



ANALYSE AV

Forsvarets rekrutteringsfilmer



Forsvaret bruker en rekke filmer for å formidle informasjon om sesjon og førstegangstjeneste. Hvor godt fungerer disse filmene med tanke på å rekruttere og beholde personell?

Sentrale spørsmål

Jeg kommer i det følgende til å anvende begreper og modeller fra Peter Harms Larsens innføringer i filmdramaturgi til å analysere filmene til Forsvaret. Det er særlig fire sentrale punkter jeg vil se nøye på: Legger filmene til rette for innlevelse i handlingene som presenteres for oss? Skaper de fascinasjon for opplevelsene som venter i militæret? Lar de oss identifisere oss med personene som har valgt å avtjene verneplikt og verve seg for tjeneste? Gir filmene tilstrekkelig informasjon til at de som ser filmene skjønner bedre hva militærtjeneste innebærer?

Filmene

Flere av filmene til Forsvaret er lagt ut på nettsiden deres, www.mil.no, og på www.youtube.com. I tillegg bruker Forsvaret DVD-filmer om førstegangstjenesten på selve sesjonen. Disse filmene gir et innblikk i hva førstegangstjeneste, militær utdanning og karriere har å tilby av muligheter, utfordringer, arbeidsoppgaver og miljø. Vi får informasjon om hvilke avdelinger Forsvaret opererer innenfor, og vi ser hvordan soldatene opplever de ulike situasjonene de blir stilt overfor.

Musikkvideolignende

Nettklippene fra Forsvarets nettside henter filmspråket sitt fra musikkvideosjangeren. Filmene er spekket med lyd- og bildeeffekter, og i stedet for reallyd underbygges bildene av pulserende musikk. Filmene viser en rekke actionfylte situasjoner, blant annet fra en fallskjermjeger og spesialjegers virksomhet. Formålet med filmene er å vekke interessen hos de som ønsker å bygge en videre karriere i Forsvaret.

Reklamefilm

Nettklippene fra youtube.com er spesielt korte i varighet og fungerer som reklamefilmer. Disse filmene er også uten reallyd, med pulserende musikk i bakgrunnen, og en mannsstemme i forgrunnen av lydbildet som formidler budskapet. Ofte dukker det en tekst eller stikkord opp på skjermen, slik som «Det er mye du kan lære deg i Forsvaret». Filmene viser en rekke klipp i rask rekkefølge av forskjellige situasjoner,

eksempelvis situasjoner fra Hæren, Heimevernet, Sjøforsvaret og Luftforsvaret. Det er spesielt de spenningsfylte situasjonene som kommer til uttrykk, akkurat som i nettklippene fra Forsvarets nettside.

Førstegangstjeneste

DVD-filmene om førstegangstjeneste har hovedsakelig real-lyd, som underbygges av et rytmisk pulserende musikkmotiv. Også her fungerer musikken som en spenningsforsterker, da mye av det visuelle innholdet spiller på krig, skyting og andre spenningsmomenter. Den ene DVD'en, «Mangfold av muligheter», består av kortfilmer som varer fra 1,5 til 10 minutter. Filmene viser forskjellige aspekter ved førstegangstjenesten – jenter i Forsvaret, samholdet i leirene – og korte snutter fra de ulike avdelingene Forsvaret opererer innenfor. Her finner vi blant annet Garnisonen i Sør-Varanger, Sjøforsvaret, Garden, Militærpolitiet og Internasjonal tjeneste. Den ni minutter lange filmen «Førstegangstjenesten» gir informasjon om hvordan innrykksdagen går for seg, og den forteller om arbeidsoppgavene som følger med tjeneste i henholdsvis Hæren, Luftforsvaret, Heimevernet og Sjøforsvaret. Den andre DVD'en inneholder en lengre versjon av «Førstegangstjenesten» (på 1 t 17 min.). Den gir et grundigere og mer innholdsrikt innblikk i hva som skjer fra og med første dag i førstegangstjenesten og forteller mer om hva som venter i Hæren, Luftforsvaret, Heimevernet og Sjøforsvaret.

