

SPELUTVECKLARES KREATIVA ARBETE: KOMMUNIKATION, LÄRANDE OCH SAMBEDÖMNING

BAKGRUND OCH SYFTE

Kreativitet i dagens arbetsliv är eftertraktat. Att vara en kreativ person eller att en organisation som helhet beskrivs som nytänkande kopplas till såväl ekonomiska som samhällseliga vinster. I Sverige anses den kulturella och kreativa näringen central för att skapa innovationer och entreprenörskap. Det postindustriella samhället beskrivs exempelvis i termer av ”en upplevelse-, känslö-, eller uppmärksamhetsekonomi.” (Stenström & Strannegård, 2013, s. 9). En sektor som ofta placeras i centrum för denna samhällsförändring är dataspelsbranschen (Dataspelsbranschen, 2015; Tillväxtverket, 2015). Dataspelsbranschen kopplas ofta ihop med entreprenörskap där exempelvis spelbolagsgrundaren/na utgått från sitt egna fritidsintresse för spel och spelande. Dessutom knyter spelbolagen till sig individer som är passionerade för sina arbetsuppgifter eftersom de har utvecklat vad som kan beskrivas som ett ”professionellt seende” (Goodwin, 1994) gällande de aktiviteter och upplevelser som gör ett digitalt spel intressant och innovativt.

Den kreativa näringen kännetecknas av komplexitet och dynamik vilket förändrar kraven och förväntningar på hur arbete och projekt koordineras i vardagen. Global och social rörlighet präglar många spelrelaterade verksamheter och de digitala verktyg som används för att skapa spel förändras snabbt (Kerr, 2006; Zackariasson & Wilson, 2012). Spelkulturen i stort, och spelbranschen i synnerhet, har de senaste åren genomgått förändringsprocesser som kan förstås i termer av professionalisering och institutionalisering (Bennerstedt, 2013; Jorgensen, Sandqvist & Sotamaa, 2015). Mot bakgrund av en expanderande spelindustri med ökade kunskapskrav och specialisering, med snabbt framväxande yrkesroller, kan spelbranschen delvis liknas vid utvecklingen inom andra underhållningsmedier och mjukvaruutveckling avseende utbildningsväsende och arbetsorganisering. En dominerande aktivitet i organiseringen av spelutveckling är bedömning av spelkoncept och spelprototyper, dvs. spel-under-utveckling. I tidigare studier har jag visat att spelkulturen å ena sidan är föränderlig och instabil, å andra sidan stabil med ett stort antal ”spelkonventioner” och praktiker etablerade (Bennerstedt, 2013). Denna tvetydighet re-aktualiseras när spelutvecklare såväl *designar* som *bedömer* spel-under-utveckling.

Bedömningar av spel-under-utveckling är en central angelägenhet hos såväl spelföretag som i spelutbildningssammanhang, men även i internationella och nationella speltävlingar. Även spelare deltar i mer eller mindre organiserade bedömningsaktiviteter av spelkoncept på nätet, genom så kallad crowdfunding (Planells, 2015), där intressanta spelkoncept belönas med ekonomiska medel av spelarna. Teoretiskt kan dessa kommunikativa bedömningspraktiker förstås i termer av gränsarbete mellan olika aktörer såsom spelare, speldesigners, projektledare, programmerare, grafiker, ljuddesigner, etc, vilket ger potentiella resurser för lärande och kollegial kunskapsträdning (Akkerman & Bakker, 2011). Såväl bedömningsarbete som inominstitutionella situationer mellan kollegor (Sarangi & Roberts, 1999) är förbisett i forskning om den kulturella och kreativa näringen, men även i arbetslivet i stort, särskilt avseende hur digitala material och aktiviteter kommuniceras och bedöms. Kunskap om bedömningskompetens saknas och det är inte klarlagt på vilka sätt som såväl novisa som professionella kommunicerar idéer och gör bedömningar i relation till exempelvis tidigare erfarenheter, spel-på-marknaden eller tekniska begränsningar.

Projektet tar avstamp i att spelutvecklare kommer med olika bakgrund och kunskaper och behöver koordinera verksamheten kring spelutveckling och göra sambedömningar av spelrelaterade aspekter såväl internt och externt för att få arbetet gjort. Genom att studera det

kollegiala arbete som genomförs vid bedömningar av spel avser projektet att utforska kommunikationens betydelse för att bedriva spelutveckling. Den kreativa näringskomplexitet och dynamik, och särskilt spelbranschens unika villkor, gör att det behövs mer forskning om hur människor i denna bransch kommunicerar i relation till frågor om kreativitet, skapande och innovationer. Relaterade frågeställningar som utforskas i projektet inkluderar: hur möten organiseras och hanteras omkring spelutveckling, hur fenomen ses som innovativa, hur innovationer implementeras, hur projekt leds, hur gemensam kunskap byggs, hur novisers spelidéer hanteras, vilka problem som uppstår, vilka kompetenser, redskap, språk och kommunikationssätt som används vid bedömning av spel-under-utveckling. För alla dessa aspekter är kommunikation den gemensamma nämnaren; organisationer kan inte åstadkomma något utan kommunikation.

