Intervju med Staalesen, 2009:16.

²⁴¹ Intervju med Staalesen, 2009:16.

²⁴² Intervju med Nordahl, 2009:3.

²⁴³ Hem et al., 2007:138.

²⁴⁴ Intervju med Holmvik, 2009:7.

... og vi kjenner jo de andre. Slik at det er jo folk som vi møter på gaten. Bergen er jo en liten by, det er klart at vi prater om det, klart vi gjorde det, men alle var jo superenige om at dette var hyggelig, og dette var positivt, og dette går riktig retning.²⁴⁵

Bergen kommune pratet altså med andre om Varg Veum-filmene i Bergen, og en slik uformell samtale med andre aktører på stedet vitner om en enighet i generelle holdninger og verdier knyttet til/overfor stedet. Slike uformelle positive samtaler i Bergen by om Varg Veum-filmene, tyder på at det eksisterte felles assosiasjoner til Varg Veum-fortellingene knyttet til stedet. Beeton mener at sosiale nettverk hvor medlemmene har gjensidige sosiale normer og verdier er verdifulle for samarbeid mot et felles mål.²⁴⁶ Bjørn Holmvik nevner at det var ”positivt, hyggelig og går den rette veien”, ord som uttrykker at det å få spilt inn Varg Veum-filmene på Vestlandet var et mål for flere aktører. Det ser ut til at en felles sosial holdning var tilstede i Bergen, gjennom den felles assosiasjonen om Varg Veum. Hem et al. påpeker at: ”assosiasjoner er viktige for markedsføringen av steder som Vestlandet. Det er utgangspunktet for å kunne differensiere, posisjonere og utvide stedsmerket, samt å skape positive holdninger og følelser til Vestlandet”.²⁴⁷

Vi har sett hvordan Bergen Kommune støttet Varg Veum-filmene blant annet på bakgrunn av ”omdømmebygging”, og assosiasjoner til stedet er utgangspunktet for markedsføring av stedet. Holmvik nevner i intervjuet at i forbindelse med de seks Veum-filmene, så ”kjente” de andre, slik som Visjon Vest. Dette tyder på et uformelt nettverk av aktører på Vestlandet. Holmvik forteller videre hvordan et samarbeid om Varg Veum-filmene i Bergen fungerte som et løsere nettverk:

... Så var nok det mer på å føle oss trygg på at dette er det flere som tror på. Og det var det mange som var. De var jo med større beløp enn det vi var inne på. Så det er klart at det er ett bra argument politisk sett når vi skriver sakene, at dette er investorer fra næringslivet her som synes det er en god ide. Og Sparebanken Vest har jo hatt en særdeles positiv innflytelse på veldig mange ting de siste årene gjennom sine ekstra midler.²⁴⁸

²⁴⁵ Intervju med Holmvik, 2009:8.

²⁴⁶ Beeton, 2006:91.

²⁴⁷ Hem et al., 2007: 109.

²⁴⁸ Intervju med Holmvik, 2009:8.

Filminvestorer fra næringslivet betrygget altså kommunen til deltagelse i en filmproduksjon på stedet. Her ser vi hvordan en form for løsere uformelle nettverk mellom kommunen og for eksempel Sparebanken Vest gjør at Bergen kommune blir mer trygget på å delta i regional film. Sue Beetons tanker om lokalt engasjement ser ut til å gjøre seg gjeldende. Det faktum at det lokale næringslivet deltar i Veum-filmene, gjorde at kommunen fikk gode politiske argumenter for å delta. Når O'dell nevner at en konkurranseutsatt markedsituasjon i dag fører til mer samarbeid i byer mellom private og offentlige ser det ut til å gjøre seg gjeldende her.

Gunnar Staalesen, Vestnorsk filmsenter og Bergen Kommune forholdt seg altså alle til andre regionale aktører i filmproduksjonen. Filmfondet Fuzz til flere regionale aktører i forbindelse med Varg Veum-filmene på Vestlandet. Daglig leder Lars Marøy kan derfor fortelle at Fuzz er Bergen kommunes fagorgan på filmområdet, noe som gjør at filmfondet står i kontakt med kommunen angående Varg Veum-filmene. Han forteller også om samarbeid med Frydenbø og Sparebanken Vest i forbindelse med lanseringen av filmene, og nevner at det stort sett er greit å samarbeide med filmselskapet, siden Miso Film er ”drevne folk som vet å snakke med næringslivet”.²⁴⁹ Her ser vi et offentlig filmfond, som besitter både private og offentlige midler, i samarbeid med et filmselskap. Fondet investerer i film, og forventer en avkastning, og ligner på den måten mest på en privat aktør.

6.2.2 *Private aktører*

Visjon Vest støttet Varg Veum-filmene med allmenntilgjengelige midler, og Frydenbø sponset filmproduksjonen. Dette er to ulike former for kulturstøtte. De Paoli og Gran påpeker at en form for støtte til kultur fra private bidragsytere alltid har eksistert, men at:

Forskjellen på før og nå er at samfunnsmessig legitimitet nå kan måles og inngår i organisasjonenes strategier, som Corporate Social Responsibility eller CSR. Det samfunnsmessige perspektivet har alltid vært til stede i slike bedrifter, men tidligere ble dette personifisert ved bank- eller forsikringsdirektøren som mesen innen kulturen eller lokal samfunnsbygger innen sport, humanitært arbeid og annet.²⁵⁰

²⁴⁹ Intervju med Marøy, 2009:5.

²⁵⁰ De Paoli & Gran, 2005: 107 & 108.