Hovedtema

Filmene ønsker å formidle en forståelse av at det er lurt å velge Forsvaret, fordi man møter utfordringer, muligheter og opplevelser man ikke ville fått andre steder. Det legges vekt på at Forsvaret tilbyr et trygt og godt miljø der folk samarbeider og ikke minst trives, men at det samtidig er et sted der man kan tøye sine egne grenser, klare det umulige, oppdage nye sider ved seg selv, og bli klokere på veien videre. Med dette som utgangspunkt ønsker Forsvaret å øke sin tiltrekningskraft som arbeidsgiver gjennom filmene.

Målgruppe

Alle filmene henvender seg hovedsaklig til unge menn i vernepliktig alder, både de som vurderer førstegangstjeneste, og de som ønsker å bygge en videre karriere i Forsvaret. Alderen gjenspeiles også i hvem som vises i filmene, da dette stort sett er soldater i tjuetårene/sent tenårene.

Da det ikke nødvendigvis er en selvfølge at alle som er på sesjon har et ønske om å avtjene militær verneplikt, tror jeg



disse filmene spiller en større rolle for den *tvilende* målgruppens avgjørelse, sammenlignet med hva reklamefilmene og teaserne gjør. Dette er nok også grunnen til at det er dvd-filmene som gir det mest utfyllende og informasjonsrike bildet på førstegangstjenesten. For de som allerede har bestemt seg for å avtjene militær verneplikt, har dvd-filmene trolig kun en ytterligere overbevisende effekt.

I utgangspunktet er unge gutter den hovedsaklige målgruppen, men vi finner ett unntak. Filmen «Jenter» skal friste flere jenter inn i Forsvaret, og har naturligvis derfor jenter som sin hovedmålgruppe. Da jentene likevel er kraftig underrepresentert i de øvrige filmene, fremgår de ikke som en naturlig del av den totale målgruppen. Dette forsterkes også av det gjennomgående actionfylte innholdet i filmene (spesielt der det skytes og sprenges), som appellerer mer til de aller «tøffeste» guttene enn den kvinnelige målgruppen.

Usammenhengende dramaturgi

Den klassiske lineære fortellerstrukturen bygger på at hver historiefortelling må bestå av en begynnelse, en midtdel og en avslutning, og nettopp i den rekkefølgen for at publikum skal kunne følge best mulig med.

”Rygraden i historien er plottet – et handlingsforløb som historien er bygget op omkring, og som skaber den overordnede fremdrift der skal sikre at publikum holdes i ånde fra begyndelse til slutning”

Petter Harms Larsen presenterer i *De levende billeders dramaturgi 1. Fiktionsfilm* en berettermodell i syv ledd som ligger til grunn for publikums innlevelse i en film. Sentralt står kravene om:

1. Anslag: historien må starte med noe som fanger publikums oppmerksomhet, og som trigger lysten til å fortsette å følge med
2. Presentasjon: karakterer, setting og konflikt presenteres
3. Utdypning: publikum får ytterligere informasjon som er relevant for handlingsforløpet, og det er her publikums følelsesmessige engasjement i historien for alvor skal forsterkes
4. Point of no return: konfliktopptrappingen starter, og de(n) bærende karakter(ene) har ingen andre muligheter enn å fortsette til veis ende dersom konflikten skal kunne bli løst
5. Konfliktopptrapping: de(n) bærende karakter(ene) stilles i ulike dilemmaer, og må ta skjebnesvangre valg som setter handlingens bærende verdier på prøve. Valgene som gjøres nå skal ruste den bærende karakter opp til den siste og største prøven av dem alle, nemlig:
6. Klimaks: spenningen som til nå er bygget opp forløses ved at konflikten kommer til en løsning, og historiens bærende idé blir bevist gjennom utfallet av konfliktløsningen.
7. Uttoning: skal gi publikum en mulighet til å ”puste ut” og av reagere på spenningskurven som endelig har lagt seg.

(Det Danske Filminstitutt/Knud Øllgaard 2005, s. 106–121)

I filmene til Forsvaret later klippene til å være helt tilfeldig sammensatt. Det er vanskelig å finne noen sammenheng

i måten filmene er bygget opp på, annet enn at klippene vi ser er koblet opp mot det filmtittelen tilsier. Som seere forventer vi en naturlig overgang fra den ene handlingen til den neste, og en logisk sammenheng mellom dem – dette fordi vi er vant til den klassiske fortellerstrukturen. Når hvert klipp da består av en enkeltstående handling som ikke henger sammen i tid eller rom med den neste vi får se, krever det en mental omstilling for hver gang handlingen skiftes ut. Skjer dette for ofte, forstyrres konsentrasjonsevnen vår nok til at vi følgelig ikke vil klare å oppfatte essensen i det vi ser. Peter Harms Larsen forklarer dette problemet på følgende vis:

