



## Utanför systemet

Filmbranschens förändringar och  
det fria filmfältets framväxt i  
Finland 2000-2011

John Åhman

Examensarbete för Yrkehögskolan Novias YH-examen  
Utbildningsprogrammet för kulturproducentkap  
Helsingfors/Åbo 2011





## EXAMENSARBETE

Författare: John Åhman

Utbildningsprogram och ort: Kulturproducentskap, Helsingfors

Handledare: Tomas Träskman

Titel:

UTANFÖR SYSTEMET

Filmbranschens förändringar och det fria filmfältets framväxt i Finland 2000-2011

Datum: 29.4.2011

Sidantal: 133

Bilagor: 3

---

### Sammanfattning

Examensarbetet behandlar det framväxande fria filmfältet i Finland och dess anknytning till förändringar i produktions-, distributions- och tittarkulturen. Den finländska filmbranschen har vuxit under 2000-talet på grund av den växande mängden högskoleutbildade filmskapare. Lanseringskanalerna har diversifierats och vuxit omätbart i och med digitaliseringen av bio och TV samt introduktionen av internetvideo. Före 2000-talet fanns ingen arena för att visa amatörfilm för en bred allmänhet, vilket band den fria filmkulturen till filmfestivaler, medan biograf- och TV-repertoarerna utgjordes av förköpta proffsprojekt. Det fria fältet bestod då av enstaka entreprenörers verk och undergroundfilmer, ett faktum som idag inte mera gäller.

Målsättningen är att identifiera den andel av filmfältet i Finland idag (2011) som producerar långfilm på egna villkor utanför det statsstödda systemet, det vill säga finna orsaker till att det i likhet med det finländska teaterfältet idag finns ett halvprofessionellt fält mellan amatörverksamhet och proffsproduktion på det finländska filmfältet. Med forskningsfrågan "På vilket sätt skiljer sig det fria fältets aktörers produktionsätt från den traditionella produktionsformen?" är syftet att beskriva, analysera och tolka vad detta fria fält är enligt fältets aktörer, och hur deras uppfattningar relaterar till teoridelens definitioner av fältet.

För arbetet gjordes temaintervjuer med finländska filmskapare som lanserat långfilmer utan statligt stöd. Den kvalitativa undersökningsdelen kompletteras med en omfattande teoridel, som låter läsaren bekanta sig med den finländska filmbranschens kutymor samt de kulturförändringar och den teknikutveckling som skett inom filmproduktionen under 2000-talet.

Resultaten av undersökningen visar att det som i första hand möjliggjort offentlig fri filmproduktion är den demokratiserande effekten av konkurrenskraftig konsumentproduktionsteknik och att internetvideo till sin karaktär är offentlig och dess lanseringsmöjligheter enkla. Ytterligare visade det sig att respondenternas produktioner karaktäriseras av långa inspelningsskeden och en liten budget. Filmerna görs av små produktionsgrupper med multidisciplinära medlemmar, som oftast fortsätter samarbetet i andra projekt. I produktionerna brukar olika produktionskeden blandas och kontakt med publiken startas ofta redan i början av produktionen via internet. Lanseringen i traditionella kanaler kan vara svår eftersom filmen inte är förköpt enligt branschens vanor.

---

Språk: Svenska

Nyckelord: Kulturpolitik, Fria fält, Teknikutveckling, Filmutbildning, Filmproduktion, Filmdistribution, Filmförevisning

Förvaras: YH Novias bibliotek, G18, Georgsgatan 18, 00120 Helsingfors och [www.theseus.fi](http://www.theseus.fi)

---

## OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: John Åhman

Koulutusohjelma ja paikkakunta: Kulttuurituotanto, Helsinki

Ohjaaja: Tomas Träskman

Nimike:

SYSTEEMIN ULKOPUOLELLA

Elokuva-alan muutokset ja vapaan elokuvakentän esiinnousu Suomessa 2000-2011

Päivämäärä: 29.4.2011

Sivumäärä: 133

Liitteet: 3

---

### Tiivistelmä

Opinnäytetyö käsittelee nousevaa elokuvan vapaata kenttää Suomessa ja ilmiön yhteyksiä tuotanto-, levitys- ja katselukulttuurin muutoksiin. Suomalainen elokuva-ala on 2000-luvulla laajentunut korkeakoulutettujen elokuvantekijöiden määrän nousun vuoksi. Lisäksi julkaisukanavat ovat monipuolistuneet ja kasvaneet huomattavasti elokuvateattereiden, TV:n digitalisoinnin ja internetvideon yleistymisen takia. 2000-lukua ennen amatöörielokuvien julkiselle näyttämislle laajalle yleisölle ei ollut areenaa, mikä sitoi vapaan elokuvakulttuurin elokuvafestivaaleihin. Elokuvateatteri- ja TV-ohjelmistot puolestaan koostuivat etukäteen ostetuista ammattituotannoista. Vapaa kenttä muodostui tuolloin yksittäisten tekijöiden teoksista ja underground-elokuvista, mutta nykyään tilanne ei ole enää sama.

Opinnäytetyön tavoitteena on tunnistaa nykyisen (2011) suomalaisen elokuvakentän osio, joka tuottaa kokoillan elokuvia omaehtoisesti valtion tukijärjestelmän ulkopuolella eli valottaa, miksi suomalaiselta elokuvakentältä löytyy, teatterikentän tavoin, puoliammattilainen kenttä amatööritoiminnan ja ammattilaistuotannon väliltä. Tutkimuskysymys on: millä tavoin vapaan kentän toimijoiden tuotantotavat eroavat perinteisestä elokuvatuotantomuodosta? Tutkimustehtävä on kuvata, analysoida ja tulkita, mitä vapaa kenttä tarkoittaa vapaan kentän toimijoille itselleen, ja miten nämä käsitykset heijastuvat teoriakirjallisuuden näkemyksiin.

Tutkimus toteutettiin teemahaastatteluina, ja haastateltavat olivat suomalaisia elokuvantekijöitä, jotka ovat julkaisseet elokuvia ilman valtion tukea. Kvalitatiivista tutkimusosaa täydentää laajaa teoriaosa, joka tutustuttaa lukijan suomalaisen elokuvakentän toimintamalleihin sekä kulttuurimuutoksiin ja tekniikan kehitykseen, jotka ovat muovanneet elokuvatuotantoa 2000-luvulla.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että vapaan elokuvatuotannon on mahdollistanut sekä kilpailukykyisen kuluttajatuotantotekniikan demokratisoiva vaikutus että internetvideon helppo saatavuus ja julkaisu-mahdollisuudet. Lisäksi tulokset osoittavat, että haastateltavien tuotannoille ominaista on pitkät kuvaustuotantovaiheet ja pienet budjetit. Elokuvat tehdään pienin, monitaitoisten jäsenten tuotantoryhmin, jotka usein jatkavat yhteistyötä muissa projekteissa. Eri tuotantovaiheiden sekoittuminen on yleistä vapaan kentän tuotannoissa. Elokuvantekijät ottavat usein kontaktia yleisönsä kanssa internetin välityksellä jo tuotannon alkuvaiheessa. Elokuvien julkaisua perinteisissä kanavissa voi vaikeuttaa se, ettei elokuvaa ole myyty etukäteen alan tapojen mukaisesti.

---

Kieli: Ruotsi

Avainsanat: Kulttuuripolitiikka, Vapaat kentät, Tekniikan kehitys, Elokuvakoulutus, Elokuvatuotanto, Elokuvalevitys, Elokuvaesitys

Arkistoidaan: YH Novian kirjasto, G18, Yrjönkatu 18, 00120 Helsinki ja [www.theseus.fi](http://www.theseus.fi)

---

## BACHELOR'S THESIS

Author: John Åhman

Programme and location: Cultural management, Helsinki

Supervisor: Tomas Träskman

Title:

OUTSIDE THE SYSTEM

Changes in Film Production and the Emergence of the Free Film Field in Finland 2000-2011

Date: 29.4.2011

Number of pages: 133

Appendices: 3

---

### Summary

This study deals with the emerging free film field in Finland, and its connection to changes in production, distribution and viewing cultures. The Finnish film industry has grown during the past decade due to the rising quota of higher education in the field of media and the diversification of the release channels: digitalized cinema, digital television and internet video. Before the 21<sup>st</sup> century there was no arena for widespread public exhibition of amateur film apart from film festivals, while Finnish TV and cinema programming was filled by pre-sold professional content. The Finnish free field consisted of individual works by entrepreneurs and underground cinema, a fact that is no longer valid today.

The goal of this study is to identify the part of the film field in Finland today (2011) that produces feature length fiction on its own terms, outside of the state-aided system. The researcher explores the reasons behind the existence of today's unestablished, semiprofessional field between amateur activity and professional film production, comparable to the free theatre field, which has long since been established. With the research question "How do free field operators' production methods differ from the traditional production model?" the objective is to describe, analyze and interpret what the free field is according to its operators, and how their perceptions relate to the definitions of the field given in the theory literature.

The study is based on interviews with Finnish filmmakers who have released feature films without financial support from governmental institutions. The qualitative study is supplemented by an extensive theory portion which lets the reader get acquainted with the customs of the Finnish film industry as well as the cultural changes and technological advancements in film production during the 21<sup>st</sup> century.

The results show that free field production has largely been made possible by the democratizing effect of competitive consumer production technology and the public disposition internet video and its release opportunities. Furthermore, the results of the study show that the interviewees' productions are characterized by lengthy production phases and small budgets. In free field productions, the production phases tend to merge. The films are made by small teams consisting of multidisciplinary members, who often continue working together as a group in other projects. Free field operators often establish contact with audiences at the start of the project on the internet. The distribution of free field films through traditional channels may be challenging because the films have not been pre-sold according to the customs of the Finnish film industry.

---

Language: Swedish

Key words: Cultural Politics, Free Fields, Technological Advances, Film Education, Film Production, Film Distribution, Film Exhibition

Filed at: YH Novia library, G18, Georgsgatan 18, 00120 Helsinki and [www.theseus.fi](http://www.theseus.fi)

---

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1	INTRODUKTION	1
	<b>BAKGRUND: SYSTEMET</b>	5
2	EN FILMS VÄG FRÅN IDÉ TILL SKÄRM	7
2.1	Filmproduktionsprocessen	7
2.2	De delaktiga parterna	9
2.3	Utgiftsfördelningen	12
2.4	Den traditionella distributionsmodellen	15
3	DEN FINSKA FILMBRANSCHENS LÄGE	17
3.1	Professionalisering och konkurrenshöjning	18
3.1.1	Utbildning och arbetsmarknad	20
3.1.2	Produktionsbolagens läge mellan filmstiftelsen och TV-kanalerna	22
3.2	Digital bio och TV	26
	<b>TEORI: UTANFÖR SYSTEMET</b>	29
4	EN VÄXANDE NY FILMKULTUR	31
4.1	Filmproduktionens brytningsskede på ett internationellt plan	32
4.2	Billig produktion och distribution	35
4.3	Nya publikvanor	37
5	FILM UTANFÖR BRANSCHGRÄNSERNA	42
5.1	Beställningsprojekt och alternativ distribution	42
5.2	Amatör- och proffsprojekt	46
6	DET FRIA FÄLTET OCH FILMBRANSCHEN I FINLAND	51
6.1	Verksamhetsmodeller för det fria filmfältet	52
6.2	Det fria fältets produktioner	55
6.3	Det fria fältets läge	58

<b>UNDERSÖKNING: FILMerna UTANFÖR SYSTEMET</b>	61
7 UNDERSÖKNINGENS SYFTE OCH UTFÖRANDE	63
7.1 Temaintervju som grund för undersökningen	64
7.2 Forskarens synvinkel och pålitlighet	66
7.3 Respondenterna	67
7.3.1 Samuli Torssonen, Star Wreck: in the Pirkinning	67
7.3.2 Miika Ullakko, Mitä meistä tuli	68
7.3.3 Jenni Jalava, Eetu ja Konna	68
8 UNDERSÖKNINGENS RESULTAT	69
8.1 Respondenternas verksamhetsmodeller	69
8.1.1 Hur startades projekten?	69
8.1.2 Varför användes en dylik verksamhetsmodell?	72
8.1.3 Fungerar verksamhetsmodellen?	76
8.2 Projektens utförande	79
8.2.1 Hur utfördes projekten?	80
8.2.2 Varför utfördes projekten som de utfördes?	83
8.2.3 Hur utvärderar respondenterna projektens utförande?	85
8.3 Teknologi och internetkontakt	87
8.3.1 Inverkade teknologi och internetkontakt på att projekten gjordes?	87
8.3.2 Hur använde ni teknik och kontakter i projektet?	89
8.3.3 Respondenternas relation till digitalteknik och nätverk	91
8.4 Lanseringsmetoder i respondenternas projekt	92
8.4.1 Hurudana lanseringssätt användes och planerades i förhand?	92
8.4.2 Varför valdes just dessa lanseringssätt?	95
8.4.3 Fungerade lanseringssätten?	98
<b>AVSLUTNING: SLUTSATSER</b>	102
9 UNDERSÖKNINGSRESULTATENS TOLKNING OCH JÄMFÖRELSE	105
10 SAMMANFATTNING	117
 KÄLLOR	 127
 BILAGOR	 





## 1 INTRODUKTION

Ämnet för detta examensarbete är det fria fältet för film i Finland idag (2011), det vill säga den andel filmskapare inom den finska filmbranschen som gör film på egna villkor utanför det statsstödda systemet. Detta arbete behandlar filmer som är gjorda för en publik och inte för egen förströelse eller övning. Med avgränsningen utesluter jag även skolfilmer, som ägs av filmskolor och görs i utbildningssyfte. Det handlar alltså om ambitiösa filmer som i grunden har som mål att vara likvärdiga med professionell statsstödd filmproduktion.

Målsättningen i forskningen är att synliggöra den finska oberoende filmens fält, det vill säga den fria halvprofessionella andelen av filmbranschen som gör film utanför systemet och arbetar hårt för att få sina verk synliga och för att de skall tas emot som professionella projekt. Dessa filmer är ofta lågbudgetfilmer eller filmer gjorda genom volontärarbete.

Jag har valt att långt avgränsa detta arbete till att behandla långfilm, fiktionfilmer och offentligt distribuerade sådana. Det har jag gjort på grund av att långfiktion är den dominerande formen för filmskapande och den enda som i allmänhet konsumeras på bio och DVD, det vill säga betalas för av konsumenter, och på grund av att det är just fri långfilmsproduktion som är det markanta nya fenomenet som framkommit på 2000-talet. Kortfilmer nämns även i detta arbete, men endast i sådana fall då filmen i fråga hittat en publik utanför kortfilmsarenan som främst består av filmfestivaler och traditionellt inte är riktad till en vanlig filmkonsument (Salo 2009, s. 21).

Oberoende produktion kallas vanligtvis *independent* inom upplevelsebranscherna. Film-, musik- och mjukvarubranscherna domineras globalt sett av stora konglomerat såsom Hollywoods filmstudior och *the big four*, de fyra stora skivbolagen inom musikindustrin.

Alla utövare som inte har anknytning till dessa nöjesindustrins jättar kallas independent (Wikipedia 2011a). I och med att få filmproduktioner i Finland görs med någon slags anknytning till de stora studiorna är nästan all finsk filmproduktion enligt denna definition independent. Inom filmbranschen kallas även filmer som produceras utan konventionellt filmstöd för independentfilm (Wikipedia 2011a). Konventionellt filmstöd syftar här på de statliga stöd som europeisk film vanligtvis åtnjuter. Begreppet independent varierar alltså enligt definition. Jag har i detta arbete för klarhetens skull valt att använda den tidigare definitionen för independentfilm och anser i likhet med producent Markus Selin, journalist Kalle Kinnunen (Kinnunen 2010) och undervisningsministeriet (OPM 2005:8, s. 89) att all finsk filmproduktion är independent. Undantaget är de produktioner som görs av produktionsbolagen Solar Films och MRP Matila Röhr Productions, som är delägda av koncernen Egmont och är såtillvida inte fullt oberoende (Salo 2009, s. 40-41). Den traditionella produktionsstrukturen behandlar jag i kapitel 2.

Jag har valt att kalla detta framväxande område av oberoende filmproduktion för det fria fältet i likhet med den finländska teaterbranschens fria fält, det vill säga det fält som innefattar all scenproduktion som sker utanför national- och stadsteatrar. Det fria teaterfältet har för länge sedan etablerats och flera fria teatrar åtnjuter statligt stöd på grund av en förändring i teaterlagen på 90-talet (Kokkonen, Loppi & Karjalainen 2002, s. 12-13). Jag använder mig av detta begrepp för att inte blanda de olika definitionerna för independentfilm sinsemellan. Det fria fältets filmer är alltså filmer som varken är finansierade av filmstiftelsen eller är förköpta av en samproducerande TV-kanal. Den viktigaste definitionen för det fria fältets film är att filmen gjorts utanför den konventionella filmbranschens system, vare sig man anser att filmbranschen definieras av statsstöd eller förköp av en förevisare eller distributör inom filmbranschen.

Orsakerna till att de filmskapare som behandlas i detta arbete är en del av det fria filmfältet kan variera stort. Antingen är de professionella filmskapare som gjort en film utan statsstöd eller oetablerade utövare som är näringsidkare eller företagare som gör alla sina filmer utan statligt stöd. För forskningen har jag intervjuat några av det fria fältets aktörer, som jag presenterar i kapitel 7, för att få veta motiven till deras verksamhetsätt, vilket i sin tur utgör examensarbetets undersökningsdel, kapitel 8.

Finländsk oberoende film är förvisso inget nytt fenomen. Före upprättandet av Finlands filmstiftelse 1969 (Wikipedia 2011b) var all finsk film oberoende. Sedan sjuttioalet har enstaka etablerade finländska filmskapare fungerat utanför systemet, föregångare till den verksamhet som vuxit till sig under 2000-talet. På 2000-talet finns flera exempel på uppmärksammade filmer som producerats utan förköp av en distributör eller TV-kanal, ett av filmstiftelsens krav för att en film skall vara stödberättigad. Bland annat filmerna *Reindeerspotting* (2010), *Mitä meistä tuli* (2009) och *Star Wreck: in the Pirkinning* (2005) spelades in på detta vis. Finsk oberoende filmproduktion behandlas i kapitel 6.

I detta arbete utgår jag långt från två seminarier från 2010 om det finländska fria filmfältet på 2000-talet: *Free Cinema -keskustelu*, ett seminarium arrangerat av det fria fältets filmskapare och ett diskussionsevenemang arrangerat av Finlands filmstiftelse. Att filmskaparna själva och Finlands filmstiftelse anordnar dylika evenemang är enligt min åsikt tillräckligt belägg för att det efterfrågas att en definition för ett fritt fält fastställs inom den finländska filmbranschen på både utövarnas och de statliga instansernas håll.

En central orsak till att jag tar mig itu med denna forskning är även att det om och om igen skrivs att filmbranschen eller den audiovisuella branschen är i ett tekniskt och kulturellt brytningsskede (Huttunen 2010a; YLE 2011; Meza 2007 s. 7; OPM 2005:8 s. 25, 67). Exempel på den branschförändring som skett på 2000-talet är bland annat att det i Finland utbildas flera mediearbetare än någonsin tidigare. Både på ett internationellt och inhemskt plan minskar distributörernas finansieringsbenägenhet (Kankkunen, Vedenpää & Wallius 2011; Hope 2010a). Enligt UVM:s förslag till redogörelse om kulturens framtid har det på kulturfältet överlag vid sidan om de traditionella institutionaliserade strukturerna under de senaste decennierna utvecklats växande fria fält, som fungerar utanför branschernas traditionella gränser (OPM 2010:12, s. 24). Denna utveckling behandlas i kapitel 3.

Inom videospel- och musikbranscherna har en klar kulturförändring redan skett under 2000-talet och inom filmbranschen börjar liknande fenomen visa sig. Det är alltmer naturligt att videospel- och musikbranschens utövare har en aktiv och social verksamhet som innefattar utgivandet av demor eller hela verk på eget initiativ, vilket långt beror på

att digitala distributionsmodeller blivit en märkbar del av branscherna under 2000-talet. Via detta har spel- och musikbranschernas utövare bejakat inofficiella och fritt spridda modifikationer av verk och därmed hittat nya kontaktformer med sin publik. Den största skillnaden mellan filmbranschen och de två andra branscherna är att ingen etablerad filmskapare eller något känt produktionsbolag ställt om sitt verksamhets sätt och framstått som ett beaktansvärt exempel för en ny slags produktionskultur. Som undantag finns just filmproduktioner på det fria fältet: oetablerade filmskapare som har mera kontakt med sin publik än sin bransch.

Filmer som skapas utanför traditionella finansieringsmodeller har en tendens att likaså distribueras på ett alternativt sätt och hitta en ny publik. Enligt flera etablerade finländska filmproffs (Selin 2010; Kempainen 2010) har detta nya område inom filmbranschen vuxit fram sedan sekelskiftet. Denna kulturförändring behandlas i kapitel 4 och dess utmynnande i projekt utanför filmbranschens gränser i kapitel 5.

Jag har sökt efter pålitliga fakta som visar att det finns ett fritt professionellt fält mellan amatörproduktioner och statligt stött filmskapande i Finland. Jag vill alltså synliggöra detta område, dess specifika drag och produktionskultur. Det är även av stor vikt för mig att påvisa hur de åtgärder som vidtagits av filmskapare utanför systemet påverkat etablerade utövare och hur även dessa tagit sig an att producera film utanför branschens gränser, samt hur filmstiftelsen börjat beakta det fria fältet och nya verksamhets- och produktionsmodeller. Teknikutvecklingen, samt förändringar i konsumentkulturen och filmutbildningen har haft stor inverkan på hur filmfältet förändrats under de senaste ca tio åren. Dessa fenomen har en stark länk till det fria filmfältets uppkomst och jag redogör även för dessa i forskningen. Orsakerna till varför filmskapare arbetar på det fria fältet utanför systemet tolkar jag i kapitel 9 med stöd av respondenternas svar. I det avslutande kapitlet sammanfattas resultaten av forskningen (kapitel 10).

För att kunna definiera det fria filmfältet på ett sätt som läsaren kan följa utan bakgrundskunskap i filmproduktion och -distribution, börjar jag med att presentera den traditionella filmproduktionsprocessen och dess parter i kapitel 2.

**bakgrund:**

# **SYSTEMET**

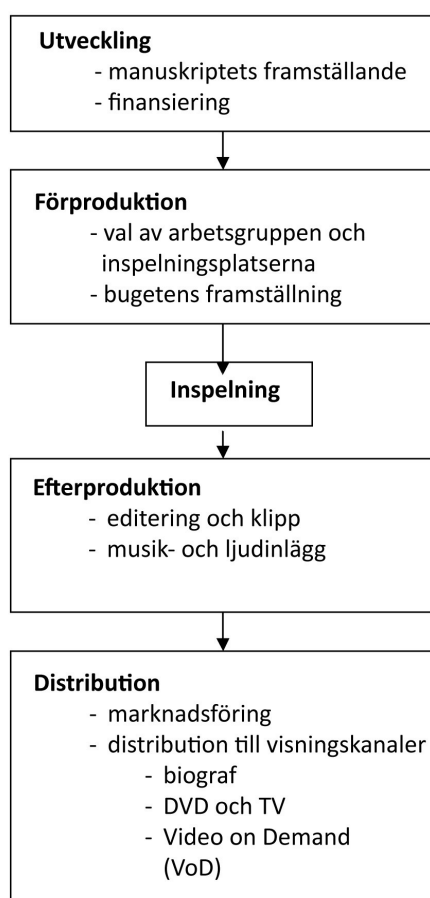


## 2 EN FILMS VÄG FRÅN IDÉ TILL SKÄRM

I detta kapitel visar jag via figurer hur en film produceras samt hur ansvaret, inkomsterna och utgifterna fördelas i en reguljär finländsk filmproduktion. Jag använder mig av olika tillförlitliga källor för att visa en bild av det finska filmfältets kutymer. Figureerna kompletteras av förklaring i text. Syftet med detta kapitel är att ge läsaren den bakgrundsinformation som krävs för att förstå forskningen och förklara de begrepp som används i senare kapitel.

### 2.1 Filmproduktionsprocessen

Varje film, liten eller stor, går igenom samma produktionsprocess från idé till förevisning. Nedan presenteras processen överskådligt och så förenklat som möjligt. I figur 1 presenteras de olika produktionsskedena kronologiskt.



Figur 1: Filmproduktionens skeden  
Översatt från Suomalaisten elokuvien kansainvälistyminen (Sainio 2009, s.21)

Varje filmproduktion börjar med att det finns en idé för en film. Denna idé utvecklas till ett manuskript. Detta skede är utvecklingskedet.

Under förproduktionen anlitas projektets inspelningsteam och skådespelarna. Inspelningen tidsplaneras och hela projektet budgeteras. Förproduktionen innehåller alla förberedelser, finansiella och projektmässiga, som krävs före inspelningen kan påbörjas. Skedet är över på den första inspelningsdagen, då manuskriptet och finansieringen är klara.

Inspelningen, eller produktionen, är det skede då filmen spelas in och den tar slut då filmen är helt och hållet filmad.

Under efterproduktionen färdigställs filmen genom editering och ljudarbete. Filmen presenteras i ofärdig form för finansörerna, för att säkra att parterna är överens om att filmens innehåll motsvarar planen från förproduktionen.

Då filmen är klar kan den marknadsföras och lanseras för en publik, vilket utgör distributionsskedet. Traditionellt sker distributionen i samma ordning som i figur 1. Filmen visas alltså först med ensamrätt på biografier. Sedan säljs och hyrs filmen på DVD, efter vilket den visas på betalkanaler och senare på nationella public access -kanaler, som Yle, Nelonen eller MTV3 i Finland.

Den sista punkten i figur 1, VoD, eller *video-on-demand*, gäller filer som kan nedladdas eller spelas upp på datorer eller andra apparater via nätuppkoppling. Eftersom fenomenet ännu inte standardiserats har inte heller tidpunkten för VoD-distribution standardiserats och olika strategier finns. Netflix är marknadsledaren för VoD-tjänster i USA och hyr även DVD-skivor. Enligt bolagets modell släpps VoD-versionen av en ny film samtidigt som eller strax efter DVD-versionen släppts. Nya utvecklingar inom filmdistribution behandlas närmare i kapitel 4.

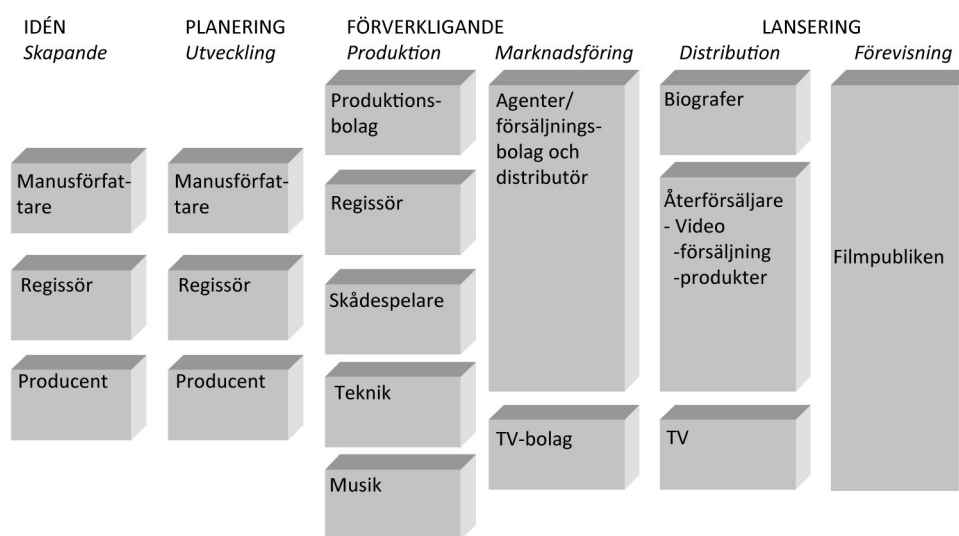


## 2.2 De delaktiga parterna

När det förra delkapitlet svarade på frågan ”i vilken ordning görs och visas en film?” behandlar detta delkapitel frågan ”vem gör en film och vem visar den?”. Liksom i det förra delkapitlet är detta en överskådlig och förenklad version av processen.

Som sagt börjar varje filmproduktion med att någon har en idé för en film. Idén kan vara ny eller baserad på ett tidigare verk, t. ex. en bok. I vilket fall som helst finns det en juridisk person som äger rättigheterna till idén. Via utveckling, produktion, marknadsföring och distribution når idén en publik i form av en film. Vilka parter krävs då för att detta skall hända? Alla läsare är säkerligen medvetna om kärnrollerna inom en filmproduktion: manusförfattare, regissör, skådespelare, filmfotograf och klippare. Utan dessa personer kan en film inte färdigställas.

Vilken är då deras andel i filmproduktionen och vilka andra personer krävs för att lansera en film, och ytterligare, vem representerar dessa personer och i vilken roll spelar de i filmens utvecklingsprocess? Vad är alltså ett produktionsbolag, en distributör och förevisare? I figur 2 nedan kartläggs en sedvanlig films produktionsprocess kronologiskt såsom i figur 1, men med parterna representerade.



Figur 2: Filmproduktionens delaktiga parter. Modifierad och översatt från Suomalaisen elokuvan markkinat ja kilpailukyky (F&L Research 1999, s. 11)

Allt börjar med filmidén. Denna idé skall utvecklas till ett manuskript av en manusförfattare. För att kunna skapa ett manuskript krävs det således finansiering för skrivarbetet. Idén presenteras för ett produktionsbolag, som förvaltar filmrättigheterna till manuset.

Produktionsbolaget anställer alltså manusförfattaren i syfte att framställa ett filmmanuskript. Produktionsbolag har sällan möjlighet att finansiera en manusutveckling med egna medel, utan framför således idén, i form av en *pitch*, till finansiärer, i Finland en TV-kanal eller en distributör, som meddelar sitt intresse för projektet. När de distribuerande eller förevisande finansiärerna uttryckt sitt intresse genom en avsiktsförklaring, kan produktionsbolaget ansöka om statligt utvecklingsstöd av Finlands filmstiftelse. Finlands filmproduktionssystem fungerar således via förköp. En film kan i regel inte få utvecklingsstöd utan intresse av en distributör, eller produktionsstöd utan en säkrad delfinansiering av antingen en TV-kanal eller distributör.

Finländska filmproduktionsbolag är utan undantag mikrobolag i aktiebolagsform. De har i genomsnitt 2,3 fastanställda av vilka en oftast är en producent eller både en producent och en regissör. Enligt Antti-Veikko Salo i sitt examensarbete *Pitkien elokuvien tuottamisen taloudellinen kannattavuus Suomessa 2000-luvun alussa* kan man av detta dra slutsatsen att finländska produktionsbolag drivs av entreprenörer vars syfte är att få göra filmer hellre än att bolaget skulle fungera på affärsinriktad basis. Resten av produktionsgruppens medlemmar är frilansare och anställs således av produktionsbolaget för att utföra en uppgift inom filmprojektet. (Salo 2009, s. 52)

Orsaken till att finsk film fungerar enligt en förköpsmodell är enligt filmproducent Claes Olsson att det inte finns en tillräckligt stor inhemsk publik för att för att göra en film lönsam för distributören att distribuera samtidigt som filmskaparna också skall kunna livnära sig på filmen utan stöd av Finlands filmstiftelse (Olsson 2010). Genom samverkan mellan filmstiftelsen, en TV-kanal och distributör kan en genomsnittlig film vara lönsam att producera. I delkapitel 2.4 förklaras denna process.

Med ett beviljat utvecklingsstöd kan finansiärerna ställa sig bakom filmen och produktionscykeln för projektet kan starta. Produktionsbolaget börjar med att anlita

resten av projektets kärngrupp, dvs regissör och producent, om de inte redan anlitas.

Under utvecklingen gör produktionsbolaget en projektplan för filmen, som fungerar som grund för ansökan om produktionsstöd till Finlands filmstiftelse. Filmstiftelsen utvärderar om projektplanen är realistiskt utformad för ett professionellt filmprojekt och ifall parterna i projektet är tillförlitliga. Enligt filmstiftelsens verksamhetsplan stöder stiftelsen professionell produktion. Filmstiftelsens verkställande direktör Irina Krohn anser det vara väsentligt att påpeka att verksamhetsmodellen i Finland skiljer sig mycket från den amerikanska modellen. I USA är all filmproduktion i grunden kommersiell och finansierarna är inriktade på om idén intresserar dem och en tänkt målgrupp, medan det finska stödbaserade systemet grundar sig på en jämförande utvärdering, där filmens projektplan och ansökarnas meriter jämförs med andra professionella filmprojekt (Krohn 2010).

Med ett beviljat produktionsstöd kan produktionsbolaget påbörja förproduktionen för filmen, det vill säga förverkliga den projektplan som godkänts av filmstiftelsen. Det är alltså vid denna punkt som filmen stiger ur planeringsskedet och börjar förverkligas.

Filmen förverkligas under förproduktions-, inspelnings- och efterproduktionsfaserna. För förverkligandet av filmen ansvarar produktionsbolaget och alla personer som är verksamma inom skapandet av filmen anställs av bolaget. Producenten, som ansvarar för projektets utförande och regissören, som ansvarar för filmens innehåll, arbetar för produktionsbolaget under förverkligandet av filmen. Enligt exemplet i figuren ovan är situationen densamma för den tekniska arbetsgruppen, skådespelarna och musikerna.

Även då filmen är klar, är det produktionsbolaget som finansiellt ansvarar för marknadsföringen av filmen till publiken samt framställningen av filmkopiorna. Distributören ansvarar för att filmen distribueras till biograferna, men tar oftast inte hand om själva marknadsföringen eller framställandet av filmkopiorna. För att kunna förverkliga marknadsföringen kan antingen produktionsbolaget eller distributören ansöka om marknadsföringsstöd av Finlands filmstiftelse. (Salo 2009, s. 10)

Med distribution avses det skede då filmen säljs till en publik, antingen på biograf, DVD eller båda. Distributören, oftast ett multinationellt bolag, har oftast ett DVD-sortiment av både inhemska och utländska filmer som de säljer via återförsäljare såsom butikskedjor och specialiserade filmaffärer. Distributören äger vanligtvis inte biografen, utan ingår avtal med biografägare om mängden och bredden av biovisningar för varje film. Den samproducerande TV-kanalen har rätt att visa filmen på TV då den lanserats på bio och på DVD.

Vid utlandsdistribution säljs rättigheterna till distributörer eller biografkedjor i respektive land eller område, medan TV-rättigheterna handhas av en inhemsk TV-kanal, som distribuerar filmen vidare till utländska TV-kanaler. Produktionsbolaget eller distributören handhar rättigheterna för internationell DVD-distribution och förhandlar om dessa rättigheter med DVD-distributörer i respektive land eller område.

Produktionsbolaget, distributören, biografen, TV-kanalen och återförsäljaren delar på andelarna av försäljningens inkomster, vilket behandlas i delkapitel 2.3 och 2.4.

### 2.3 Utgiftsfördelningen

Hittills har jag i detta kapitel presenterat filmproduktionens skeden samt de delaktiga och deras ansvarsområden. Jag har alltså gått igenom hur en film görs och vilka personer som ansvarar för den. I detta delkapitel behandlas den finansiella fördelningen i ett filmprojekt. Jag utgår från medelvärdena för en finländsk biografdistribuerad helaftons fiktionsfilm.