Lokale selskaper har altså tidligere samarbeidet med kultur på steder, i form av humanitært arbeid og lignende. Filmstøtte er derimot et forholdsvis nytt satsingsområde, noe som også viser seg ved at det var første gang Frydenbø sponset filmproduksjon. Samfunnsbygging er den underliggende tanken ved en slik støtte, og vi så hvordan både Visjon Vest og Frydenbø hadde ideer om å øke næringen på stedet ved deltagelsen i filmproduksjonen. Det ser ut til at Visjon Vest sin filmstøtte tar utgangspunkt i tanken om den gamle mesenrollen, mens Frydenbø sin sponing ligger nærmere en ”moderne type” kulturstøtte i form av sponing. Her skal vi se nærmere på hvilket forhold de private firmaene Visjon Vest og Frydenbø hadde til andre regionale bidragsytere ved Varg Veum-filmene. Dette for å se om teorien til O’dell om at det offentlige nå samarbeider tettere med det private på et sted, i et felles forsøk på å gjøre stedet attraktivt.²⁵¹

Banksjef Gro Reppen i Sparebanken Vest sier at hun personlig ikke hadde tett kontakt med filmselskapet eller andre deltagere mens filmingen foregikk. Banken visste at Bergen Kommune og Filmfondet Fuzz deltok (siden det var stor omtale i media mht. hvem som kunne bidra til at filmingen ble lagt til Bergen).²⁵² På spørsmål om andre ”kjente” aktørers deltagelse gjorde at Visjon Vest så på filmene som et seriøst prosjekt svarer Reppen:

Ja. Vi er alltid opptatt av å kvalitetssikre de prosjektene vi går inn i. Herunder hvilke andre aktører som er med å bidra til at prosjektet blir realisert. Deltakelse fra filmfondet Fuzz og Vestnorsk filmsenter er anerkjennelse av prosjektet, og er for Visjon Vest et kvalitetsstempel når vi skal ta stilling til vår deltagelse i filmprosjekt.²⁵³

Visjon Vest følte det betryggende å vite at andre kjente aktører i regionen deltok økonomisk ved innspillingen av Varg Veum-filmene. Hun forteller at det var mange som ønsket å få filmene spilt inn i Bergen, og samarbeidspartnere med kompetanse på filmområdet forsterket fortroligheten til filmproduksjonen.²⁵⁴ Her fremstår lokalt engasjement som en fordel for filmnæringen i regionen, siden det lokale engasjementet gjorde at Visjon Vest fant andre sin deltagelse betryggende. Samarbeidspartnere med kompetanse på området var også viktig for Visjon Vest, og kommunen henviser til filmselskapets kompetanse på området som utslagsgivende i henhold til kommunens argumenter for deltagelse i filmproduksjonen. Visjon

²⁵¹ O’dell, 2002.

²⁵² Intervju med Reppen, 2009.

²⁵³ Intervju med Reppen, 2009:5.

²⁵⁴ Intervju med Reppen, 2009.

Vest fant at deltagelse fra filmfondet Fuzz og Vestnorsk filmsenter som en anerkjennelse av prosjektet, og dette gjorde at Visjon Vest enklere kunne ta stilling om de skulle delta med midler eller ikke til filmproduksjonen. Her ser vi hvordan Sue Beetons tanke om lokalt engasjement kan gjøre seg gjeldende, og i filmproduksjon kan dette spille en stor rolle når mengden midler en kan oppnå er utslagsgivende for filmproduksjonen.

Det lokale engasjementet tyder også på en type sosial relasjon mellom private Visjon Vest og offentlige Bergen kommune, og O'dell sin ide om at en konkurranseutsatt markedsituasjon fører til mer samarbeid mellom private og offentlige ser ut til å være tilfelle. Hvor lenge disse to aktørene, Bergen kommune og Visjon Vest, har hatt slike løse nettverk mellom seg, er ikke noe som er lett å svare på. Men det ser altså ut til at et felles sosialt engasjement på stedet var grunnlaget for en form for løsere nettverk mellom aktørene på Vestlandet. Det sosiale engasjementet på stedet utgjorde imidlertid også at de to vestlandske aktørene var klar over hverandres deltagelse i de seks første Varg Veum-filmene. En ser på denne måten en at et lokalt engasjement kan øke en lokal deltakelse i filmproduksjoner på stedet. Vi har sett hvordan samarbeidsforholdet var mellom ulike vestlandske bidragsytere til de seks første Varg Veum-filmene. Det viste seg at det var fellesmøter og uformelle nettverk mellom de ulike aktørene på Vestlandet, noe som altså forsterket deltagelsen i et felles prosjekt på stedet; i form av Varg Veum-filmene. Nå skal vi se nærmere på et forhold mellom en privat bidragsyter, og se på deres opplevelse av å ha samarbeidet med film for første gang.

Frydenbø sponset altså film for første gang, og firmaet var den eneste av mine informanter som bidrog med fysiske ting til filmproduksjonen; i form av bilene. Her ser vi et privat firma i "kultursamarbeid" sammen med den kreative filmnæringen. De Paoli og Gran viser hvordan møteplassen ved kultursamarbeid "forekommer helt konkret gjennom sponsorater, oppdragskunst, kompetanseutveksling og lignende".²⁵⁵ Birgitte Frostad Ottesen hos Frydenbø forteller at det stort sett gikk fint å samarbeide med filmselskapet.²⁵⁶ Og forteller videre om felles møter med noen av de andre aktørene, som Vestnorsk filmsenter og Bergen Kino, og spesielt før visning på kino hvor det skulle koordineres "alt som skulle skje i Bergen".²⁵⁷ Frydenbø hadde altså noen møter med de andre aktørene i forbindelse med Varg Veum-filmene. Formodentlig er dette de fellesmøtene som Bergen Kommune, Visjon Vest, og Fuzz tidligere har fortalt om. I henhold til deltagelsen i de seks første Varg Veum-filmene forteller

²⁵⁵ De Paoli & Gran, 2005: 13.