«Handlingslogikken står i modsætning til inkonsekvenser, vilkårlighet og kaos – hvor der mangler logiske forbindelser mellem de forskjellige ting der sker, mens tilfældet får lov at råde. Det er umulig at skabe dramatisk spænding uden at operere med at der i den virkelighed en historie fremstiller, gælder lovmæssigheder om aktion og reaktion [...]» (ibid s.73f)

Det plottet som altså skal sikre historiens fremdrift er sterkt fraværende i Forsvarets filmer. Et godt eksempel på hvordan oppbygningen svekker fremdriften i filmene finner vi i langversjonen av «Førstegangstjenesten», under fanen «Hæren» (ca 18:40). Der tas vi direkte fra en bildeserie av flere tanks som fyrer av skudd ute i villmarken, via et bilde av en militær-lastebil som dras opp på en bergingsbil (dette klippet vises i hurtigfilm), til en panorering over et øde fjellandskap. I løpet av noen sekunder presenteres vi altså for tre ulike settinger og mulige plot, uten at de har noen sammenheng med hverandre. Det samme skjer i «Lærlingteaser» på Forsvarets nettside, der vi tas direkte fra en kjøkkenscene hvor en gutt og ei jente lager mat, til en kort sekvens med en lastebilsjåfør og en parkeringsplass full av lastebiler og tanks, før vi plutselig befinner oss over en båt på sjøen. Min reaksjon blir dermed at jeg lurer på hva det er jeg skal følge med på, når det tydeligvis ikke er handlingsforløpet – slik jeg er vant til – som sørger for å holde på min oppmerksomhet.

Avbrutt fascinasjon

Det er også uheldig at vi i de kortere filmene presenteres for mulige plot som ikke følges opp senere. Spesielt bærer kortfilmene på dvd 1 og på Forsvarets nettside preg av at det er mye som skal formidles på altfor kort tid, og resultatet blir derfor at det opprinnelige budskapet forsvinner i rekken av usammenhengende bilder. Bildene kommer tett i tett, og der det virker som om filmskaperen ikke har fått nok plass til alt stoffet han ønsket å ha med, løser han problemet med å dele skjermen

opp i flere mindre bilder. Følgelig får hvert bilde mindre fokus, og etablerte handlinger som vi ønsker å følge videre, avbrytes før vi har fått den løsningen vi søker og, ikke minst, venter på.

Det er mange spennende handlinger i disse filmene, og ofte trigger de trigger lysten til å se videre. Et eksempel på dette finner vi i «Prioriterte avdelinger» på sesjons-DVD'en under fanen «Garnisonen i Sør-Varanger». Filmen starter i en utkikkspost hvor en grensevakt får øye på en uvedkommende som krysser landegrensen. Vakten varsler gruppen sin, som kaster seg på snøscootere for å pågripe den uvedkommende. I utgangspunktet er dette etableringen av et spennende plot som gir meg lyst til å se hva som skjer videre. Før handlingen imidlertid kommer så lang, har allerede skjermbildet blitt delt i to, der det øverste bildet fortsetter handlingen vi allerede har begynt på, mens bildet under viser noe helt annet – en tatovert arm som tilbereder en middagsrett og dekker et langbord. Her starter forvirringen – hva skal jeg følge med på? Og hvorfor presenteres vi for to vidt forskjellige og motstridende settinger på én gang? Ikke lenge etter blir skjermen delt opp i et tredje bilde, der nok en handling begynner å utspille seg. Nå er det lyden fra dette siste bildet som dominerer lydbildet, og kommentaren «Livet er herlig, dere!» blir mer ironisk enn overbevisende sammen med bildet av den stakkars grensekrysseren som nå har måttet legge seg ned i den kalde snøen på kommando fra en nådeløs bevæpnet soldat.