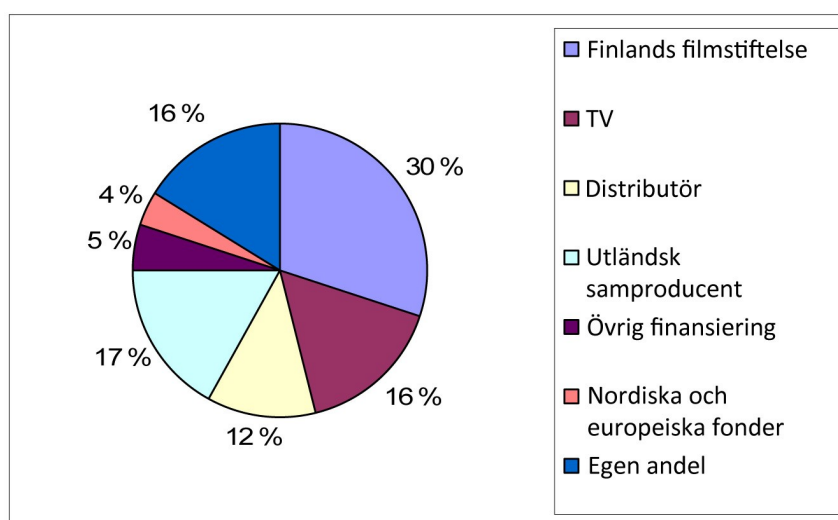
*Tabell 1: Exempelbudget för biodistribuerad långfiktionsfilm enligt Claes Olsson (Bilaga 3)*

<b>FÖRPRODUKTION</b>		<b>148 500</b>	10%
<b>PRODUKTION</b>		<b>951 000</b>	66%
<b>EFTERPRODUKTION</b>		<b>226 500</b>	16%
<b>ÖVRIGT</b>		<b>67 000</b>	5%
<b>ADMINISTRATION</b>	5%	<b>62 225</b>	4%
<b>RESERVERING FÖR OFÖRUTSEDDA KOSTNADER</b>	10%	<b>124 450</b>	9%
<b>TOTALKOSTNADER</b>		<b>1 431 175</b>	100%

I tabellen ovan är kostnaderna för en reguljär finsk långfilm fördelade enligt produktionskedan. Claes Olsson är en av Finlands mest erfarna filmproducenter och har gjort budgeten ovan enligt medelbudgeten på en finsk biofilm för sin föreläsning om filmfinansiering på Produforums seminarium *Prislapp på kultur* hösten 2010. I bilaga 3 finns hela budgeten, som dock är för omfattande och komplex för att behandlas i texten.

Det som är mest relevant i tabell 1 är att produktionskedet är den absolut dyraste delen av en filmproduktion, eftersom det är under inspelningen som flest arbetstagare involveras och dyr teknisk utrustning krävs. Olsson kompletterade tabellen ovan med att säga att han räknar med att lönerna utgör 40% av en films budget. (Olsson 2010)

Hur fördelas då utgifterna mellan de delaktiga parterna i en films finansiering? Som sagt är produktionsbolag mikrobolag med endast ett par anställda och den största delen av de involverade anställda är frilansare. I figuren nedan visas utgifternas fördelning enligt en finländsk films medelvärde.



*Figur 3: Produktionsutgifternas fördelning i en finländsk filmproduktion (medelvärde)  
Översatt från Suomalaisten elokuvien kansainvälistyminen (Sainio 2009, s. 25)*

Det som inte framgår i figur 3 är hur risken och ansvaret fördelas i ett filmprojekt. Budgeten består inte bara av insatser av flera finansörer, utan utgörs även av flera finansieringsformer: lån, riskfritt stöd, förköp, samarbetsavtal och egenrisk. Enligt figuren

är Finlands filmstiftelse den största finansiären för filmen (30%) och denna andel utgörs av samtliga stöd som produktionsbolaget kan ansöka om från filmstiftelsen. Stöden som ges åt produktionsbolaget räknas som bolagets satsning på projektet. Stöden från nordiska och europeiska fonder (4%) ter sig liknande men kan innehålla vissa krav på återbetalning av stödet.

Uttrycket "Egen andel" (16%) i figur 3 syftar på produktionsbolagets egen egentliga satsning i filmen, medan procentandelen för utländsk samproducent (17%) består av utländska produktionsbolags satsningar.

Figurens punkt "TV" betecknar TV-kanalens andel (16%), som är markant och syftar på att TV-kanalen här är en samproducent. Det är alltså frågan om att TV-kanalen köper TV-rättigheterna till filmen för ca 200 000 €. TV-kanalen har alltså rätten att visa filmen, men även att sälja visningsrätter vidare till andra TV-kanaler. Kanalen köper alltså filmen för sin egen programtablå och har som samproducent ett intresse av att försäkra sig om att den färdiga filmens innehåll motsvarar överenskommelsen.

Distributörens andel, här 12%, är ett förskott som distributören ger på egen risk åt produktionsbolaget före inspelningsskedet och det återbärs ur filmens intäkter. Då denna tolv procents andel betalats tillbaka till distributören, fortsätter distributören få en 15-20 procents provision av intäkterna. Distributörens andel och provision varierar per film, men detta är uppskattade medeltal av finska filmer. I fall filmens intäkter (efter att förevisaren tagit sin andel) är under de ca 150 000 € som distributören satsat på filmen, gör distributören följaktligen en förlust på sin investering.

Den 5% stora andelen som är markerad som övrig finansiering kan vara i form av lån (likt distributörens andel), direkt stöd (likt filmstiftelsens andel), deläggande (likt produktionsbolagets andel), eller förköp av rättigheter (likt TV-kanalens andel). Det är dock i Finland ovanligt att en film åtnjuter direkt finansiering av en investerare utanför filmbranschen, vilket beror på att finländsk filmproduktion, trots stöden, inte är vinstbringande (Salo 2009, s. 11). Detta för oss till nästa delkapitel, som behandlar hur inkomsterna fördelas.

## 2.4 Den traditionella distributionsmodellen

Vi var inne på distributionsförloppet redan i kapitel 2.2 i och med de delaktiga parterna. Detta delkapitel behandlar den finansiella sidan av distributionen. Följande tabell visar hur en films inkomster fördelas då en film visas på biograf. Filmen får sin inkomst via distribution och tabellen nedan används här som redskap för att visa varför den traditionella distributionsmodellen ser ut som den gör.

*Tabell 2: Biljettintäkternas fördelning i en genomsnittsfilm. Översatt från Pitkien elokuvien tuottamisen taloudellinen kannattavuus Suomessa 2000-luvun alussa (Salo 2009, s. 16)*

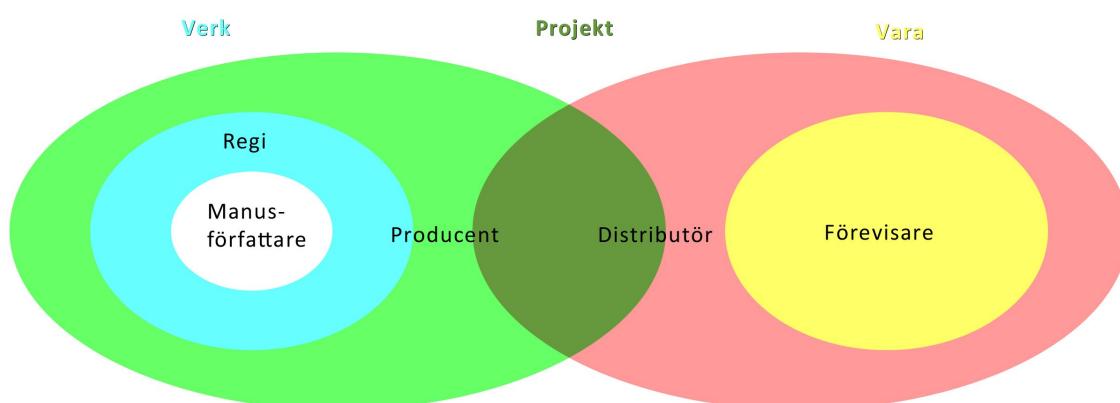
Biljettintäkter	784 010 €
Biografens andel 45%	-352 805 €
<b>Redovisning till distributören</b>	<b>431 205 €</b>
Distributörens provision 17,5%	-75 461 €
Avdrag för distributörens förskott	-130 360 €
Marknadsförings- och distributionskostnader	-150 000 €
SES marknadsförings- och distributionsstöd	66 067 €
<b>Redovisning till produktionsbolaget</b>	<b>141 451 €</b>

Tabell 2 visar inkomstfördelningen efter en finländsk genomsnittsfilm. Filmer får dock inte alla sina intäkter via bioförevisningars biljettintäkter. DVD-försäljning och diverse rättighetsförsäljning utgör även en del av en films inkomster och detta bör beaktas då man läser tabellen ovan. Tabellen är räknad av Antti-Veikko Salo på grundval av hans utförliga studie om finsk films lönsamhet. (Salo 2009, s. 16, s.25)

Det som är av vikt i denna tabell är att det är distributören som tar hand om distributionen till biografägare och därmed är det distributören som tar emot vinsten i första hand. Som vi ser ovan tar förevisaren, eller biografkedjan, 45% av biljettintäkterna, och endast i provisionsform. 55% av biljettintäkterna går alltså direkt till distributören tills distributören fått tillbaka sin egen andel av utgifterna (här 130 360 € enligt Salos uppskattning av distributörens andel av en film med ca 1,4 milj. € budget), varefter resten av intäkterna överförs till produktionsbolaget. Utöver detta får distributören fortsatt sin

provision av intäkterna (här medelvärdet 17,5%, eller 75 461 €). De 150 000 € som produktionsbolaget betalar för kopior och marknadsföring balanseras av de 66 067 € som produktionsbolaget fått i marknadsföringsstöd av filmstiftelsen. Detta ger en inkomst på 141 451 € åt produktionsbolaget, exklusive samproducenternas andel och skatter. Enligt Salos uträkning är en gängse finsk film olönsam för produktionsbolaget efter biografdistribution. En finländsk genomsnittsfilm är dock berättigad till ett efterskottsstöd av filmstiftelsen: i detta fall skulle summan vara 221 905 €. Sammanlagt får då produktionsbolaget en inkomst på 363 356 €. I jämförelse med den egna andelen 228 928 € (16% av 1 431 175 €) är en film alltså vinstbringande för produktionsbolag i genomsnitt, men endast med hjälp av efterskottsstödet som baserar sig på biografdistributionens åskådarantal. Via den andel produktionsbolaget får av DVD- och rättighetsförsäljning får produktionsbolaget även en liten fortsatt inkomst för filmen. (Salo 2009, s. 15-16)

För att sammanfatta kapitel 2, kan hela filmproduktionsprocessen förenklas till följande: filmskaparen ger sin idé åt ett produktionsbolag som presenterar den för finansiärer och utvecklar en projektplan för den. Planen presenteras för stödorgan och ytterligare finansiärer, varefter filmen görs enligt planen. Efter att filmen gjorts av filmskaparna och producerats av produktionsbolaget med hjälp av finansiärerna och stödorganen, visar en förevisare filmen för en betalande publik. Rättigheterna och inkomsterna fördelas parterna emellan. Följande figur visar hur en film fördelas i verk, projekt och produkt.



Figur 4: de delaktigas ansvarsområden

Efter att manusförfattaren ansvarat för berättelsen, ansvarar regissören för verket, producenten för projektet och produktionsbolaget för produkten som säljs av de andra parterna.



### 3 DEN FINSKA FILMBRANSCHENS LÄGE

I det förra kapitlet introducerades produktionscykelns grunder och branschens kutymer. I detta kapitel fördjupar vi oss i de förändringar som hänt inom filmbranschen i Finland mellan 1990-talet och början av 2010-talet.

De främsta förändringarna har skett via den massivt ökade mängden utbildning av mediearbetare vilket följaktligen lett till en ökad konkurrens och professionalisering på arbetsmarknaden. Dessa fenomen behandlas i delkapitel 3.1. I delkapitel 3.1.1 behandlas anledningarna till överutbildningen och konkurrenshöjningen och i kapitel 3.1.2 behandlas hur detta inverkat på den finska filmbranschen.

Undervisningsministeriet gav år 2005 ut en redogörelse av den audiovisuella politikens linjedragningar, *Audiovisuaalisen politiikan linjat*, som trots att den inte är helt ny troligen är det mest tillförlitliga dokumentet om förändringarna inom finländsk audiovisuell kultur. Enligt redogörelsen har filmbranschens förändringar främst att göra med förändringar i levnadssätt och samhällets strukturella förändringar. Som andra orsaker till förändringen nämns televisionens och senare hemvideons och DVD-formatets spridning samt ökningen av TV-kanalernas mängd. (OPM 2005:8, s. 25)

Grundfaktorerna i filmbranschens förändring definierar *Audiovisuaalisen politiikan linjat* som en förflyttning till digitala distributionsmodeller före år 2015. Distributionens digitalisering öppnar nya vyer genom fallande distributionskostnader. Detta kan möjliggöra en bredare repertoar och gynna filmernas internationella spridning. (OPM 2005:8, s. 25)

I kapitel 3.2 behandlas den förändring som skett inom den finska filmbranschen via de möjligheter och utmaningar som uppkommit genom digital biografdistribution.

### 3.1 Professionalisering och konkurrenshöjning

Finlands film- och TV-branscher har professionaliserats under 2000-talet. Enligt Sini Torkkel, som forskat i den inhemska televisionsbranschens förändringar på 2000-talet i sitt examensarbete *Jatkuu ensi viikolla, Television draamasarjan tuotantotavat ja tuottajuus*, är den mest betydande utvecklingen produktionsmetodernas och -personalens professionalisering. Professionaliseringen syns i att proffsen känner till branschens kutymer och arbetar enligt dem, samt genom att lönerna stigit och så kallad kompisverksamhet minskat. (Torkkel 2008, s. 23)

Torkkel skriver å andra sidan att helhetsbudgeten för TV-program inte vuxit i förhållande till utgifterna, vilket försvårat produktionsverksamheten. Produktioner förverkligas således främst genom att skära ner på inspelningstiden (Torkkel 2008, s.23), ett faktum som producent Claes Olsson konstaterar, då han säger att man idag räknar med att spela in fem minuter slutlig film per dag inom filmproduktioner, medan man tidigare beräknat tre minuter, och att man inom TV-produktion kan räkna med t.o.m. 10 minuter/dag (Olsson 2010). I Finland görs film och TV idag alltså med högre takt och högre löner än tidigare, men med förhållandevis oförändrade budgetar.

En annan markant förändring inom TV-produktionen är att de så kallade independent-produktionsbolagens ställning har etablerats och förstärkts sedan 90-talet, då det var främst Yle och MTV3 som internt producerade drama. Torkkel refererar till sin intervju med producent Riina Hyytiä som säger att begreppet independentproducentskap inte idag behöver förklaras (Torkkel 2008, s. 24). Enligt Torkkel är det också främst producentskapet som förändrats sedan 90-talet. TV-producenterna har en avsevärt högre utbildningsnivå på 2000-talet än tidigare. Förändringen har gått snabbt, på tio år, och eftersom produktionssätten klart utvecklas är branschens allmänna hopp att nästa utveckling vore finansieringens tillväxt (Torkkel 2008, s. 29). Inom filmbranschen är situationen långt densamma, förutom att all produktion görs av independentbolag (Salo 2009, s. 55). Flera produktionsbolag gör både TV- och långfilmsproduktion, såsom Hyytiäs bolag Dionysos Films Oy och Claes Olssons Kinoproduction Oy. TV-produktion görs alltså mycket av samma bolag som producerar långfilm och bolagen konkurrerar således inom båda områden.

I en artikel på Yles webbsida rapporteras i mars 2011 att Yle i fortsättningen kommer att göra mera intern produktion under de kommande 2-3 åren enligt Yles chefschef Riitta Pihlajamäki. Det förväntas att långfilmernas samproduktioner och TV-branschens independentbolag hamnar i en produktionssvacka på grund av Yles dåliga finansieringsbenägenhet, som enligt artikeln faller med en tredjedel i jämförelse med för två år sedan, före Yles samproduktionsfinansiering förklarades osäker. Produktionsbolag vars verksamhetsätt är grundat på den traditionella förköpsmodellen har följaktligen i alla fall ett par svåra år att vänta eftersom den traditionella projektbaserade finansieringsmodellen inte fungerar. (Kankkunen, Vedenpää & Wallius 2011)

Som kan konstateras i tabellen nedan, har mängden produktionsbolag (toimipaikkoja) vuxit markant under 2000-talet, nästan en fördubbling mellan 1993 och 2006.

*Tabell 3: film- och videoproduktion i Finland 1993-2006  
Från There's no business like... (Alanen 2008)*

Elokuvien ja videoiden tuotanto (tol 9211) 1993–2006			
	toimipaikkoja lkm	henkilöstö muutettuna kokoaikaisiksi	liikevaihto milj. euroa
1993	369	848	62
1994	378	724	66
1995	398	842	75
1996	398	817	86
1997	435	1 001	121
1998	460	1 259	109
1999	444	1 174	116
2000	455	1 218	121
2001	527	1 282	116
2002	550	1 377	119
2003	581	1 275	120
2004	589	1 330	122
2005	607	1 300	136
2006	638	1 452	149

Lähde : Yritystietokeskus, Tilastokeskus

Taulukko 1

Märk väl att tabellen visar alla independentproduktionsbolag vare sig de skapar fiktion eller fakta, TV- eller biofilm, reklam eller nätvideor. Branschen är alltså idag inte så dominerad av TV och bio som på 90-talet, en förändring som behandlas närmare i kapitel 4.

Konkurrensen med utländska produktioner har även ökat. SuomiTVs verkställande direktör Jarmo Kalliola skriver i sin artikel på [www.mediaviikko.fi](http://www.mediaviikko.fi) 24.6.2010 att kommunikationsministeriets färsk forskning uppger att inhemsk TV-produktion fallit till en tredjedel av programutbudet. Han påpekar att Finland är en liten marknad för dyr TV- och filmproduktion och att finländska filmskapare borde idka mera samarbete, vilket han hävdar att finländska produktionsbolag är rädda för att göra, utan hellre satsar på att vara så självförsörjande som möjligt. (Kalliola 2010)

”Esimerkiksi Suomessa jokaisella filmialan toimijalla on omat tv-studiosa ja niihin liittyvä tekniikka. Nyt juuri HD-teknologian tullessa kaikki joutuvat päivittämään järjestelmänsä vastaamaan uusia vaatimuksia, ja siihen uppoaa uskomaton määrä pääomaa. Eikö olisi järkevää rakentaa yhteiset studiot ja tekniikat, joita kaikki alan toimijat voisivat hyödyntää? Näin syntyisi osaamiskeskittymä, joka olisi sekä tehokas, että optimoitavissa käyttäjien tarpeiden mukaan.” (Kalliola 2010)

Kopplat till den sjunkande mängden uppköpt inhemskt programinnehåll som Kalliola nämnt och bolagens stigande mängd indikerar detta en klar konkurrenshöjning inom branschen.

### **3.1.1 Utbildning och arbetsmarknad**

Att finna statistik om den finländska filmbranschen är förhållandevis enkelt. Filmstiftelsen utför och beställer forskning. YH-examensarbeten, kandidatuppsatser och pro gradu-avhandlingar görs vid ett flertal högskolor. Statistikcentralen följer bland annat med publikvanor och undervisnings- och kulturministeriet är även en verksam forskare inom TV- och filmbranschen. Och detta är bara ett snabbt urval av de källor som finns till forskarens förfogande.

Svårare blir det då man utforskar filmutbildningen och personalens marknad. Här sätter branschdefinitionen krokben för forskaren. Det är nämligen svårt att uppskatta var branschernas och utbildningsinriktningarnas gränser skall dras. Filmskapande, som detta examensarbete behandlar, kan kategoriseras under konst-, kommunikations-, informations-, medie- eller kulturutbildning. Enligt statistikcentralens artikel *Taidealalla*

*ennätysmäärä työttömiä* (Ekholm 2010) är kulturbranschen den vidaste definitionen, och innehåller flera branscher: konst, kommunikation, information samt konst- och kulturforskning. Filmskapande är alltså del av kulturfältet, som innehåller allt från teaterscenografer och webbkodare till arkitekter och journalister. I detta kapitel använder jag källor från flera branscher, vilket betyder att statistiken kan variera stort och till och med vara motsägelsefull. Syftet är dock att måla en bild av utbildningens inverkan på filmbranschens arbetsmarknad på 2000-talet och inte att framlägga exakta siffror.

Som tidigare framlagt finns det en eskalerande mängd filmproffs på arbetsmarknaden, vilket beror på en ökad mängd högskoleutbildning. Yles verkställande direktör Lauri Kivinen har i början av 2011 i Yles pressmeddelande (YLE 2011) framhållit att mängden studieplatser i mediebranschen bör skäras ned. Enligt Kivinen är situationen sådan att hälften av de som utbildats till mediearbetare fått söka jobb i andra branscher. Han påpekar att det idag finns tolv yrkeshögskolor med medielinjer som erbjuder tusen intagningsplatser per år – i sin bloggartikel uppger Finlands Journalistförbunds ordförande Arto Nieminen (Nieminen 2010) siffran vara 750 – och att det i slutet av 2010 fanns 1337 arbetslösa högskoleutbildade unga mediearbetare. Kivinen föreslår att utbildningskvoterna skulle skäras ner till en fjärdedel av det nuvarande. Han säger att en tredjedel YH-medianomer skulle räcka. Han påpekar dock att arbetsbilden är i stark förändring. (YLE 2011)

Redan 2006 krävde Finlands Journalistförbund på sitt fackmöte att undervisningsministeriet och utbildningsanstalterna omedelbart bör skära ner på intagningskvoterna för kommunikationsutbildningen: i uttalandet nämns att branschens studieplatser tredubblats på några år och att kommunikationsproffs nu utbildas i 70 anstalter (Journalistförbundet 2006). I Suomen Kuvalehtis artikel från 2010 nämns att statsrådet år 2007 planerat att högskoleutbildningen för kommunikationsbranschen skall förminskas med 40% före 2012, men att inga åtgärder ännu tagits i frågan (Nieminen 2010).

I statistikcentralens *Tieto&Trendit*-tidning skrivs att konstbranschens arbetslöshet stigit till rekordnivå 2010, vilket bland annat beror på en ändring i lagstiftningen som låter frilanskonstnärer klassificera sig arbetslösa, men även har att göra med den

högskolereform som gjordes på 90-talet, då mängden studieplatser inom högre utbildning steg avsevärt: mellan åren 1996 och 2005 växte antalet högskoleutbildade kulturarbetare från 24 000 till 56 000 – det vill säga över 100%, medan arbetsmarknaden samtidigt växte med endast 21% (Ekholm 2010). Detta ekar Kiviniens kommentar om att en stor andel av de utbildade aldrig får jobb inom sin bransch, trots att de kreativa branscherna är tillväxtbranscher (UKM 2010).

### **3.1.2 Produktionsbolagens läge mellan filmstiftelsen och TV-kanalerna**

Hur inverkar de förändringar som skett inom den finländska filmbranschen – professionalisering, konkurrensökning, överutbildning, branschmättning och -gränsöverskridande – på produktionsbolagen inom branschen? Antti-Veikko Salo, som forskat i produktionsbolagens ekonomiska läge på 2000-talet, hänvisar till Aku Alanens artikel i *Tieto&Trendit* (2008) då han bygger sin tes om att den finländska filmbranschen inte mår särskilt väl ekonomiskt. Alanen påpekar att Finlands filmbransch är liten och att filmerna blir sämre om man sänker budgeten (vilket jag sammanliknar med den höjning av inspelningstakten som Olsson och Torkkel talat om i kapitel 3.1). Salo poängterar att finländska produktionsbolag lätt hamnar i en skuldspiral eftersom bolagen producerar för få filmer. För att finländska produktionsbolag i regel inte har definierade verksamhetsstrategier eller kapital växer de heller inte. Detta kan enligt Salo konstateras i och med att produktionsbolagen inte betalar inkomstskatt, vilket påvisar att verksamheten är mycket liten, eller att bolagen går med förlust. Salo ger som exempel på bättre stödpraxis andra nordiska länder där reformer av produktionsstöden förbättrat branschläget, bl.a. via incitament att få investerare att satsa på filmfinansiering (Salo 2009, s. 3, 51-55). Jukka Vilhunen har föreslagit stöd till produktionsbolag för långsiktig verksamhet i stället för enstaka projekt (Vilhunen 2008, s. 7).

Som slutsats för sin forskning proklamerar Salo att det krävs bättre affärsmodeller och större produktionsbolag med en större mängd produktioner, så att bolagens överlevnad inte hänger på enstaka produktioner:

”Kuten tilinpäätösanalyysi osoittaa, tuotantoyhtiöt ovat nykyään pääosin liian pieniä ja haavoittuvaisia voidakseen kerryttää pääomia ja toimia pitkäjänteisesti. Yhtiöiden ja elokuvantekijöiden voimia tulee koota yhteen ja rakentaa suurempia kokonaisuuksia, jotka eivät pienyritysten tavoin ole yhtä riippuvaisia yksittäisten tuotantojen menestyksestä. Myös tuottajien talousasiantuntemusta pitää vahvistaa ja kiinnittää huomiota tuotantojen realistisiin kannattavuuslaskelmiin ja tuotantoyhtiöiden taloudelliseen jatkuvuuteen.” (Salo 2009, s. 55)

Det stora diskussionsämnet inom finländsk filmpolitik har sedan 2009 varit Yles ställning som filmfinansiär. På [www.yle.fi](http://www.yle.fi) skrevs i januari 2011 om den inhemska filmens framgångsrika år 2010, som dock för branschfolket förmörkats av de finansieringsproblem som uppkommit pga att Yle inte för tillfället kan binda sig till filmförköp, eftersom bolaget är osäkert på sin egna framtida finansiering. Sedan 2006 har 80 procent av Finlands filmstiftelses stöd beviljats filmer där Yle fungerat som en av distributionskanalerna, vilket gör Yle till den viktigaste filmfinansiären efter filmstiftelsen.

Filmstiftelsens verkställande direktör Irina Krohn varnar om att en liten nation inte klarar av en situation där landets public service -bolag inte köper film. (Wallius 2011)

”Olen hyvin huolestunut, sillä yhtiömuotoinen kulttuuri ei odota pakastekuivattuna sitä, että eduskunta mahdollisesti pystyy ratkaisemaan Yleisradion rahoituksen pysyvästi. Alalta katoaa yrittäjiä, ja pahimmassa tapauksessa tulee konkurssseja. Osaaminen ei sitten ole enää käytössä, kun Ylen ostopolitiikan tilanne mahdollisesti paranee.” Irina Krohn, i intervju med Yle, 3.1.2011 (Wallius 2011)

Ett år tidigare, under seminariet Free Cinema -diskustelu togs problematiken med Yle upp. Producent Markus Selin kritiserade hårt filmstiftelsen för att inte stöda filmer gjorda utan en samproducerande TV-kanal, speciellt nu då den primära kanalen inte köper film. Han lyfte fram filmstiftelsens planer för att stöda produktioner med en mindre budget – genom projektet aikalaiselokuva, som hade varit i planerna, men försvunnit från kartan – då det inte finns resurser för att göra filmer enligt den sedvanliga medelbudgeten. (Selin 2010)

Till en större budgetpalett med både små och stora filmer på repertoaren reagerade Free Cinema -publiken, som långt bestod av fria fältets filmskapare, positivt och filmstiftelsens produktionsrådgivare Kaisu Isto instämde att det i princip är möjligt för filmstiftelsen att stöda filmer utan att en TV-kanal deltar i finansieringen (Isto 2010).

Tytti Rantanen, som är filmstiftelsens informatör för kulturexport, skriver i SESinfo (2011:1) om Aikalaiselokuva-projektet. Dess syfte är att lyfta fram nya produktionssätt via en snabbare stödprocess för filmer med en budget på 600 000-700 000 euro. Rantanen skriver att en mindre budget betyder mindre risk och att det finns mera utrymme för experimenterande då målet inte är att göra en garanterad succéfilm och anger att projektet även fungerar som en liten genväg för nya filmskapare. Trots att benämningen aikalaiselokuva (samtidsfilm) syftar på filmer med ett aktuellt ämne är projektets syfte främst att motarbeta produktionernas alltmer tunga processer. Som ett slags precedensfall nämner Rantanen Klaus Härös *Post till pastor Jakob* (2009), som trots att filmen var producerad för Yles TV-repertoar blev en publiksuccé på bio och festivaler och därmed samtidsfilmprojektets inspiration. (Rantanen 2011)

Filmstiftelsen har dock inte, sedan diskussionen på Free Cinema, börjat stöda filmer utan en samproducerande TV-kanal, men man kan klart se en förändring i repertoaren av stiftelsestödda filmer från 2010 till 2011. Enligt min egna uträkning fanns det 12 nytillverkade finska fiktionsfilmer som hade biopremiär 2010. Bland dem fanns det endast två stycken med en budget under en miljon euro (16,6%), ett tal som är ungefär lika som 2009. Bland de 17 fiktionsfilmer som i februari 2011 har spikat premiärdatum 2011 finns fem filmer med en budget under en miljon euro (29,4%). Ytterligare har filmstiftelsen upprättat ett specialstöd för unga filmskapare för filmer med en låg budget i slutet av 2010 (SES 2010a).

Salo anser att TV-kanalerna inte stöder film i Finland på grund av affärsmässiga skäl och refererar till professor Lauri Törhörens påstående att kanalerna bedömer priset på produkterna enbart på affärsmässiga grunder (Törhönen 2008, s. 60). Detta till skillnad från exempelvis Sverige, där alla landets biografkedjor och TV-kanaler, public service eller kommersiella, stöder svensk film via inköpskvoter enligt *2006 års filmavtal* (Utbildnings- och kulturdepartementet 2006). Jukka Vilhunen skriver i sin tur att TV-finansieringen i Finland mellan åren 2001 och 2006 i medeltal varit ca 15,6% av produktioners finansiering, men att den relativa andelen av helhetsfinansieringen minskat under hela årtiondet (Vilhunen 2008, bilaga 1).



I mars 2011 har Yle gett ett svar på sin situation för de följande två åren. Som filmfinansiär kommer Yles insats att falla till hälften av vad den varit, tills Yles egen finansieringsmodell lösts i riksdagen. (Kankkunen, Vedenpää & Wallius 2011)

Antti-Veikko Salo, som utgår från att kommersiell filmproduktion inte är lönsam, vare sig i Finland eller Europa, har kommit till att produktionsbolagens verksamhet inte är särdeles lönsam på den traditionella marknaden ens efter de nationella och internationella stödåtgärderna.

”Keskimääräinen elokuva on siis tappiolla teatterileivityksen jälkeen. Tilastollinen tarkastelu osoittaa, että ainakin keskimääräinen elokuvatuotanto kieppuu juuri ja juuri kannattavuuden ja tappiollisuuden rajamaastossa.” (Salo 2009, s. 16)

För att förbättra situationen föreslår Salo som åtgärd att höja filmernas stöd, eftersom kostnaderna höjts, och att med mer professionellt gjorda filmer väcka ett större publikintresse, som i sin tur skulle väcka intresse hos investerare utanför filmbranschen. För att detta skall kunna ske, frågar Salo om TV-kanalerna kunde ge ett högre pris för förköp av filmer. (Salo 2009, s. 14, 16, 55)

Salos åtgärdsförslag är den raka motsatsen till vad Yles situation är idag. Enligt Yles nya linjedragningar som presenterats i mars 2011 åter de nya bestämmelserna upp en tredjedel av de filmers finansiering som Yle deltog i för två år sedan. Finlands Filmstiftelse är oförmögen att lappa underskottet eftersom de enligt EU-lagstiftningen inte får stöda filmer med mer än 50 procent av helhetsbudgeten. (Kankkunen, Vedenpää & Wallius 2011)

”Elokuvien rahoitusta säätelee EU-lainsäädäntö. Rahalla, jonka julkinen valta voi panna elokuvatuotantoon, on 50 prosentin katto. Puolet on tultava vapailta markkinoilta. [...] EU:n katsantokannassa Yleisradio on markkinaostaja, ja siksi Ylen käyttämä raha on tärkeämpi kuin absoluuttisesta rahasummasta voisi ehkä päätellä.” Irina Krohn i intervju med Yle, 7.3.2011 (Kankkunen, Vedenpää & Wallius 2011)

Produktionsbolagen får vänta två till tre år på att Yle igen kan börja köpa in externa produktioner på tidigare nivå enligt Yles chefschef Riitta Pihlajamäki (Kankkunen, Vedenpää & Wallius 2011). Produktionsbolag vars verksamhetssätt är grundat på den traditionella förköpsmodellen har följaktligen i alla fall ett par svåra år att vänta eftersom

den traditionella projektbaserade finansieringsmodellen inte fungerar.

Som svar på Yles planer för de kommande åren påpekar producenten Rimbo Salomaa att framtiden blir svår för nya filmskapare som utexamineras på löpande band och påpekar att Yle uppgett att de strävar till att nå nya och yngre publik, vilken är en svår kombination. Salomaas kommentar ekar det som sagts om överutbildning i kapitel 3.1.1. Han säger att det är synd att Yle måste ta till dylika lösningar nu när finländsk film upplever ett lyft som kan kännas på internationella filmfestivaler. (Kankkunen, Vedenpää & Wallius 2011)

### **3.2 Digital bio och TV**

I undervisnings- och kulturministeriets rapport *Audiovisuaalisen politiikan linjat* (OPM 2005:8) presenteras en orsak till att TV-kanalerna är oförmögna att idag köpa filmer för sin repertoar. Introduktionen av digital-TV har möjliggjort att TV-bolagen kan sända flera kanaler via samma sändningskanal i stället för bara en (OPM 2005:8, s. 67). Kanalernas ökade mängd har lett till att TV-kanalerna kräver mera innehållsvolym för sin repertoar. Detta leder till att bolagen måste satsa på billigare program och att det inköpta innehållet värdesätts lägre än tidigare (OPM 2005:8, s. 68). I antennätverket syns idag 13 gratiskanaler och 21 betalkanaler (Järvinen 2011) i jämförelse med 1990-talet då det fanns 3-4 gratiskanaler. Eftersom TV-branschen är avsevärt större än filmbranschen (OPM 2005:8, s. 68; Salo 2009, s. 2) är produktionsbolagen, vare sig de producerar biograf- eller TV-drama, mycket beroende av TV-kanalernas inköpsförmåga, -vilja och värdesättning. Förenklat är traditionell finsk filmproduktion beroende av TV-kanalernas förköp till den grad, att branschen är i kris då TV-kanalerna inte deltar i finansieringen, så som läget är nu, i början på 2011.