²⁵⁶ Intervju med Ottesen, 2009:10.

²⁵⁷ Intervju med Ottesen, 2009:12.

Ottesen videre i intervjuet at Frydenbø hadde klare avtaler med filmselskapet med hensyn på bruk av bilene i filmen - og synes det var greit å vite hvilke dager det var filmopptak, og når bilene skulle være tilbake hos Frydenbø.²⁵⁸

Samarbeidet mellom Frydenbø og filmproduksjonen viser imidlertid noen ulikheter mellom kultur og næring. Noe som er en interessant observasjon i forbindelse med kultursamarbeidet mellom en privat næring og en kreativ næring. Det viste seg nemlig at noen av disse avtalene ble problematiske å overholde siden innspillingsdager noen ganger ble forflyttet. Dette gjorde situasjonen utfordrende for Frydenbø til tider, som forventet at bilene var på plass igjen til visse tider, og i motsatt tilfelle hvis filmsettet trengte en bil på en annen dato enn avtalt. Frostad Ottesen forteller:

Dersom det plutselig ble endringer i rekkefølgen på filmopptakene så var det ikke like lett for oss å få "bilkabalen" til å gå opp. Dersom de ønsket en annen bil enn avtalt, så hadde vi gjerne ikke den inne. Slikt sett kunne samarbeidet by på noen utfordringer.²⁵⁹

Det oppstod altså tidvis uregelmessigheter ved at tid og avtaler iblant ble forskjøvet i dette nye samarbeidet mellom kultur og næring. Ottesen peker her på at det muligens er en annen måte å arbeide på hos kreative selskaper:

Det er klart at det som nok var vanskelig og utfordrende for begge parter var hverdagen som skulle håndteres oppi det hele. Altså, de hadde alt fokuset sitt i bolker etter hvilke filmopptak som skulle gjøres. Da måtte vi plutselig snu oss om når ikke alt gikk etter oppsatt plan.²⁶⁰

Det er altså en annen hverdag i de kreative selskapene, enn i næringselskapene hvor alt ofte er godt planlagt og fastlagt. Bruken av tid hos en filmproduksjon er annerledes enn den hos et næringselskap, hvor tid planlegges nøyere av næringselskaper. Frostad Ottesen nevner at planleggingen i næringslivet muligens er mindre ad hoc enn innen kulturbransjen. Filmselskapet hadde en enorm logistikk på filminnspillingen, men de måtte også snu seg raskt rundt om uforutsette ting skjedde:

²⁵⁸ Intervju med Ottesen, 2009:10.

²⁵⁹ Intervju med Ottesen, 2009:10.

²⁶⁰ Intervju med Ottesen, 2009:10.

... selv om det var en utfordring... så lærte vi jo mye på det. En del dager måtte man bare ”hoppe” og finne en løsning... og der synes jeg vel både våre ansatte og alle rundt filmproduksjonen var veldig flinke.²⁶¹

Markedssjefen utviser en positiv holdning til dette samarbeidet mellom kultur og næring, og ved deltakelsen i Veum-filmene får også deltakende næringsarbeiderne hos Frydenbø stadig nye opplevelser. De Paoli og Gran påpeker hvordan det gjerne ligger bedriftsøkonomiske motiver bak næringslivets økende interesse for kunst og estetikk, og hvordan ”motivene er forankret i bedriftenes behov for å bli mer samfunnsmessig legitime, mer innovative og ikke minst mer tiltalende for kunder og ansatte”.²⁶² Å delta i en filmproduksjon for første gang var innovativt, og en satsing på økt oppmerksomhet rettet mot Bergen, heller enn Frydenbø, er samfunnsnyttig. Det ser ut til at Frydenbø er et godt eksempel på en moderne sponsor i kultursamarbeid mellom kultur og næring.²⁶³ Vi ser også at Frydenbø her utviser en positiv holdning til kreative næringer, ved å delta i film og ta utfordringer på strak arm. Næringssekskapet ”strekker” seg i et ønske om å få dette samarbeidet med film til. Kultursamarbeid representerer altså et møtested mellom næring og kultur, og i dette tilfellet ser det ut til at kultur opplever en form for medvind, siden det ser ut til at kreative verdier blir verdsatt i næringslivet. Kultursamarbeid og regional filmutvikling er altså forholdsvis ferske ideer innenfor regional næringsutvikling, og sponning som en måte å samarbeide med kultur på fremmer også tanken om en økonomisk region.

6.3 Oppsummering

I dette kapittelet ble det først klargjort hvorfor noen av de vestlandske aktørene deltok økonomisk i de seks første Varg Veum-filmene. Det var ulike årsaker til at Vestnorsk filmsenter, Bergen kommune, Filmfondet Fuzz, Visjon Vest, og Frydenbø støttet Varg Veum-filmene. Felles i den regionale og lokale filmstøtten er at alle satser på Vestlandet, og en analyse av empirien og teorien i den første delen av dette kapittelet registrerte ulike koblinger til Lysgårds definisjoner av en region. En type økonomisk region har vist seg å være den mest fremtredende ved satsing på film i regionen, siden en satsing på å øke næringer i regionen har vist seg å være den mest fremtredende tanken bak den regionale filmstøtten. Vi har sett på

²⁶¹ Intervju med Ottesen, 2009:10.

²⁶² De Paoli & Gran, 2005: 16.