Jeg spør meg selv hva som kan være hensikten med å dele bildet opp slik – ønsker filmskaperen at vi skal følge én bestemt historie, ville det jo absolutt vært mest fordelaktig å la oss beholde fokuset på nettopp den historien. Å dele bildet opp i flere separate handlinger virker helst forstyrrende og oppsplittende på filmens fokus, noe som gjør at publikum bare får med seg hva som skjer uten å få vite hvorfor det skjer. Et plot baseres på nettopp den serien av handlinger som bygger på et årsaks-virkningsforhold, og «[...] der sættes ikke handlingsforløb og begivenheder i gang uden at de også føres til deres logiske [...] afslutning. Der må [...] ikke være 'løse ender'» (ibid s.74). Tilfeller som dette fører derfor til en «hullete» helhetsoppfatning og lite informasjonsutbytte, noe som er dumt tatt i betraktning at dette er filmer som brukes i informasjonssammenheng. Dette vil jeg komme nærmere tilbake til.

Ingen identifikasjonsmodeller

De aller fleste historiefortellinger bæres frem av én eller flere karakterer som står i sentrum for den eller de begivenhetene som fremstilles i historien (ibid s.29). Det er disse personene

som blir historiens representanter, og som er den viktigste kilden til følelsesmessig identifikasjon hos publikum. Da Forsvarets filmer er laget med den hensikt å påvirke og overtale, samt bringe informasjon til publikum, kunne identifikasjon altså vært et virkningsfullt retorisk grep. Derfor er det ekstra synd at filmene ikke gir rom for karakterer man kan få et følelsesmessig forhold til eller mulighet til å følge over tid.

På dvd-filmene dukker det med jevne mellomrom opp personer på skjermen som henvender seg direkte til publikum, og som uttaler seg om det vi ser og hører, men det er likevel aldri nok til at vi rekker å etablere et følelsesmessig forhold til dem som identifikasjonsmodeller. Med tanke på at målgruppen her er mennesker som er i en alder hvor identitet og identifikasjonsmodeller kanskje er viktigere enn noe annet, tror jeg Forsvaret svekker sitt ethos ved å overse dette i filmene. Da bør det også nevnes at personer som henvender seg til publikum faktisk er totalt fraværende i nettklippene på Forsvarets hjemmeside og i reklamefilmene.

Jeg tror et alternativ til dette kunne vært å heller velge ut et par personer som fremgår som de bærende karakterene, og som vi følger gjennom filmene. Dette prinsippet er blitt brukt i blant annet Elisabeth Nord's dokumentarfilm om den franske fremmedlegionen, *The Legion*, og fungerer positivt ved at vi hele tiden har et fast holdepunkt i alt det nye dokumentarfilmen presenterer oss for. Slik det er i Forsvarets filmer, der tilfeldigheten bestemmer hvem som uttaler seg og hvem som vises i de ulike situasjonene vi ser ellers, blir det alt for mange forvirrende «løse tråder».

Mangel på informasjon

Jeg vil nå se nærmere på informasjonsutbyttet av Forsvarets filmer. Peter Harms Larsen skriver at fortellerstrukturen i den gode historie ikke bare skal kunne tilby publikum muligheter for *informasjon, identifikasjon og fascinasjon*, publikum skal kunne forvente at det er der (2005, s.13). Jeg anser informasjon som ekstra viktig for Forsvarets filmer, med tanke på den målgruppen og det formålet filmene brukes til. Det er derfor synd at det i filmene er en gjennomgående faktor at vi flere steder ikke helt skjønner hva som faktisk utspiller seg på skjermen – hva er det vi *egentlig* ser?

Dette problemet bunner igjen i prinsippet om årsak og virkning – vi får ofte bare se at noe skjer, uten å få informasjon hvorfor. Det gjør det vanskelig å orientere seg i tid og rom, samt å få en logisk forståelse av hvorfor det som blir vist faktisk blir vist (ibid s.13).

Filmen «Low Level Flying» tar oss for eksempel med på en flytur i et hurtig tempo over forskjellige landskap. Kvaliteten på filmen er strålende – bildene er fantastiske, musikken og lyd-effektene er som skreddersydd, og publikum får følelsen av å sitte i flyet selv. Jeg antar likevel at Forsvaret ønsker å formidle et dypere budskap enn «bli med på flytur» gjennom denne filmen, men jeg sliter med å få noe mer ut av den fordi jeg mangler grunnleggende informasjon om hva low level flying i det hele tatt er, og hva formålet deres er. I tillegg savner jeg litt mer informasjon rundt det som fanger oppmerksomheten min med filmen slik den er – hvor fort kan disse flyene fly, hvordan blir man pilot, og hva kreves av ham/henne for å kunne mestre en flymaskin som dette? Er man heldig, rekker man akkurat å legge merke til at svaret på noen av disse spørsmålene dukker opp som utydelig tekst nederst i bildet i to kjappe sekunder underveis. Men når heller ikke dette går *klart* frem, sitter jeg ikke igjen med det helt store informasjonsutbyttet. Hvordan kan en slik film da ha overbevisende effekt på en som for eksempel tenker på å utdanne seg til pilot?