Digitaliseringen av TV, och även av biografier, verkar vara ett dubbeleggat svärd för filmproduktionen. Kopiornas kostnader sjunker kraftigt i och med digitala kopior, men samtidigt sjunker värdet på filmen. De digitala biografkopiorna har enligt filmstiftelsen (Ahokas 2011) hjälpt den finska filmen till ett framgångsrikt år 2010 på grund av

möjligheten att lansera filmer med flera kopior än tidigare och lansera dem simultant över hela landet. Filmstiftelsens chef för inhemsk distribution Harri Ahokas skriver att biografkopiornas mängd för inhemska filmer ökade till 879, medan det före digitaliseringen lanserades 200-300 kopior. Ahokas hävdar att inhemsk film aldrig hade uppnått över två miljoner biobesökare utan digitaliseringen (Ahokas 2011). Ahokas konstaterar att en digital kopia kostar 200-250 euro, medan en 35 millimeters filmkopia kostar ca 1 000 euro och att också den digitala masterkopian är avsevärt billigare än originalkopior på film.

Journalisten Kalle Kinnunen skriver i sin blogg om problemen med de digitala filmkopiorna som nyligen tillagts en så kallad *virtual print fee*, eller VPF, för varje kopia. Det är fråga om en summa som distributören betalar till en så kallad integrator i syftet att subventionera Finnkinos investering i en digital projektor (Kinnunen 2011a). Europeiska kommissionen har gjort en förundersökning i frågan med misstanken om att situationen kunde urarta till en kartell som skulle gynna stora Hollywoodstudior som till skillnad från independentdistributörer redan har bra kontakt med integratorbolagen.

”The Commission took the view that whilst the contracts provided incentives to the roll out of digital projection equipment in European cinemas, they could also hinder integrators from signing contracts with distributors of independent/art house films whose business models differed from the major Hollywood film studios.” (EU 2011)

Trots att Europeiska kommissionen accepterat virtual print fee -systemet efter en överenskommelse om att VPF-avgiften är lika för alla filmer befarar Kinnunen (2011b) att läget ändå kan orsaka en orättvis situation för små filmers distribution. Enligt Ahokas (2011) skall VPF-avgiften baseras på riktig och mätbar besparing och kostnaderna borde inte få överskrida distribution med filmkopior. Han poängterar dock att det i denna övergångsperiod behövs både film- och digikopior vid biografdistribution (Ahokas 2011). Kinnunen påpekar att denna tilläggsavgift lyfter priset på digital distribution till en jämförbar nivå med filmkopior och att kravet på en relation till en integrator kan ge de stora bolagen fördelar (Kinnunen 2011a). Som *Audiovisuallisen politiikan linjat* poängterat redan 2005 kan digital distribution förorsaka en centralisering och därmed göra biografernas utbud ensidigare (OPM 2005:8, s. 69).

Konvergens är ett fenomen som Henry Jenkins presenterar i sin bok *Convergence Culture* (Jenkins 2006). Det är frågan om en teknikbetingad kulturförändring i vilken publiken och producenten båda har makt över ett verk, eller att en produkt som existerar i flera olika medier. *Audiovisuaalisen politiikan linjat* anger att digitalisering och teknisk konvergens kan förändra den traditionella analoga konsumtionselektronikens och innehållens segmenterade marknader. Digitalt material kan alltså hanteras av flera olika apparater: ett VHS-band kan endast spelas upp med VHS-spelare, medan en digital fil i princip kan spelas upp lokalt, laddas ner eller strömmas direkt från nätet till datorer, spelkonsoler, mobiltelefoner eller t.o.m. biografer. Detta för samman innehållsproducenter och tekniktilverkare på ett nytt sätt. Texten uppskattar att nya affärsmodeller och en växande nätverkan bolag emellan bidrar till ökad know-how och internationalisering och refererar till de växande mobila och fasta nätuppkopplingarna som utmanande men potentiellt lönsamma nya marknader och inkomstkällor. Andra effekter internet har på filmskapande och -lansering är enligt *Audiovisuaalisen politiikan linjat* att oberoende publicering redan 2005 var ett av internets populäraste och mest karakteristiska användningsätt då alternativen är dyra eller omöjliga, något som i videosammanhang blivit vardag via YouTube. Som texten förutspår är video av TV-kvalitet idag lätt att sprida. (OPM 2005:8, s. 71)

Dessa frågor behandlas i nästa kapitel: en växande ny filmkultur.

teori:

# UTANFÖR SYSTEMET



#### 4 EN VÄXANDE NY FILMKULTUR

Detta kapitel behandlar den kulturförändring som skett inom filmskapandet, filmtittandet och filmförevisningen sedan sekelskiftet. Medan kapitel 3 handlade om de förändringar som skett inom filmskapandet ur den traditionella finländska filmbranschens perspektiv, behandlar detta kapitel filmskapandet utanför de traditionella systemens gränser och lyfter fram den frihet och de möjligheter som teknikutvecklingen fört med sig samt hur dessa förändringar inverkat inte bara på hur vi ser på film men även på hur film skapas. I kapitel 4.1 behandlas detta brytningskede ur ett internationellt perspektiv.

I och med nätuppkopplingarnas ökande hastigheter och datorminnets minskande kostnader enligt Moores lag (den exponentiella fördubblingen av beräkningskraft per fix kostnad vartannat år) har video på internet blivit vardag (Wikipedia 2011c). Internet ger användaren en i princip oändlig global kanal utan förhandsbestämda sändningstider. Det är möjligt för vem som helst att gratis ladda upp högupplöslig video på nätet med endast ett par musklick. Detta är den raka motsatsen till biografvisningar som är tids- och platsbundna och som medför avsevärda kostnader.

Trots att det är distributionen som verkligen förändrats via digitaliseringen, är även produktionsmöjligheterna idag totalt annorlunda än före sekelskiftet. Kombinationen av billig och konkurrenskraftig konsumentteknik och gör-det-självt-kultur är ett stort fenomen på internet. Den tekniska utvecklingens inverkan på filmskapandets möjligheter behandlas i kapitel 4.2, *Billig produktion och distribution*.

Publiken idag har allt mera makt över sitt filmtittande. Via internet och sociala medier kan publiken även ha en aktivare kontakt med filmen och dess skapare. Via konvergens förväntar sig publiken på internet också mera än bara en film. Internet har en helt annan tittarkultur än TV:n och biograferna och det är i synnerhet ungdomen som tagit till sig internet som den viktigaste medieformen (YLE 2011). Publiken för nätbaserad film kan även vara en annan än på bio i och med en växande andel nischinnehåll i videoformat. Kapitel 4.3 behandlar nya publikvanor.

#### 4.1 Filmproduktionens brytningskede på ett internationellt plan

Som exempel på de möjligheter teknikutvecklingen medför, ger *Audiovisuaalisen politiikan linjat* en ökad livslängd och mångfald för en films distribution. Som ett hot mot den digitala distributionens utveckling poängteras illegal kopiering, brist på standardisering och den digitala visningsteknikens, det vill säga projektorernas och de digitala TV-nätverkens, pris, samt att Europas inre marknad påverkas mera av kulturella och språkliga skillnader än av tekniska faktorer. Dessa hot är riktade mot de traditionella sätten att distribuera film och kan jämföras med den förändring musikbranschen gått igenom under de senaste åren, då den acklimatiserat sig till att i stället för fysiska kopior sälja filer på en arena som redan erbjuder samma vara gratis och lättillgängligt, men illegalt. *Audiovisuaalisen politiikan linjat* uppger att filmbranschens konkurrens- och verksamhetsområde är i ett starkt brytningskede och frågar även om de etablerade affärsmodellerna (skapare-producent-distributör-biograf-publik) är under förändring. (OPM 2005:8, s. 67)

I sin bok *Coming attractions?* (2007) påpekar Philip E. Meza att den digitala revolutionen inte är den första gången filmbranschen varit i ett brytningskede. Introduktionen av ett nytt format – som TV, hemvideo, DVD eller internetvideo – har alltid medfört en följd av reaktioner till förändringen. Han listar fyra stadier av acklimatisering, vilka jag översatt nedan.

##### Den gropiga vägen till välgång

1. innovation: en ny teknologi föds
2. stigning: teknologin rotar sig och växer till en industri
3. rädsla: industrin fruktar och står emot teknologiska förändringar som påverkar de etablerade modellerna
4. välgång: innovationen skapar nya marknader och kanaler för existerande industrier

*Figur 5: Den gropiga vägen till välgång, översatt från Coming attractions? : Hollywood, high tech, and the future of entertainment (Meza 2007, s. 7)*



Under de senaste åren har benägenheten för finansiering av film via traditionella system minskat, vare sig det är frågan om den amerikanska kommersiella modellen eller den europeiska förköpsmodellen, enligt vilken TV-kanalerna står för en del av finansieringen. Medan europeiska filmprojekt stöds av nationella stödorgan som kräver att en finansierande TV-kanal deltar i projektet har de amerikanska producenterna länge litat på internationella förhandsköp av distributionsrättigheter (Hope 2010b), det vill säga främst av europeiska TV-kanaler. På de båda områdena har alltså finansieringsviljan eller -benägenheten minskat. Orsaken till detta fenomen är svårdefinierbar, men det som är uppenbart är att värdet på filmrättigheterna minskat på ett världsomfattande plan sedan 1900-talet. Den etablerade amerikanska independentproducenten Ted Hope har skrivit en sammanfattning av förändringen från 90-talet till 2010, vilken kännetecknas av att Hollywoods studior gör färre filmer med eskalerande budgetar och bredare spridning, och av en amerikansk independentbransch som har allt svårare att synas på biomarknaden:

This is how it goes...

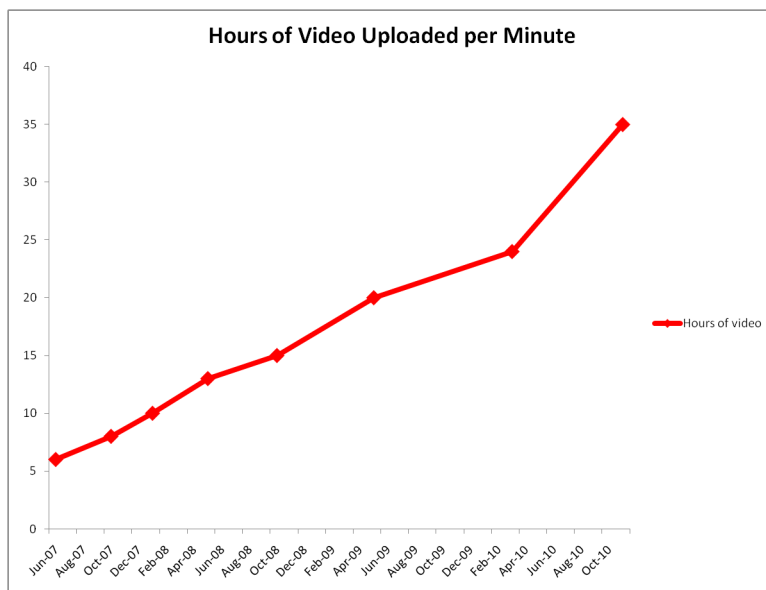
- Decreasing global value of non-blockbuster filmed content
  - leads to decreasing funding which
  - leads to decreasing budgets
  - which leads to decreasing scope of execution
  - which limits content & style
  - which often reduces audience size & impact.
- Lower budgets lead to
  - lower fees which leads to
  - reduced access to international stars, which
  - lowers value estimates of the film
  - which reduces budgets and fees further,
  - which reduces creative individuals ability to support themselves in the field.
  - Which reduces availability of quality product
  - Which reduces audience satisfaction and faith in the industry
- Which gets us to the world we live in today

*Figur 6: Ted Hope, An Endless Cycle Of Diminishing Returns (Hope 2010a)*

Hope är uppenbart provocerande i sitt blogginlägg, men detta är troligen den mest koncisa samling insikter om den amerikanska independentfilmbranschens läge idag. I ett annat blogginlägg beskriver Hope sina egna erfarenheter av de förändringar som inverkat på filmproduktionen under det senaste decenniet. Det handlar om en häftig minskning av internationella förköp av filmer. Hope började producera film på 1990-talet och kunde då lita på att ett bra projekt fick 80% av dess budget från utländska finansiärer, medan det idag är en lyckoträff att få någon utländsk finansiering överhuvudtaget:

”When I started producing movies, a well packaged and developed project could anticipate get 80% of it's negative cost from licensing foreign rights. The value of foreign rights has been dropping consistently for years. What were once major territories in terms of revenue they returned, now seem virtually impossible to do deals in. Television rights abroad supported acquisition prices for years, but now those slots are increasingly difficult to obtain everywhere. If an independent film can piece together 50% of its negative cost from international, I think they are pretty fortunate.” (Hope 2010b)

I kapitel 3 behandlades den finländska traditionella branschens professionalisering och att finländska filmers budgetar borde få växa för att kunna erbjuda konkurrenskraftig finsk film. Om den finländska produktionen försvårats, distributionen osäkrare och marknaden svår trots publikframgångarna 2010, medan etablerade producenter som Ted Hope grämer sig över den amerikanska independentfilmens finansieringsproblem, hur kommer det då sig att det görs mera video än någonsin tidigare? Hur kan till exempel YouTube fyllas med över 35 timmar video per minut (Walk 2010)?



Figur 7: YouTube uppladdningar per minut (Walk 2010)

Svaret är förstås att det inte är produktionsbolag som står för merparten av produktionen utan privatpersoner och amatörgrupper. I likhet med att den gigantiska mängden text som publicerats på world wide web inte har något att göra med hur många litterära verk som publiceras på förlag har mängden video på internet inget att göra med biografernas eller TV-kanalernas repertoar. Inte bara filmandet, som redan varit tillgängligt för privatpersoner med smalfilmskameror och senare konsumentvideokameror i årtionden, utan även offentlig publicering av rörlig bild, är idag lätt och till och med gratis.

## 4.2 Billig produktion och distribution

Trots att det är distributionen som verkligen förändrats via digitaliseringen, är även produktionsmöjligheterna idag totalt annorlunda än tidigare. Fritt tillgänglig information på internet låter folk som är intresserade av att lära sig filmskapandets grunder få kunskap. Tillgången till editeringsverktyg finns på varje dator med Windows- eller Macintosh-operativsystem och datorerna har sedan sekelskiftet vanligtvis kommit utrustade med DVD-brännare, som låter vem som helst göra en fysisk kopia av videomaterial som bildkvalitetsmässigt motsvarar kommersiella DVD-skivor. Proffsprogramvara är även lättillgänglig via nätpiratism på peer-to-peer-nätverk och dessutom finns det lagliga open source-projekt som strävar till att motsvara dyra proffsprogram. Lightworks, ett editeringsprogram som använts av Hollywoodproffs sedan 90-talet, blev gratis 2010. På 80- och 90-talen fanns på konsumentmarknaden endast VHS-bandspelare, som till bildkvaliteten var av avsevärt lägre standard än proffsutrustning. Detta kom att förändras via den digitala revolutionens icke-degraderande kopiering.

Redan på 90-talet introducerades digitala MiniDV-kameror som var den första konsumentkameravarianten som började användas även av proffsutövare (bl.a. för långfilmen *28 Days Later* och TV-dokumentärer). Sedan 90-talet har videokameratekniken ständigt utvecklats och det är idag möjligt att köpa en högupplösningskamera vars pixelmängd (FullHD) motsvarar biosalongers digitala projiceringar (2K) och som fungerar med proffslinser för under 1 000 Euro, medan en tämligen ny hemdator är kapabel att hantera materialet såsom en proffsediteringsstation. Materialet sparas som filer och kostnaderna är därmed obefintliga. Tidigare har det alltid funnits en gräns mellan proffs- och amatörfilmernas förevisningskvalitet: en 35 millimeters filmkopia kostar tusentals euro, medan en digital fil i princip inte kostar något. Dessa filer kan i praktiken kodas av vilken hemdator som helst eftersom processen är immateriell. De gränser som finns inom digital förevisning är idag artificiella, såsom krav på ett visst fysiskt leveransformat eller extra licenskostnader som den tidigare behandlade *virtual print fee*.

Kort sagt har denna demokratisering av filmskapande uppstått på grund av tillgänglig teknik, fria nätverk och teknisk konvergens. Det är möjligt att producera innehåll, komma i

kontakt med likasinnade världen runt och bearbeta material, ensam eller tillsammans, med samma maskin med vilken man kan ta del av andras verk och utbilda sig själv inom sitt intresseområde. Undervisningsministeriets redogörelse *Kultur: kraft för framtiden* beskriver de moderna brytningskedena i kulturproduktion såhär:

”Den digitala revolutionen har avancerat från den personliga datorn (1980-talet), hypermedier (1990-talet), via Internet och mobilkommunikation (slutet på 1990-talet) till multimedier och mobilt Internet (2000-talet början). Med en liten fördröjning har varje skede medfört en förändring i produktionssätten, en tillväxt i ekonomin och nya marknader.” (OPM 2010:12, 29-30)

Kombinationen av billig och konkurrenskraftig konsumentteknik och gör-det-självt-kultur är ett stort fenomen på internet och en filmkultur som inte funnits tidigare har vuxit fram. Som konstaterat ovan är produktionstekniken billig och distributionen gratis. Verktygen finns alltså inom allas räckhåll, men det krävs kunskap för att kunna använda dem; resurser för inläring och handledning finns via internationella sociala nätverk. Enligt *Kultur: kraft för framtiden*:

”Dagens utvecklingstrender är hybridmedier, semantisk webb, integrerad ubik teknologi och sociala medier. Till de här trenderna hör en kraftigt växande ekonomi, som bygger på delaktighet och sociala gemenskaper, och helt nya typer av marknader, produkter och yrken.” (OPM 2010:12, 29-30)

På nätet finns ett massivt utbud av det som på engelska kallas *tutorials*, anvisningar i text-, stillbilds- och videoform. Websidor som CreativeCow och Vimeo har blivit hem för sociala gör-det-självt-resurser där användaren fritt kan ladda upp material och diskutera videoskopandets tekniska aspekter på ett internationellt plan och de mest begåvade och insatta handledarna är idag hyllade av tusentals användare. Entreprenören Andrew Kramer är ett bra exempel på ett proffs som lever på att undervisa på nätet. Kramers webbsida Videocopilot.net är idag ett känt namn för alla som sysslar med Adobe After Effects, ett effektprogram för video, på både professionell och amatörnivå. Kramer publicerar sina anvisningsvideor, som visar hur man får till stånd visuella effekter och titeldesign av Hollywoodkvalitet, gratis och säljer egna effektpaket via webbsidan. Kramer arbetar även inom proffsprojekt: han har bland annat arbetat på introduktionssekvenser till Hollywoodproduktioner som filmen *Star Trek* (2010) och TV-serien *Fringe*. Man kan känna av Kramers inflytelse i flera proffs- och amatörfilmer världen runt, antingen genom hans kommersiella effektpaket eller gratis tutorials.

”Den här ekonomin kan karaktäriseras av att den sker i kollektiva informationsnätverk som producerar nya former för innovation, produktion, distribution och konsumtion av materiella och immateriella produkter och tjänster. Hit hör sociala medier, massproduktion och -distribution, crowdsourcing samt syntetiska förnödenheter, nya yrken och marknader. Grupproduktioner eller wikiproduktioner sker i öppna former. Sådana produktionsformer är en utmaning för de traditionella produktionsformerna och affärsmodellerna.” (OPM 2010:12, 29-30)

Via internet kan distributionen och till och med produktionen vara internationell även på gräsrotsnivå genom de produktionsformer som citerats ovan. På grund av att produktionsmaskineriet har möjligheten att vara lätt, kan det vara enklare för en liten produktion än en stor att vara internationell. Samarbete via nätet låter människor som inte tidigare känt varann göra film tillsammans. Filmen *Star Wreck: in the Pirkinning* är en finskspråkig science fiction -parodi gjordes med hjälp av volontärer världen runt. Den effektfyllda amatörfilmen filmades mestadels framför en grön bakgrund (greenscreen) och krävde att scenografin skapades i efterproduktionen med datorgrafik. Dessa effekter skapades delvis av volontärer på sina hemdatorer, en process som är mycket tidskrävande. Efter att *Star Wreck: in the Pirkinning* lanserats öppnade filmskaparna webbportalen Wreckamovie med syftet att föra samman filmskapare världen runt som söker hjälp med sina produktioner. Detta verksamhets sätt kallas crowdsourcing, en sammanslagning av ”crowd” och ”outsourcing” (Wikipedia 2011d). Crowdsourcing och wikiproduktioner som uppslagsverket Wikipedia, som är öppet för fri editering för användarna, kännetecknas av att folk på eget initiativ bidrar till en större helhet. Dyliga projekt görs ofta under Creative Commons, ett alternativ till copyright, som tillåter användare kopiera och sprida material. Creative Commons används ofta som basis för resurs spridning: på sidor som Soundcloud och freesound.org finns lagligt användbart ljudmaterial, och på t.ex. flickr.com och Cgtextures.com finns likadana foton.

### 4.3 Nya publikvanor

Dagens finländare tillbringar mera tid med medier än någonsin tidigare, i medeltal hela sex timmar och fyrtioen minuter per dag, och enligt Yles pressmeddelande 27.1.2011 är internet den viktigaste mediekanalen för under 34-åriga finländare, medan äldre

åldersgrupper ser TV:n som viktigast (YLE 2011). Det är också ungdomen som konsumerar video på internet. Enligt Finlands filmstiftelses undersökning ser 17% av 15-24-åringar och 13% av 25-34-åringar minst en långfilm per månad på internet, i jämförelse med endast en procent av 35 år fyllda (SES 2011b, s.9). Generationskillnaden är högst påtagbar.

All media konkurrerar sinsemellan på internet, både billig och dyr, professionell och amatörmässig, och även på samma kanaler. Vem som helst kan alltså sätta vad som helst på internet, men hur ska man då hitta det? Om internet kan liknas vid ett TV-nätverk är webbsidor och -portaler som dess TV-kanaler.

Fri kuratering, i form av *hosting* och länkning, är world wide webs mest speciella drag. Förutom YouTube och Vimeo har det de senaste åren uppstått ett flertal filminriktade visnings- eller VoD-servicer (video-on-demand) på internet med olika verksamhetsmodeller. Vodo är en portal för film där de filmer som presenteras på sidan kan laddas ner med P2P-nätverk via torrentfiler. Detta innebär att användarna sparar filerna på sina egna datorer och låter andra ladda filerna därifrån. I Nordamerika finns portalen Hulu, som konkurrerar med YouTube och erbjuder mera proffsinnehåll, bland annat färsk TV-serieavsnitt. Flera Hollywoodstudior har även börjat ge ut gamla filmer gratis på internet i marknadsföringssyfte, men endast i Nordamerika.

Den största filmservicen i USA är dock Netflix, som hyr ut DVD-skivor med mot månatlig abonnemangsavgift. Netflix har även börjat strömma en stor del av sitt innehåll direkt till flera plattformar som spelkonsoler och mobila apparater, som kan kopplas till användarnas televisioner. Netflix modell har varit så framgångsrik att den kört den största traditionella amerikanska DVD-uthyrningskedjan Blockbuster från marknaden (Fritz 2010). I Finland är det teleoperatörerna som börjat hyra ut film via internet. Operatörerna Elisa, Welho och Sonera har alla egna så kallade IPTV-tjänster där användare med bredbandsuppkoppling kan strömma filmer till sin TV via en IP-adapter. Operatörerna hyr ut enskilda filmer via sina nätsidor och tjänsterna är exklusiva för operatörens abonnenter.

I Europa finns motsvarigheter till Netflix VoD service, som Voddler, en tjänst som

strömmar film från internet. Mubi är en internationell VoD-tjänst för datorer och PlayStation3, som fungerar via kostnadsbelagda enskilda 24-timmars uthyrningar i form av tillgång till en filmström via portalen. TV-kanaler har idag ofta webbversioner. I Finland har vi Yle Arenan, som visar Yles färskaste program via en nätportal för datorer och smartphones utan krav på digibox. Pixoff och Indietaiivas är finska filmcentrerade YouTube-liknande portaler vars målgrupp är amatörfilmskapare.

Det är dock inte bara lång- eller kortfilm som ses via internet utan all slags video. Video används bland annat som kommentarer på diskussionsforum och i sociala medier som Facebook, oftast i form av en inbäddad YouTube-video (ett litet videofönster direkt i textspalten). Publiken, eller snarare användaren, har alltså makt att använda sig av färdiggjort material då de deltar i en diskussion. Mellan Netflixanvändare är det till och med möjligt att länka direkt till en hel långfilm, inte bara korta videosnuttar. Till exempel recensionsaggregatorn [www.rottentomatoes.com](http://www.rottentomatoes.com) länkar direkt till Netflix i sina filmprofiler.

Ett fenomen som uppstått på internet redan före sekelskiftet inom musik och videospel är remix- respektive modkulturerna, där användaren tar ett färdigt verk och gör sin egen version av det. I synnerhet videospelsmodifikationer kan vara stora projekt som tar många år och flera personers insats för att framställa. Det mest kända exemplet är troligen *Counter-Strike* (1999), en amatörmodifikation av spelet *Half-Life* som till slut blev en officiell del av spelet. (Wikipedia 2011e)

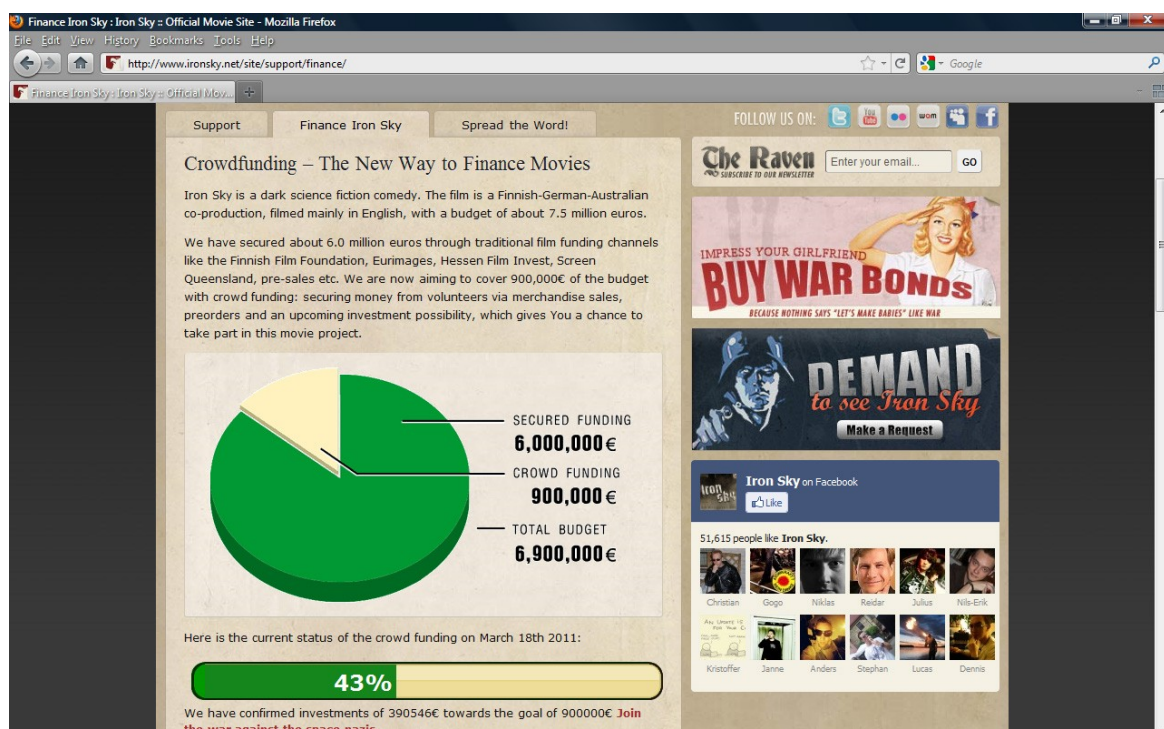
På Vimeo kan man hitta crowdsourcingprojekt, dvs filmer som är skapade av en stor skara människor. Ett vida känt projekt är till exempel *Star Wars Uncut*, en nyinspelning av George Lucas film från 1977 som är helt gjord av amatörer. Filmen består av flera korta scener som sammanfogats till en långfilm av en grupp kuratorer. LucasArts, som äger rättigheterna till *Star Wars* har låtit *Star Wars Uncut* existera trots att filmen kränker upphovsrätten. Närliggande fenomen är fanfiction, samfundskonst och coverversioner av låtar. I dessa projekt är det publiken som är filmskaparen.

De crowdsourcingprojekt som man finner på Wreckamovie skiljer sig från *Star Wars Uncut*

i den mån att filmerna inte i regel baserar sig på existerande verk och att det som projekten på Wreckamovie är ute efter är inte färdigt gjorda videoklipp utan en person som behövs för att fylla en viss arbetsuppgift som projektet behöver. En annan form av crowdsourcing är crowdfunding, där någon med en projekttidé söker finansiering av en stor mängd privatpersoner. För filmer finns bl.a. webbsidorna Indiegogo och Kickstarter där publiken har möjlighet att finansiera de filmer som intresserar dem.

Via internet och sociala medier kan publiken även ha en aktivare kontakt med filmen och dess skapare, något som givetvis ingår i alla fall i crowdsourcingprojekt där gränsen mellan filmpublik och filmskapare suddas ut. Men även om filmen inte är ett crowdsourcingprojekt har flera filmskapare idag en direkt kontakt med sin publik och marknadsför sina filmer till publiken före finansieringen är säkrad. Via en på förhand byggd kontakt till en möjlig publik bygger filmskaparna idag efterfrågan för sin film före den ens är i förproduktion. Som exempel kan tas filmen *Iron Sky*, Star Wreck-gruppens nästa film, som redan flera år före inspelningen hade en webbsida, en blogg och kommentarfält där filmskaparna svarar på frågor. Via webbsidan har *Iron Skys* filmskapare även idkat flera olika former av crowdfunding med extra innehåll tillgängligt endast för filmens mikrofinansiärer.

Figur 8: Crowdfunding, [www.ironsky.net/support/finance/](http://www.ironsky.net/support/finance/) (Hämtat 24.3.2011)





Konvergens och transmedia är modeord när det kommer till internet och film. Transmedia är ett närliggande begrepp till multimedia, men innebär att ett verk från början är planerat att innehålla flera former av media för att berätta en historia eller behandla ett tema. Båda begrepp syftar på att publiken idag väntar sig att kunna få mera än bara en långfilm, som exemplet *Iron Sky*. Ett annat exempel på detta slags mervärde är konceptet *sweding*, som förekommer i filmen *Be Kind Rewind* (2008) och som syftar på roliga nollbudget-versioner av kända filmer. Då filmen lanserades upprättades på filmens webbsida och dess YouTube-kanal en plats för publikens egna nollbudget-filmcovers. Sweding har sedermera blivit ett internet-mem som idag lever som ett eget begrepp. *Star Wars Uncut* är "sweded".

Crowdfunding-dokumentären *The Age of Stupid* (2009) samarbetade med sin publik genom att låta vem som helst arrangera officiella visningar av filmen via sk Indie Screenings. Systemet ger vem som helst tillgång till en licens att visa filmen och behålla inkomsterna för visningen. Produktionsbolaget Spanner Films har sedermera lanserat konceptet för andra filmskapare via Good Screenings, en portal som öppnades med sju filmer i mars 2010. Licensavgifterna för Good Screenings -filmer varierar enligt av vem, var och för hur många tittare filmen visas. En skola i Sierra Leone skulle betala £1 medan ett multinationellt bolag kan betala upp till £12 000 för en visning. (Wikipedia 2011f)

I Brasilien fungerar servicen MovieMobz, genom vilken publiken själv får välja vilken film de vill se och på vilken biograf. Via servicen, som använder satellituppkoppling för att skicka digitala kopior av filmer till specifika biografier, kan privatpersoner rösta på filmer och därmed säkra en fylld biosalong för visningen. MovieMobz är ett praktexempel på digital distribution som styrs via internet av en aktiv publik. (Albrecht 2008)

## 5 FILM UTANFÖR BRANSCHGRÄNSERNA

Enligt *Audiovisuallisen politiikan linjat* (OPM 2005:8, s. 70) medför 2000-talets teknikutveckling ett starkt brytningsskede för filmbranschen och det frågas om de etablerade affärsmodellerna (skapare-producent-distributör-biograf-publik) är under förändring, något som vinklades med hänsyn till teknisk utveckling och publikbeteende i kapitel 4. I detta kapitel belyses ämnet från filmskaparnas och filmprojektens håll. Detta kapitel introducerar alltså filmprojekt utanför branschgränserna.

Hur tillämpas förra kapitelns kulturförändringar – gratis internationell synlighet, billig produktion och en mer involverad, inflytelserik publik – framgångsrikt i filmskapandeprocessen? Vad händer då man inte går den traditionella vägen? I kapitel 5.1 behandlas beställningsprojekt, såsom *Posse* och *Eetu & Konna* – finländska proffsprojekt som gjorts för bolag utanför filmbranschen – och självdistribuerade vitt spridda filmer som *Star Wreck: in the Pirkinning* samt internationella exempel.

I kapitel 5.2 frågas var gränserna mellan proffsprojekt och amatörprojekt går. Hur har det finska filmfältet förändrats från att ha varit indelat i amatör- och proffsproduktioner till att innehålla ett växande fritt fält mellan amatörfilm och statsstödd film?

### 5.1 Beställningsprojekt och alternativ distribution

Jag presenterar här, som en fördjupning till kapitel 4, aktuella entreprenörprojekt som fungerar utanför den traditionella produktionsarenan. Det handlar om beställningsprojekt för bolag utanför filmbranschen, självdistribution av film och förevisningar utan förevisare. Vid självdistribution ändrar filmskaparen på produktionsstrukturen av film, genom att inte arbeta med en distributör, och ibland utan en enda förevisare, utan agerar själv som filmens utgivare. *The Age of Stupid* (publiken som förevisare) och *MovieMobz* (publiken som beställare) är exempel på fenomenen.

Vid sidan av det traditionella distributionssystemet (bioförevisning, DVD-försäljning, TV-förevisning) har internet gett filmskaparna möjlighet att offentligt visa film på ett sätt som

tidigare varit omöjligt. Redan i början av 2000-talet fanns både inhemska och internationella sidor där kortfilmer visades, medan YouTubes massiva popularitet gjort video på internet till vardag för allmänheten. Medan YouTubes högst 15-minuters videor är gratis för tittarna, har Apples iTunes-service sedan några år tillbaka sålt digitala kopior av långfilmer (dock främst i USA), vilket visat sig vara ett mer lukrativt sätt att distribuera lågbudgetfilm än bio- eller DVD-distribution, i alla fall för en del etablerade filmskapare. Ett exempel är den amerikanska regissören och skådespelaren Edward Burns som på 90-talet gjorde sig ett namn med filmen *Bröderna McMullen*, som kostade endast \$ 25 000 att producera (Stern 2010).

I och med att Burns på 2000-talet konstaterat att biograflanseringen av hans filmer inte gav vinst, utan snarare säkrade att filmerna aldrig kunde vara vinstbringande, drog han konsekvenserna av sin insikt och lanserade sin nyaste film, *Nice Guy Johnny* (2010), på internet med iTunes som primär kanal. Filmen producerade han enligt debuten *Bröderna McMullens* modell, med okända skådespelare, få inspelningsdagar, ett inspelningsteam på tre personer och en budget på \$ 25 000 (Stern 2010). Burns valde dock att lansera filmen samtidigt på DVD på grund av den äldre generationen som är vana med fysiska kopior, men utelämnade alltså helt biodistributionen (Burns 2010).