²⁶³ De Paoli & Gran, 2005.

hvordan dette samarbeidet med en kreativ næring har gått for de offentlige og private aktørene som støttet de seks første Varg Veum-filmene. Dette for å se om det eksisterte et tett samarbeid mellom offentlige og private i filmsatsingen i målet om å øke stedets attraktivitet, noe som ifølge O'dell er blitt vanligere i markedsføring av steder i dagens samfunn.²⁶⁴

Vi har sett hvordan det fantes et løst og uformelt nettverk mellom de ulike vestlandske aktørene i de seks første Varg Veum-filmene. Alle aktørene som ble intervjuet fortalte også om fellesmøter med andre bidragsyttere til Varg Veum-filmene, og det var helst disse sporadiske fellesmøtene som gjorde at aktørene eventuelt møttes til samarbeid i forbindelse med deltagelsen i filmproduksjonen. Fellesmøtene oppfordret aktørene til å være med og ”løfte opp” filmene sammen. Dette kan vi forstå som en metode for at det sosiale fellesskapet på stedet ønsker å øke det felles prosjektet som de markedsfører. Beeton mener at et felles sosialt engasjement på et sted er viktig for en vellykket markedsføring av stedet.²⁶⁵ Uformelle positive samtaler i Bergen by om Varg Veum-filmene tyder på at det må ha eksistert felles assosiasjoner til Varg Veum-fortellingene og den litterære figuren Varg Veum. Det faktum at andre i Bergen snakket om filmene og fremviste et felles engasjement, beroliget og forsterket andre aktørers vilje til å satse på Varg Veum-filmene. Det er en måte et lokalt engasjement kan forsterke en deltagelse i kulturnæringer på.

Det å vite at næringsaktører med kompetanse på filmfeltet deltok, gjorde for eksempel at Bergen kommune fikk gode argumenter for å delta økonomisk i de seks første Veum-filmene. Møteplassen mellom kultur og næring er et kultursamarbeid, og vi har studert to private bedrifter som støttet Varg Veum-filmene på hver sin måte. Sparebanken Vest gav allmennyttige midler til filmproduksjonen, mens selskapet Frydenbø sponset Veum-filmene, begge er økonomiske metoder for kultursamarbeid.²⁶⁶ Mens Visjon Vest i denne forbindelsen spiller rollen som den gamle mesen, viser Frydenbø seg å være et eksempel på den nye typen ”sponsormesen” gjennom Corporate Social Responsibility. Frydenbø sin første opplevelse med filmsponsing viste seg likevel å by på et par utfordringer, det i henhold til bruk av tid planlegging, og avtaler. Til tross for utfordringer mellom kultur og næring, utviser næringen i dette tilfellet en positiv holdning til samarbeid med en kreativ næring. Næring strekker seg på denne måten forholdsvis langt i retning av ”kulturens” ønsker og premisser.

²⁶⁴ O'dell, 2002.

²⁶⁵ Beeton, 2006.

²⁶⁶ De Paoli & Gran, 2005:13.

7 KONKLUSJON

Vi har i denne oppgaven sett nærmere på film som kultur og næring i Vestlandsregionen, og de seks første Varg Veum-filmene har vært case-studiet. Jeg har benyttet en kvalitativ metode og ulike datakilder som intervjuer, dokumenter, observasjon og internett, som grunnlag for å finne svar på problemstillingen i denne oppgaven som er om stedsidentitet i regional film kan være verdiskapende for en region. Det er altså nødvendig med offentlige støtteordninger for film i norske regioner siden film er dyrt å produsere. På grunn av dette har både Kulturdepartementet, Hordaland fylkeskommune og Bergen kommune ulike tilskuddsordninger til filmproduksjon på Vestlandet. I den nasjonale filmpolitikken vektlegges det at norsk film skal være basert på film og kultur, og det skjer altså en satsing på nasjonal film som kultur. Kulturdepartementet oppfordrer også til filmproduksjon i regionene, og videreformidler derfor kapital til regionale filmsentre, som for eksempel Vestnorsk filmsenter. Filmsentrene skal videredelegere disse midlene til kompetanse- og bransjehevende tiltak for de regionale filmbransjene.

Vi har sett nærmere på hvordan forholdet mellom film som kultur og næring var ved den vestlandske deltagelsen i de seks første Varg Veum-filmene. Det har vist seg å være ulike måter og formål for å satse på film på Vestlandet. De offentlige aktørene som Vestnorsk filmsenter, Fuzz, Bergen kommune og Hordaland fylkeskommune, har alle et politisk utgangspunkt som fremmer en satsing på film som en kulturnæring. Et politisk utgangspunkt for filmstøtte vil fremme en forståelse av en politisk region. Det forekommer imidlertid uklare grenser ved satsingen på film som kulturnæring i regionene. Vi så for eksempel hvordan Bergen kommune beveget seg mellom kategoriene kultur og næring i den økonomiske satsingen på de seks første Varg Veum-filmene. Film som kultur har derfor blitt sett på to måter i denne oppgaven. Film kan være et estetisk kulturprodukt, eller film kan fungere som en formidler av et steds identitet. Film som estetisk kulturprodukt har vist seg å være mindre avgjørende for den vestlandske filmstøtten, men vi har også sett hvordan overføringen av fortellingene om stedet ifra bok til film har foregått. Stedsidentitet ble i mange tilfeller forsterket på film, siden en utvalgt og unik identitet ble vist frem på film. Dette forsterket på den måten et skille mellom ”vi og de andre”, ved at en tydelig bergensk identitet kom frem på film.