For å øke informasjonsgraden i filmene, tror jeg igjen at identifikasjonspersoner kunne være en løsning. Slike personer kunne her bidratt som verdifulle informasjonsformidlere gjennom å uttale seg om nettopp det filmene ønsker å formidle. Identifikasjonspersoner vil ikke minst også bli oppfattet som mer troverdige enn en kort, nesten umerkbar skjermtekst. Hadde derimot teksten blitt mer tydeliggjort, ville vi nok skjønt at dette er informasjon vi trenger for å bedre forstå filmens innhold. Tydelig tekst som blant annet etablerer oss i tid, sted og rom, og som forbereder oss på det vi skal se, kan altså også være et virkemiddel som løfter informasjonsnivået.

I de tretti sekunder lange reklamefilmene (nettklippene på youtube.no) benyttes slik tekst i stikkordsform sammen med en mannsstemme som utdyper teksten ytterligere. Kombinasjonen er overbevisende og informasjonsrik. Virkemiddelet med tydelig tekst på skjermen ser vi faktisk også på slutten av «Lærling-teaser». Problemet her er bare at den tekstlige informasjonen ikke samsvarer med det vi har fått av visuell informasjon. Det er for eksempel ingenting ved det vi har sett som forklarer teksten «Spar tid i et utfordrende miljø». Så lenge bildene ikke gir noen forklaring, og vi ikke får ytterligere informasjon, mister teksten all sin effekt fordi vi ikke vet hva den sikter til. Det er en grunnleggende forutsetning for all film- og tv-dramaturgi at «alt hvad der kommer til uttrykk, henger sammen og skal udgøre en helhed – for at historien skal føles og opleves rigtig av publikum» (ibid s.13).

Jenter

Frivillig førstegangstjeneste for jenter gjør det naturlig nok vanskeligere å rekruttere kvinnelig personell til Forsvaret. Forsvaret har dermed en større jobb med å tiltrekke seg denne målgruppen enn med gutter, som i utgangspunktet ikke har noe valg. På Forsvarets nettside, www.mil.no, framgår det at Forsvaret ønsker flere jenter i militær tjeneste, og argumentene er mange i nettbrosjyren «Jenter i Forsvaret – Fra A til Å». Jeg etterlyser derfor flere henvendelser til jentemålgruppen i filmene.

Jentene er blant annet nesten ikke representert i de mange actionfylte krigssituasjonene vi stadig vekk blir vitne til. Der jentene opptrer, ser vi dem i typiske kvinnedominerte yrker, som kokk, sykepleier, resepsjonist og hundepasser. Dette kan gi en oppfatning om at jenter faktisk ikke er like skikket som deres mannlige kolleger til å utføre det mest krevende arbeidet, og kan virke demotiverende for jenter som har lyst, men som er usikre på om de er i stand til å klare det. Disse jentene vil nok være søkende etter noen å identifisere seg med, og det er derfor betryggende med jenta i «Militærpolitiet» som forteller om gleden i det å ha klart noe hun trodde hun ikke var i stand til, og at det i seg selv har vært avgjørende for hennes valg om å bli politi.

Dessverre finner vi få ytterligere eksempler som kan bidra til at flere jenter får lyst til å søke seg inn i Forsvaret, og vi ser faktisk ikke snurten av jentepersonell i verken «Lederteaser» eller «Fallskjermjeger». Slagordet i slutten av sistnevnte film – «Alle kan søke» – blir derfor litt ironisk når filmen kan tyde på at jenter ikke passer til yrket. Jeg tror at filmenes innhold generelt burde vært mer tilpasset jentemålgruppen dersom målet faktisk er å rekruttere flere jenter. En 80 sekunder lang egen filmsnutt for jenter er ikke nok til å overbevise en målgruppe som er så godt som fraværende i resten av filmmaterialet.