Exempel som Edward Burns *Nice Guy Johnny* och finska *Star Wreck: in the Pirkinning* har förbigått biografdistributionen och anammat internetbaserade distributionsmodeller för att göra filmerna lönsammare, eller för att fånga en publikmängd som inte är möjlig att nå via biografdistribution. Enligt Jetta Huttunen har *Star Wreck: in the Pirkinning* laddats ner över 5 miljoner gånger (Huttunen 2010a) och är således förmodligen den mest sedda finska filmen någonsin. Båda filmerna är även exempel på en förändrad filmkultur där tittaren via internet har tillgång till ett större urval och har mera makt över sina filmval än via bio, TV och DVD-affärer. Visningar hade filmerna nog. *Nice Guy Johnny* visades på flera filmfestivaler och *Star Wrecks* filmskapare tog själv filmen på turné runt Finland innan internetlanseringen, inte på bio, utan rockklubbar (Star Wreck 2011).

Burns har själv konstaterat att *Nice Guy Johnny* via VoD (video-on-demand) har en potentiell publik på 30 miljoner användare (Miller 2010). YouTube är, som namnet

antyder, i grunden en portal för privatpersoners egna videor, men proffs har även börjat använda webbsidan som filmlanseringskanal. I mars 2011 lanserades långfilmen *Girl Walks Into a Bar*, gjord av Hollywoodproffs, på YouTube i samarbete med biltillverkaren Lexus. Filmen är gratis att se och innehåller reklampauser för Lexus, men är i likhet med *Nice Guy Johnny* endast tillgänglig i USA och Kanada (Miller 2011). Filmen *Tunnel*, som producerats via crowdfunding ges gratis ut via peer-to-peer-nätverket BitTorrent, men distribueras även på DVD av Paramount Pictures samarbetspartner Transmission Films i Australien (Brown 2011). Tidigare nämnda Netflix är även den tillgänglig endast i USA och Kanada och fungerar i princip som en internetbaserad betal-TV-kanal där tittaren själv kan välja vad den vill se och när. Dessa exempel är alla bevis på hur filmdistributionen förändrats, i alla fall i Nordamerika, och hur studior och filmskapare nu gör film för internet och hur de via peer-to-peer-nätverk använder sig av tittarnas egen aktivitet och hårdskivors utrymme för att sprida filmer. Inget av de ovannämnda exemplen följer den traditionella programmerade modellen, det vill säga att filmer visas en viss tid på en viss plats eller kanal.

Även i Finland har under de senaste åren kommit flera exempel på filmproduktioner som gjorts som beställningsprojekt på begäran av bolag utanför filmbranschen. Likt Lexus-samarbetet *Girl Walks Into a Bar*, gjorde Sonera en satsning som presenterade bolagets nya bredbandsnätverk i form av en halvtimmes kortfilm av framstående skapare. Kortfilmen *Posse* skrevs av den kända författaren Kari Hotakainen och regisserades av den prisade regissören Aleksi Salmenperä. Filmen gjordes helt på Soneras bekostnad av det samtidigt upprättade nya reklamfilmsbolaget Mjölkk. *Posse* visades endast på Soneras hemsida med premiär 4.12.2009 och är inte mera tillgänglig i mars 2011. Enligt Soneras Juha Tontti var motivationen till att producera filmen att påvisa att världen förändrats permanent via snabba internetuppkopplingar och icke-tidsbundna innehållsservicer. (TeliaSonera 2009)

”Halusimme tuottaa oikean laadukkaan kotimaisen elokuvan osoitukseksi siitä, että internet toimii You Tuben videoklippien oivallisena katselupaikkana, mutta lisäksi se toimii erinomaisesti myös oikeiden elokuvien varteenotettavana jakelukanavana. [...] Elokuva on uusi keino viedä viestiä kuluttajille. Tämän elokuvan tarkoitus ei ole myydä tai markkinoida mitään tuotteitamme sormella osoittaen. Sen tarkoitus on viihdyttää katsojia ja antaa heille voimakkaita tunnelämyksiä ja oivalluksia.” Juha Tontti i TeliaSoneras pressmeddelande (TeliaSonera 2009)

Animationen *Eetu ja Konna* (2011) fick biopremiär i februari 2011. Det som är speciellt med filmen är att det är en av de få finländska biofilmer som inte fått stöd av Finlands filmstiftelse. Det är leksaksbolaget Martinex som bekostat filmen. Enligt filmens producent Jenni Jalava ansökte producenterna om en liten symbolisk summa av stiftelsen, men kom för sent med sin ansökning. Filmen lanserades med 40 kopior och går vid skrivtidpunkten (april 2011) ännu på bio. Publikmålet är 40-50 000 tittare (Varsinais-Suomen Yrittäjä 2011). Martinex har producerat en hel uppsättning av *Eetu ja Konna*-prylar och filmens andra producent Risto Muinonen säger att Martinex är en erfaren produktifierare, men att filmproduktion är ett experiment för bolaget. (Harinkainen 2011)

Den amerikanska lågbudgetfilmen *Paranormal Activity* (2007) köptes upp av Paramount Pictures och lanserades på bio på endast några biografer 2009, men med en internetkampanj på eventful.com där publiken själv kunde rösta filmen till en biograf nära dem på ett liknande sätt som Moviemobz röstningssystem, men för endast en film och utan förköp av biljetter. *Paranormal Activity* växte sakta men säkert till en världsomfattande publiksuccé. I detta exempel kombineras en programmerad modell med publikinvolvering. Enligt Wikipedia-artikeln om *Paranormal Activity* var detta första gången en Hollywoodstudio använt Eventful för viral marknadsföring. (Wikipedia 2011g)

Förutom *Eetu ja Konna* kunde inget av exemplen i detta kapitel existera utan internet. Vare sig filmen visas på nätet, röstats på eller sålts på nätet är det just nätkontakten som gör en alternativ distribution möjlig.

Ett finländskt exempel på distribution och röstning är *Mitä meistä tuli*, en finländsk film gjord genom volontärarbete av gruppen Misty Friday Films och som visades på Finnkinos biografer lite efter *Paranormal Activity*. Då filmen var färdigställd hittade filmskaparna en liten distributör, Black Lion Ay, och filmen lanserades med en kopia. Även denna film använde Eventful för att få reda på vart filmkopian kunde skickas till näst. Är då *Mitä meistä tuli* en amatörfilm eller en mycket liten proffsproduktion? Produktionen var volontär, Misty Friday Films är en firma, och biografdistributionen var egentligen 100% professionell. Denna gränsöverskridning behandlas i nästa delkapitel. (Personlig kommunikation med Ullakko 29.3.2011)

## 5.2 Amatör- och proffsprojekt

Jetta Huttunen, som forskar i den finska amatörfilmen och dess kultur, talade på filmstiftelsens diskussionsevenemang på hösten 2010 om att det i Finland sedan 90-talet vuxit fram en kultur för oavhängig digital film bland ungdomen och hon ser grunden för fenomenet i de snowboardfilmer, som gjordes av amatörfilmare som dokumenterade sin hobby och spred videorna inom sin egen gemenskap (Huttunen 2010b). De bildade en subkultur, inte av snowboarding, men av snowboardfilmer. Denna typ av filmkultur har enligt Huttunen (2010a) nu börjat utmana mainstreamkulturen genom att nischinnehåll blir allt mera offentligt. Medan den finska amatörfilmen på 90-talet såg sjaskig ut gör enligt Huttunen amatörerna idag kvalitetsmässigt bra och innovativt innehåll som kan jämföras med proffsproduktioner (Huttunen 2010a).

Huttunen tillskriver uppsvinget av amatörfilmen till den konvergens som är på gång i mediekulturen och de kreativa branscherna, i likhet med vad som presenterats i kapitel 4, och hävdar att det är mediepubliciteten som förändrar positionen av tidigare marginella kulturer och gemenskaper. I linje med *Kultur: kraft för framtiden* (OPM 2010:12) anser Huttunen att detta speglar konsumtionskulturens fragmentering och olika nischpublikers framträngande. (Huttunen 2010a, 2010b)

Sedan 2005 har en benämning för av finsk oberoende film myntats: findie-filmen. Benämningen findie skapades av en grupp finska undergroundfilmskapare för att karaktärisera finska oberoende filmer som vanligtvis platsar inom splattergenren och görs för en specifik nischpublik (Wikipedia 2011h). Findies allmänna fokus på splatter- och exploateringsfilmer (Pan 2010) har gjort findiekonceptet till en nisch som inte innefattar all finsk oberoende film. Findie kännetecknas av att en findiefilm görs för findiefilmens gemenskap (Huttunen 2010a). Findie är onekligen en del av det finska fria filmfältet, men är idag mer en nisch inom finsk oberoende film än en synonym för hela fältet. Huttunen skriver: "Suomalaiset harrastajaelokuvantekijät ovat alusta saakka kutsuneet elokuviaan, harrastustaan ja yhteisöään 'findieksi' (lyhenne sanoista "Finnish indie"). Sillä tarkoitetaan suomalaista indie-elokuvaa, joka on tehty harrastajavoimin" (Huttunen 2010a). Tianiy Pan, producent för fria fältets film *Mitä meistä tuli* berättar, möjligtvis med glimten i ögat, på

filmstiftelsens diskussionsevenemang att findie-grupperna anser att deras firma Misty Friday Films oberoende produktioner är för kommersialiserade för att klassas som findie (Pan 2010).

På samma seminarium frågades varför det nya fenomenet inom amatörfilm eller film på det fria fältet är att det görs just långfilm. *Star Wrecks* manusförfattare Jarmo Puskala ger som ett svar att det är långfiktion som väcker intresse hos publiken (Puskala 2010). Detta ekar producent Markus Selins åsikt på Free Cinema -keskustelu: han ser personligen inte på kortfilm och hävdar att han inte får ett bra grepp om filmskaparnas talang via dem (Selin 2010). Lauri Törhönen kallar långfilmen filmens symfoniform i sin utredning *Suomen Elokuva – Finlands Film* (2008, s. 27) och Antti-Veikko Salo definierar kortfilmens arena vara filmfestivaler och att den traditionellt inte är riktad till en vanlig filmkonsument (Salo 2009, s. 21).

Enligt Huttunen är amatörerna alltid först framme när det gäller att tillägna sig nya verksamhetsätt och hon hävdar att de kommersiella bolagen följer amatörernas exempel. Huttunen poängterar att kommersiell medieproduktion och reklambusiness allt mera använder sig av växelverkan med konsumenterna, ett tillvägagångssätt som tidigare förekommit endast inom amatörproduktioner. (Huttunen 2010a)

”Myös kaupalliset tuotantoyhtiöt ja julkaisijat ovat ymmärtäneet harrastajatuotannon mahdollisuudet. Ne seuraavat tiiviisti faniyhteisöjä ja Youtubea poimiakseen käyttöönsä parhaat näkemykset. [...] Lähentymistä institutionaalisen ja amatöörituotannon välillä tapahtuu myös instituutioiden toimesta. Myös kaupallinen mediatuotanto ja mainosbisnes käyttävät enenevässä määrin hyväkseen vuoropuhelua kuluttajien kanssa. Tuottajat haluavat hyödyntää kuluttajien ’trendinäätä’ ja innovatiivisuutta mediakulttuurin osallistuvina toimijoina.” (Huttunen 2010a)

Inom den finska filmbranschen finns några exempel på detta fenomen. Då storfilmerna *Mannerheim* lades på is innan inspelningarna av Solar Films moderbolag Nordisk Film i februari 2009 tog filmskaparna finansieringen till publiken. Bolaget sålde 50 euros premiärbiljetter till filmen i syfte att lappa till hålen i budgeten (YLE Uutiset 2009). Statsstödda och förköpta *Iron Sky* har från början använt sig av flera av produktionsmodellerna från gruppens tidigare produktion, amatörfilmerna *Star Wreck: in the Pirkinning*. I och med att *Iron Skys* kärngrupp består av samma medlemmar som *Star*

*Wreck*, som alltid haft starka band till sin målgrupp via internet har filmen redan en stor skara följeslagare.

Den statsstödda och förköpta långfilmen *Rare Exports* (2010) hade även den en färdig publik. Filmen föregicks av två kortfilmer som gjordes av produktionsbolaget Woodpecker Films utan understöd åren 2003 och 2005. Kortfilmerna blev mycket populära på YouTube och långfilmsversionen lanserades i slutet av 2010.

Var går då gränsen mellan amatörproduktion och proffsproduktion? Hur dras linjerna då proffs använder amatörernas verksamhetsmodeller och amatörerna lanserar långfilm på biograf, som i fallet *Mitä meistä tuli?* Om man jämför filmfältet med andra konst- eller kulturfält kan man dra slutsatsen att linjedragningen inte är så enkel.

På Free Cinema -keskustelu jämförde filmregissören Juho Kuosmanen filmfältet med teaterfältet. Kuosmanen påpekar att teatern har mer än två fält: mellan institutionsteatrarna, det vill säga stats- och stadsteatrar, och amatörfältet som består av amatörteater med föreningsgrund, finns det fria teaterfältet som enligt Kuosmanen är den andel av teaterbranschen vars publik är aktiv och innehållet konstnärligt och nyskapande. Kuosmanen definierar stadsteatrarnas innehåll som kvalitetsunderhållning i form av komedier och musikalerna. Amatörfältet anser han härma stadsteatrarnas innehåll. På det fria teaterfältet görs enligt Kuosmanen det intressanta innehållet. Enligt Kuosmanen fattas detta fält mellan stora och små produktioner när det kommer till finländsk film. (Kuosmanen 2010)

För att klargöra det fria teaterfältet som Kuosmanen refererar till är det ett tudelat fält som utgörs av statsandelsteatrar och ett så kallat laglöst fält där professionella utövare arbetar. Det fria fältets teatrar etablerades senast 1993 då en förändring i teaterlagen gjorde det statliga verksamhetsstödet för flera av det fria fältets teatrar lagstadgat i stället för behovsprövat. Dessa blev de så kallade statsandelsteatrarna. (Kokkonen, Loppi & Karjalainen 2002, s. 12)

Dessa år 2010 57 teatrar som omfattas av teater- och orkesterlagen tryggas av en



statsandel, och kan även få behovsprövade specialunderstöd för statsandelsteatrars projekt. Alla statsandelsteatrar i Finland mottar även kommunalt stöd. Det laglösa fältet fungerar däremot med verksamhetsbidrag eller projektstöd av statens scenkonstkommision. Trots att några grupper på det laglösa fältet får kommunalt stöd är de mycket beroende av bidrag från privata fonder. Orsaken till att detta fria fält kallas laglöst beror på att deras finansiering inte räcker till för att betala kollektivavtalsenliga löner och får därmed inte lyda under teaterlagen. Årligen ansöker ca 20 grupper om att få lyda under lagen. (Seppälä 2010, s. 12)

Att teaterns fria fält fortsätter vidareetableras kan skönjas i att statsfinansieringen ökat från 1,9 m € till 4,1 m € mellan 2008 och 2011. 2010 fick 56 grupper verksamhetsstöd ur anslaget. 120 fria teatergrupper söker statens projektstöd på det fria teaterfältet, men bara ett fåtal beviljas (Seppälä 2010, s. 12). Det som är intressant ur filmbranschens synvinkel är att endast ett fåtal projektstöd finns att söka, eftersom filmstöden endast är avsedda för projekt, inte verksamhet, vilket är i stark kontrast med teaterfältets modell.

Att filmens och teaterns stödformer är så olika beror troligen på konstformernas mycket olika bakgrund. Teatern i Finland har en stark institutionsbakgrund, med gamla statsinstitutioner, men även en långvarig amatörbakgrund. Det behövs troligen inte någon källa för att säga att det spelats teater i öppna hus landet runt som en del av lokalkulturen så länge det funnits en lokalkultur. Filmen igen är i grunden en inspelad version av teater, som kräver kamerautrustning, efterarbete och förevisningsteknik. Denna teknik är, och i synnerhet var, dyr och svåråtkomlig. Medan båda dramaformerna byråkratiserats under 60-70-talets kulturreform (Wikipedia 2011b; Kokkonen, Loppi & Karjalainen 2002, s. 12) kom de alltså från två vitt skilda håll, filmens kommersiella bakgrund och teaterns institutioner (Kokkonen, Loppi & Karjalainen 2002, s. 6).

Som Huttunen i sin artikel säger kan professionell medieproduktion inte göras utan institutionell finansiering i Finland, medan amatörfilmer ofta görs med nollbudget eller egna pengar. Förflyttningen från amatör till proffs händer också specifikt på finansieringssidan. (Huttunen 2010a)

Då finländska utbildade, erfarna eller professionella filmskapare arbetar med projekt som inte fått statligt stöd eller som inte görs i samproduktion med en kommersiell TV-kanal ekar detta direkt läget för den laglösa fria teaterns fält.

Om man å andra sidan ser den fria filmproduktionen som pur amatörverksamhet är amatörfilmen idag allt oftare en långfilm och offentligt tillgänglig på ett inte bara inhemskt utan internationellt plan via world wide web, samt via evenemangsvisningar och biografdistribution. Som introducerats kapitel i kapitel 4 har teknikutvecklingen demokratiserat filmproduktionen och -distributionen, vilket bestyrks av flera inhemska exempel i detta kapitel. Medan amatörprojekten var svåra att visa offentligt före sekelskiftet är amatörfilmen idag offentligt tillgänglig och kan på så sätt uppmärksammas, vilket seminariet Free Cinema -keskustelu och filmstiftelsens diskussionsevenemang om amatörfilm står som exempel för.

Eftersom en linjedragning mellan proffsprojekt och amatörprojekt är svår att göra, medan det är enkelt att skilja på statligt stödda projekt och icke-stödda projekt, har jag alltså i likhet med teaterns fria fält kallat detta filmskapandets område för det fria fältet. Detta fria finländska filmfält och dess produktionsmodeller behandlas i nästa kapitel.

## 6 DET FRIA FÄLTET OCH FILMBRANSCHEN I FINLAND

Det har givetvis alltid funnits ett fritt fält för film. Ambitiösa amatörproduktioner och lågbudgets riskprojekt har uppmärksammats genom filmhistorien. Det är ofta frågan om en filmskapares första långfilm som brutit gränsen mellan amatörfilm och professionell verksamhet.

Oscar Micheaux var en afroamerikansk filmskapare som på 1920-talet idkade crowdfunding. Micheaux gick från dörr till dörr i sin hemstad och presenterade sin filmidé i syfte att sälja aktier i sitt enmansbolag. Efter att han producerat sin debutfilm *The Homesteader* med dessa pengar åkte Micheaux landet runt och bokade visningar på biografier för afroamerikaner. Med sig hade han en bunt fotografier som visade hans nästa filmprojekt och han övertalade biografägarna att förköpa hans nästa film. Med dessa inkomster producerade Micheaux faktiskt sin nästa film och allt som allt över 30 filmer under 20-talet. Micheaux var förvisso inte den första självdistribuerande filmskaparen, men hans långvariga framgång med sin distributionsmodell är anmärkningsvärd. (Hall 2006, s. 162-163)

Micheaux har inte uppmärksammats i filmhistorien förrän nyligen, men det har John A. Romero och hans *Night of the Living Dead* (1968) som blev en milstolpe för independentfilmproduktionen med sin handkamerastil, svarthyade huvudkaraktär och grafiska våld som alla var i stark kontrast till Hollywoods utbud på den amerikanska filmmarknaden (Wikipedia 2011i).

Det fria filmfältet karaktäriseras, såsom Jetta Huttunen anmärkt, av filmer med ämnen och arbetssätt som aldrig skulle godkännas på mainstreammarknaden (Huttunen 2010a). *Star Wreck: in the Pirkinning* är ett finskt exempel på detta; det är osannolikt att en *Star Trek*-parodi i långfilmsformat med effekter i varje bild skulle finansieras av finska produktionsbolag eller distributörer ens om den gjordes av etablerade filmskapare. Den internationellt distribuerade finska långfilmen *Rare Exports* är ett annat exempel: den föregicks av två självfinansierade kortfilmer som blev populära på internet och de bidrog eventuellt till att långfilmen fick statligt stöd. I filmerna porträtteras julgubben som ett

djur som jagas av proffsskyttar, en minst sagt udda idé, som bevisats vara gångbar genom gratiskortfilmernas framgångar.

Början av 1990-talet upplevde ett uppsving av amerikansk independentfilm. Som en av galjonsfigurerna för detta är Robert Rodriguez, som på egenhand skrev, filmade, klippte och regisserade mikrobudgetfilmen *El Mariachi* för \$7 000. Rodriguez hade enligt egen utsago studerat den mexikanska exploateringsfilmens marknad, som karaktäriserades av lågbudgets actionfilmer. Rodriguez ansåg att han under ett sommarlov från universitetet, med hjälp av ett par bekanta kunde åstadkomma en långfilm av jämförbar kvalitet och således kunna sälja filmen åt ett bolag på den mexikanska VHS-marknaden för ett pris som skulle låta honom fortsätta med liknande produktioner. *El Mariachi* köptes till slut upp av Columbia Pictures, en Hollywoodstudio. (Rodriguez 1995)

Rodriguez gav ut en bok, *Rebel Without a Crew* (refererad till ovan) om filmens produktion och har hädanefter fortsatt att inkludera gör-det-självtips med sina filmer, redan före DVD-formatet populariserade filmers extramaterial, för att inte tala om uppkomsten av internet-tutorials.

Oscar Micheaux finansierade och distribuerade sina filmer själv, *The Night of the Living Dead* födde en ny filmgenre och bröt innehållsmässiga konventioner och Rodriguez sålde sin gör-det-självt-film åt en internationell studio och började trenden att skapa extramaterial som är av intresse för andra gör-det-självt-filmskapare. Alla dessa fenomen har även visat sig på det finländska filmfältet på 2000-talet. I detta kapitel behandlas hur det fria fältets filmer brutit den finländska filmbranschens verksamhetsmodeller.

## 6.1 Verksamhetsmodeller för det fria filmfältet

Finlands filmstiftelse grundades 1969 och började sin verksamhet i februari 1970. Stiftelsens uppgift är att finansiellt stöda finländsk filmproduktion, -distribution och -förevisning (Wikipedia 2011b). Före filmstiftelsens upprättande fanns inget stödorgan för finländsk film, vilket innebär att all filmproduktion före det var endast kommersiell.

I och med filmstiftelsens upprättande kunde en gräns dras mellan statsstödd och kommersiell filmproduktion. Enstaka filmskapare har gjort projekt utanför stödsystemets gränser. Pertti "Spede" Pasanen är det mest kända exemplet. Pasanen hade en långvarig tvist med filmstiftelsen som slutligen 1981 utmynnade i ett offentligt hot från Pasanens sida att förstöra sina tre första filmer, gjorda före filmstiftelsens upprättande, om inte filmstiftelsen gav honom produktionsstöd för hans nästa Uno Turhapuro -film. Pasanen förstörde offentligt till slut tre filmkopior, men inte filmernas originalkopior. Turhapuro-filmerna var publikframgångar, men var inte i kritikernas favör, och Turhapurofilmerna fick första gången stiftelsens produktionsstöd först på 90-talet. (Elokuva uutiset 2009)

Pasanen gjorde även mycket TV-produktion och hade flera filmproduktionsbolag, som alla var aktiebolag. Som en slags efterföljare till Pasanens verksamhet kom på 1990-talet Timo Koivusalo och hans populära Pekko-filmer. Lauri Törhönen skriver om Pasanens och Koivusalos verksamhet som enstaka exempel på oavhängig finsk filmproduktion i *Suomen Elokuva* (Törhönen 2008):

"Ilman julkista tukea sopii kenen hyvänsä yrittää. Elokuvaohjaaja Timo Koivusalo on esimerkki suomalaisesta ohjaajasta, joka on tullut latvasta puuhun, omilla tai itse hankkimillaan rahoilla ja myös menestynyt. Samoin Spede Pasanen tuotanto – vaikkakin Pasanen käytti ohjaajina televisiossa pätevyitä ammattiohjaajia kuten mm. Jukka Virtasta ja Ere Kokkosta." (Törhönen 2008, s. 29)

Koivusalo är likt Pasanen en mångsysslare. Båda har regisserat, producerat, skådespelat i film och TV samt givit ut skivor. Båda är även självlärda filmskapare, och Spede har även producerat en av Pekko-filmerna. Koivusalo hävdar att han också på 2000-talet är en av de få filmproducenter som gör film med reell risk, trots att hans filmer länge åtnjutit statligt stöd. I en intervju med Talouselämä diskuterar Koivusalo sin produktionsmetod, med filmen *Sibelius* (2003) som exempel:

"Kaikki puhuvat riskistä, mutta se tahtoo olla näennäistä. Sibeliuksen budjetista puolet oli riskirahaa – Suomessa se tarkoittaa pankkilainaa. Elokuvasäätiöltä tuli tuotantotukea, mutta vain osa anotusta. Oli vain päätettävä tekeekö elokuvan vai eikö." Timo Koivusalo i Talouselämä (Kankare 2004)

I samma intervju kritiserar Koivusalo även de krav som stiftelsen har på garanterat förköp av långfilmer vid anhållande av produktionsstöd.

”Se mikä harmittaa on video- ja televisio-oikeuksien myyminen etukäteen. Jos olisi rahoitus olemassa, nämä oikeudet voisi myydä jälkikäteen ja myös hinnoitella ne sen mukaan, miten elokuva tosiasiaa menestyy. Silloinhan tämä bisnes voisi olla todella kannattavaa.” (Kankare 2004)

En annan filmskapare som haft problem med filmstiftelsens finansiering är den självlärd regissören Aleksi Mäkelä, vars senaste två långfilmer fått produktionsstöd i efterskott, då filmerna redan spelats in. Vad detta beror på är oklart, men filmerna har i alla fall gjorts som riskprojekt, det vill säga enligt det fria fältets definition, för att senare bli statsstödda produktioner. (Vasa stad 2010; Elokvauutiset 2011)

Det som skiljer Mäkeläs filmer från det fria fältets produktion är att produktionsbolaget Solar Films moderbolag är distributören Nordisk Film och filmerna har därmed en förutbestämd distributör. Solar Films producent Markus Selin började sin karriär med Renny Harlins *Born American* (1986). Harlins och Selins debut var på sin tid mycket kontroversiell och stöddes inte av filmstiftelsen. Harlin berättar i boken *Harlin on Harlin* att han lämnat in totalt manus till filmstiftelsen, men när han inte fick produktionsstöd för projektet sökte han och Selin sig till USA för att få en film gjord. (Salminen 1991, s. 29)

Alla filmexempel ovan är producerade av aktiebolag. Det är även den vanligaste verksamhetsformen för allt filmskapande i Finland. Medan det fria teaterfältet mest består av föreningar eller non-profitbolag (Kokkonen, Loppi & Karjalainen 2002, s. 10) finns ytterst få föreningar som gör drama på film i Finland. Jag har hittat endast tre föreningar: Kaiken Keskellä Ry, Lentävä Lehmä Ry och Elokvayhdistys Friends Ry. Gruppen bakom *Mitä meistä tuli*, Misty Friday Films T:mi, är en firma, det vill säga ett enmansbolag, men de flesta av det fria fältets filmer görs av aktiebolag eller privatpersoner utan någon registrerad verksamhetsform.

Om än det fria fältets verksamhetsmodell liknar det traditionella fältets, så är distributionen oftast mycket annorlunda. Detta behandlas i följande underkapitel.

## 6.2 Det fria fältets produktioner

De långfilmer jag hittat som hör till det fria finska filmfältet och som har distribuerats offentligt annat än på nätet är listade nedan. Ytterligare exempel finns och de är för det mesta indie-filmer, vars publik explicit är en inhemsk nischmålgrupp och deras distribution småskalig. Syftet med listan nedan är att ge en bild av hurdana filmer som görs utanför det statsstödda systemet och att det fria fältets långfilmsproduktion funnits sedan 2001 (före det finns egentligen inga exempel att hitta) och att denna form av produktion vuxit markant på den andra hälften av 2000-talets första årtionde.

Tabell 4: Finska fria fältets filmer 2000-2011 (urval)

<b>Titel (år, produktionsbolag)</b>	<b>Genre</b>	<b>Förevisningsform</b>
<i>Barbaarit menneisydestä</i> (2001, Black Lion Oy)	Fantasy/Komedi	visningar
<i>Ponterosa</i> (2001, Inxpo Onnico Oy/Mancantoo Oy)	Komedi	biograf, DVD, TV
<i>Kohtalon kirja</i> (2003, Timeless Films Oy/TAMK)	Fantasy	festival, TV, DVD
<i>Star Wreck: in the Pirkinning</i> (2005, Energia Productions Oy)	Scifi/Parodi	turné, DVD, internet, TV
<i>Aika tappaa</i> (2005, Coppersky Oy)	Thriller	festival, DVD
<i>Nato Commando</i> (2005, Trash Video Oy)	Action/Komedi	DVD
<i>Graffiti meissä</i> (2006, Misty Friday Films T:mi)	Ungdomsdrama	festival, internet, DVD
<i>Korkein oikeus</i> (2008, Yansa Productions Oy)	Drama	festival, biograf, DVD, internet
<i>Mitä meistä tuli</i> (2009, Misty Friday Films T:mi)	Ungdomsdrama	festival, biograf, DVD
<i>Skeleton Crew</i> (2009, Timeless Films Oy)	Skräck	DVD
<i>Sanansaattaja</i> (2010, Coppersky Oy)	Thriller	DVD
<i>Eetu ja Konna</i> (2011, Artia Oy)	Barn/Animation	biograf, TV (som serie)

Alla dessa filmer har distribuerats på DVD, antingen av produktionsbolagen eller av en utomstående distributör. I *Eetu ja Konnas* fall är filmen ännu vid skrivtillfället på sin biografirunda och har inte ännu kommit ut på DVD. I fallen *Star Wreck* och *Graffiti meissä* har två DVD-versioner lanserats, först produktionsbolagets egen upplaga och senare distributörens. *Star Wreck* och *Skeleton Crew* har även distribuerats på DVD i andra länder än Finland. *Ponterosa*, *Mitä meistä tuli* och *Korkein oikeus* har visats på biografier i ordinarierepertoaren och *Mitä meistä tuli* kommer på våren 2011 att biodistribueras i Makedonien (SES 2011c).

Det fria fältets filmskapare distribuerar sina filmer på ett annat sätt än traditionell film. De har ofta själv bekostat den första utgåvan av sin film och gör visningsturnéer, lägger ut sin film på internet och fungerar som distributörer för den egna filmen. Misty Friday Films har till exempel en egen nätbutik för *Mitä meistä tuli*.

På filmstiftelsens diskussionsevenemang på hösten 2011 lyfte producenten och filmstiftelsens produktionsrådgivare Petri Rossi fram distribution av filmer utanför det statsstödda systemet. Han säger att distributörernas läge försämrats, och frågar om distributörerna egentligen behövs för mindre filmer. Han påpekar att en stor film som *Iron Sky* behöver en distributör (Rossi 2010). *Star Wrecks* och *Iron Skys* manusförfattare Jarmo Puskala svarar att det är distributörerna, vid sidan om DVD-försäljningen, som är det största hindret för internetdistributionens genombrott (Puskala 2010). För *Star Wreck*, Puskalas tidigare film, var det just gratislanseringen på internet som satte igång DVD-försäljningen (Personlig kommunikation med Samuli Torssonen, 1.4.2011).

Att avvika från traditionella distributionsmodeller kan lätt orsaka trassel med diverse rättigheter. Till exempel fanfilmen *Star Wars Uncut* fick lov av LucasFilm att visas offentligt, men musiken från originalfilmen är inte tillgänglig. I stället har webbsidan en länk till nätbutiken Amazon där man kan köpa *Star Wars* originalmusik på CD, som användaren själv kan spela upp med filmen. Av rättighetsskäl kan man inte heller i Finland se iTunes- eller Netflix-filmer, eftersom distributionsrättigheter inte vanligtvis är världsomfattande.

Försäljning av internationella rättigheter är, som producent Ted Hope sade i kapitel 4, det han finansierat sina filmer med. Det sjunkande värdet på rättigheter Hope talar om (Hope 2010a, 2010b) stämmer väl överens med det försämrade läge för distributörer som Rossi talar om. *Star Wreck* lanserades under en Creative Commons -licens, som låter publiken fritt sprida en film de har till sitt förfogande. Puskala säger att *Iron Sky* inte kommer att lanseras med en dylik licens på grund av att investerarna inte skulle tro på att den fungerade (Puskala 2010). Fri kopiering och traditionell produktionsmodell går alltså inte ihop, och internets världsomfattande karaktär passar dåligt med den traditionella distributionsmodellen som baserar sig på territorialsim och lanseringsfönster.



Gruppen bakom *Mitä meistä tuli* försökte länge sälja sin färdiga film åt distributörer och produktionsbolag, men fick inga positiva svar. Enligt regissör Miika Ullakko tänkte de sig att någon, skulle ha varit intresserad av att köpa filmen i efterhand (Ullakko 2010). *Reindeerspotting* (2010) är en dokumentär av Joonas Neuvonen som först efter långvarigt klippande på egenhand förde filmen till ett produktionsbolag och överlät projektet till dem (Kinnunen 2011c). *Reindeerspotting* kan alltså klassas som en dokumentär från det fria fältet som i efterproduktionen köptes av Bronson Club (en del av Solar Films) och som distribuerades av moderbolaget Nordisk Film.

Inom teaterbranschen är det ofta på det fria fältet som alternativa handlingsformer, udda idéer och tillfälliga visningsarenor används. Konventioner brukar ofta brytas och nya uttrycksformer testas på det fria fältet. Teaterns fria produktioner är även mer mobila än de institutionella. Det är ofta det fria fältets projekt och grupper som t. ex. turnerar utomlands. (Kokkonen, Loppi & Karjalainen 2002, s. 6, 12; Seppälä 2010, s. 13)

Om man jämför detta med en film som *Star Wreck: in the Pirkinning*, så kan man skönja likheter med teaterns fria fält. Filmen platsar inom två mycket ovanliga finländska långfilmsgenrer, sci-fi och parodi. Innehållet snuddar upphovsrättskränkande nära på *Star Trek*. Filmen är klart gjord för en nischpublik, men har spridits världen runt på nätet och DVD och det är första gången någon i Finland gjort en långfilm som spelats in mest med greenscreen. Misty Friday Films filmer *Graffiti meissä* och *Mitä meistä tuli* spriddes egentligen först utomlands, på flera festivaler, före de lanserades i hemlandet. Det som är anmärkningsvärt är att alla tre filmer är finskspråkiga, men ändå uppmärksammats utomlands.

Om man tar filmerna i tabell 4 som exempel, platsar det fria fältets filmer anmärkningsvärt ofta inom sällsynta finländska genrer. Det finns några exempel på 2000-talets traditionella produktioner som platsar inom ovanliga finska genrer, som regissören AJ Annilas *Jadesoturi* (2006) och *Sauna* (2008): wuxia- respektive skräckfilm. *Iron Sky* (planerad för lansering 2012) är en sci-fi-film och *Rare Exports* (2010) en actionfilm, båda med komiska anslag. Dessa filmers skapare har sina rötter i det fria fältets produktion och distribution.