Det forekom altså et utvalg av identitet på film, og for befolkningen på stedet blir dette også et uttrykk for en felles unik identitet som finnes på stedet. En identifiserende region fremtrer ved skillet mellom ”vi og de andre”, og dette viste seg altså å være tilknyttet filmstøtten i ønsket å øke stedets attraktivitet. Bruk av stedsidentitet i film blir også benyttet som et ledd i en stedsmarkedsføring som har som formål å øke attraktiviteten til stedet eller regionen. Lokalt engasjement er viktig for en vellykket markedsføring av stedet, og vi har sett hvordan det eksisterte et løst og uformelt nettverk mellom de ulike vestlandske aktørene som støttet de seks første Varg Veum-filmene. Aktørene hadde blant annet fellesmøter for å ”løfte opp” Veum-filmene sammen. Et lokalt engasjement viste seg å berolige eller forsterke andre aktørers vilje til satsing på Varg Veum-filmene. Det sosiale fellesskapet på stedet fungerte slik positivt for filmproduksjonen, og en positiv holdning i den lokale befolkningen viste seg også gjennom felles assosiasjoner til Gunnar Staalesen og fortellingene hans om Varg Veum. Vi så imidlertid også at en negativ holdning i det sosiale fellesskapet på et sted kan virke negativt på besøkende utenfra.

Det kulturelle fokuset ved filmstøtten, som omhandler satsing på film gjennom stedsidentitet, deler plass med ideen om næringsutvikling på stedet eller i regionen. Alle de vestlandske aktørene støttet de seks første Varg Veum-filmene for å øke vekst i filmnæringen, og andre næringer i Bergen eller i Vestlandsregionen. Filmstøtten virker derfor sterkt ensrettet og motivert mot næringsutvikling. Det ser på den måten ut til at næring skal fremme videre næring i Bergen og i Vestlandsregionen, og at kultur er middelet som er tatt i bruk for å oppnå dette. Den vestlandske filmstøtten til Varg Veum-filmene er derfor en satsing på film som kulturnæring. Kultursamarbeidet mellom en privat næring og en kreativ næring viste seg å by på et par utfordringer, men til tross for dette utviser næring seg å være positiv til samarbeid med kreative næringer. Næringsfokuset har altså vist seg å være mer fremtredende enn kulturfokuset ved den regionale filmstøtten. Dette siden den mest fremtredende tanken bak å satse på film i Vestlandsregionen er å oppnå vekst.

Den vestlandske filmstøtten ble altså hovedsakelig benyttet til å øke næring på stedet. Den ensrettede støtten til film som kulturnæring på Vestlandet, gjør at Vestlandsregionen på den måten fremtrer som en økonomisk region. I forbindelse med film baserer denne formen for region seg på at regional filmstøtte benyttes for å øke filmnæringen i regionen, og filmnæringen skal igjen bidra til videre vekst i Vestlandsregionen. Oppgaven hadde i midlertidig som mål å finne ut av om stedsidentitet i regional film kunne være verdiskapende for en region. Bruk av film i regionen har vist seg å kunne være verdiskapende for et steds

omdømme og attraktivitet. For et sted kan oppnå større oppmerksomhet hvis stedet får vist sin unike identitet frem på film. Stedsidentitet som fremstår i skillet mellom ”vi og de andre” ved utdelingen av filmstøtte til et filmmiljø i Vestlandsregionen, er verdiskapende for filmnæringen i regionen.

Et sosialt engasjement gjennom felles assosiasjoner om stedet kan også være verdiskapende for deltagelse i film. Dette kan nemlig tilføre flere økonomiske midler som er vitale for filmnæringen i regionen, men da er vi igjen tilbake til et næringsfokus innenfor temaet regioner og film. Stedsidentitet i film viste seg altså å være verdiskapende for Vestlandsregionen på flere måter. Ved å benytte stedsidentitet i en kulturnæring i regionen, blir imidlertid kultur tett forbundet med næring. Næringsfokuset har også vist seg å være sterkere enn kulturfokuset ved satsingen på film på Vestlandet. Det nære forholdet mellom kultur og næring i filmsatsingen i regionen, ser ut til å knytte den vestnorske filmstøtten til de seks første Varg Veum-filmene som en satsing på en økonomisk region.

KILDER

LITTERATURLISTE

Alver, B. & Øyen, Ø. (1997) *Forskningsetikk i forskerhverdag. Vurderinger og praksis*. Bergen: Tano Aschehoug.

Alver, B. & Øyen, Ø. (2007) "Challenges of Research Ethics: An Introduction", i B. Alver, T. Fjell & Ø.Øyen (red.) *Research Ethics in studies of culture and social life*. Helsinki: Academia Scientiarum Fennica.

Arbo, P. & H. Gammelsæter (2004) *Innovasjonspolitikken scenografi- nye perspektiver på næringsutvikling*. Trondheim: Tapir Akademiske Forlag.

Beeton, S. (2005) *Film- Induced Tourism*. Clevedon, Buffalo & Toronto: Channel View Publications.

Beeton, S. (2006) *Community Development through Tourism*. Australia: LandLinks Press.

Berg, N., Dale, B., H. Lysgård & A. Løfgren (2004) *Mennesker, steder og regionale endringer*. Trondheim: Tapir akademiske forlag.

Berggreen, B. (1989) *Da Kulturen kom til Norge*. Oslo: Aschehoug.

Dahlström, M. & Wengström, E. (2005) *Film och regional utveckling i Norden*. Stockholm: Svenska filminstitutet, Nordregio (Nordic Centre for Spatial Development).

Dahlström, M. & Hermelin, B. (2007) *Creative industries, spatiality and flexibility: The example of film production*. Oslo: Norsk Geografisk tidsskrift nr.61.

De Paoli, D. & Gran, A.B. (2005) *Kunst og kapital*. Oslo: Pax Forlag.

Eagleton, T. (2000) *The idea of culture*. Oxford: Blackwell Publishing.

Fangen, K. (2004) *Deltagende observasjon*. Bergen: Fagbokforlaget.

Florida, R. (2005) *Cities and the creative class*. New York & London: Routledge.

Florida, R. (2005a) *Den kreative klasse- og hvordan den forandrer arbejdet, fritid, samfund og hverdagsliv*. Århus: Klim forlag.