God bildekvalitet, kloke sjangervalg

Forsvarets filmer har generelt høy kvalitet når det gjelder både foto og lyd, med spesielt «Low Level Flying» i spissen som et fotografisk kunstverk. Reallyden i filmene er god, og kommer godt fram også når det ligger musikk i bakgrunnen. Musikken er godt tilpasset det visuelle innholdet, og med hurtige bildeklipp, avanserte bildeeffekter og fragmenterte fortellerstruktur, får filmene et preg av musikkvideo. Musikkvideoformatet fungerer på teaserne på Forsvarets nettside, samt kortfilmene på dvd 1, fordi disse filmene varer i normal tid i forhold til en musikkvideo. Det samme gjelder reklamefilmene; de samsvarer med normal

lengde på reklameinnslag, og vi godtar musikken som en naturlig del av filmen – det er jo et vanlig virkemiddel i reklamer ellers.

Uheldig musikkbruk

I langversjonen av «Førstegangstjenesten» blir musikken derimot nærmest uutholdelig og plagsom. Det er det samme musikalske temaet som spilles om og om igjen, og når filmen varer i over en time, blir det rett og slett litt for mye musikk. Her kunne reallyden alene fått større plass, og slik forsterket realiteten i det som utspiller seg på skjermen, for her føler jeg at musikken legger en demper på nettopp dette. Jeg tror målgruppen, altså de som er på sesjon, er mest interessert et så virkelighetsnært inntrykk som mulig av Forsvaret, for å slik være bedre forberedt på hva de går til.

Konklusjon

Forsvaret har utvilsomt mye filmmateriell til disposisjon i rekrutteringsarbeidet sitt. Film som kommunikasjons- og informasjonsmedium stiller nok sterkt i en prosess der målgruppen er unge mennesker, mye sterkere enn brosjyrer og annen informasjon i papirformat. I dagens mediesamfunn, der informasjonsformidlingen aldri har vært så rask som nå (se bare på hvordan unge mennesker bruker facebook), forventer man å motta så mye informasjon som mulig på kortest mulig tid. «[...] det er karakteristisk for vor tids publikum at de er blevet meget krævende. For det meste vil de have det hele hver gang [...]» (Harms Larsen 2005, s.13). Dette kan lett kan utnyttes gjennom filmformatet og internett, mens papirbaserte medier nok kommer mer til kort. Jeg mener derfor at Forsvaret har lyktes i valg av medium. Og Forsvarets filmer kan alle være underholdende, fengende og fascinerende å se på, både på grunn av de spektakulære bildene, bruken av bildeeffekter som hurtigfilm, bildeoppdeling og fargemanipulasjon, og musikk som forsterker det hele (med unntak av «Førstegangstjenesten»). Et musikkvideoinspirert format virket nok som et godt valg da filmene skulle produseres, den unge målgruppen tatt i betraktning, og filmene gjør seg kvalitetsmessig godt innenfor en slik sjanger.

Men jeg vil nok en gang understreke informasjonsformålet til filmene, og stiller i den anledning spørsmål ved om musikkvideoformatet er det mest fordelaktige å benytte seg av til denne typen formidling? Der effektene blir så mange, og musikken så langdryg at det forstyrrer graden av informasjon, som i «Førstegangstjenesten», tror jeg publikum heller oppfatter filmene som ren og skjær underholdning enn som et realistisk bilde på en potensiell, fremtidig hverdag.

For lite informasjon og identifikasjon

Som avslutning for denne analysen ønsker jeg å gå tilbake til prinsippene om *informasjon, identifikasjon og fascinasjon*. Vi skal, som Peter Harms Larsen skriver, kunne forvente at disse elementene er tilstedeværende i en god fortelling (ibid s. 13). På grunnlag av min analyse mener jeg å kunne stå for at Forsvarets filmmateriell har en betydelig mangel på to av disse punktene – nemlig informasjon og identifikasjon – og at filmene derfor ikke tjener til sin fulle hensikt med å rekruttere og beholde personell. Det må nok mer til enn fascinasjon og spenningsfylt innhold for å overbevise dagens unge – hva med en realitybasert tv-serie fra innsiden av forsvarsmiljøet? Større hensyn til informasjonsformidling og identitetsmodeller, som reflekteres i en mer tilpasset mediesjanger enn musikkvideo, tror jeg kunne styrket Forsvarets tiltrekningskraft som arbeidsgiver mer enn det filmene gjør i dag.