### 6.3 Det fria fältets läge

Det fria fältets filmskapare använder en produktionsmodell som är mycket olik den traditionella finländska statsstödda filmens modell. Som Huttunen säger följer bolag på den traditionella sidan idag amatörernas och de fria filmskaparnas verksamhet för att finna nya uttrycks- och lanseringssätt (Huttunen 2010a).

Hur har då dessa finländska fria fältets produktioner tagits emot av proffs, institutioner och media? Puskala ger på filmstiftelsens diskussionsevenemang några exempel på hurdana inställningarna varit till teamet som först gjorde *Star Wreck* för att sedan påbörja det i finländsk skala massiva projektet *Iron Sky*. Enligt Puskala är man i Finland van att göra film med hopskrapade medel och han säger att produktionsledaren inte alls tycker det är konstigt att gruppen är van att hitta scenografi i soptunnor, medan de tyska samproducenterna är ovanare med idén. Puskala understryker att man på *Iron Skys* produktionsbolag Blind Spot aldrig nedvärderade *Star Wrecks* utbildade kärngrupp. (Puskala 2010)

Ett moment som togs upp på filmstiftelsens evenemang var inställningen till det fria fältet och filmskaparnas ålder. Det finns flera olika resurskällor för unga oetablerade filmskapare, t.ex. Helsingfors ungdomscentral, Minun elokuvani -tillställningen där *Mitä meistä tuli* hittade sin distributör och den nu nedlagda nätsidan dvoted.net. Det finns även flera olika organisationer med kurser för barn och ungdom. Dvoteds Saara Konttinen medger att dessa åldersgränser kan vara irriterande för det fria fältets filmskapare (Konttinen 2010). De filmer jag har hittat som exempel på 2000-talets fria fälts produktion är för det mesta gjorda av en ung kärngrupp under 30 år. Det är ändå inte en definition av det fria fältet.

Det fria fältets aktörer pendlar mellan amatörskap och professionalism. Filmstiftelsens produktionsrådgivare Joonas Louhivuori frågar också på filmstiftelsens diskussionsevenemang om det fria fältets aktörer egentligen vill vara proffs; definitionen på professionalitet är att man arbetar för lön och är pålitlig arbetskraft för en bestämmande arbetsgivare (Louhivuori 2010). I Huttunens artikel (2010a) framgår i alla

fall att Misty Friday Films siktar på att professionaliseras och att firman idag betalar lön och att *Star Wrecks* filmskapare burit med sig en splittrad och öppen produktionskultur till *Iron Sky* via crowdsourcing och -funding och ett konstant flöde av text- och videoupdateringar på filmens hemsida.

Huttunen påpekar i sin artikel att obunden produktion alltid är i marginalen (Huttunen 2010a). En internationell nisch är dock större än Finlands marknad, vilket *Star Wreck* är ett bra exempel på.

På filmstiftelsens diskussionsevenemang sade stiftelsens chef Irina Krohn att det gamla gardet filmskapare absolut är konservativare än amatörfilmskapare och att filmstiftelsens kommande målprogram ska ta i beaktande den kulturförändring som skett under 2000-talet, nämligen den aktiva och viljestarka publiken som även själv producerar innehåll (Krohn 2010). När programmet kom ut några månader senare fanns det dock inga direkta förslag till dylika åtgärder, men nog ett par kommentarer om sociala medier och kollektiv filmproduktion (SES 2011d).

Vad vill då det fria filmfältets filmskapare ses som? Varför producerar de film utan stöd? Är de nöjda med sitt sätt att arbeta och kommer de i fortsättningen att arbeta som tidigare? Det kan bara filmskaparna själva svara på. I undersökningsdelen av detta arbete, kapitel 8, behandlas dessa frågor.



undersökning:

# FILMerna UTANFÖR SYSTEMET



## 7 UNDERSÖKNINGENS SYFTE OCH UTFÖRANDE

I detta skede känns det motiverat att tala om undersökningen och dess utförande. Ämnesområdet för examensarbetet är det uppsving av finska långfilmsproduktioner som gjorts utan statligt stöd eller förköp av distributörer på 2000-talet. Målet för undersökningen är att identifiera och synliggöra detta outforskade fenomen genom att belysa förändringar i produktions-, distributions- och tittarkulturen och dess anknytning till det framväxande fria filmfältet i Finland. Syftet är att beskriva, analysera och tolka vad detta fria fält är enligt fältets aktörer, och hur deras uppfattningar relaterar till teoridelens definitioner av fältet. I undersökningdelen har jag följaktligen valt att göra temaintervjuer med några producenter inom eller vid utkanten av den finländska filmbranschen för att få veta hur de ställer sig till branschens situation och utveckling, men i första hand frågat dem om det fria fältets projekt de lanserat. Forskningsfrågan som intervjuerna baserar sig på är:

På vilket sätt skiljer sig det fria fältets aktörers produktionssätt från den traditionella produktionsformen?

Att ställa denna fråga leder till följdfrågorna:

Vilka är de gemensamma nämnarna i respondenternas produktionssätt?

Hur bedömer det fria filmfältets aktörer de arbetssätt de använt?

Vilka faktorer inom teknik och kultur inverkar på respondenternas produktionssätt?

För examensarbetet har jag gjort en extensiv utforskning av independentproduktion, det vill säga bakgrunden till skapandet av oberoende film i främst Finland och i USA. Jag har gjort egen forskning på det finländska fältet för film utan statsstöd på 2000-talet, eftersom fältet inte har färdiga litterära källor. För att kunna spegla denna form av produktion mot den traditionella marknaden har jag även forskat i finsk filmproduktion, dess finansieringssystem, dess sedvanliga produktionsprocess, vilket presenterades i kapitel 2. Eftersom mitt ämne behandlar förändring i filmproduktionskulturen på 2000-talet i Finland har jag sökt information om förändringarna på arbetsfältet och marknaden, vilket

behandlats i kapitel 3. I kapitel 4 behandlade jag teknikutveckling och den av teknikutvecklingen uppkomna kulturförändringen inom filmproduktion på ett internationellt plan. I kapitel 5 lyfte jag fram specifika exempel på filmer som har anknytning till teknikutvecklingen och kulturförändringen. I kapitel 6 introducerade jag det finländska fria fältet och dess centralaste exempel.

Eftersom ingen teorilitteratur finns att hitta inom mitt ämne, det finska fria filmfältet, oberoende av om man kallar det ren kommersiell produktion, amatör- eller independentproduktion, definierar jag det fria filmfältet som den form av filmproduktion som inte får stöd av Finlands filmstiftelse. Begreppet "det fria fältet" har jag hämtat från teaterfältet, där det fria fältet betecknar professionella produktioner som inte görs för institutionsteatrarna, eller grupper som inte är del av dem. Vidare har jag inspirerats av seminariet vid namn Free Cinema -keskustelu.

Seminariet var en viktig källa, som jag kunnat koda med hjälp av en ljudinspelning som gjordes tillgänglig på Free Cinemas Facebooksida, liksom filmstiftelsens diskussionsevenemang som Miika Ullakko och Tianyi Pan spelat in och gjort tillgänglig via Misty Friday Films podcast. Det tredje seminariet som refereras till i arbetet är Prislapp på kultur och baserar sig på mina anteckningar från seminariet.

## **7.1 Temaintervju som grund för undersökningen**

Detta är en kvalitativ forskning som baserar sig på en serie intervjuer med personer som jag anser representera det fria finska filmfältet, vilket gör undersökningen till en fallstudie. Som intervjumetod har jag valt att använda mig av temaintervju. Temaintervjun är till sin form en kombination av en strukturerad intervju och fri diskussion. Den fortskrider enligt intervjuarens förhandsdefinierade teman, men intervjuaren kan även avvika från sin frågelista och komma med nya frågor. Metoden tillåter alltså en praktisk anpassning av information med andra de intervjuerna, utan att stänga möjligheten till öppen diskussion som kan ge rum för överraskande nya upptäckter. Metoden kallas halvstrukturerad på grund av att vissa delar av intervjuvinklarna är fastslagna, men inte alla. Syftet är dock att



besvara forskningsfrågan. Förhandsdefinierade teman gör det lättare för respondenten att förbereda sig för intervjun, vilket möjliggör mer genomtänkta svar. (Hirsjärvi & Hurme 2000, s. 47-48)

Respondenterna fick på förhand en lista med forskningsfrågorna och de sex teman som behandlades i den kommande intervjun. Tematiskt följer frågelistan en films produktionsprocess, tillämpad med ämnen som berör oberoende produktion, och frågorna, som ställs inom temat i fråga, har jag planerat så att de ger svar forskningsfrågorna. Efter generella frågor om respondentens verksamhet är ämnena det fria fältet, finansiering, produktion, teknologi och distribution. Intervjuernas frågelista finns bifogad på både finska och svenska. (Bilaga 1 & Bilaga 2)

Den grundläggande idén för kvalitativ undersökning är verklighetens mångfald. Således kan man inte förklara det som undersöks i numeriska absoluta fakta, utan endast genom forskarens observationer av undersökningens ämne. Materialet samlas från unika situationer som tolkas som sådana. Av samma orsak väljs respondenterna, de som undersöks, ändamålsenligt och inte på måfå. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2001, s. 152, 155)

Eftersom syftet är att beskriva, analysera och tolka vad det fria fältet är enligt fältets aktörer, har jag velat behandla så olika fria fältets projekt som möjligt. Jag har sökt efter respondenter som jag tror har mycket olika uppfattningar av fältet och ostödd filmproduktion för att hitta en så stor differentiering på mina respondenters åsikter och motiv som möjligt. Eftersom det fria fältet inte är ett identifierat koncept inom filmbranschen, och projektens skapare troligtvis inte har något namn på den typ av produktionssätt de använt sig av, introducerade jag min definition på det fria fältet åt respondenterna som inledning till intervjuerna.

Av intervjuerna gjordes två via Skype, eftersom respondenterna Torssonen och Jalava befann sig på långt avstånd. Intervjun med Miika Ullakko utfördes som en träff. Intervjuernas varade från 50 minuter till en och en halv timme.

## 7.2 Forskarens synvinkel och pålitlighet

Undersökningens resultat formas av min tolkning som forskare av respondenternas personliga uppfattningar, och analysen bygger på intervjuerna samt information jag erhållit från seminarier och litteratur. Resultatet är en beskrivning av produktionsåtaganden på dagens finska fria filmfält, baserad på privatpersoners åsikter, och kan inte utan problem tillämpas på andra länder eller tidsmiljöer.

Inom kvalitativ forskning är det forskaren själv som står som det viktigaste kriteriet för pålitlighet. I en dylik studie är texten trovärdig om forskarens tolkningar kan motiveras med respondenternas kommentarer. Det viktiga är att läsaren kan följa forskarens tankegång genom hela processen. (Eskola & Suoranta 1996, s. 165-170)

Forskaren är själv en filmskapare som gjort flera kortfilmer utanför systemet. Jag började filma med min fars videokamera i början av 1996, som 13-åring, och lärde mig filmskapandets grunder och digital editering på Helsingfors ungdomscentrals kurser. 1998 påbörjade jag evighetsprojektet *Deadlock*, en 40-minuters actionfilm, filmad på smalfilm eftersom konsumentvideotekniken på den tiden inte uppnådde våra kvalitetskrav. Under *Deadlocks* åttaåriga produktionsprocess utvecklades konsumenttekniken och *Deadlock* färdigställdes till slut på en hemdator. Då vi började projektet var målet att arrangera hemmavisningar med VHS-band, men då filmen var klar kunde vi själv göra en DVD av professionell standard och visa filmen offentligt via internet. Senare visades filmen på nationell TV, trots att den redan var tillgänglig gratis på nätet.

Jag arbetar för tillfället med *Love Between Storeys*, en halvtimmes kortfilm av en fri grupp filmskapare, som är den första filmen vi gör helt med konsumentteknik, hemdatorer och med riklig användning av internetkontakter från projektets början. Projektet startades med att sätta upp en webbsida för filmen, med rollbesättningen som första tema och filmens huvudroller besattes i London via internetansökningar.

Min praktik inom kulturproducentkap gjorde jag på Dionysos Films som andra regiassistent på TV-serien *Mökki*. De egna projekten har gett mig en hel del erfarenhet av

lågbudget- och amatörproduktion, och genom praktikperioden och arbetserfarenhet som frilans-filmfotograf har jag även erfarenhet av den traditionella professionella branschens verksamhets sätt. Denna kunskapsgrund kunde jag använda mig av i examensarbetets intervjusituationer. Trots att jag inte tidigare har haft kontakt med respondenterna Samuli Torssonen och Jenni Jalava, men träffat Miika Ullakko i olika sammanhang, tycktes detta inte inverka märkbart på intervjusituationen. Efter en kort introduktion var det klart för alla respondenter att diskussionen förs på ett djupgående plan och att det är onödigt att befatta sig med elementära aspekter av filmskapande.

### **7.3 Respondenterna**

Här presenterar jag de respondenter jag intervjuat för examensarbetet. Respondenterna är antingen ambitiösa amatörer eller professionella utövare med erfarenhet av alternativ distribution eller produktion.

#### **7.3.1 Samuli Torssonen, *Star Wreck: in the Pirkinning***

Samuli Torssonen gjorde sin första *Star Wreck*-kortfilm 1992 och långfilmen *Star Wreck: in the Pirkinning* (2005) är den sjätte och sista i serien. Torssonen, som även spelar *Star Wrecks* huvudroll, påbörjade produktionen 1998 då han studerade till medianom på Pirkanmaan ammattikorkeakoulu och filmen kom att ta sju år och ca 15 000 euro att producera. Långfilmen *Star Wreck* är den största finska succén inom film gjord med volontärmedel och har distribuerats på DVD i Finland, Nordamerika och Storbritannien av Universal Pictures. Orsaken att den finskspråkiga *Star Wreck* är så uppmärksammas är dock att filmen varit extremt populär på internet och setts av flera personer än Finlands befolkningsmängd. Idag är Torssonen VD för Energia Productions Oy, som gör visuella effekter för filmer och reklamer, och ansvarar som ledare för effektteamet för långfilmen *Iron Skys* visuella effekter. *Iron Sky* görs långt med samma kärngrupp som *Star Wreck* och Torssonen är en av filmens producenter.

### 7.3.2 Miika Ullakko, *Mitä meistä tuli*

Miika Ullakko är manusförfattare, skådespelare, regissör och en av producenterna bakom långfilmerna *Graffiti meissä* (2006) och *Mitä meistä tuli* (2009). Båda filmer producerades av gruppen Misty Friday Films, som även är det namn Ullakko använder som näringsidkare. *Graffiti meissä* distribuerades på DVD av Future Film Oy och distributören för *Mitä meistä tuli* är Black Lion Ay. I båda fallen gjordes distributionsavtalen efter att filmen blivit klar. *Mitä meistä tuli* distribuerades i Finland på biografer med en filmkopia och fick ca 5 000 åskådare. Om en traditionellt producerad finsk film ges ut med 40 kopior borde den uppnå 200 000 åskådare för att nå ett jämförbart resultat. Trots att Misty Friday Films länge försökte få stöd för produktionen lyckades de inte och gjorde den till slut som en till största delen volontär produktion med en budget på ca 10 000 €, en summa som fördubblades i och med filmkopian. För tillfället studerar Ullakko arkitektur och skriver sitt nästa långfilmsmanus med hjälp av manusstöd från Finlands filmstiftelse.

### 7.3.3 Jenni Jalava, *Eetu ja Konna*

Jenni Jalava är producent för långfilmsanimationen *Eetu ja Konna* (2011) som producerades utan statligt stöd som ett beställningsprojekt för leksaks- och speltillverkaren Martinex Oy. Produktionsbolaget Artia Oy är en gren av Martinex och Jalava arbetar som produktutvecklare på Martinex. Den på traditionellt sätt tecknade barnfilmen framställdes av ett litet animationsteam lett av regissör Kari Häkkinen under en lång produktionsperiod, 2006-2010. Varken Jalava eller någon annan på Martinex är insatt i filmproduktion sedan tidigare. *Eetu ja Konna* lanserades på biokanalen i februari 2011 och distribueras av Finnkino. På slutrakan av produktionen förhandlade Artia även med MTV3 om att göra om långfilmen till en TV-serie, en process som påbörjades efter filmens biolansering. Budgeten för *Eetu ja Konna* är avsevärt större än för de två andra respondenternas filmer, men exceptionellt liten om man jämför med andra finländska biografidistribuerade animationer: under en miljon euro.

## 8 UNDERSÖKNINGENS RESULTAT

I detta kapitel tillfrågas tre producenter om de oberoende filmprojekt de producerat. Syftet är att belysa hur filmerna gjorts och hur producenterna ser på oberoende produktion som verksamhetsmodell. Projektens modeller jämförs och skapar en bild av hur en fria fältets film görs och varför. Kapitlet är delat enligt fyra områden: verksamhetsmodell (projektens utgångspunkt, positionering på filmfältet och den använda verksamhetsformen), utförande (hur filmerna i verkligheten gjordes), teknologi (hur teknisk utveckling inverkat på projekten) och lansering (hur filmerna tagits emot). I varje del behandlas alla tre projekt (*Star Wreck: in the Pirkinning*, *Mitä meistä tuli* och *Eetu ja Konna*) ur tre synvinklar: hur något gjordes, varför det gjordes som det gjordes och hur producenten utvärderar processen. Allt innehåll i detta kapitel baserar sig på intervjuer med respondenterna, om inte annat specificeras.

### 8.1 Respondenternas verksamhetsmodeller

De grundläggande dragen för produktion på det fria fältet är att projekten inte gjorts med statligt stöd och därför pendlar de mellan professionell och amatörmässig produktion, men att de ändå lanseras de brett och offentligt. Hur ser respondenternas verksamhetsmodell ut och varför arbetade filmskaparna utan statens stöd? Dessa frågor kan ha mycket olika svar.

#### 8.1.1 Hur startades projekten?

Varje respondent har varit den person som startat projektet de arbetat med. De kommer från ganska olika bakgrunder. Samuli Torssonen började göra *Star Wreck*-filmer, finska scifi-parodier på *Star Trek*, 1992, i början i form av rätt primitiva datoranimationer. Den femte *Star Wreck*-filmen var en 40 minuters spelfilm med skådespelare och datoreffekter. Den sjätte filmen, långfilmen *Star Wreck: in the Pirkinning*, var den mest ambitiösa och den sista i serien, vilken han började spela in på fritiden 1998 då han var missnöjd med

medianomutbildningen på yrkeshögskolan Pirkanmaan ammattikorkeakoulu. *Star Wreck*-långfilmen gjordes långt av samma grupp som gjort den femte delen i serien och regin överlät Torssonen till Timo Vuorensola, medan han själv agerade som huvudroll och ansvarig för datoreffekterna.

Miika Ullakko studerar arkitektur och hade före *Mitä meistä tuli* redan gjort långfilmen *Graffiti meissä* (2006) och en hel del amatörkortfilmer. Bakom *Mitä meistä tuli* står näringsidkaren Misty Friday Films T:mi som Ullakko startade under *Graffiti meissä* och arbetsteamet är långt detsamma för båda filmer, med Ullakko som manusförfattare, huvudrollsinnehavare och regissör. Producenterna för filmerna är Ullakko och Tianyi Pan.

Jenni Jalava är, enligt henne själv ”i verkliga livet”, produktionschef på familjebolaget Martinex Oy som tillverkar bland annat present- och hushållsprodukter, leksaker och spel. Enligt Jalava är Martinex en mycket annorlunda firma inom sin marknad; de designar och planerar själva sina produkter. Animationen *Eetu ja Konna* fick sin startspark då Kari Häkkinen, en animatör med bakgrund bland annat i kortanimationer för Yles barnprogram *Pikku kakkonen* och som ritat bildmaterialet till Martinex *Inkan aarre*, uppföljaren till det populära brädspelet Afrikas stjärna, berättade att han alltid drömt om att göra en helaftonsanimation.

Ingen av respondenterna hade alltså erfarenhet av traditionell filmproduktion, men projekten gjordes av personer som har erfarenhet av filmskapande.

Att *Star Wreck* blev en långfilm var en slump. Projektet började helt enkelt som den nästa *Star Wreck*-filmen, som enligt Torssonen svällde till en litet för lång film som tog sju år att framställa. Utgångspunkten var att göra bättre effekter än tidigare och berättelsen byggdes runt dessa tekniska mål. Planen var att lägga filmen på internet såsom de tidigare filmerna.

Processen *Mitä meistä tuli* började som ett manus som Ullakko skrev efter *Graffiti meissä*. Idén var att inte sätta några gränser på hurudant manuset var, utan slänga in alla de idéer som gruppen ville förverkliga. Efter att ha visat *Graffiti meissä* på filmfestivaler var nästa

mål att lansera uppföljaren *Mitä meistä tuli* på biograf.

*Eetu ja Konna* bestämde Martinex att göra före det fanns en idé för själva berättelsen i filmen. Risto Muinonen, filmens andra producent och Jalavas far, berättade sommaren 2005 om Häkkinsens dröm att göra en långfilm för sina döttrar som idag drar bolagets verksamhet. Trots att ingen på Martinex visste något om filmbranschen, ansåg Jalava att hon personligen ville ta del av projektet, för att det var emot kutymen i bolaget att låta utomstående ansvara för projekt. Idén var att göra en finländsk animation där "man tänkt på mycket annat också". För det "andra" ger Jalava som exempel Disney som alltid har en varurepertoar klar då en film har premiär. Hon nämner animationen *Röllin sydän* som ett exempel på en finländsk film som inte lyckats tillräckligt bra med produktifieringen eftersom deras merchandise kom ut på marknaden för sent. Eftersom Martinex gör hela produktionen internt förvaltar de alla rättigheter och kan göra precis vad de vill med immaterialrätten.

Medan *Star Wreck* var ett mycket ambitiöst hobbyprojekt som styrdes av Torssonen med internet som planerad lanseringskanal var *Mitä meistä tuli* ett projekt som gjordes av en näringsidkare med målsättningen att filmen visas offentligt och *Eetu ja Konna* en produkt vars innehåll var på en persons ansvar, regissör Kari Häkkinen.

Torssonen var ensam den dragande kraften bakom *Star Wreck*. Det var han som lånade en proffskamera från sin yrkeshögskola, det enda han säger han fick ut av sin skolgång, och hela projektet var på hans ansvar. Torssonen gick sin medianomutbildning till slut, men drog ut på skolrätten så långt han kunde för att kunna utnyttja kameran i produktionen. Målet var i början att göra *Star Wreck* som en slutproduktion, men när han utexaminerades 2004 lämnade han in filmens trailer i stället. Produktionsbolaget Energia Productions Oy startade Torssonen först efter att filmen blivit klar.

*Mitä meistä tuli* var som sagt alltid ämnad för en bred publik och det är enligt Ullakko egentligen orsaken till att han inte går i filmskola. Han tycker att det bästa sättet att lära sig att göra film är att ha som målsättning att visa den offentligt, vilket Torssonen instämmer i. Ullakko förkastar visserligen inte filmskoleutbildning, men är inte intresserad

av att själv göra övningsfilmer. Han drar paralleller mellan Misty Friday Films och musikgrupper och skulle mycket gärna hoppas att man såg gruppens produktioner såsom man ser på band och deras album i stället för det rådande filmskapar- eller skådespelarcentrerade synsättet. Även Torssonen drar flera gånger paralleller mellan Star Wreck-gruppen och band under intervjun.

Jalava säger att de största amatörerna i *Eetu ja Konnas* produktion var producenterna, hennes far och hon själv, som inte haft någon kontakt med filmbranschen tidigare. Hon säger ändå att filmproduktion inte i princip skiljer sig från annan kommersiell produktion. Martinex har även tidigare kastat sig in i projekt där de inte vetat något om branschens kutymer. Martinex valde ändå att använda sitt dotterbolag Artia Oy, som upprättats för konstprojekt, för att stå som producent för filmen eftersom det kändes mer diskret.

### **8.1.2 Varför användes en dylik verksamhetsmodell?**

Varför sökte filmskaparna inte stöd, statligt eller privat, för att producera filmerna? Är filmerna amatörproduktioner och anser filmskaparna att deras filmer har en annan målgrupp än traditionella filmer? Hur har filmskaparna bemötts av den traditionella branschens utövare?

Torssonen ger ett mycket klart svar på varför gruppen inte någonsin sökte stöd för *Star Wrecks* produktion: de tänkte aldrig ens på att de kunde söka stöd. *Star Wreck* såg de som ett amatörprojekt och Torssonen frågar varför man skulle öda tid och energi på något som ändå är omöjligt, som att ansöka om proffsstöd för en produktion som ändå inte får det. I början var också produktionens behov så minimala, kanske litet tejp och videoband, att Torssonen själv kunde stå för utgifterna med sitt studiestöd. "Ei se vain sopinut mentaliteettiin että oikeasti nyt johonkin tarvitsisi kymmentuhatta euroa. Se on ihan täysin käsittämätön summa rahaa sille joka on opintotuella elänyt." Torssonen anser att det finns två skalor för filmproduktion: den bolagsbaserade, där 350 euro inte är en relevant summa, och den privata skalan där den största utgiften kan vara 350 euro för att hyra en inspelningsplats, något som kan kännas orimligt dyrt för en privatperson.



Ullakkos inställning var en annan. Filmskaparna bakom *Mitä meistä tuli* hade som sagt redan gjort en långfilm, en ambitiös amatörfilm som uppmärksammats och till och med vunnit pris på internationella filmfestivaler. Då jag frågar Ullakko varför de gjorde *Mitä meistä tuli* utan stöd svarar han att de nog försökte få stöd, men att Misty Friday Films var i ett mellanrum där inga stöd fanns att få. Gruppen kontaktade filmstiftelsen, Penningautomatföreningen och några privata fonder men försöken bar inte frukt. De fick heller inte stöd av Esbo stad eller ungdomscentralen eftersom deras mål var att lansera en kommersiell biografiffilm. Å andra sidan kunde de inte heller få stöd för proffsproduktion: ”me oltiin liian paskoja siihen että me oltaisiin saatu ammattilaisten tukia”.

Det var meningen att göra filmen med stöd, men Misty Friday tröttnade till slut på ansökandet och bestämde sig för att göra filmen på eget bevåg. Resonemanget var följande: de hade en egen kamera och det var egentligen det enda de behövde för att göra en film. Produktionen finansierade filmskaparna med inkomster från beställningsprojekt, reklam- och musikvideor, som gjordes under produktionen. Detta försåg gruppen med de hundringar och tusenlappar som behövdes för produktionen. En del av produktionen bekostades med studiestöd och -lån, precis som *Star Wreck*. När filmen sedan behövde en filmkopia för att delta i en stor festival tog gruppen sitt första banklån, vilket tidigare hade känts för skrämmande.

*Eetu ja Konna* gjordes även utan statligt stöd och orsaken till det är att Jalava och Artia aldrig tänkt på saken, eftersom de inte i sina företagsprojekt vanligtvis heller söker stöd. Jalava jämför filmbranschens stödsystem med socialstöd: ”On vähän sama kun että eläisi sosiaalituella, semmoinen ajatus että minä heittäytyisin jonkun systeemin armoille ja toivoisin että se kantaisi minua”. Idén var från början att kunna stå för sitt eget projekt och tanken att ”leka med andras pengar” kändes främmande för bolaget. Först under produktionskedet insåg producenterna att branschens kutym är att man inte startar ett projekt utan beviljat stöd.

Alla projekt gjordes alltså utan stöd, antingen på grund av att filmskaparna inte ansett eller uppfattat att projektet var berättigat att få stöd, eller på grund av att de inte beviljades stöd trots försök. Var dessa projekt då amatörprojekt och påverkade

filmbranschens klimat det att filmerna gjordes med egna eller mycket litet pengar? I *Star Wrecks* fall ser Torssonen filmen som en amatörproduktion som växte till sig och som är gjord för en nischpublik. Han ser inget samband mellan filmutbildningens tillväxt och orsaken till att göra *Star Wreck*, men säger att det var den undermåliga utbildningsnivån som fick honom att sätta sin energi på *Star Wreck* i stället för att fokusera på skolgång och att professionaliseras via det. Han säger även att han troligen inte hade fått göra filmen om han hade gått i en mer ansedd utbildningsanstalt, som Tammerfors TTVO. *Star Wreck* är enligt Torssonen riktad till *Star Wreck*- och scifi-nördar och han säger att filmen aldrig skulle dra tillräckligt med tittare till biografer.

*Star Wreck* ser alltså Torssonen som en amatörfilm med en nischpublik. Är det så att respondenternas filmer har en annan publik än traditionella finländska filmer inom systemet? Inte enligt Ullakko. *Mitä meistä tuli* gjordes enligt honom med en mainstreampublik i tankarna. Det är även orsaken till att Misty Friday Films gjorde en långfilm. Ullakko säger att det var drömmen om riktiga bioförevisningar av gruppens egen film som motiverade gruppen att göra filmen. Ullakko påpekar att kortfilmer i regel endast visas på festivaler att filmerna sällan har egna visningar. Beträffande nischer drar han hellre en gräns mellan målgruppen för kortfilm och långfilm än mellan statsfinansierad film och fria fältets film. Han säger att den publik som ser på kortfilm även ser på långfilm men att situationen inte likadan åt andra hållet och att det är kortfilmen som har sin egen nischpublik.

Jalava har egentligen inget att säga om produktioner som pendlar mellan amatör- och proffsfälten eftersom det är svårt att se *Eetu ja Konna* som en amatörfilm och verksamhetsmodellen för projektet var mycket klar: Häkkinen gör en animation och Artia bekostar produktionen.

Med Ullakko och Torssonen diskuterade jag dock mycket om deras syn på oberoende film, indie och var gränsen mellan professionell och amatörmässig verksamhet går. En grundläggande faktor i professionell verksamhet är filmskaparnas anseende och branschens tillit till dem. Detta är något Misty Friday tampats med, men Torssonen inte brytt sig om. När jag frågade om en icke-förköpt film är en amatörfilm svarar Torssonen att

är fallet nog är så om ingen finansiär har tillit till projektet: ”kyllähän siinä ollaan väistämäyttä nuoria elokuvantekijöitä siinä tilanteessa jos ei ole sen vertaa mainetta tai kukaan ei usko elokuvantekijään sen vertaa että ostaisi sen elokuvan”. Detta leder enligt Torssonen till att projektet görs utan pengar, alltså med nollbudget och med vänner. Han säger att det dock är en mycket svartvit syn på saken att säga att det är fråga om amatörproduktion ifall ingen får betalt för sin insats. Ullakko instämmer med att den allmänna uppfattningen är att volontärproduktion är amatörproduktion och säger att den rådande inställningen är att ingen i Finland gör film utan att filmstiftelsen och en TV-kanal deltar i produktionen.

Blir då en amatörproduktion en proffsproduktion om den blir såld i efterhand? Torssonen säger att detta beror på filmens kvalitet. En film som är tillräckligt bra kan göra amatörfilmskapare till proffs genom att branschens etablerade aktörers inställning till filmskaparna förändras. Han anger *Star Wreck* som ett mönsterexempel på detta. *Star Wreck* har Torssonen alltid sett som en amatörproduktion och syftet var egentligen inte att göra ett genombrottsprojekt.

*Star Wreck* var en amatörfilm och en nischfilm som blev en succé, något som Torssonen ser gå hand i hand. Då filmen lanserades körde gruppen hårt med berättelsen om filmens skapande som en viktig del av marknadsföringen. Konceptet ”galna finnar sitter i en källare i sju år och gör en snygg film” var det som intresserade medier mera än filmens innehåll och *Star Wreck* överskred en nischgräns. Uppmärksamheten filmen fick ledde till att den köptes in i Yles TV-repertoar i efterhand, trots att filmen redan fanns offentligt tillgänglig gratis på internet. Misty Friday har försökt få sina filmer visade på TV, men har inte lyckats. Resonemanget har enligt Ullakko varit att Yle inte köper in filmer som de inte delfinansierat. Detta förundrar sig Ullakko över över och säger att Misty Friday vore glada över att sälja filmen billigt. Han påpekar att efterhandsköp är riskfritt för TV-kanaler och mycket billigare än en samproduktion.

Om filmerna *Star Wreck* och *Mitä meistä tuli* är amatörfilmer som kunde bli proffsfilmer, är de då findie? Torssonen tycker att *Star Wreck* passar benämningen: en oberoende B-film som är gjord för en specifik nischpublik. Det att *Star Wreck* blev ett internationellt

fenomen var inte målet. Filmen hade redan en nischmålgrupp, finska Star Trek-fans, som uppkommit genom de tidigare *Star Wreck*-filmernas offentliga tillgänglighet. Ullakko ser inte *Mitä meistä tuli* som en indie-film, för det första på grund av att han inte ser filmen som en nischfilm och för det andra för att indiegemenskapen inte tagit emot filmen som en indie-film. Han refererar till en recension på en indiesida i vilken recensenten anger att han skulle ge *Mitä meistä tuli* fem stjärnor av fem om den vore en indie-film, men ger filmen två och en halv stjärna i stället. *Mitä meistä tuli* är inte heller en parodi eller avsiktligt töntig, vilket de flesta indiefilmer är.

### 8.1.3 Fungerar verksamhetsmodellen?

Hur fungerade verksamhetsmodellerna i projekten och hur vill respondenterna arbeta i framtiden? Vad arbetar respondenterna med idag och var projektet början och slutet på deras filmskapande på det fria fältet?

Alla respondenter har lyckats göra en långfilm på det fria fältet utanför systemet, vilket inte alltid är givet. Ett exempel på en fria fältets långfilmsproduktion som aldrig blev till är Teemu Nikkis *Play God*, en splatter-action-scifi-film han började göra 2003, med proffsskådespelare -utrustning och -team. Nikkis film gick i stöpet på grund av dålig planering och obefintligt manus. (*Play God* 2010)

Vikten av ett välformulerat manus tar Torssonen många gånger upp under intervjun. *Star Wreck* gjordes utan någon slags verksamhetsmodell, -form eller plan. Manuset är planen för berättelsen, och då filmens manus var bristfälligt förorsakade detta svårigheter och gjorde produktionen amatörmässig. Produktionen varade flera år längre än väntat. Torssonen säger att finansiering inte egentligen skulle ha hjälpt *Star Wreck*, men att manusstöd och -handledning är vad dylika ambitiösa amatörprojekt borde få. Problemet säger han vara det att *Star Wreck*-gruppen inte velat ta emot någon utomstående manushjälp. För uppföljaren *Iron Sky* var manusarbetet det första gruppen ville ändra på i sitt produktionssätt och engagerade därför den etablerade författaren Johanna Sinisalo tidigt med i projektet.

Medan planen för *Star Wreck* var lös eller obefintlig var *Mitä meistä tuli* plan i jämförelse mycket strukturerad. Då produktionen sattes igång lanserade gruppen webbsidan [www.tulossa2009.com](http://www.tulossa2009.com) för filmen, som inte ens ännu hade ett namn. Manuset var färdigt då inspelningarna började och filmen blev klar 2009. Det var den allmänt avvisande inställningen till den låga budgeten från branschens och institutionernas sida och independentstämpeln som som median gav filmen som var det svåraste för Ullakko att tampas med.