Fossåskaret, E. (1997) ”Har kunnskap sin eigen rett? Etske utfordringar ved å distansere seg frå det nære”, i E. Fossåskaret, O. Fuglestad & T.H. Aase (red.) *Metodisk feltarbeid, produksjon og tolkning av kvalitative data*. Oslo: Universitetsforlaget.

Fossåskaret, E. (1997) ”Ustrukturerte intervjuer med få informanter gir i seg selv ikke noen kvalitativ undersøkelse”, i E. Fossåskaret, O. Fuglestad & T.H. Aase (red.) *Metodisk feltarbeid, produksjon og tolkning av kvalitative data*. Oslo: Universitetsforlaget.

Gilje, N. & Selberg, T. (2007) *Kulturelle landskap. Sted, fortelling og materiell kultur*. Bergen: Fagbokforlaget.

Gisle, J. (2007) *Jusleksikon*. Oslo: Kunnskapsforlaget.

Gripsrud, J. (2002) *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo: Universitetsforlaget.

Grønmo, S. (1996) ”Forholdet mellom kvalitative og kvantitative tilnærminger i samfunnsforskningen”, i H. Holter & R. Kalleberg (red.) *Kvalitative metoder i samfunnsforskning*. Oslo: Universitetsforlagets Metodebibliotek.

Grønmo, S. (2004) *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget.

Hedling, E. & A. Wallengren (2006) *Solskenslandet*. Stockholm: Atlantis.

Hem, L., Iversen, N. & G. Rusten (2007) *Vårinn med nye muligheter*. Bergen: Fagbokforlaget

Hjemdahl Mathiesen, K. (2003) *Tur-retur temapark: oppdragelse, opplevelse, kommers*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.

Holter, H. (1996) ”Fra kvalitative metoder til kvalitativ samfunnsforskning”, i H. Holter & R. Kalleberg (red.) *Kvalitative metoder i samfunnsforskning*. Oslo: Universitetsforlagets Metodebibliotek.

Hausken, L. & Larsen, P. (1999) *Medievitenskap, bind 4, Medier, kultur og samfunn*. Bergen: Fagbokforlaget.

Kvale, S. (1997) *Det kvalitative forskningsintervju*. København: Hans Reitzel forlag.

Lysgård, H. (2006) ” Regioner som forestilte fellesskap - hvordan og hvorfor?”, i *Heimen* 2006: nr.2: s. 85-95.

O'dell, T (2002) *Upplivelsens materialitet*. Lund: Studentlitteratur.

O'dell, T. (2005) *Experiencescapes - Tourism, culture and economy*. Danmark: Copenhagen Business School Press.

Rusten, G. (2005) ” Film og regional utvikling i Norge”, i M. Dahlström & E. Wengström (red.) *Film og regional utveckling i Norden*. Stockholm: Svenska filminstitutet, Nordregio (Nordic Centre for Spatial Development).

Røyseng, S. & D. Solhjell (2004) *Kultur, politikk og forskning. Festskrift til Per Mangset på 60- årsdagen*. Bø: Telemarksforskning-Bø.

Strain, E. (2003) *Public Places, Private Journeys: Ethnography, Entertainment, and the Tourist Gaze*. New Brunswick, New Jersey & London: Rutgers University Press.

Staalesen, G. (1979) *Din til døden*, i bokserien *Forfatternes beste* (2005) Norge: Gyldendal.

Østbye, H. & T. Shwebs (2001) *Media i samfunnet*. Norge: Det Norske Samlaget.

INTERNETTREFERANSER

Avisartikkel: Et svakt norsk filmår

http://www.aftenposten.no/kul_und/article3419108.ece sist sjekket 28.4.2010

Avisartikkel: Gir millionhjelp til Veum- film

<http://www.ba.no/puls/article1974460.ece> sist sjekket 28.3.2010 sist sjekket 28.4.2010

Bergen Media By - Veum gir regional kompetanseheving

<http://www.bergenmediaby.no/index.php?page=artikler&counter=9> sist sjekket 28.4.2010

Bergen Media By - Fylkeskommunen støtter film og TV produksjoner

<http://www.bergenmediaby.no/index.php?page=artikler&counter=57> sist sjekket 28.4.2010

Avisartikkel: Bråk om Veum-millioner

<http://www.bt.no/kultur/film/Braak-om-Veum-millioner-348786.html> sist sjekket 10.5.2010

Bokklubben - Henning Mankell - Wallander

<http://www.bokklubben.no/SamboWeb/side.do?dokId=132021> sist sjekket 10.5.2010

Bokklubben- Maj Sjöwall og Per Wahlöö - Beck

<http://www.bokklubben.no/SamboWeb/produkt.do?produktId=2153896> sist sjekket.10.5.2010

Norsk Filminstitutt - billettstøtte

<http://www.filmfondet.no/icm.aspx?PageId=552> sist sjekket 28.4.2010

Norsk Filmforbund

http://www.filmforbundet.no/?page_id=53 sist sjekket 28.4.2010

Forvaltningsloven

<http://www.lovdata.no/all/nl-19670210-000.html> sist sjekket 28.4.2010

Innovasjon Norge

<http://www.innovasjon norge.no/Om-oss/> sist sjekket 28.4.2010

Miso Film

<http://www.misofilm.dk/dk/index.html> sist sjekket 28.4.2010

NESHS forskningsetiske retningslinjer

<http://www.etikkom.no/no/Forskningsetikk/Etiske-retningslinjer/Samfunnsvitenskap-jus-og-humaniora/> sist sjekket 28.4.2010

Norsk Filminstitutt

<http://www.nfi.no/> sist sjekket 28.4.2010

Norske Film og tv- produsenters forening - lover og forskrifter

<http://www.produsentforeningen.no/LoverOgForskrifter.aspx?id=5> sist sjekket 28.4.2010

Kulturdepartementet

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud.html?id=545> sist sjekket 28.4.2010

Rushprint- Billettstøtten - ny boomerangeffekt?