PLANERAT GENOMFÖRANDE

För att få tillgång till spelutvecklarens kollegiala arbete i praktiken antas i projektet en etnografisk ansats där fältarbete och videomaterial utgör datamaterialet. Denna studie har redan inletts och material har samlats in i anslutning till ett tidigare VR projekt under 2012-2013 och är granskat av etisk kommitté. Materialet har tidigare inte analyserats och publicerats. Projektet utgår från empiriskt material av professionellas interaktion i bedömningspraktiker av spel från två olika fallstudier. Fallstudie 1 är från ett stort spelbolags utvecklingsarbete med ”uppföljare” av etablerade speltitlar. Fallstudie 2 är från en nationell speltävling där professionella rangordnar inskickade speldemos för att utse vinnare, bland annat i kategorin ”best innovation”. Eventuellt kan datamaterialet kompletteras med en mindre fältstudie hos ett nyligen uppstartat spelbolag och intervjuer med spelutvecklare. Under första året planeras transkribering av videomaterial och analyser. Det andra året vigs åt publicering av forskningsresultat i nationella men framförallt internationella tidskrifter.

GENUSASPEKTER

Spelbranschen har länge brottats med låg andel kvinnor på spelutvecklingspositioner, medan kvinnor i allt högre grad konsumerar spel. Tidigare forskning pekar ofta på problem med mångfald och hur könsbaserat förtryck är starkt närvarande i spelkulturen och hur detta även påverkar kvinnors möjligheter och förutsättningar inom branschen (Harvey & Shepherd, 2016). Projektet ger på olika sätt möjlighet till att studera spelutvecklingspraktiker ur ett genusperspektiv, vilket emellertid inte är studiens huvudsakliga syfte, men alltid bör tas i beaktande. Med utgångspunkt i datamaterialet blir det en empirisk fråga om och på vilka sätt kvinnors underrepresentativitet inom spelbranschen synliggörs och hur frågor om kvinnors deltagande vad gäller kreativitet inom spelbranschen görs aktuella av deltagarna gällande spels innehåll och form.

PROJEKTETS BETYDELSE

Forskningsprojektets fokus på kommunikation, lärande och sambedömning i relation till en ung, relativt utforskad, yrkesgemenskap öppnar upp för betydelsefulla bidrag. Genom att utforska en sektor som beskrivs som en kreativ näring belyser projektet kreativitet och skapande av innovationer utifrån ett kommunikations- och lärandeperspektiv som synliggör arbetet i praktiken. Dessutom belyses en något förbisedd praktik i arbetslivet i stort; hur bedömningsprocesser omkring skapandet av nya digitala aktiviteter organiseras och hanteras, samt bidrar till beslut om vidareutveckling av aktiviteterna. Slutligen, analyserna kan adressera olika forskargemenskaper med fokus på: arbetsplatsstudier, organisation, kreativt arbete, bedömning, professionalisering, projektutveckling, livslångt lärande.

Referenser

- Akkerman, S. F., & Bakker, A. (2011). Boundary crossing and boundary objects. *Review of Educational Research*, 81(2), 132-169.
- Bennerstedt, U. (2013). *Knowledge at play: Studies of games as members' matters*. Göteborg: Acta Universitatis Gothoburgensis.
- Dataspelsbranschen. (2015). *Spelutvecklarindex 2015*. Stockholm. Available 2016-01-06: <http://www.dataspelsbranschen.se/media/152177/spelutvecklarindex%202015.pdf>.
- Goodwin, C. (1994). Professional vision. *American Anthropologist*, 96(3), 606-633.
- Harvey, A., & Shepherd, T. (2016). When passion isn't enough: Gender, affect and credibility in digital games design. *International Journal of Cultural Studies*, Online First.
- Jorgensen, K., Sandqvist, U., & Sotamaa, O. (2015). From hobbyists to entrepreneurs: On the formation of the Nordic game industry. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Online First.
- Kerr, A. (2006). *The business and culture of digital games: gamework/gameplay*. London, UK: Sage.
- Planells, A. J. (2015). Video games and the crowdfunding ideology: From the gamer-buyer to the prosumer-investor. *Journal of Consumer Culture*, Online First.
- Sarangi, S., & Roberts, C. (1999). *Talk, work and institutional order. Discourse in medical, mediation and management settings*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Stenström, E., & Strannegård, L. (red) (2013). *Kreativt kapital – om ledning och organisation i kulturella och kreativa näringar*. Stockholm: 8tto, Volante.
- Tillväxtverket. (2015). *Förutsättningar för kulturella och kreativa företag. Företagens villkor och verklighet 2014*. Stockholm: Tillväxtverket.
- Zackariasson, P., & Wilson, T., L. (Eds.) (2012). *The Video Game Industry: Formation, Present State, and Future*. Studies in Innovation, Organizations, and Technology series. New York: Routledge.