I varje produktionsskede försökte Misty Friday gå den traditionella vägen, men råkade på hinder. De försökte både i för- och efterhand sälja filmen till produktionsbolag, distributörer, TV-kanaler och biografer utan framgång, tills filmens filmkopia togs upp av tvåmansbolaget Black Lion Ay, som fick filmen till Finnkinos biografer på en testtid. Vad kommer till Misty Friday Films T:mis framtid säger Ullakko att firmaformen passar små projekt som musikvideor, men nästa film vill han göra med Black Lion som produktionsbolag och Misty Friday Films som ett slags brand.

Beträffande produktionssättet vill Ullakko fortsätta med lätt produktion: litet team, liten kamera, små lampor och färre inspelningsplatser än på *Mitä meistä tuli*. Produktionsbudgeten får enligt Ullakko gärna vara liten, men marknadsföringsbudgeten måste vara större om man skall kunna få uppmärksamhet bland biografernas storfilmers. Idag skriver Ullakko sitt nästa långfilmsmanus med stöd av filmstiftelsen. Han hoppas att filmen kommer ut om tre år och målet är en bredare biografdistribution.

Vad gäller independentstämpeln tycker Ullakko att den är avskräckande för publiken. Han säger att folk inte vet vad independent egentligen betyder, och att han själv inte vet det heller. Mellan amatörfilm och proffsfilm ser Ullakko två olika fält. Han anser *Mitä meistä tuli* vara en fria fältets film och ser sin kommande film som något annat. Han förutspår att den kommer att vara en professionell film, men att det säkert kommer att fattas något som en sedvanlig traditionell film har, som att en TV-kanal inte köper filmen i förhand, och att producenterna troligtvis får ta till alternativa åtgärder för att få filmen gjord. Detta säger han vara en svårdefinierbar filmproduktion. Ullakkos definitioner av de två fält han ser mellan amatör- och proffsfilmerna liknar teaterns fria fält. Om *Mitä meistä tuli* är en film

på det laglösa fältet, skulle nästa film likna en statsandelsteaters produktion: en obunden produktion som får statligt stöd.

Artia och Jalava var omedvetna om stödsystemen för film och uppfattade först under produktionen att alla finländska proffsfilmer söker produktionsstöd av filmstiftelsen. Artias producenter såg saken som så att det kanske är en kredibilitetsfråga att ha filmstiftelsens logo i sluttexterna. Trots att utgångspunkten var att själva kunna finansiera filmen tog de alltså kontakt med filmstiftelsen, men mötet var konfunderande. Jalava säger att de bemöttes med förvåning och att slutsatsen blev diffus. Hon vet inte om stiftelsen tog Artias företagsamhet positivt eller negativt. Artia ansökte om stöd för filmen men var för sent ute. Vad gäller strukturen av eventuella kommande projekt säger Jalava att processen gärna fick vara snabbare än fem år och produktionsteamet således större än fyra personer, men kan inte säga desto mera om saken. Processen med *Eetu ja Konna* är ännu långt ifrån över.

Torssonens och *Star Wreck*-gruppens nästa film har behandlats flera gånger i detta arbete. Filmen *Iron Sky* görs enligt det traditionella systemets verksamhetsmodell men behåller många av *Star Wrecks* alternativa produktions-, finansierings- och marknadsföringsmodeller. *Iron Sky* är likt *Star Wreck* en scifi-film och som Torssonen sade tidigare skulle en scifi-film aldrig dra tillräckligt med tittare till finska biografer.

Man kan säga att *Iron Sky* riktar sig till den publik som *Star Wreck* hittade, det vill säga en internationell nisch. Filmen görs på engelska och är en multinationell samproduktion med en budget som är ca fem gånger så stor som en medeltals finländsk film. Ändå liknar den *Star Wreck* på många sätt. Torssonen sitter idag och gör effekter med samma program som för *Star Wreck* och filmens kärngrupp är densamma. Timo Vuorensola regisserar, manusförfattaren Jarmo Puskala hittade på konceptet och Torssonen gör effekterna, nu som VD för Energia Productions Oy, som idag är en effektfirma.

Torssonen säger att många varit överraskade över att *Iron Sky* är en förvånansvärt traditionell produktion ur produktionssynvinkel. Produktionsbolaget är Blind Spot Pictures, filmen är stödd av filmstiftelsen och förköpt av Yle. Torssonen ifrågasätter också

benämningen fritt fält och frågar om *Iron Sky* är en icke-fri film. Han har inte stött på något som skulle kränka friheten i projektet och frågar varför man inte kan använda ordet independent i stället. När jag förklarar att min definition på det fria fältet kommer från att det finns ett växande fält där ofta utbildade eller professionella människor gör långfilmer mellan amatörfältet och det statsunderstödda fältet överensstämmer Torssonen i den mån att filmer utanför systemet i Finland blir alltmer proffsiga, och att *Iron Sky* absolut är just en independentfilm i internationellt perspektiv.

Som slutsats kan man alltså konstatera att den bäst fungerande verksamhetsformen för det fria fältets produktion är antingen ingen form överhuvudtaget (*Star Wreck*) eller aktiebolag (*Eetu ja Konna*). Verksamhetsformen har dock inte så stor inverkan på filmens produktion. Den traditionella branschens representanter anser att det fria fältets filmer är amatörproduktioner om de inte har ett etablerat bolag bakom sig och filmskaparna bemöts med förvåning om produktionsbolaget inte är känt inom filmbranschen. Utövarna på det fria fältet gör långa projekt vid sidan om annan verksamhet och respondenterna ser sinsemellan sina egna produktioner på mycket olika sätt.

För Torssonen var *Star Wreck* en amatör- och findieproduktion med en nischpublik som gjordes för att fylla egna behov, medan Ullakko och Misty Friday Films gjorde filmen *Mitä meistä tuli* för en bred publik och skyr findiestämpeln, men inte dess produktionssätt. Artias förhållande till filmproduktion är mycket självstyrkt och orsaken till att hålla produktionen intern berodde på att de på så vis behöll all kontroll över *Eetu ja Konna*.

## 8.2 Projektens utförande

I detta kapitel behandlas hur projekten i praktiken genomfördes. Alla respondenternas filmer hade en ovanligt liten budget. Beträffande *Star Wreck* och *Mitä meistä tuli* beror det långt på att projekten gjordes på volontärbasis. Ett karaktäristiskt drag för det fria fältets produktioner är att produktionssättet avviker från normen. På vilket sätt avviker då produktionerna från traditionella filmer och varför?

### 8.2.1 Hur utfördes projekten?

Som sagt var, var *Star Wreck* ett projekt som växte under årens lopp. Torssonen berättar att det i ett visst skede visade sig att filmen behövde mer än bara tejp och videoband för att förverkligas. Han märkte att hans studiestöd inte räckte till för att finansiera filmen då idén att filma en scen på en Sverigefärja skrevs in i manuset. Det var då, 2003, som filmskaparna började sälja *Star Wreck* T-skjortor på sin webbsida för att finansiera filmen, vilket var ett lyckat drag. I slutet av 2003 frågade filmens fans om de kunde stöda filmen med donationer och Torssonen satte upp sitt kontonummer på webbsidan. Hälften av filmens 15 000 euros budget kom från dessa skjortförsäljningar och donationer.

*Mitä meistä tuli* finansierades som sagt med studiestöd, -lån och småprojekt. Ullakko förmodar att budgeten var ungefär 10 000 euro, men summan grundar sig bara på en uppskattning. Filmkopian som gjordes för biodistributionen kostade 13 000 euro, vilket mer än fördubblade utgifterna. Då gruppen försökte få finansiering för projektet gjorde de en budget på ca 10 000 euro, som i princip bestod av inköp av två 4 000 euros videokameror. När de sedan påbörjade inspelningarna utan finansiering vågade de inte räkna ut projektets egentliga kostnader eller uppskatta antalet inspelningsdagar.

*Eetu ja Konnas* budget är märkbart större än de andra exemplens, men minimal när man jämför med finländska helaftonsanimationer. Summan vill Jalava inte specificera men det handlar om litet under en miljon euro. T.ex. *Niko – lentäjän poika* och *Röllin sydän* kostade ca 6 miljoner euro.

De tre första åren av *Star Wrecks* produktion var mycket lös. Enligt Torssonen var filmandet en sorts förströelse som vänner ägnade sig åt då de träffades. Långsamt började projektet dock ta en mer professionell form och detta invercade mycket på att produktionsskedena började blandas. Då nivån på materialet blev högre var tidigare inspelade scener inte mera acceptabla. Manuset skrevs om och gruppen började filma om scener, en del av dem två gånger. I praktiken gick produktionen till så att Torssonen planerade inspelningar för veckosluten och försökte samla gruppen, som bestod av ca fem personer som alla var aktiva både bakom och framför kameran. Resten av tiden satt



Torssonen framför datorn och plitade på effekterna. 2002, tre år efter inspelningarnas början, förstod Torssonen att detta blir ett massivt projekt.

Den ursprungliga planen var att få filmen klar år 2000 på hösten. Torssonen laddade upp en trailer på *Star Wrecks* webbsida som lovade detta, men han hade beräknat fel med fem år. Den tidigare 40 minuter långa *Star Wreck*-filmen hade gjorts på ett år, men Torssonen säger att han inte hade förstått att arbetsmängden mellan en kortfilm och en långfilm inte växer rätlinjigt utan exponentiellt.

Misty Friday Films, som redan hade en långfilm på nacken, visste vad de gav sig in på och höll sitt ord om att lansera en film 2009 enligt webbsidan [www.tulossa2009.com](http://www.tulossa2009.com). Projektet filmades under ett års tid och när 2009 kom började klippet. Inspelningsdagarna var lite under hundra stycken, vilket är över tre gånger mera än på en traditionell finländsk film idag.

Som i *Star Wrecks* fall planerades produktionen en inspelningsdag i sänder. Gruppen visste alltid att ett veckosluts inspelningar kostar ca 300 euro och att det gällde att skrapa ihop pengarna för att det skulle bli någon inspelning. Ullakko säger att detta arbetsätt har både bra och dåliga sidor, och den sämsta sidan är att filmskaparna saknar en helhetsbild av processen. Detta fick produktionen att kännas oändlig – för att sedan plötsligt ta slut. Produktionsgruppen var liten, som i *Star Wrecks* fall, ca fem personer.

Processen med *Eetu ja Konna* tog fem år. Filmen animerades av endast fyra personer med regissör Kari Häkkinen själv som huvudanimatör. Jalava säger att det kanske verkar amatörmässigt att binda sig till en så liten grupp människor, men att det var ett medvetet val av Häkkinen, som arbetat mycket med animation tidigare, men i kort format. En helaftonsanimation är ju ändå bara en lång stump animation, säger Jalava. Som i *Star Wrecks* fall tog det dock mycket längre att göra en långfilm än Artia planerat. Den ursprungliga planen var att lansera filmen redan 2008, men filmen var klar att lanseras först på hösten 2010. Orsaken till att filmen var så mycket billigare än en sedvanlig finländsk animation beror på att arbetsgruppen var så liten. Processen var lång men alla i arbetsgruppen var inte involverade under hela processen.

Produktionsprocesserna i respondenternas projekt var alltså ovanligt långa. Filmerna gjordes av små team som arbetade länge med inspelningen. *Eetu ja Konnas* och *Star Wrecks* produktionstidtabeller spräcktes med många år, vilket är otänkbart för en traditionell produktion där inspelningstiden är ungefär en månad.

Till en films utförande hör såklart en films slutförande, alltså postproduktionen. *Star Wrecks* postproduktion var ett massivt åtagande som började redan tidigt i projektet. När Torssonen 2003 började göra uppskattningar av hur länge varje effektbild tar för honom att bearbeta, kom han till resultatet att det tar flera år att färdigställa filmens effekter. I stället för att deppa slängde han planen ifrån sig och sade inget åt resten av teamet. In i det sista sade han att filmen blir klar "nästa år". I början av 2005 bestämde gruppen att filmen skulle vara klar i augusti. Då började teamet göra 15-timmars dagar. Ännu på sommaren filmades de sista bilderna och filmen hade premiär den 20 augusti 2005.

Enligt Ullakko gjordes för *Mitä meistä tuli* den kanske viktigaste delen av arbetet i klippskedet. Allt som allt spelades det in över 30 timmar material, vilket är ovanligt mycket. Ullakko anser att det var nödvändigt med många tagningar och flera bildvinklar för att i klippskedet ha större valmöjligheter. Film som inspelningsformat skulle aldrig ha kommit på fråga på grund av materialets höga kostnader och svårhanterlighet. Ullakko vill aldrig filma på film, utan bara med lätt konsumentteknik.

Grupperna bakom *Star Wreck* och *Mitä meistä tuli* gjorde sin postproduktion internt på hemdatorer och processen var mycket billig för att projekten var volontärprojekt. För *Eetu ja Konna* rekryterades professionella skådespelare och ljudbolag för att slipa filmen eftersom ljudproffs eller skådespelare inte ingick i filmteamet.

Jalava säger att det var postproduktionen, alltså ljudarbetet, som utträttades professionellt i *Eetu ja Konna*. En enmansshow blev ett storprojekt då en stor hop proffs färdigställde filmen. Trots att animeringen för *Eetu ja Konna* var billig, kostade ljudarbetet lika mycket som på sedvanliga animationer.

## 8.2.2 Varför utfördes projekten som de utfördes?

Vi har gått igenom hur projekten utfördes och filmskaparnas val av verksamhetssätt. Men, ur produktionssynvinkel, fanns det tidigare projekt som inspirerat filmskaparna att göra en egen film utanför systemet? Är det tänkbart att filmskaparna hade gjort filmerna inom det traditionella systemet i stället, och om inte, varför inte?

Beträffande förebilder har Torssonen en intressant poäng. Processen med *Star Wreck: in the Pirkinning* började 1998, då internet och världen "var mycket större platser"; det var svårt att leta reda på andra liknande projekt. Det var alltså svårt att ha några förebilder eftersom Torssonen inte lätt kunde hitta dem. Att göra *Star Wreck* var ett slags levnadssätt för Torssonen. För att vara en så ambitiös produktion är Torssonens inställning till filmen mycket anspråkslös. Projektet började enligt honom som en veckoslutssyssla och blev till slut något gruppen bara ville slutföra för att så mycket arbete lags ner på filmen.

Ullakko (född 1986), som är ungefär åtta år yngre än Torssonen (född 1978), lärde sig filmskapandets tekniska sidor på internet och anger *Star Wreck* som ett inspirerande och intressant projekt, men han har inga direkta förebilder för sitt produktionssätt.

Även Jalava säger att de inte tänkte att de vill göra exakt så som någon annan gjort tidigare, men nämnde dock som tidigare sagt att hela konceptet med att ha en egen intern produktion med egen merchandise-repertoar liknar den modell Disney har.

Respondenternas projekt är alltså alla gjorda på grund av att filmskaparna litat på att det egna projektet är möjligt att slutföra och utan att de haft någon förhandsetablerad produktionsmodell som förebild.

För att dra paralleller mellan fria fältets produktion och traditionell produktion frågade jag respondenterna ifall deras projekt kunde ha gjorts med det traditionella fältets metoder, utan volontärarbete och med proffsteknik. Torssonen säger att *Star Wreck* varit en ofantligt dyr produktion om man hade gjort den med snygg belysning och i HD-resolution. Han uppskattar att enbart effektbudgeten hade varit tre miljoner euro, och att hela

filmen, med scenografi och proffsskådespelare, lätt skulle kostat fem miljoner att producera. Han påpekar dock att filmen då inte skulle vara densamma. Projektet hade varit som en *Iron Sky*, men med en mycket sämre idé och att hela poängen med *Star Wreck* är dess banalitet.

”Star Wreck oli vain päätösosa tämmöiseen 15-vuotiaan keksimään Star Trek -parodiaan jossa hauskuus tulee sillä että muutetaan jokaisen hahmon ja termin ensimmäinen kirjain P:ksi koska se on paska ja pieru. Sieltähän se hauskuus tulee.” (Samuli Torssonen)

Ullakko försökte, men gav upp idén att göra *Mitä meistä tuli* inom det traditionella systemet. Han säger att processen med att övertyga olika finansärer hade tagit så länge att det inte kändes som en vettig plan. En film av oetablerade filmskapare är en svår produktion att sälja.

”Miksi joku olisi uskonut projektiin sen takia että Graffiti meni johonkin vuokraamoihin. Meillä on edelleen näyttelijöitä joista kukaan ei ole kuullut, ohjaaja josta kukaan ei ole kuullut. Ihmiset lukee kässärinkin aika paljon silleen että kuka sen on kirjoittanut.” (Miika Ullakko)

Budgeten på en proffsversion av *Mitä meistä tuli* uppskattar Ullakko till ca 2 miljoner euro. Detta tal baserar han på att det Misty Friday Films gjort billigt skulle kosta mycket mera om man gjorde dem enligt professionella normer. Han ger som exempel en scen i filmen där en man hoppar från en balkong. I en proffsfilm hade scenen gjorts med stunts, medan Misty Friday Films gjorde den så att Ullakko byggde en docka och fällde den från balkongen. Ullakko sammanfogade senare bilden med en annan version där skådespelare träffar i marken och har på så sätt en enda bild där hela förloppet visas utan klipp, något som inte kunnat göras i stuntversionen. Ullakkos effektarbete var gratis, medan en stuntman och specialutrustningen hade varit dyra.

Orsaken till att *Eetu ja Konna* kunde göras så billigt var animationsteamets litenhet. Filmen ritades för hand, så tekniken kostade inte mycket, och filmen skannades in på en dator, istället för att filmas på film på det gamla kostnadskrävande sättet.

Projektet gjordes alltså för en bråkdel av vad liknande filmer vanligen kostar. Filmskaparna

har tänkt efter och gjort det bästa av sin situation. *Star Wreck* baserar sig på att vara löjlig och sjaskigt gjord (men ändå kan den briljera med Finlands ambitiösaste effektarbete) medan Misty Friday Films hellre gjorde effektiva bilder än snygga sådana. Artia valde att göra en retroanimation i stället för en 3D-animation.

För att få en inblick i hur billiga filmerna egentligen är, är det bara att se på Claes Olssons exempelbudget (Bilaga 3) på en genomsnitts finländsk film enligt vilken kostnaderna för produktionsskedet är ca 1 miljon euro. Dividerar man den summan med ca 30 inspelningsdagar, kostar varje inspelningsdag ca 30 000 euro, eller två *Star Wreck* per dag. Även ifall man räknade bort genomsnittsfilmens alla löner, dvs 40% av ca 1,4 miljoner euro (Bilaga 3; Olsson 2010) skulle en inspelningsdag kosta ca en *Star Wreck* per dag. Märk väl att den finländska medelbudgeten är liten i internationellt perspektiv.

### 8.2.3 Hur utvärderar respondenterna projektens utförande?

Respondenternas filmer blev klara, men hur utvärderar filmskaparna den produktionsprocess de valt att använda? Vilka lärdomar har projekten gett filmskaparna i att arbeta utanför det statsstödda systemet? Vill respondenterna fortsätta med liknande produktioner?

Torssonen säger, förutom att han lärt sig att ha ett färdigt manus före inspelningen, att processen med *Star Wreck* har gett honom och Energia Productions färdigheter att arbeta med *Iron Skys* visuella effekter. Torssonen vet exakt hur man får till stånd snygga och trovärdiga effekter på ett kostnadseffektivt sätt.

En annan sak som *Iron Sky* har ärvt av *Star Wreck* är den crowdsourcing som användes i effektarbetet. Via sitt webbforum gav teamet uppgifter åt filmens anhängare, nämligen att skapa 3D-modeller av rymdskepp för *Star Wreck*, eftersom processen var så tidskrävande att Torssonen inte ensam hann framställa dem. Forumet blev den öppna crowdsourcing-plattformen Wreckamovies förfader, vilken gruppen använder för att producera *Iron Sky*.

Enligt Ullakko var *Mitä meistä tulis* inspelningsår en hård skola för alla inblandade och att en viss utveckling kan ses i filmens kvalitet. Han säger dock att de variationer i kvaliteten som kan ses i filmen främst beror på dåliga dagar och stress. Omständigheterna var ibland mycket svåra och när alla inblandade gjorde projektet vid sidan om sin huvudsyssla kunde inspelningen vara tärande på stämningen och detta kan Ullakko se i vissa scener.

Det Ullakko främst fått som insikt för framtiden är att han aldrig vill göra en film med en stor kamera. Han säger att han inte trots en stor budget vill filma med till exempel en RED-kamera (professionell digital film) och säger att de negativa sidorna väger mer än de positiva. Som negativt ser Ullakko det tunga proffsmaterialets svårhanterlighet och kamerans storlek. Nästa film vill han göra med en digital systemkamera, på samma sätt som (i april 2011) bioaktuella *Hyvä poika*. Ullakko säger sig vara stolt över att filma en film med en konsumentkamera som gör bra bilder och han föredrar kamerans kompakthet framför okomprimerat råmaterial.

Då jag frågar Jalava hurdana lärdomar produktionen gett henne svarar hon att hon lärt sig mycket och att det finns mycket man kan göra bättre. För nästa projekt behöver man inte lära sig den hårda vägen. En sak hon nämner är att hon anser att animationsteamet borde vara större, så att man kan hålla tidtabellen stramare. Hon anser dock att finländska animationers budgetar är onödigt stora och påpekar att de inte ens brukar vara värst finska. En finländsk film med sju miljoner euros budget måste satsa på internationell distribution för att vara lönsam, och finländska animationer brukar vara internationella samproduktioner.

Jalava säger att hon under produktionsprocessen inte kommenterade *Eetu ja Konnas* innehåll värst mycket och att hela projektet var i Kari Häkkinens händer. Hon anser att detta låg i projektets natur. Häkkinen ville göra en handtecknad retroanimation och Artia godkände planen.

Är Artia då nöjd med filmen och dess mottagande? Enligt Jalava är de mycket nöjda med responsen från konsumenterna, men att publikmålen inte mötts. Om framtiden säger hon att man får se. En ny produktion av Artia är inte utesluten.

För att sammanfatta är respondenterna nöjda med den lärdom som projekten gett dem och de har tagit till sig ett arbetssätt som passar just dem. Enkelt sagt är *Iron Sky* som *Star Wreck*, men i en massiv skala. Själva inspelningen kanske kommer att se mycket annorlunda ut, men i effekthuset används samma program och samma kunskap. *Star Wreck* var även ett projekt som hade en helt unik publikkontakt; gemenskapen har följt *Star Wreck*-gruppen och förväntar sig att kunna delta i vad den gör. *Misty Friday* vill göra en mindre film med småskaligare inspelning än den förra, med långt sett samma produktionssätt, men med lön och en större satsning på marknadsföring. Jalava ser en framtid för mera *Artia*-animationer och anser medelbudgeten för finska biografanimationer vara ofattbart stor och att kontrollen över projektets immaterialrätt är viktig. Man kan dra slutsatsen att det eventuella uppföljarprojektet kommer att likna *Eetu ja Konna* på många sätt, bara med en kortare produktionstid.

### **8.3 Teknologi och internetkontakt**

En stor del av teoridelen behandlade teknisk utveckling. Det är konsumentteknikens växande konkurrenskraft och internetpubliceringens offentlighet som förändrat inte bara filmfältet och -kulturen utan all medieproduktion, kommunikation och marknadsföring. Hur inverkade 2000-talets teknik och nätverk på att respondenternas produktioner överhuvudtaget gjordes och hur har respondenterna använt teknik i sina projekt? Har respondenterna integrerat nätverkande och konsumentteknikbaserade modeller i sin verksamhet? Enkelt sagt, använder respondenterna internet och billig teknik i alla produktioner?

#### **8.3.1 Inverkade teknologi och internetkontakt på att projekten gjordes?**

Torssonen började som sagt göra *Star Wreck*-filmer 1992. Då hade han till sitt förfogande ett enkelt datorprogram han kunde animera med. *Star Wreck V: Lost Contact* gjordes 1997 (eftertexterna anger årtalen 1997-1999) och var den första filmen där Torssonen kunde kombinera datoranimationerna med filmat bildmaterial. *Star Wreck: in the Pirkinning* är

en utveckling av denna arbetsmetod. När jag frågar Torssonen om *Star Wreck* kunde ha genomförts utan digitalteknik svarar han kort: inte en chans. Att använda analog teknik hade varit varit mycket dyrt. Om internet som en arena där amatörfilm kan visas offentligt anmärker Torssonen att långa amatörfilmer nog gjorts på 80- och 90-talen, som *Raiders of the Lost Ark: The Adaptation* (1989), men men att det inte fanns möjligheter att visa filmerna på annat sätt än för vänner: ”kännissä VHS:ltä kun kaverit tuli niin leffa pyörimään”.

När jag frågar Ullakko om *Mitä meistä tuli* hade varit möjlig att göra på 90-talet säger han nej. Han preciserar att filmen i princip inte skulle ha varit omöjlig att producera, men att det hade varit omöjligt i alla fall för Misty Friday. Som exempel nämner han det digitala klippet. Om han hade klippt filmen med analoga metoder, på VHS-band, hade processen varit så hindersam att slutresultatet varit undermåligt: ”Siis leffa ei olisi toiminut 90-luvulla. Ensinnäkään sitä ei olisi voinut tehdä ja jos sen olisi voinut kuvata niin siitä olisi tullut ihan paska.”

Artias film är en handtecknad retroanimation, alltså en tecknad film gjord på traditionellt vis. Ändå säger Jalava att bolaget inte skulle ha gett sig in på ett dylikt projekt på 90-talet. Bolaget hade inte på ännu på 90-talet befattat sig med digitala produktioner som mjukvara och därmed inte narrativa produktioner. På 2000-talet förändrades detta. Hon säger att orsakerna till att projektet görs i dag är att teknologin utvecklats sedan 90-talet och gjort saker lättare samt att det idag finns mera know-how på området än då. Bortsett teknikutvecklingen var den ekonomiska situationen i mitten av 90-talet orsaken till att bolaget inte ens tänkte på dylika projekt. Jalava påpekar att det på 90-talet gjordes animationer och att tekniken troligen inte skulle ha varit ett hinder om bolaget varit i en lika positivt läge som 2005, efter *Inkan aarre*.

Internet har varit en resurskälla för allt-i-allo-filmskapare som Torssonen och Ullakko. Torssonen har varit internetaktiv sedan 1997 och säger att *Star Wrecks* team har rötterna i sociala medier från första början. Han tillägger att det inte är en slump att *Iron Sky* fått uppmärksamhet via sociala medier, och att gruppen medvetet har kommunicerat med publiken enligt *Star Wrecks* modell. Internet är inte bra bara för marknadsföring säger



Torssonen. Han lär sig nya saker på internet varje dag via olika internetforum. Processen är lätt och effektiv. Man lär sig av andras processer: ”Kirjoittaa Googleen jos ei tiedä miten jotain 3D-ohjelmalla tehdään niin vastaus löytyy yleensä heti.”

När Ullakko började processen med sin första långfilm *Graffiti meissä* hittade han internetforumen. Innan detta hade Ullakko gjort sina kortfilmer på ett mycket inåtvänt sätt och visste inte att det finns en amatörfilmsgemenskap i Finland. ”Sitten avasin nettisivut: aa, täällä on leffaharrastajia ihan helvetisti ja leffoja hirveät rivit”. På forumen började han samla information om filmskapandets tekniska aspekter. Ett av de viktigaste forumen var digivideo.fi och Ullakko är än idag aktiv på forumet. När processen med *Mitä meistä tuli* startades hade tekniken utvecklats igen och digivideo.fi var återigen en viktig resurs för Misty Friday Films, inte bara för tekniska lösningar, utan även för inspelningen.

### 8.3.2 Hur använde ni teknik och kontakter i projektet?

Ullakko säger att *Mitä meistä tuli* inte hade kunnat produceras på 90-talet av en grupp som Misty Friday. Det han menar är att det krävs kontakter för att göra en film, och dem får Ullakko via nätet. Skådespelarna har Misty Friday hittat på internet och Ullakko vet inte hur man gjorde det utan nätet: ”En ymmärrä että mihin laittaisit sen ilmoituksen jos ei olisi nettiä? Jos laitat tuonne jonnekin puuhun ja puhelintolppiin niin ei se toimi.” På internet finns såklart proffsportaler för rollbesättning, som Roolituspalvelu, men denna service är enligt Ullakko för dyr för att Misty Friday skulle ha besatt alla roller via den.

Under själva inspelningen var internetforumet till stor hjälp när det gällde att hitta inspelningsplatser. Ullakko ger ett exempel: om man behöver ett bårhus för en scen så är det bara att fråga på forumet om någons badrum ser ut som ett.

”Sitten siellä on joku: aa, olen aina miettinyt että minun mummolassa on semmoinen paikka. Jos vertaa siihen että lähdet kävelemään ja etsimään ruumishuoneen näköistä paikkaa ilman mitään vinkkiäkään niin kuinka kauan siihen menee aikaa?” (Miika Ullakko)

Poängen är enligt Ullakko att en dylik taktik ger en färdig inspelningsplats snabbt och behändigt och med en redan befintlig tillit från inspelningsplatsens ägare.

*Star Wreck* hade ett eget internetforum, som enligt Torssonen var mycket aktivt. Det gick som sagt i något skede upp för filmskaparna att de kunde använda forumet till att få hjälp i själva produktionen genom att forumets användare tar del i filmens effektproduktion. Han påpekar dock att den crowdsourcing-image som gruppen fått är något främst media är intresserade av och att *Star Wrecks* effekter nog till största delen gjordes av två personer, men att hjälpen var välkommen. Enligt Torssonen är *Iron Sky* egentligen ganska marginellt ett crowdsourcing- och crowdfundingprojekt, och situationen var enligt Torssonen ganska lika under *Star Wreck*.

Också *Misty Friday* hade ett eget forum, men det var internt för produktionen. Via forumet koordinerade producenterna inspelningen.

”Ohjaaja keksii tai tuottaja tajuaa että on tämmöinen tilanne, niin se voi heti kirjoittaa sen sinne. Ei tarvitse selitysvaihetta voisitko laatia uudet taulukot käsin, mustekynällä piirtämällä.” (Miika Ullakko)

Enligt Ullakko var denna modell mycket effektivare än att ringa runt till alla involverade och gjorde arrangemangen smidigare i och med att producenterna själv kunde agera som inspelningsplanerare. Ullakko himlar sig över hur svår processen skulle ha varit om filmen gjorts på trådtefontiden: ”Ja sitten kun se olisi vielä 90-luvun lankapuhelinaikaa – voi morjensta. Ei mitään toivoa.”

Vi har redan hört Ullakko tala om hur viktig den digitala postproduktionen varit för inspelningen och hur han ser billig och lätt teknik som ett bättre val än traditionella tunga produktionsmedel. När jag frågar Torssonen om konsument- kontra proffsteknik avslöjar han att Autodesk var redo att sponsra *Star Wreck* med sitt 3D-modelleringsprogram 3DS Max. Torssonen bestämde sig trots allt för att fortsätta använda programmet Lightwave 3D, vars pris han anger vara en bråkdel av Autodesks program. När jag ringde upp Torssonen för intervjun satt han och modellerade rymdfarkoster med just Lightwave 3D för *Iron Sky*, trots att *Iron Sky* är en sex miljoner euros produktion.

Det är uppenbart att internet var en integrerad del av *Mitä meistä tulis* och *Star Wrecks* produktioner. Internetgemenskaper har på olika sätt hjälpt filmerna bli framställda. På

nätet har grupperna hittat sina skådespelare, lärt sig filma, hittat inspelningsplatser och samtidigt fått uppmärksamhet för filmerna. Även delar av *Star Wrecks* kärngrupp har hittats via nätet. Torssonen kom i tiderna i kontakt med *Star Wrecks* manusförfattare Jarmo Puskala på internet. Han var en likasinnad person som bara befann sig på en helt annan ort. Internetkontakten resulterade i ett flerårigt samarbete, som fortsätter än idag.

### 8.3.3 Respondenternas relation till digitalteknik och nätverk

Så, filmskaparna som gjort *Mitä meistä tuli* och *Star Wreck* använder sig delvis av samma produktionssätt även i kommande produktioner. Crowdsourcing, forum och billig teknik är en självklar del av produktionsmodellen. I detta delkapitel fördjupar vi oss i vad Ullakko och Torssonen anser om vikten av sociala medier och digital teknik i modern filmproduktion.

Jag pratade med Ullakko om musikgrupper och hur filmteam som är aktiva och sociala profilerar sig på samma sätt som rockband. Också med Torssonen diskuterade jag saken och hävdade att människor ser *Star Wrecks* filmskapare som ett band som de fortsatt följa under *Iron Skys* process och att fenomenet är unikt: traditionellt är det filmers handling eller skådespelarna som är i fokus när en film marknadsförs. Torssonen svarar att man just i Finland byggt en mur mellan filmskaparna och publiken: "Yleisö ei näe ketkä nämä on jotka oikeasti tekevät tämän leffan".

Torssonen instämmer nog i att sociala medier har förändrat situationen, men säger att det är häpnadsväckande hur många filmskapare som lever tio år efter sin tid: "Mutta nykyäänkin elokuvatuottajat ja elokuvantekijät, tämä vanhempi sukupolvi, niin nehän on niin internetrajoittuneita kun olla ja voi". Han tillägger att det är först nu som de börjar vakna till faktumet att människorna hittas på internet. Enligt Torssonen är den traditionella filmbranschen överlag långsam att reagera på förändringar: "Elokuvatuotantokulttuuri raahaa mennessä ja se näkyy Cannesissa, kun siellä on käynyt. Internet on Suomessa mennyt aika paljon edellä muita monessa suhteessa."

Ullakko kan inte föreställa sig hur film gjordes utan de sociala medierna. Han funderar över hur man kunde arrangera filmvisningar före sociala internetnätverk. "Laitettu vain niin kuin julisteita tuonne? Soiteltu random numeroihin?" Han säger att det är naturligt för honom att internet är den plattform en film lanseras via och hela produktionen startas. En av de viktigaste marknadsföringsformerna är förstås en films trailer, och Ullakko frågar var man visade trailers före internet. Om man hade pengar så kunde man ju sätta en fem sekunders spot på TV, säger Ullakko. Facebook växte till sig då Misty Friday förberedde *Mitä meistä tuli* för lansering och Ullakko säger att han inte idag kan förstå hur man arbetade utan Facebook. När jag påpekar att *Graffiti meissä* kom ut före Facebooks genombrott svarar Ullakko att de då använde sig av IRC-galleria, en liknande nätsida, som även var en märkbar resurs när *Mitä meistä tuli* lanserades.

#### **8.4 Lanseringsmetoder i respondenternas projekt**

En av de självklaraste definitionerna av en fria fältets film är att filmens lansering är okonventionell eftersom avtal om visningsrättigheter inte uppgjorts i förväg med distributörer eller TV-kanaler. Detta betyder att filmskaparna förvaltar alla filmens rättigheter och kan sprida den enligt eget tycke, vilket ofta leder till att lanseringsmetoderna avviker markant från den traditionella modellen biograf-DVD-TV.

##### **8.4.1 Hurudana lanseringsätt användes och planerades i förhand?**

Det som gjorde *Star Wreck* till ett internationellt fenomen var att filmen spriddes gratis på internet. *Star Wreck* laddades upp på *Star Wrecks* hemsida 1.10.2005. Lanseringen var mycket i tiden. Den skedde ungefär en månad före YouTubes offentliga lansering, som kom att popularisera video på internet. Idén var alltid att lägga filmen på internet, på samma sätt som Torssonen gjort med de tidigare *Star Wreck*-filmerna. Torssonen anger ca 10 000 tittare eller flera som filmens ursprungliga publikmål.