<http://rushprint.no/2009/1/billettstotten-ny-boomerangeffekt> sist sjekket 28.4.2010

Rushprint- Ny runde Varg Veum igang

<http://rushprint.no/2008/10/ny-runde-varg-veum-igang> sist sjekket 10.5.2010

Sparebanken Vest- Visjon Vest

<http://www.spv.no/Om-Sparebanken-Vest/Vi-satser-pa-Vestlandet/Allmenyttige-midler/Satsingsomrader.aspx> sist sjekket 10.5.2010

Stortingsmelding Nr.25 (2003-2004) Økonomiske rammebetingelser for filmproduksjon

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/kkd/dok/regpubl/stmeld/20032004/stmeld-nr-25-2003-2004-/2.html?id=197958> sist sjekket 29.4.2010

Stortingsmelding nr. 22 (2004-2005) Kultur og næring

<http://www.regjeringen.no/nn/dep/kud/Dokument/proposisjonar-og-meldingar/stortingsmeldingar/20042005/stmeld-nr-22-2004-2005-.html?id=407136>

sist sjekket 28.4.2010

Stortingsmelding nr. 22 (2006-2007) Veiviseren, For det norske filmløftet

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dok/regpubl/stmeld/2006-2007/Stmeld-nr-22-2006-2007-/1.html?id=460717> sist sjekket 28.4.2010

Varg Veum – Gunnar Staalesen

<http://www.vargveum.no/> sist sjekket 28.4.2010

Varg Veum - "Varg Veums fall" lansert

<http://www.vargveum.no/DesktopModules/ReadNews.aspx?ModuleID=66&ItemID=160> sist sjekket 28.4.2010

DOKUMENTER

Bergen Kommune (2007) *Handlingsplan For Kulturnæringene 2008- 2011.*

Bergen Kommune (2007) *Kunstbyen Bergen 2008-2017.*

Hirth, M., I. Holthe & J. Ryssevik (2009) *Vestlandets filmnæring - mellom nasjonsbygging og regional utvikling.* Bergen: Ideas2evidence.

Stortingsmelding Nr.25 (2003-2004) *Økonomiske rammebetingelser for filmproduksjon.*

Stortingsmelding nr. 22 (2004-2005) *Kultur og næring.*

Stortingsmelding nr. 22 (2006-2007) *Veiviseren, For det norske filmløftet.*

INTERVJUOVERSIKT

INTERVJU 1 - Gunnar Staalesen, Forfatter av Varg Veum-bøkene.

Intervju ble foretatt i Bergen, 08. oktober 2009.

INTERVJU 2 - Gro Reppen, Banksjef avdeling Visjon Vest i Sparebanken Vest.

Intervju ble foretatt i Bergen, 13. oktober 2009.

INTERVJU 3 - Bjørn Holmvik, Direktør for seksjon kunst og kultur i Bergen Kommune.

Intervju ble foretatt i Bergen, 23. oktober 2009.

INTERVJU 4 - Irmelin Nordahl, Daglig leder, Vestnorsk Filmsenter.

Intervju ble foretatt i Bergen, 04. november 2009.

INTERVJU 5 - Birgitte Frostad Ottesen, Markedssjef, Frydenbø AS.

Intervju ble foretatt i Bergen, 24. november 2009.

INTERVJU 6 - Lars Marøy, Daglig leder i Filmfondet Fuzz.

Intervju ble foretatt i Bergen, 26. november 2009.

INTERVJU 7 - Peter Bose, Filmprodusent i Miso Film.

Intervju ble foretatt i København, 01. desember 2009.

VEDLEGG

VEDLEGG A – GENERELL INTERVJUGUIDE

1 Varg Veum støtte

- Navn og yrke?
- Var du/dere med på å støtte de seks første Varg Veum-filmene?
- Kontaktet filmselskapet dere, eller kontaktet dere dem angående støtte?
- Hva slags støtteavtale ble inngått?
- Hva slags støtte ble bedrevet? *Varer, tjenester, eller rent økonomisk?*
- Hvorfor valgte dere å bli med og støtte Varg Veum-filmene? *Var det faktisk at det var Varg Veum viktig for dere (som "kjent og kjær" bergensfigur)?*
- Stilte dere noen krav ved støtten? *Hadde en noen forventninger til støtten?*

2 Stedene

- Hvor viktig var det for dere at filmene ble spilt inn i Bergen og Vestlandet? *Hadde det betydning at filmene skulle spilles inn i Bergen? Hadde dere støttet om det ikke ble filmet der?*
- Hadde dere noe å si i den endelige plasseringen av filmene til Bergen og Vestlandet?
- Hadde det vært interessant i å støtte de seks nye Veum - filmene som er planlagt, om de ble lagt til Bergen og Vestlandet? *Skal dere støtte de nye filmene? Hvis de legges til Oslo, er støtte da interessant fremdeles etter å ha vært med på de seks første filmene?*

3 Regional/lokal støtte

- Hvordan var det å samarbeide med ett (kulturelt) filmselskap?
- Hadde dere noen form for samarbeid med noen av de andre regionale aktørene i Veum - filmene enn filmprodusentene?
- Hvordan er deres opplevelser ved å støtte lokal/regional kultur?
- Er regional støtte noe dere satser på? *Hvorfor? Når begynte dere med slikt støttearbeid? Hvor lenge har dere ev. satset på dette?*
- Fikk dere noe igjen for støtten? *Forventer dere noe igjen ved regional/lokal støtte? Premierebilletter, reklame el.l.?*
- Har dere andre (regionale/lokale) sponsorater/støttemottagere? *Er alle kultur-sponsorater?*
- Tror dere kulturnæring er en mulig satsingsfront for regional vekst i fremtiden?
- Har en lyst til å være med og støtte lignende kulturelle prosjekter i fremtiden?

VEDLEGG B – INFORMASSJONSKRIV TIL INFORMANTENE

Bergen, 18. september 2009.

Forespørsel om å delta i intervju i forbindelse med en masteroppgave,

Jeg er masterstudent i regioner og regionalisering ved Universitetet i Bergen og holder på med masteroppgaven. Temaet for oppgaven er relasjonene mellom stedsidentitet og regional film. Kan stedsidentitet i forbindelse med regional film være verdiskapende for en region? Som nærmere eksempel på hvordan dette forholdet kan fungere har jeg valgt å se på de seks første Varg Veum-filmene som ble spilt inn på Vestlandet f.o.m. oktober 2006 t.o.m. desember 2007. Derfor ønsker jeg nå å intervju ulike aktører som deltok i Varg Veum-filmene på forskjellige plan. Intervjuspørsmålene vil i hovedsak dreie seg om hvorfor informantene ønsket å delta i Varg Veum-filmene, på hvilken måte deltok informantene, og hvilke forhåpninger/mål hadde informantene ev. til deltagelse i filmprosjektet? Spilte stedsidentitet noen rolle for informantens deltagelse i filmprosjektet?

Intervjuet vil ta ca. en time. Jeg kommer til å benytte lydopptaker og ta notater under intervjuet. Alle opplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Opplysningene anonymiseres og lydopptakene slettes ved prosjektslutt, ca. sommer 2010. Det er frivillig å være med, og informant har mulighet til å trekke seg når som helst underveis, uten videre begrunnelse. Dersom en trekker seg vil alle data om informantene bli anonymisert. Studiet er meldt inn til Personvernombudet for forskning, Norsk Samfunnsvitenskapelig datatjeneste A/S.

Dersom du har lyst å stille på ett intervju, setter jeg stor pris på om du kunne sende den vedlagte samtykkeslippen i retur snarest mulig, i den ferdig frankerte og adresserte konvolutten som en også finner vedlagt. Når jeg mottar samtykkeslippen vil jeg ta kontakt på telefon for å avtale en intervjudato.

Hvis det er noe en lurer på må en gjerne ringe meg på mobiltelefon: (+0047) 934 05 471, eller ta kontakt på e-mail: lbe005@student.uib.no.

Prosjektveileder kan også kontaktes ved behov: Post. Doc. Connie Reksten, AHKR. E-mail:

████████████████████.

Med vennlig hilsen,

Lill Helén Berg

Solheims Tverrgate 20

5054 Bergen.

Student ved Institutt for arkeologi, historie, kultur- og religionsvitenskap (AHKR).

VEDLEGG C – SAMTYKKE FOR INTERVJU

Bergen, 18.september 2009.

Samtykkeerklæring for deltagelse i intervju i forbindelse med en masteroppgave for Universitetet i Bergen, institutt AHKR.

Jeg har mottatt informasjonsbrevet om studiet av regional film og stedsidentitet, og ønsker å stille til intervju.

Sted/Dato: _____

Telefonnummer: _____

Underskrift: _____

VEDLEGG D – SAMTYKKE FOR SITATER

Bergen, 6.april, 2010.

Samtykke til bruk av sitater fra intervjuet om film, stedsidentitet og regioner

Tusen takk for at du tok deg tid til å stille til intervju i forbindelse med min masteroppgave! Det setter jeg stor pris på. Oppgaven begynner å ta form, og jeg er nå kommet til det punkt hvor jeg trenger din siste godkjennelse av sitatene i intervjuet før innlevering av oppgaven tidlig i mai måned.

Jeg nevnte på intervjudagen at det ikke er mulig å anonymisere deg i masteroppgaven, og at du kom til å få en mulighet til å se gjennom intervjuet og sitatene dine. I dette brevet ligger hele intervjuet ditt vedlagt. Vær oppmerksom på at sitatene er direkte transkribert fra intervjuet, og at intervjuene da ser veldig ”muntlige” ut. Slik vil sitatene ikke se ut i den endelige masteroppgaven. Intervjuet er kun ment til din egen gjennomlesning.

Ifølge NESH (Den nasjonale forskningsetiske komité for humaniora og samfunnsfag) sine etiske retningslinjer skal informanter anonymiseres ved sensitive opplysninger. Jeg føler at vårt intervju ikke inneholder sensitive opplysninger, og håper å få ditt samtykke angående å bruke ditt navn i masteroppgaven. Dersom du ikke ønsker å bli identifisert vil jeg ta hensyn til dette, og se om det er en annen måte jeg kan løse det på.

Hvis du ikke har noen kommentarer til intervjuet, så håper jeg du kan være så snill og krysse av på svarslippen som er vedlagt her, og sende den i retur i den ferdig frankerte konvolutten som er lagt ved, senest innen slutten av april 2010. På forhånd takk.

Dersom du har kommentarer til intervjuet må du gjerne sende meg en e-post eller ringe meg snarest mulig slik at vi kan finne en løsning på det. Mail: lbe005@student.uib.no eller mobiltelefon: (+0047) 934 05 471.

Med vennlig hilsen,

Lill Helén Berg.

Jeg samtykker herved at Lill Helén Berg kan bruke navngitte sitater fra intervjuet med meg i sin masteroppgave om stedsidentitet og regional film.

Jeg ønsker ikke at mitt navn brukes i masteroppgaven om stedsidentitet og regional film.

Sted/dato

Signatur