Internetpremiären föregicks av en turné och en DVD-lansering. Premiären hölls för filmens

arbetsgrupp och de närmaste anhängarna i Tammerfors 20.7.2005 och följdes av visningar i Åbo, Helsingfors, Vilmanstrand och Tammerfors inom de följande två veckorna. Turnén jämför Torssonen med ett bands turnéer.

”Eikö bändikin tee sillä tavalla että ne käy soittamassa uusia kappaleita ennen kuin ne julkaisee sen [levyn], ainakin jotain demoversioita, jollekin yleisölle, ja sitten se herättää pössistä ja sitten julkaistaan se levy.”

DVD:n lanserades under veckan efter turnéns slut, och ordet hade redan spridits även utan internet. DVD:n bekostade gruppen själv och den sålde 5 000 exemplar. Två månader senare lanserades filmen på internet.

Precis som inför produktionen av *Mitä meistä tuli*, försökte Misty Friday Films skaffa en samarbetspartner också inför lanseringen av den färdiga filmen – utan att lyckas. Orsaken var att Finnkino inte ville ta filmen till sin repertoar direkt från Misty Friday, trots försök från Ullakkos sida. Ullakko säger att han besökte alla distributörer som är verksamma i Finland. När den sista distributören på listan sade att de inte vill distribuera filmen på bio för att det helt enkelt inte lönar sig verkade allt hopp om en biografdistribution vara ute.

”Kun viimeinenkin levittäjä missä käytiin niin oli silleen että, kyllähän se nyt on näin pojat, että tämä leffa, sinä voit viedä tämän teatteriin mutta se saa kolmesataa katsojaa. Sitä on kokeiltu ennen ja tiedän sen intohimon ja se ei vain mene silti niin. Se ei riitä siihen, että se on sinun unelmasi, että se on ainoa perustelu siihen että se pitäisi viedä teatteriin. Ei se ole taloudellisesti kannattavaa.” (Miika Ullakko)

Misty Friday höll ett krismöte på en bar efter mötet. Internetdistribution diskuterades på allvar. Efter några öl kom motreaktionen. Ett sätt att få filmen på bio måste finnas.

”Pari kaljaa lisää niin paskat me mihinkään nettiin tehdä! Pyydetään vielä toi firma! Eikö me olla yritetty jo? Yritetään uudestaan!” (Miika Ullakko)

I september 2009 deltog *Mitä meistä tuli* i evenemanget Minun elokuvani i Vanda. Där träffade Ullakko filmskaparen Miika J. Norvanto, som gjort *Barbaarit menneisyydestä* (2001), som jag i kapitel 6.2 (tabell 4) listar som den första filmen på det finländska fria fältet, i alla fall på 2000-talet. Norvanto äger det öppna bolaget Black Lion och ville försöka få *Mitä meistä tuli* på bioduken, via Finnkino, och lyckades. Avtalet mellan Misty Friday Films T:mi och Black Lion Ay skiljer sig från sedvanliga avtal mellan produktionsbolag och distributörer. Misty Friday stod för alla utgifter och Black Lion arbetade utan arvode,

medan framtida distributionsinkomster delas mellan firmorna: ”Työ oli ilmaista, kaikki promootiotyö, ja siitä olen tosi kiitollinen. Nyt kun yritetään tehdä se kynnysmuutos, että tästä eteenpäin ollaan ammattilaisia, jokainen saa rahaa siitä mitä se tekee.” Samarbetet med Black Lion fortsätter och Ullakko vill att *Misty Fridays* nästa film produceras av Norvanto med Black Lion som produktionsbolag. Black Lion lyckades få *Mitä meistä tuli* på makedoniska biodukar i april 2011 (SES 2011c).

*Mitä meistä tuli* hade inte enbart premiär på bio utan även på webbsidan IRC-galleria i marknadsföringssyfte. Till skillnad från *Star Wreck* var filmen inte distribuerad gratis på internet, utan visades endast som ett nätbaserat evenemang innan filmens biopremiär.

*Eetu ja Konnas* distribution verkar vara som vilken vanlig films distribution som helst. Ingen distributör deltog dock i filmens produktionskostnader. Finnkino är filmens distributör och filmen lanserades i februari 2011 med 28 digitala kopior och 12 filmkopior. Lanseringen motsvarar en storanimations bredd, trots att filmens produktionsbudget är 5-10 gånger mindre än finländska bioanimationers. Biolanseringen var alltid i Artias planer. Till näst tänker Artia göra en TV-serie av filmen för MTV3 och animera mera material för den versionen. Att en långfilm omformas till en serie i efterhand är ytterst ovanligt; vanligtvis är processen omvänd. Artias avtal med MTV3 är även ovanligt: bolagen gör ett utbyte där MTV3 får innehåll till sin repertoar och Artia i gengäld ”något annat” som troligen har att göra med reklamtid.

*Star Wrecks* lanseringsmodell, turné-DVD-internet, var planerad, men de andra förevisningsformerna, det vill säga TV-förevisningen på Yle och den andra upplagan av DVD:n, som Universal distribuerade, var inte en del av *Star Wreck*-teamets målsättningar för filmen. Att nationell TV och Hollywoodstudior ville ha att göra med filmen berodde på att *Star Wreck* blev mycket populärare på internet än filmskaparna förväntat sig. Ullakko var fast besluten på att få *Mitä meistä tuli* på biodukarna och jobbade på tills det lyckades. Artia ville göra en biografilm bekostade lanseringen själva. Idén om en TV-serie kom först sent i produktionen. Alla lanseringsmodeller skiljer sig märkbart från den traditionella förköpsmodellen där filmer redan före inspelningen är sålda till bio och TV och möjligtvis DVD.

#### 8.4.2 Varför valdes just dessa lanseringsätt?

Varför sätta sin film gratis på internet? Varför göra en filmkopia av en film filmad på konsumentvideo? Filmskaparna bakom *Star Wreck* och *Mitä meistä tuli* har åkt med sina filmer runt Finland för att själva vara på plats under filmernas visningar, och de har själva bekostat filmernas DVD-upplagor. *Eetu ja Konna* och *Star Wreck* modifierades efter filmernas premiär för andra distributionsformat. Dyliga åtgärder är något traditionellt producerade filmer sällan eller aldrig tar.

Första sättet *Star Wreck* lanserades på var en turné, där filmskaparna var på plats. Det var enligt Torssonen en viktig del av *Star Wrecks* lansering. Filmen hade ingen biografdistribution så filmskaparna förde själva filmen till sin publik. På evenemangen såldes T-skjortor, som bekostade verksamheten och Torssonen säger att detta möjliggjorde tryckningen av den första DVD-upplagan. Visningarna ordnades inte på biografier utan på rockklubbar där publiken måste stå och visningstekniken var inte heller den bästa. Torssonen säger att det var litet synd att vara medveten om att filmen inte ser ut som den ska, men att detta kompensades av att filmskaparna var på plats och kunde diskutera med publiken.

Under det följande året turnerade *Star Wreck* på festivaler och diverse tillställningar och det var alltid någon av gruppen som var på plats. "Yhden vuoden ajan me tehtiin sitä. Semmoista niin kuin bänditouhua elokuvalla." Samtidigt sålde gruppen DVD-skivor. Det var efter internetlanseringen som försäljningen satt igång ordentligt. Torssonen märkte att han postade 30 DVD-skivor per dag och måste anställa en person för att ta hand om arbetet, och idén att bilda ett produktionsbolag började verka vettigt. Några månader senare visades *Star Wreck* på TV-kanalen Yle Teema. För visningen fick filmskaparna 10 000 euro som hjälpte att få bolaget Energia Productions Oy på fötter.

Att visa *Star Wreck* gratis hade alltså en positiv effekt på filmens distributionsmöjligheter. *Mitä meistä tuli* förhandsvisades gratis på sidan IRC-galleria före filmens biopremiär, och det säger Ullakko är ett marknadsföringssätt som storfilmers produktionsbolag inte kan använda. Han förklarar att en obunden produktion låter filmskaparna göra vad de vill med sin film.

”Jos kuvitellaan että Suomessa tulee Harry Potter -elokuva niin se voittaa meidät kaikessa markkinoinnissa ihan kuusi-nolla. Meillä on se pieni joustavuusetu siinä että jos keksimme jonkin idean niin me voimme tarjota sitä ideaa, esimerkiksi just ehdotettiin ideaa irc-galleriale. Tuommoiseen ei isot firmat pysty. Ei ne halua tehdä ensi-illasta tuollaista että se tulee johonkin IRC-galleriaan.” (Miika Ullakko)

Det är svårt att tänka sig en storfilm förhandsvisas gratis på internet. Ullakko säger att *Mitä meistä tuli* fick mycket behövd gratis publicitet genom en reklamplats på IRC-galleria. ”Saa kaksinkertaistettua budjetin yhdellä ainoalla bannerilla, kun laitatt sen suosituille nettisivulle”. Han fortsätter med att säga att Misty Friday inte förlorade något på att filmen visades på webbsidan, förutom att den nog kopierades av någon och lades ut på internet, vilket inte bekymrat Ullakko.

Misty Friday gjorde dock inget stort hallå om IRC-galleriavisningen, och man kan idag inte hitta ett spår av evenemanget via Google. Orsaken till att inte informera om visningen är enligt Ullakko att filmen inte skulle tas på allvar av pressen och filmbranschen som en biografilm om det informerades om för mycket. Att filmer anses mista sin trovärdighet eller värde om de visas först på internet ser Ullakko som ett problem, och ekar *Star Wrecks* Jarmo Puskalas kommentar om att distributörer och DVD-försäljning är det som håller tillbaka internetlanseringen av film och att *Iron Sky* till skillnad från *Star Wreck* inte lanseras med en Creative Commons -licens, som tillåter användaren fri duplicering och spridning av filmen.

Ullakko säger att filmbranschens formler inte någonsin berört Misty Friday och deras produktioner. *Mitä meistä tuli* samlade 5 000 tittare på biograferna i stället för de förutspådda 300, och han är mycket nöjd över att gruppen inte gav upp och lanserade filmen enbart på internet, trots att det var mycket nära: ”Olen helvetin ylpeä siitä ettei se mennyt sinne koska siinä on vain joku siinä jutussa että sen pitää olla jossain teatterissa että sitä otetaan vakavissaan.”

Om än filmen med sina 5 000 tittare inte direkt kan räknas som en publiksuccé, så var den finländska filmpubliken i alla fall på filmens sida: på Jussi-galan 2010 röstades *Mitä meistä tuli* av publiken till den nästpopuläraste filmen, bara ett par procentandelar efter *Rööperi* (Wikipedia 2011j).



Även *Misty Friday* åkte på sätt och vis på turné med filmen. Efter de första nio veckorna, då filmen spelade på Kinopalatsi i Helsingfors, och filmskaparna ägnade sig åt att dela ut flyers på gatorna och trumpetade nyheten om filmens teaterdistribution på internet, visades filmen på andra orter. Då filmen premierade på en ny biograf var alltid någon av filmskaparna på plats "tiedottamassa, kiusaamassa lehdistöä ja näin".

Som sagt var *Eetu ja Konnas* biograflansering mycket traditionell, men varför gav sig Artia in på just biografdistribution? Enligt Jalava var producenterna av den åsikten att om de ger sig in på filmproduktion så är deras inställning allt eller inget. Jalava säger att filmen hade en ganska stor films marknadsföringspush. När jag frågar om publikmål och tittarsiffrornas relevans för Artia (målet var 40-50 000 tittare, men filmen hade efter två månader på bio haft ca 15 000 tittare) så svarar Jalava att filmproduktion nog är en så dyr lek att Artia kunde ha använt pengarna för "en miljon" produkter och att merchandisen ändå inte är filmproduktionens huvudsyfte, utan att själva filmen tas emot väl. "Halusimme että me olemme tyytyväisiä itse leffaan eikä vain odotella että hirveästi myydään jotain."

Filmdistribution tar inte slut efter biografrundan. Artia har som sagt ett speciellt avtal med MTV3 för att göra en serie av filmen. Vanligtvis utformas dessa planer före filmen är gjord. Jalava upprepar att Artia gjort många saker på ett helt annat sätt än man vanligtvis gör i filmbranschen och att orsaken för serieidén var att Artia haft mycket samarbete med MTV3 tidigare. Hon säger att det var viktigt göra en sådan affär med MTV3 att kanalen inte behöver satsa pengar på produktionen. Artia ville, som i alla andra skeden av produktionen, ta hand om filmen och bestämma över innehållet. Avtalet gjordes först när filmen var nästan färdig och MTV3 är inte en samproducent utan endast förevisare. Artia gjorde alltså precis den deal som *Misty Friday* fortfarande hoppas på och *Star Wreck* fick på grund av att filmen var ett internationellt fenomen.

*Star Wrecks* distribution tog inte slut efter internetlanseringen eller TV-visningen. Torssonen började i stället göra en ny, förbättrad, version av filmen. Orsaken till detta är att Universal Pictures, ett Hollywoodbolag, ville lansera filmen på DVD i Finland och senare internationellt. År 2006 gick för Torssonens del åt till att göra om effekterna med nya datorer som Hewlett-Packard sponsrade. Varför ville multinationella bolag ha att göra

med Torssonens amatörfilm? Enligt Torssonen var filmen "hot" och hade efterfrågan och tillägger att Hollywoodbolaget Paramount även var intresserat av *Star Wreck*.

Även Misty Friday har haft en DVD-distributör. Future Film var intresserad av att distribuera *Graffiti meissä* och ett avtal gjordes med bolaget för att trycka DVD-skivor för uthyrning och försäljning. Avtalet var enligt branschens kutym: ett provisionsavtal och Future Film bekostade upplagan. För *Mitä meistä tuli* har Misty Friday istället valt att trycka egna skivor och säljer dem via sin nätbutik. Orsaken till detta är att DVD-försäljning enligt Ullakko inte fungerar för en fria fältets film via traditionella kanaler eftersom intäkterna är så små. Han rekommenderar åt alla filmskapare att sätta upp en egen nätbutik och på så vis själv få alla intäkter för DVD:n.

### 8.4.3 Fungerade lanseringssätten?

Hur utvärderar respondenterna de val de gjort inom filmernas lansering? Är de nöjda med hur filmerna tagits emot av filmpubliken och medierna? Är de lanseringssätt de använt värda att upprepa eller vill respondenterna gå en annan väg i framtiden?

När jag frågar Torssonen om det var ett bra val att sälja en färdig film har han inga invändningar emot TV-förevisningen på Yle, eftersom det var en riskfri affär för Energia. Om Universal-versionen av *Star Wreck* har han mera att säga. Han anser att *Star Wreck*-teamet gjorde ett nybörjarmisstag i att tro att pengarna skulle flöda in bara DVD:n var på butikshyllorna. I stället för att spendera ett år med att göra nya effekter för Universal-DVD:n skulle Torssonen hellre sett att han fokuserat på nästa projekt redan då. Torssonen grämer sig mest över att han personligen fastnade i *Star Wrecks* värld för ett extra år och hafsade ihop en onödig version av en färdig film, en process som finansiellt inte var lönsam.

"Sen minkä olin tehnyt seitsemän vuotta, sitten me tehtiin uudestaan sitä vuosi, kohenneltiin jotain juttuja, niin se oli epämiellyttävä prosessi. Se piti tehdä ensinnäkin niin kauheassa kiireessä, tietyllä tavalla huonommin kuin alkuperäinen, totta kai kun tekee kiireessä. Ja siihen sotkettuna rahaa tietyllä tavalla. Se soti pikkaisen sitä alkuperäisen elokuvan ideologiaa vastaan." (Samuli Torssonen)

Universals DVD-version sålde bra för en film som *Star Wreck*. Första lanseringen sålde 10 000 exemplar, men det som Torssonen säger att han måste medge är att distributörer som Universal nog vet hur de ska ta sin andel av inkomsterna. ”Kyllä ne levittäjät osaa ottaa omansa, ja elokuvatuottajalle ei kauheasti loppupeleissä jää”. Han ger som exempel den brittiska lanseringen som gjordes några år senare, och säger att de 20 000 sålda exemplaren – ett riktigt bra antal – gav Energia Productions ungefär en euro per skiva. Å andra sidan innebar denna upplaga inga kostnader för Energia och var riskfri.

Genom processen med Universal-DVD:n lärde sig Torssonen något om marknadsföring och en hurudan nisch *Star Wreck* hör hemma i. Ursprungligen var marknadsföringen helt på *Star Wreck*-teamets ansvar och ordet spred sig via word-of-mouth, vilket fungerade förträffligt. Som Torssonen sagt var det berättelsen bakom filmen som var intressant för medierna. Han säger att det inte räcker att ha en bra film som ser snygg ut, utan att gruppen, eller bandet, bakom filmen är lika viktigt. För Universals version gjordes en marknadsföringspush i de tryckta medierna, men resultaten syntes inte i DVD-försäljningen. Av detta drar Torssonen slutsatsen att traditionell marknadsföring inte är ett bra alternativ för en film som *Star Wreck*. Han avslutar dock med att säga att hela extraprocessen med *Star Wreck* gav honom tid att lära sig företagandets grunder, så helt bortkastad tid ser han inte det som.

Misty Friday hade också problem med traditionell DVD-distribution. Future Films upplaga av *Graffiti meissä* kom ut först när *Mitä meistä tuli* hade haft premiär, nästan två år efter första kontakten med distributören. Följaktligen slopade Misty Friday traditionell distribution för *Mitä meistä tuli* och säljer nu sina DVD:n själva.

Om *Star Wrecks* särprägel var dess succé på internet var *Mitä meistä tulis* biorundan. Medan Torssonens målgrupp för *Star Wreck* var en nisch, där den traditionella marknadsföringen inte fungerade, siktade Misty Friday på en mainstreampublik med en film på mainstreamarenan. Lärdomen Ullakko fick av att lansera en film på biografer med endast en kopia var att Misty Friday var mycket små aktörer i jämförelse med de stora distributörerna. *Mitä meistä tulis* marknadsföringsbudget, som bestod av ett par filmtrailers för biografer och flyers, var ca 2 000 euro.

Slutsatsen han dragit är att satsa mera på marknadsföring, inte på produktionen. Ullakkos erfarenhet av biodistribution har fört honom till ett mål för nästa film: gör en lika liten film som *Mitä meistä tuli*, produktionsmässigt, men marknadsför den och lansera den som en större film, egentligen precis vad Artia gjort med *Eetu ja Konna*.

Mottagandet av *Eetu ja Konna* har enligt Jalava varit tudelat. Å ena sidan är hon mycket nöjd med responsen från målgruppen, men hon störs av att pressen velat svartmåla filmen som ett försök att sälja leksaker. Detta handlar dock om enstaka tidningsartiklar. Hon påpekar att filmen är mycket mera finländsk än någon annan av 2000-talets biografanimationer och säger att det positiva med filmen är att den är tecknad av en finsk animatör och att filmen är producerad av ett helfinskt bolag. Förstås gör Martinex merchandise för att sammanfalla med filmens lansering, men så är ju saken med andra finländska animationer också. Hon upprepar att filmen gjorts för att göra en bra film, inte sälja leksaker. Publikmålen har filmen som sagt inte uppnått och om nästa filmprojekt någonsin händer är ovisst, liksom dess distributionsmodell.

Ett område som inte behandlats här är digitaliseringen av biografier, och *Eetu ja Konna* är den enda av filmerna som lanserats med digitala biografkopior. Misty Fridays motiv att lansera *Mitä meistä tuli* med en filmkopia var att den behövdes för filmens festivalrunda. *Mitä meistä tuli* fick nämligen sin världspremiär i Shanghai, på en stor proffsfestival. Misty Friday försökte söka festivalstöd av filmstiftelsen, men beviljades inte det. Filmkopian bekostade de som sagt med banklån. Ullakko har inte mycket bra att säga om filmkopior, som är tunga, dyra att frakta och slits varje gång filmen visas.

”On ihan käsittämättömän naurettavaa miten paljon rahaa saa turhaan kulumaan, elokuvasäätiön rahaa ja tekijöiden rahaa, siihen että pyöritellään jotain 34-kiloista filmipakettia edestakaisin jossain, ja sitä kelaillaan käsin ja sitä liimataan ja leikataan joka kerta. Siihen menee kymppitonnieja kun liikuttelet filmejä Suomen ympäri tai Kiinaan. Esimerkiksi kun me lähetettiin se Kiinaan niin se maksoi 5-600 euroa yhteen suuntaan, ja se on vain yksi kopio. Amerikassa tehdään 600 kopiota Taru sormusten herralle ja niitä ruvetaan lähettämään ympäri maita ja mantuja niin se maksaa ihan helvetisti, ihan ihan turhaan. Siinä ei ole mitään siistiä.” (Miika Ullakko)

Torssonen instämmer i att digitala kopior är både bättre och billigare. Han har ingen förkärlek för film och påpekar många filmer som görs på 35-millimeters film mastereras

som en digital 2K-kopia och sedan överförs tillbaka till film, vilket betyder att filmkopians resolution inte åtminstone kan vara högre än digitalkopians. Filmförevisningar med en sliten kopia väcker inga bra känslor hos Torssonen.

”Minua on aina raivostuttanut hirveästi kun filmi räpsy. Mitä tämä nyt on? Amatöörimäistä. En minä halua mitään häiriötä siihen. Olen eri sukupolva siinä mielessä: mieluummin katson pakkausartifakteja kuin hirveätä räpsymistä.”  
(Samuli Torssonen)

Förutom att det kostar mycket att frakta filmkopior, anser Torssonen att det också tär på naturen. Han är klart på digitalkopiornas sida och påpekar att utvecklingen redan skett. ”Eihän Suomessa ole kohta enää yhtään paikkaa joka näyttää filmikopioita. Digitalisoituminen on tapahtunut ihan hetkessä.”



avslutning

# SLUTSATSER





## 9      UNDERSÖKNINGSRESULTATENS TOLKNING OCH JÄMFÖRELSE

Vi har just fått veta respondenternas inställning till hur det är att arbeta på det fria fältet och hur de upplever sin verksamhet genom fyra olika synvinklar: verksamhetsmodell, produktionssätt, teknikutveckling och lansering.

För detta kapitel har jag analyserat respondenternas svar och jämför undersökningens resultat enligt mina tolkningar av svaren. Detta gör jag för att besvara forskningsfrågan "På vilket sätt skiljer sig det fria fältets aktörers produktionssätt från den traditionella produktionsformen?" vilken jag behandlar genom att ställa respondenternas produktionssätt emot teoridelens redovisningar för det traditionella fältets modeller samt teoridelens exempel på traditionell filmproduktion och teknik- och kulturförändringar på 2000-talet enligt forskningens syfte (att beskriva, analysera och tolka vad detta fria fält är enligt fältets aktörer, och hur deras uppfattningar relaterar till teoridelens definitioner av fältet).

Följdfrågorna, "Vilka är de gemensamma nämnarna i respondenternas produktionssätt?", "Hur bedömer det fria filmfältets aktörer de arbetssätt de använt?" och "Vilka faktorer inom teknik och kultur inverkar på respondenternas produktionssätt?", har egentligen behandlats i undersökningsdelen och svar på dessa frågor borde även kunna skönjas i tolkningen av forskningsfrågan.

För att visa hur respondenternas projekt skiljer sig från traditionell filmproduktion ställer jag respondenternas sätt att producera sina projekt emot den traditionella produktionsprocessen och -modellen, behandlad i kapitel 2. Märk väl att produktionsmodellen är baserad på just finländsk filmproduktion.

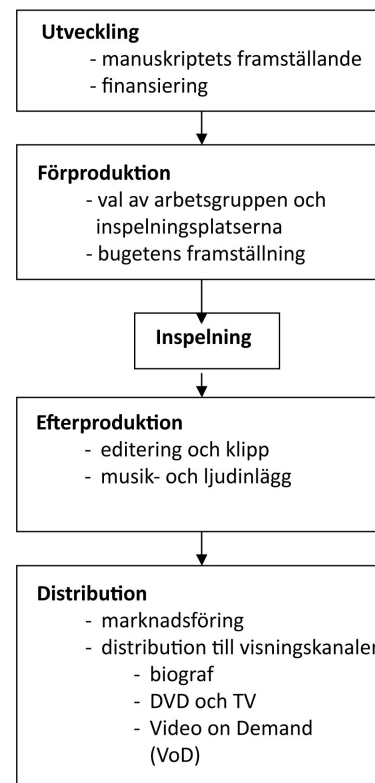
För att påminna läsaren om den traditionella produktionsprocessen som speglas mot upprepar jag här kort den traditionella produktionsprocessen och dess parter.

**De delaktiga parterna:**

- Produktionsbolag
- Distributör
- Samproducerande TV-kanal
- Filmstiftelsen (SES)
- Förevisare

**Förköpsmodell:**

- Idé
  - Produktionsbolag
- Planering
  - Distributör och TV-kanal påvisar intresse
  - Produktionsstöd
- Förverkligande
- Lansering
  - Biografrunda
  - DVD-försäljning
  - TV-förevisning



*Figur 1: Filmproduktionens skeden (upprepning)  
Översatt från Suomalaisten elokuvien  
kansainvälistyminen (Sainio 2009, s.21)*

Som redan nämnts i teoridelen frågas det i *Audiovisuaalisen politiikan linjat* (OPM, 2005:8, s. 70) om affärsmodellen ovan, skapare-producent-distributör-biograf-publik, är under förändring. Denna förändring, och digitaliseringens påverkningar, är ofta vad som menas med att filmbranschen är i ett brytningskede och respondenternas filmer är exempel på filmproduktioner som inte producerats enligt den traditionella affärsmodellen.

I *Star Wreck: in the Pirkinnings* fall tog till exempel Samuli Torssonen inte sin filmidé till ett produktionsbolag, utan tog i stället kontakt med publiken. Filmen producerades utan samverkan med produktionsbolag eller distributörer och var aldrig ämnad för biografdistribution. Modellen för *Star Wreck* är skapare-publik-volontärproduktion-publik-internetlansering-publik-produktionsbolag-distributör-nyproduktion-DVD-publik. I figuren nedan jämförs *Star Wrecks* produktionsprocess med den traditionella modellen.

Figuren är uppställd så att punkterna idé, produktionsplan och färdigställande sammanfaller med varann. Det mörkgrå området visar den period som filmskaparna framställt material för filmen, alltså spelat in filmen, och innehåller i *Star Wrecks* fall delar av för- och postproduktionen, som gjordes parallellt med inspelningarna.

PRODUKTIONSSKEDE	traditionell modell	<i>Star Wreck: in the Pirkinning</i>
	<b>Idé</b>	<b>Idé</b>
<b>UTVECKLING</b>	Produktionsbolag	<b>Webbsida (marknadsföring)</b>
	<b>Manus</b>	Trailer
	Avsiktsförklaring: distributör/tv-kanal	<b>Inspelning</b>
	SES: presentation	<b>Klipp/effekter/ljud</b>
<b>FÖRPRODUKTION</b>	<b>Plan</b>	<b>Plan</b>
	<b>Finansiering</b>	<b>Manus</b>
	Avtal: distributör/tv-kanal	<b>Finansiering (T-skjortor/publik)</b>
	SES: produktionsstöd	
<b>PRODUKTION</b>	<b>Inspelning</b>	
<b>EFTERPRODUKTION</b>	<b>Klipp/effekter/ljud</b>	
	<b>Färdigställning</b>	<b>Färdigställning</b>
<b>DISTRIBUTION</b>	Förevisare	Lansering: turné
	<b>Marknadsföring</b>	Försäljning: egen DVD
	Lansering: bio	Lansering: webbansering
	Försäljning: DVD	Produktionsbolag
	Lansering: tv	Lansering: tv
		Distributör
		<b>Produktion: ny version</b>
		Försäljning: distributörens DVD

**Produktionsskede med fetstil**, delaktiga parter och åtaganden med normalt typsnitt

*Figur 9: Jämförelse av produktionsskedena i Star Wreck: in the Pirkinning och den traditionella produktionsmodellen*

Harri Ahokas nämner filmerna *Rare Exports* (2010) och den kommande *Iron Sky* som exempel på inhemska filmer som marknadsfört sin idé till publiken redan före filmerna finansierats (Ahokas 2011). På detta sätt har filmskaparna hittat sin publik på förhand. *Iron Skys* föregångare *Star Wreck: in the Pirkinning* är ett tidigare exempel på fenomenet: i stället för att planera projektet, eller ens skriva ett färdigt manus, satte Samuli Torssonen upp en trailer på filmens webbsida. Projektet började alltså med marknadsföring, som figuren ovan visar.

En finländsk films marknadsföring är på produktionsbolagets ansvar, enligt Antti-Veikko Salo (2009, s. 10) och finländska produktionsbolag har vanligtvis inte kompetens inom marknadsföring (Salo 2009, s. 55). *Star Wreck* gjordes inte heller av ett produktionsbolag, utan av en liten grupp filmskapare som producerade filmen på sin fritid utan någon plan, finansiering eller manus. Där en traditionell film steg in i utvecklingskedet satte *Star Wreck*-gruppen i stället igång inspelningarna.

Först då projektet pågått i flera år började gruppen ta det mera på allvar och började göra planer för att färdigställa filmen. Under processen var de i nära kontakt med filmens målgrupp, *Star Trek*-fans, som hjälpte få filmen klar, bland annat genom att bygga 3D-modeller för filmens effekter. Gruppen finansierade sin verksamhet med att sälja T-skjortor och anhängarna föreslog att de skulle delta i att finansiera filmen med penningdonationer, vilket inte var planerat av *Star Wreck*-gruppen. Hälften av filmens 15 000 euros totalkostnad kom från dessa donationer. Detta system har *Star Wreck*-teamet använt igen under *Iron Skys* förverkligande: gruppen har upprättat samarbetsplattformen *Wreckamovie.com*, som ger möjligheten för filmskapare världen över att dela ut uppgifter till sidans användare. *Iron Sky* har även från början finansieras delvis med hjälp av crowdfunding-donationer.

*Star Wreck* lanserades på ett sätt som avviker markant från den traditionella modellen. Efter att filmen färdigställts (utan produktionsbolag, distributör eller förköp) sökte sig gruppen inte till samarbetspartners för att lansera filmen på biograf. Detta var aldrig planen och Torssonen säger att en biorunda inte varit ett gångbart sätt att visa en nischfilm. I stället tog *Star Wreck*-gruppen filmen på turné runt Finland och skapade

förfrågan för DVD-skivan, som de lanserade med hjälp av turnéns inkomster. Det var dock filmens gratislansering på internet som satte igång DVD-försäljningen ordentligt. Filmens succé på internet, över fem miljoner tittare (Huttunen, 2010a), överträffade i högsta grad gruppens mål på några tiotusen Star Trek-fans, vilket enligt Torssonen beror på att filmens produktionsprocess, eller bakgrundshistoria, var så intressant också för människor utanför målgruppen.

*Star Wreck* hade till slut en DVD-distributör (Universal) och TV-förevisare (Yle), men i motsats till den finländska produktionsmodellen ingicks avtal med dem först efter att filmen visats offentligt, inte under utvecklingskedet. Processen med att göra om *Star Wrecks* effekter för en traditionell DVD-distribution via Universal ser Torssonen som ett misstag. Trots att filmen sålde väl på DVD var förbättringen av filmeffekterna emot filmens karaktär och bromsade gruppens nästa projekt, *Iron Sky*.

Torssonen anser att word-of-mouth var det bästa marknadsföringssättet för *Star Wreck* och att de traditionella marknadsföringssätten var ineffektiva för en film som *Star Wreck*. *Star Wreck* ser Torssonen som en amatörfilm och en indie-film, gjord för en nischpublik (Huttunen 2010a), vilket kan ses i hur produktionsprocessen förlöpte. De kännetecknande dragen i *Star Wrecks* produktionsprocess – litet team, sju års produktionstid, ingen planering, ostrukturerat manus och inga försök att söka stöd eller finansiärer – backar upp Torssonens definition och det var dessa faktorer som gruppen ändrade på inom nästa projekt, *Iron Sky*. De behöll dock mycket av produktionens processer till *Iron Sky*, vars första marknadsföringspush var en internettrailer på filmens webbsida, som upprättats redan tidigare.

*Mitä meistä tuli* (2009), av Misty Friday T:mi, hade även en webbsida före produktionen började. Detta projekt ser regissören-manusförfattaren-huvudrollsinnehavaren-producenten-editeraren Miika Ullakko inte som ett amatörprojekt. Av respondenternas produktioner är filmen är kanske det tydligaste exemplet på en fria fältets produktion.

Till skillnad från *Star Wreck* gjordes filmen av ett bolag, om än en enpersonsfirma, med ett team som redan gjort en långfilm. Processen var strukturerad och målet var klart:

webbsidan [www.tulossa2009.com](http://www.tulossa2009.com) berättade att filmen kommer ut 2009, och Ullakko var fast inställd på att få filmen upp på biodukarna på den ordinarie repertoaren.

<b>PRODUKTIONSSKEDE</b>	<b>traditionell modell</b>	<b><i>Mitä meistä tuli</i></b>
		Produktionsbolag
	<b>Idé</b>	<b>Idé</b>
<b>UTVECKLING</b>	Produktionsbolag	<b>Webbsida (marknadsföring)</b>
	<b>Manus</b>	<b>Manus</b>
	Avsiktsförklaring: distributör/tv-kanal	
	SES: presentation	
<b>FÖRPRODUKTION</b>	<b>Plan</b>	<b>Plan</b>
	<b>Finansiering</b>	<b>Inspelning</b>
	Avtal: distributör/tv-kanal	<b>Finansiering (småprojekt)</b>
	SES: produktionsstöd	<b>Klipp/effekter/ljud</b>
<b>PRODUKTION</b>	<b>Inspelning</b>	
<b>EFTERPRODUKTION</b>	<b>Klipp/effekter/ljud</b>	Trailer
	<b>Färdigställning</b>	<b>Färdigställning</b>
<b>DISTRIBUTION</b>	Förevisare	Finansiering (lån för filmkopia)
	<b>Marknadsföring</b>	Lansering: festivalturné
	Lansering: bio	Webbvisning
	Försäljning: DVD	Distributör → förevisare
	Lansering: tv	Lansering: bio
		Försäljning: egen DVD
		Lansering: bio (internationell)

**Produktionskedede med fetstil, delaktiga parter och åtaganden med normalt typsnitt**

*Figur 10: Jämförelse av produktionskedena i Mitä meistä tuli och den traditionella produktionsmodellen*

Som syns i figuren ovan motsvarar *Mitä meistä tulis* produktionsmodell närmare den traditionella modellen än *Star Wreck*. Den största skillnaden mellan *Misty Fridays* film och

traditionell produktion är att finansieringen och samarbetsavtalen gjorts mycket senare. Misty Friday Films försökte på alla sätt få filmen finansierad och betraktad som ett proffsprojekt, men tröttnade på motigheten i ansöknings- och förhandlingsförfarandet. I stället gjorde de filmen som en volontärproduktion. Planen var alltid att göra filmen med små medel: konsumentteknik och 10 000 euro. Som i *Star Wrecks* fall var inspelningsskedet längre än i traditionella filmer, 100 dagar inom ett års tid, och filmen finansierades med mindre, kommersiella, projekt under inspelningens gång.

Filmens lansering ställde till med problem. Gruppen fick inte stöd för sin festivalkopia av filmstiftelsen och bekostade själv den enda filmkopian av filmen. Efter en framgångsrik internationell festivalrunda hade producenterna inte ännu hittat en biografdistributör för filmen, men efterköp passar inte in i den finländska filmbranschens traditioner, så de övervägde att gå samma väg som *Star Wreck* och lansera filmen på internet. Det gjorde Misty Friday också, i form av en engångsvisning på den sociala mediesidan IRC-galleria.

Filmerna fick till slut sin distributör och den enda filmkopian åkte runt i Finland, som en sedvanlig produktion. DVD-lanseringen var dock igen okonventionell. Misty Friday valde att självdistribuera sin DVD, likt *Star Wrecks* första upplaga, via en egen nätbutik. Detta gjorde de på grund av sin dåliga erfarenhet med traditionell DVD-distribution. För att Misty Friday handhar alla rättigheter för filmerna och säljer DVD:na själv behåller de alla inkomster.

Som kan ses i figuren ovan avviker *Mitä meistä tuli* lanseringsmodell mycket från den traditionella. Filmen har fortsatt att distribueras på biograf efter att DVD:n kommit ut, i och med att den visas på makedoniska biograf 2011, två år efter filmen fått sin premiär. *Mitä meistä tuli* följer den traditionella affärsmodellen skapare-producent-distributör-biograf-publik (OPM 2005:8, s. 70), men inte den traditionella lanseringsmodellen biograf-DVD-TV, och den är inte förköpt. Misty Friday Films förvaltar alltså alla rättigheter till filmerna.

Rättigheter, eller immaterialrätt, är en central faktor i animationen *Eetu ja Konnas* produktion. Filmen producerades av Artia, som är en del av leksaks- och speltillverkaren Martinex. Varken producent Jenni Jalava, eller någon annan från bolagen, hade någon erfarenhet av filmproduktion eller den finska filmbranschens kutymmer. Artia startade

projektet med motivationen att göra en långfilm, med den erfarna animatören Kari Häkkinen som filmens skapare. Som man kan se i figuren nedan var Artias första beslut att göra filmen, för att sedan låta Häkkinen bestämma om och ansvara för berättelsen. Trots att Jalava säger att huvudmotivationen var att göra en bra film, var merchandise-framställningen en viktig del av projektet, och Jalava nämner Disneys merchandising-modell som en av projektets inspirationer. Som målsättning var att internt kunna producera och framställa både filmen och merchandise-varorna, ett produktionssätt som hör till Martinex grundprinciper. Inga finansiärer kontaktades då projektet startades, utan produktionen bekostades av Artia.

<b>PRODUKTIONSSKEDE</b>	<b>traditionell modell</b>	<i>Eetu ja Konna</i>
	<b>Idé</b>	<b>Idé att göra film</b>
<b>UTVECKLING</b>	Produktionsbolag	Produktionsbolag ( <b>finansiering</b> )
	<b>Manus</b>	<b>Idé</b>
	Avsiktsförklaring: distributör/tv-kanal	
	SES: presentation	<b>Manus</b>
<b>FÖRPRODUKTION</b>	<b>Plan</b>	<b>Plan</b>
	<b>Finansiering</b>	<b>Animation (inspelning)</b>
	Avtal: distributör/tv-kanal	
	SES: produktionsstöd	Förevisare/distributör
<b>PRODUKTION</b>	<b>Inspelning</b>	Tv-förevisare
<b>EFTERPRODUKTION</b>	<b>Klipp/effekter/ljud</b>	<b>Klipp/effekter/ljud</b>
	<b>Färdigställning</b>	<b>Färdigställning</b>
<b>DISTRIBUTION</b>	Förevisare	
	<b>Marknadsföring</b>	<b>Marknadsföring</b>
	Lansering: bio	Lansering: bio
	Försäljning: DVD	Produktion: tv-serie
	Lansering: tv	Lansering: tv-serie

**Produktionsskede med fetstil**, delaktiga parter och åtaganden med normalt typsnitt

Figur 11: Jämförelse av produktionsskedena i Eetu ja Konna och den traditionella produktionsmodellen



*Eetu ja Konna* är, som man ser i figur 11, den av produktionerna som närmast motsvarar den traditionella produktionsprocessen. Det som avviker är att filmen inte stötts av filmstiftelsen eller förköpts av någon finansiär. Filmens produktionsmodell liknar alltså den amerikanska modellen, eller den modell som användes före filmstiftelsens upprättande. För att vara en animationsfilm var budgeten (under en miljon euro) mycket liten, men markant större än i *Star Wreck* och *Mitä meistä tuli*, som gjordes med volontärmedel. Jalava anser också att finländska animationer är ofantligt dyra och bara marginellt finländska produktioner. Hon säger att det var självklart för Artia/Martinex att kunna stå för produktionskostnaderna utan stöd och var förbryllad över filmbranschens kutymer i jämförelse med andra branscher.

PRODUKTIONSSKEDE	traditionell modell	<i>Star Wreck: in the Pirkinning</i>	<i>Mitä meistä tuli</i>	<i>Eetu ja Konna</i>
				<b>Idé att göra film</b>
			Produktionsbolag	Produktionsbolag <b>(finansiering)</b>
	<b>Idé</b>	<b>Idé</b>	<b>Idé</b>	<b>Idé</b>
<b>UTVECKLING</b>	Produktionsbolag	<b>Webbsida (marknadsföring)</b>	<b>Webbsida (marknadsföring)</b>	
	<b>Manus</b>	Trailer	<b>Manus</b>	<b>Manus</b>
	Avsiktsförklaring: distributör/tv-kanal	<b>Inspelning</b>		
	SES: presentation	<b>Klipp/effekter/ljud</b>		
<b>FÖRPRODUKTION</b>	<b>Plan</b>	<b>Plan</b>	<b>Plan</b>	<b>Plan</b>
	<b>Finansiering</b>	<b>Manus</b>	<b>Inspelning</b>	<b>Animation (inspelning)</b>
	Avtal: distributör/tv-kanal	<b>Finansiering (T-skjortor/publik)</b>	<b>Finansiering (småprojekt)</b>	
	SES: produktionsstöd		<b>Klipp/effekter/ljud</b>	Förevisare/distributör
<b>PRODUKTION</b>	<b>Inspelning</b>			Tv-förevisare
<b>EFTERPRODUKTION</b>	<b>Klipp/effekter/ljud</b>		Trailer	<b>Klipp/effekter/ljud</b>
	<b>Färdigställning</b>	<b>Färdigställning</b>	<b>Färdigställning</b>	<b>Färdigställning</b>
<b>DISTRIBUTION</b>	Förevisare	Lansering: turné	Finansiering (lån för filmkopia)	
	<b>Marknadsföring</b>	Försäljning: egen DVD	Lansering: festivalturné	<b>Marknadsföring</b>
	Lansering: bio	Lansering: webblansering	Webbvisning	Lansering: bio
	Försäljning: DVD	Produktionsbolag	Distributör → förevisare	Produktion: tv-serie
	Lansering: tv	Lansering: tv	Lansering: bio	Lansering: tv-serie
		Distributör	Försäljning: egen DVD	
		Produktion: ny version	Lansering: bio (internationell)	
		Försäljning: distributörens DVD		

Produktionsskede med fetstil, delaktiga parter och åtaganden med normalt typsnitt

Figur 12: Jämförelse av produktionskedena i respondenternas projekt och den traditionella produktionsmodellen

I figur 12 har jag sammanställt alla respondenters produktioner och den traditionella modellen. I denna figur kan man se vad projekten har gemensamt. Figuren är uppställd så att filmernas idé, produktionsplan och färdigställande sammanfaller med varann. Märk väl att figuren inte visar egentliga tidslinjer för projekten. *Star Wrecks* hela produktionsprocess varade åtta år, *Mitä meistä tuli* två år och *Eetu ja Konna* fem år från idé till färdigställande. Som kan skönjas blandas produktionsskedena i varje film. Då en sedvanlig film oftast spelas in i ett kort sjuk har dessa produktioner haft en avsevärt längre produktionsperiod, som blandats med andra produktionsskeden. *Eetu ja Konna* är förvisso ett specialfall, eftersom det är fråga om en animation, vars sedvanliga produktionsskeden är avsevärt mycket längre än spelfilmproduktioners.

Filmerna karaktäriseras alltså av långa produktionsskeden, som börjar tidigare än i traditionella filmers fall, eftersom någon finansieringsprocess eller anställning av produktionsteam inte ingår. Det som inte syns i figuren ovan är de andra likheterna: små produktionsteam och små budgetar.

Produktionsprocesserna för *Star Wreck* och *Mitä meistä tuli* var osäkra. För *Star Wreck* filmades många scener om och i *Mitä meistä tuli* har filmskaparna sagt att de inte visste om filmen någonsin skulle bli färdig. Detta är inte fallet med *Eetu ja Konna*, trots att filmens produktion nog drog ut med hela två år. Inget av projekten hade en beställare eller samarbetspartner som förväntade sig att tidtabellen höll. Produktionerna var alltså oberoende och självstyrda.

För traditionella produktioners lansering görs avtal med distributörer vanligtvis redan på förhand och detta är förutsättningen för att en traditionell film kan stiga in i produktion. Respondenternas filmers lansering skiljer sig betydligt från den traditionella filmproduktionsmodellen (förköp-produktion-distribution), men av sinsemellan olika skäl. *Star Wreck* var alltid ämnad för gratis internetdistribution, men köptes även upp av Universal för DVD-distribution och visades på nationell TV först efter internetlanseringen. *Mitä meistä tuli* hade som mål att visas på biograf, men vägen dit var svår på grund av att Misty Friday Films inte fungerade enligt den traditionella branschens produktionsmodell. *Eetu ja Konna* lanserades mycket traditionellt i biograf, men TV-distributionen är

okonventionell: bolaget klipper och tecknar om vissa delar av filmen i efterhand och har gjort en utbyteshandel med MTV3 i stället för att sälja TV-rättigheterna i förväg.

Hur ser då respondenterna sina produktioner? Detta har frågats redan i kapitel 8, men jag sammanfattar de centralaste poängerna här. Syftet är att kristallisera respondenternas synsätt på fri filmproduktion.

Torssonen anser att manuset var *Star Wrecks* sämsta del. Han säger att det aldrig var pengar de behövde, och säger att unga oetablerade filmskapare inte egentligen borde få ekonomiskt stöd för sina produktioner före de etablerats. Manushjälp är enligt Torssonen det de behöver och skulle gärna se att ett system för unga skapare att få hjälp att utveckla sina idéer med erfarna författare upprättades.

Ullakko vill fortsätta arbeta med småskaliga projekt, med lätt teknik. Han hoppas att den finska filmbranschen, som vanligtvis gör filmer i budgetskalet 600 000 - 2 000 000 euro, skulle ha en större ekonomisk bredd på produktionerna. Han vill även arbeta med samma grupp som tidigare, och ville gärna se att namnet Misty Friday Films skulle ses som ett brand. Han drar paralleller till musikgrupper, vilket Torssonen också gör då han berättar om *Star Wrecks* turné. Kärngrupperna i båda projekten har hållit samman och jobbar nu på sina nästa projekt, och är även aktiva på nätet. På *Iron Skys* hemsida berättar hela teamet om processen med filmen och Misty Friday gör en internetradioshow (podcast) om det finländska fria fältets produktioner. Grupperna är alltså aktiva inom hur de visar sina filmer och riktar sig utåt via social media. De binder sig inte till programmerade visningsmodeller.

Jalava ser på filmbranschen som en utomstående. Hon förundras över förköpsmodellen och filmstödens vikt för att starta en produktion och finner systemet främmande. Artia har agerat som Pertti Pasanen och Timo Koivusalo i tiderna, och gjort en kommersiell film utanför branschens stödgränser. Hon förstår inte hur finländska animationer med över fem miljoner euros budgetar kan vara vettiga projekt att göra, och ser att det positiva med *Eetu ja Konna* är att det är en helfinländsk produktion, där ett finländskt bolag säljer och internt planerar merchandise.

För att sammanfatta ser Torssonen *Star Wreck* som ett amatörprojekt för en nischpublik som överskred publicitetsgränsen på grund av att produktionsprocessen var så intressant att den väckte ett mainstreamintresse och blev ett internationellt fenomen, vilket aldrig var planen. Ullakko ser *Mitä meistä tuli* som en fria fältets film, som Misty Friday Films var tvungen att göra med volontärmedel på grund av att de var i ett mellanrum där man inte kan få stöd. Jalava ser *Eetu ja Konna* som ett testprojekt för sitt bolag och ser inga problem i att arbeta utanför systemet.

## 10 SAMMANFATTNING

Förra kapitlet behandlade undersökningens resultat i jämförelse med traditionell filmproduktion för att forma en bild av respondenternas verksamhets sätt. I detta kapitel behandlas det fria långfilmsskapandet som fenomen. Hurudana är det fria fältets produktioner? Vem görs de av och hur relaterar de till det statsstödda systemet och den traditionella branschens brytningskedje? Vilka slutsatser kan man alltså dra av respondenternas projekt som exempel för det fria filmfältet? Kort sagt söker jag svar för målet för undersökningen: att identifiera och synliggöra det fria filmfältet som respondenterna är del av.

Kapitlet är indelat i punkter, som jag tar ställning till via undersökningens resultat och teorin. Examensarbetet avslutas med mina egna reflektioner på resultaten, färsk händelseutvecklingar som svarar på problemställningar i teoridelen, samt förslag på vidare forskning inom ämnet. Punkterna är följande:

- Fri film görs av olika skäl
- Filmskaparnas relation till det fria fältet varierar
- Utan teknikutvecklingen fanns inte respondenternas filmer
- Det fria fältet påverkas lite av den traditionella branschen
- Institutionerna tacklar branschens problem
- Det fria filmfältet har inte etablerats
- Filmbranschen i brytning

### Fri film görs av olika skäl

Jag har som fall i detta examensarbete haft tre långfilmsprojekt som gjorts utan förköp eller statligt stöd. Projekten gjordes med mycket olika motiv och grundinställningar. *Star Wreck* såg producenten Samuli Torssonen som en amatörfilm som sattes på internet, blev ett internationellt fenomen, och gjorde via sin framgång filmskaparna till proffs. *Mitä meistä tuli* var enligt producent Miika Ullakko en liten fri filmproduktion som inte kunde få

stöd, och som inte heller fick tillit av någon erfaren aktör inom branschen och därför gjordes som en volontärproduktion. Filmen har skapat uppmärksamhet, bland annat på Jussi-galan 2010, där filmen nästan röstades till publikens favorit bland alla traditionella produktioner (Wikipedia 2011j). Sin nästa film ser han som en hybrid av fri film och traditionell produktion – en liten produktion med lätt teknik som ska spridas med flera biografkopior och en rejäl marknadsföringspush. Producent Jenni Jalava ser *Eetu ja Konna* som ett kommersiellt testprojekt, som alltid var ämnat att visas på bio på ett traditionellt sätt. Hon ser inga problem med billig kommersiell animationsproduktion i fortsättningen.

### Filmskaparnas relation till det fria fältet varierar

Det fria fältet har respondenterna olika synvinklar på. Torssonen ser det som naturligt att unga oetablerade filmskapare arbetar på en långfilm utan ekonomiskt stöd eller tillit från bolagen i branschen. Han ser dock att dessa produktioner före streaming av video inte kunde vara offentliga och därför inte uppmärksammas och att denna typ av produktion blivit allt proffsigare under 2000-talet. Ullakko ser ett uppenbart fritt fält, och gör podcasts med fältets filmskapare. Han anser att kortfilmerna främst riktar sig till olika nischpubliker, medan de fria långfilmerna riktar sig till en bredare publik på grund av att de visas på egna visningar. Jalava har ingen insikt i fri filmproduktion eller filmbranschen. Hon ser all innehållsproduktion som kommersiell i grunden och förundrar sig mest över den finska traditionella filmbranschens modell.

Så, vad är då det fria fältet? Långfilmsproduktion utan statligt stöd eller förköp är ett växande fenomen i Finland på 2000-talet: antalet filmer stiger hela tiden. Dessa filmer konkurrerar med statsstödd film, antingen på bioarenan, som *Eetu ja Konna* och *Mitä meistä tuli*, eller via helt andra kanaler som primära lanseringsställen, som *Star Wreck* och dess gratis internetlansering. Det finns även exempel som *Reindeerspotting* (2009) som köptes först som nästan färdig av Bronson Club Oy. Produktionen var alltså oberoende, men filmen lanserades som ett traditionellt projekt.

Teoridelens internationella exempel och respondenternas åsikter om sina egna

produktioner visar att detta icke-förköpta produktionssätt möjliggjorts av konsumentteknikens utveckling till ett konkurrenskraftigt alternativ till dyr professionell utrustning, ett 2000-talets fenomen. Teknikutvecklingen, som bidragit till en kulturförändring där nischinnehåll är mer synligt, är den främsta faktorn som möjliggjort det fria fältets filmproduktion.

#### Utan teknikutvecklingen fanns inte respondenternas filmer

Vilka teknologiska aspekter bidrar då till filmerna? Kort sagt skulle de inte ha gjorts utan 2000-talets digitalteknik. Jalava säger att Artia inte hade gett sig in på projektet *Eetu ja Konna* på 90-talet på grund av att de inte ännu gjorde medieprodukter förrän bolaget började tillverka mjukvara på 2000-talet. Torssonen säger att *Star Wreck* hade varit omöjlig att göra med analog teknik på grund av filmens datoreffekter. Ullakko säger att *Mitä meistä tuli* med 90-talets editeringsteknik hade blivit usel.

Torssonen och Ullakko säger att internetkontakter har varit livsviktiga för *Star Wreck* och *Mitä meistä tuli*. *Star Wrecks* produktion hjälptes som sagt av flera volontärer som byggde 3D-modeller för filmen, och enligt Ullakko kan han inte tänka sig att göra film utan internet: de flesta skådespelarna hittades på nätet, av vilka några var proffs och fick lön, medan största delen var volontärer. Båda filmerna klipptes och effektbelades redan under inspelningarna och båda startade sin marknadsföring redan i början av projektet via egna hemsidor och internettrailers. Teknikutveckling har alltså bidragit till att projekten startades och nätkontakt bidrog betydligt till Ullakkos och Torssonens produktioner.

#### Det fria fältet påverkas lite av den traditionella branschen

Då jag i teoridelen sökte skäl till varför det produceras allt mer oberoende långfilm i Finland antog jag att det har att göra med överutbildning. Jag trodde även att det berott på konkurrensen om produktionsstöd samt TV-kanalernas och distributörernas lägre värdesättning av film och deras försämrade finansieringsbenägenhet, vilket redogjorts för i teoridelen.

Respondenternas produktioner är exempel på en decentralisering av produktionskulturen, som är ett aktuellt fenomen inom kulturproduktion enligt *Kultur – Kraft för framtiden* (OPM 2010:12, s. 24). Som Jetta Huttunen skriver i sin artikel *Mediatuotantoa marginaalissa* reflekterar fenomenet en bredare brytning inom kulturproduktion, där gräsrotsnivån växer till sig vid sidan av institutionaliserad produktion (Huttunen 2010a).

De orsaker jag antagit vara drivkrafter till att filmerna producerats överensstämmer dock inte med vad jag kommit till i undersökningen. Respondenterna, som givetvis inte representerar det hela finländska fria filmfältet, har inte gjort sina filmer på grund av att branschen är i den situation den är.

Miika Ullakkos erfarenheter av *Mitä meistä tulis* produktion motsvarar antagandet närmast: han fick inte statens eller branschens tillit trots att han redan gjort en långfilm. Det var filmens produktionssätt som avskräckte finansierarna för att de inte hade tillit till det. Ullakko säger även att han förstår att produktionsfirman Misty Friday var för oetablerad för att få tillit av branschens proffs. Han säger att det enda Misty Friday behövde var en kamera, och då gruppen hade en, kom de till slutsatsen att de har allt de behöver för att göra filmen.

Att de andra respondenternas filmer gjordes utan stöd eller förköp hade inte någon inverkan på deras val av produktionssätt: *Star Wreck* var från början ett volontärprojekt och *Eetu ja Konna* ett renodlat kommersiellt projekt.

Överutbildningen inom branschen hade inte heller att göra med att filmerna producerades utanför systemet. Ingen av gruppernas medlemmar var högskoleutbildade filmskapare som inte fått jobb inom den traditionella branschen. Torssonen är den enda medianomen i alla tre produktioner, och även han anger inte branschmättningen, utan utbildningens undermålighet, som orsaken till varför han startade projektet *Star Wreck*. Att respondenterna eller deras team inte är medianomer utesluter förstås inte att överutbildningen skapar utrymme för ett fritt fält, men en kvalitativ undersökning som denna kan dock inte svara på denna fråga på ett tillräckligt trovärdigt sätt.



### Institutionerna tacklar branschens problem

Detta väcker frågan: hur är det då med den traditionella branschen och dess problem med finansiering och överutbildning idag? Då jag påbörjade min process med examensarbetet på hösten 2009 började jag utforska branschens läge. Under processen har flera åtgärder vidtagits för att tackla branschens aktuella problem.

Beträffande överutbildningen rapporterar undervisnings- och kulturministeriet 13.4.2011 att mängden medianomer ska minska. En arbetsgrupp inom ministeriet har kommit med ett förslag om utbildningsutbudet fram till 2016, som ska minskas särskilt inom kulturområdet. Enligt förslaget kommer resultaten att synas på arbetsmarknaden under 2020-talet. Arbetsgruppen föreslår en minskning på nästan 3 000 nybörjarplatser inom kulturbranschen per år, 1 000 av dem inom yrkeshögskolorna och 150 inom universiteten. Svar på förslaget kommer i december 2011. (UKM 2011)

Yle som filmfinansiär är bland de första punkterna på filmstiftelsens agenda i deras målprogram 2011-2015 (SES 2011d). Under åren 2010-2011 har filmstiftelsen kommit med flera åtgärder till finansieringskrisen som orsakats av Yles minskade finansiering av samproduktioner.

Stiftelsens samtidsfilmsprojekt stöder filmer med liten budget och snabba produktionsprocesser (Rantanen 2010), medan specialstödprojektet för unga filmskapare skall hjälpa oetablerade filmskapare som fått tillit av branschens professionella produktionsbolag att göra långfilmer (SES 2010a). 50/50-stödet, ett testprojekt som stöder filmer med 50% av budgeten säkrad och som utvärderas enligt en poängskala, är mer eller mindre ett direkt svar på Yles finansieringssvacka. 50/50-stödets syfte är enligt stiftelsen att försnabba beslutsprocessen för filmer som redan har finansiering och att hitta nya finansiärer utanför filmbranschen (SES 2011e). I synnerhet detta stöd visar att filmstiftelsen tar åtgärder som är mindre institutionaliserade till sin natur och inte hakar sig på den traditionella finländska produktionsmodellen.

### Det fria filmfältet har inte etablerats

Mitt mål för examensarbetet är att identifiera och synliggöra det fria filmfältet. Vad är det egentligen och hur ter det sig? Det finns en slags gemenskap inom ambitiös fri filmproduktion i Finland. Misty Friday gör sina podcast-sändningar där de intervjuar oberoende filmskapare och gruppen bakom *Star Wreck* har upprättat Wreckamovie-plattformen där fria filmskapare sammanstrålar.

Ett tämligen nytt fenomen är även filmklubbar som Doclounge, Future Shorts Finland och Pinnan alta, som arrangeras på barer runt om i Finland och som visar oberoende film från Finland och världen. Det finns även, som teoridelen visar, ett växande antal finländska obundna långfilmsproduktioner, och de blir allt mer professionella. Det finns också allt flera högskoleutbildade filmskapare som inte inte får plats i den traditionella branschen (Ekholm 2010; YLE 2011), men det finns ingen egentlig drivkraft för att synliggöra eller etablera detta fenomen som ett fält.

Varför har då det fria filmfältet inte etablerats? Att etablera det fria filmfältet är på de fria filmskaparnas ansvar, men de har inte tagit sig an saken. Orsakerna till detta kan man bara spekulera om. Är det så att filmutbildningsbubblan inte spräckts ännu, eller så att filmskaparna som inte får plats inom branschen söker sig till andra yrken eller utbildningar? Kan det vara så att de ännu väntar på att profilera sig inom den professionella branschen och ser tillvaron utanför systemet som ett mellanstadium som inte behöver etableras som en andel av den professionella branschen? Är det som Jarmo Kalliola säger i sin artikel, att samarbete och gemenskap inte finns inom det finska filmskapandet (Kalliola 2010), att film är business, hård konkurrens, och därför inte ger incitament för att bilda gemenskap?

En sak är dock säker. Findie-filmens gemenskap är en b-films- och nischgemenskap som gör film för den egna gemenskapen och inte söker sig utåt, ett faktum som Misty Fridays producenter Ullakko och Tianyi Pan (Pan 2010) understryker och jag själv kommit till.

Vad är då slutsatsen om det fria fältet? Det görs allt fler ambitiösa långfilmer i Finland utanför det statsunderstödda systemet på grund av nya produktions- och

lanseringsmöjligheter. Ingen vet dock hur man ska klassificera dessa produktioner. Seminarierna som varit grunden för detta examensarbete, Free Cinema -keskustelu och filmstiftelsens diskussionsevenemang om amatörfilm är tydliga försök att utforska ämnet, att ställa frågan "vad är detta fenomen?", men det är det enda som ännu kan frågas.

Den typ av produktion som jag valt att kalla det fria fältets är alltså ett växande och odefinierat fenomen, men inte en gemenskap. Fältet är alltså allt annat en homogent, och aktörerna på fältet är mycket självdrivna och fokuserade på sina egna projekt, trots att nog både Ullakko (via *Sumua perjantaisin*, Misty Fridays podcast) och Torssonen (via Wreckamovie.com) har startat verksamhet som för samman aktörer på fältet. Ämnet det fria fältet är alltså mycket svårt att behandla ännu idag.

Jag har valt att kalla detta område, där långfilm görs utan statligt stöd, för det fria filmfältet enligt teaterfältets och andra konst- och kulturfälts liknande benämning på projekt som inte stöds av staten. Det som kan forskas vidare i, och enligt min åsikt borde göras så fort som möjligt, är vart alla utexaminerade medianomer riktar sig, om inte till det fria fältet. Det är vanligt att frilansare inom andra konst- och kulturbranscher utövar småskalig verksamhet vid sidan av sitt arbete inom statsunderstödda institutioner.

Om man jämför mediabranschen med teaterbranschen kan man förvisso anse att TV-kanalerna, i synnerhet Yle, motsvarar t.ex. teaterfältets stats- och stadsteatrar, och att långfilmsproduktionsbolagen motsvarar just det fria fältet på mediebranschen. Bolagens producenter lever från projekt till projekt och får inget verksamhetsstöd såsom statsandelsteatrarna, och motsvarar teaterns laglösa fält.

Ur denna synvinkel kan man säga att jag forskat endast i ett område som motsvarar teaterns amatörfält, och att har jag forskat i amatörfilm, men det är svårt att se mina respondenters filmer – den mest sedda finska långfilmen någonsin, Jussi-galans publikfavorit nummer två 2010, och den enda helfinska långfilmsanimationen jag känner till – som amatörverksamhet. Sanningen är att film- och teaterfälten inte är jämförbara, eftersom teatergrupper får stöd för verksamhet, medan film får stöd för produktion. Verksamhetsstöd är även något som flera utredningar om den finländska filmbranschen

efterlyser. Jukka Vilhunen har rekommenderat det i *Elokuvatuotannon rahoitusrakenteen vahvistaminen* (Vilhunen 2008, s. 7) och Lauri Törhönen utlyser ett fusionsstöd i *Suomen Elokuva* för att stärka den traditionella filmbranschens svaga bolag (Törhönen 2008, s. 69-71).

För att oberoende långfilmsproduktion skall kunna klassas som en del av proffsfältet kräver detta att filmskaparna själva uppmärksammar att de har något gemensamt i sitt verksamhetssätt, så att man kan föra en diskussion om ämnet. Idag finns ingen allmän konsensus om hur film utanför systemet i Finland borde relateras till. I stället finns en hel del synonymer. Kalla det independentfilm, findie eller indie, no-wave, oavhängig film, lågbudgetfilm, nollbudgetfilm, gör-det-självfilm eller DIY-film, b-film, c-film, z-film, ö-film eller undergroundfilm finns det dock en hel del verksamhet som platsar någonstans mellan amatör- och proffsverksamhet.

### Filmbranschen i brytning

En sista sak som är säker är att det finns ett brytningsskede inom filmproduktion, -distribution och -förevisning, och det har att göra med digitalisering och nätverk, precis som inom musikindustrin tidigare. Affärslogiken och kulturen för video och film är i förändring, vilket påvisats flera gånger inom examensarbetet. Denna förändring var min inspiration till att påbörja processen med mitt examensarbete.

På hösten 2009 laddade försäljningsagenten Thomas Mai upp sin föreläsning *VOD and what it means to the film industry* på nätet, där han presenterade nya utvecklingar i filmdistribution (Mai 2009). Mai presenterar hur VoD och immateriell distribution förändrar inkomstmodellerna, mycket likt Edward Burns distributionsmodell för *Nice Guy Johnny* (2010) (VOD+DVD i stället för biograf-DVD-TV). Mais presentation var starten till detta arbete, så det känns lämpligt att avsluta processen med en referens till den.

Många av Mais exempel på aktuella förändringar inom produktions- och distributionskulturen passar in på det fria filmfältets filmer, och detta låter mig avsluta med en sista referens till respondenterna och deras produktioner.

Den följande och avslutande figuren är en sammanfattning av Mais modell för filmdistributionens och -kulturens framtid, översatt från Harri Ahokas artikel i filmstiftelsens tidning SESinfo 1-2011. Jag har markerat figuren nedan med respondenternas projekt, *Star Wreck*, *Mitä meistä tuli* och *Eetu ja Konna*, där filmskaparnas åtaganden motsvarar Mais exempel.

<b>S = Star Wreck</b>	<b>M = Mitä meistä tuli</b>	<b>E = Eetu ja Konna</b>
<b>Gammal distributionsmodell</b>		<b>Ny distributionsmodell</b>
Gatekeepers		Inga gatekeepers <b>SME</b>
Ensamrätt för distribution		Ingen ensamrätt, flera distributörer <b>SME</b>
Territorialsim		Globala marknader <b>S</b>
Distributionsfönster <b>E</b>		Samtidig distribution <b>SM</b>
En chans (premiär)		Long tail <b>SME</b>
En inkomstkälla		Flera inkomstkällor <b>SME</b>
Independent <b>E</b>		Fandependent <b>SM</b>
Fysisk distribution (film/digitalkopia) <b>ME</b>		Immateriell distribution via nätet <b>SM</b>
<b>Gammal marknadsföring</b>		<b>Ny marknadsföring</b>
Skuffa produkten ut på marknaden (push) <b>E</b>		Använd drivkraft (pull) <b>SM</b>
Kroka och sälj <b>E</b>		Snuttar på nätet, visa vad du har <b>SM</b>
"Jag säger"-tankesätt <b>E</b>		"Bevisa det"-tankesätt <b>SM</b>
Kända personers röst <b>E</b>		Konsumentens röst <b>SM</b>
Text, tryck <b>(S)E</b>		Video, nätverk <b>SM</b>
Gemenskap <b>SM</b>		Kontakter och kommunikation <b>SM</b>
Broschyr <b>ME</b>		Webbsida <b>SM(E)</b>
<b>Gammal produktionsprocess <b>E</b></b>		<b>Ny produktionsprocess <b>SM</b></b>
Finansiering		Marknadsföring
Produktion		Finansiering
Marknadsföring		Produktion
Distribution		Distribution

*Figur 13: filmproduktionens och -distributionens framtid enligt Thomas Mai. Översatt från Harri Ahokas artikel Digitaaliseen elokuvateatteriverkostoon vuoden 2013 aikana i SESinfo 1-2011 (Ahokas 2011)*



## KÄLLOR

- Ahokas, H. (2011) *Digitaaliseen elokuvateatteriverkostoon vuoden 2013 aikana*. SESinfo, Suomen elokuväsäätön tiedotuslehti, 1/2011, s. 23-27.  
[http://www.ses.fi/dokumentit/SESinfo\\_1\\_11.pdf](http://www.ses.fi/dokumentit/SESinfo_1_11.pdf)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Alanen, A. (2008) *There's no business like.... Tieto&trendit*, 3/2008, s. 38–43.  
<http://www.ses.fi/dokumentit/Elokuvatuotannon%20arviointi.pdf>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Albrecht, C. (2008) *MovieMobz Opens Up Moviegoing*. GigaOm (2008, 22 september).  
<http://gigaom.com/2008/09/21/moviemobz-opens-up-moviegoing/>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Brown, M. (2011) *Movie to be released simultaneously on DVD and bittorrent*. Wired (2011, 18 mars).  
<http://www.wired.co.uk/news/archive/2011-03/18/the-tunnel-on-bittorrent>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Burns, E. (2010) *Distribution Panel, Woodstock Film Festival 2010*. Vimeo (2010, 11 oktober)  
<http://vimeo.com/15737635>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Mai, T. (2009) *VOD and what it means to the film industry*. Itunes [podcast] (2009, 2 november)  
<http://itunes.apple.com/us/podcast/vod-cod-dod-crowdfunding-for/id342575704>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Ekholm, J. (2010) *Taidealalla ennätysmäärä työttömiä*. Statistikcentralens *Tieto&trendit-lehti 1/2010*.  
[http://www.stat.fi/artikkelit/2010/art\\_2010-02-18\\_006.html?s=0](http://www.stat.fi/artikkelit/2010/art_2010-02-18_006.html?s=0)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Elokuvauutiset, (2009) *Spede, Donner ja Elokuvasäätö*. Elokuvauutiset (2009, 30 oktober).  
[http://elokuvaauutiset.fi/site/index.php?option=com\\_content&view=article&id=859:spede-donner-ja-elokuvasaetaetioe&catid=65:klaffivirhe&Itemid=97](http://elokuvaauutiset.fi/site/index.php?option=com_content&view=article&id=859:spede-donner-ja-elokuvasaetaetioe&catid=65:klaffivirhe&Itemid=97)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Elokuvauutiset, (2011) *Aleksi Mäkelän Kotirauha sai tuotantotukea*. Elokuvauutiset (2011, 15 februari)  
<http://elokuvaauutiset.fi/site/uutiset/kotimaa/2388-aleksi-maekelaen-kotirauha-sai-tuotantotukea>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Eskola, J. & Suoranta, J. (1996) *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Lapin yliopiston kasvatustieteellisiä julkaisuja C 13. Rovaniemi: Lapin Yliopisto.
- EU (2011) *Antitrust: Commission closes probe into Hollywood studios after they change terms of contracts for digitisation of European cinemas*. Europa Press Release (2011, 4 mars)  
<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/11/257>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Fritz, B. (2010) *Blockbuster tells Hollywood studios it's preparing for mid-September bankruptcy*. *Los Angeles Times* (2010, 26 augusti).  
<http://latimesblogs.latimes.com/entertainmentnewsbuzz/2010/08/blockbuster-tells-hollywood-studios-its-preparing-for-midseptember-bankruptcy.html>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Hall P. (2006) *Independent Film Distribution: How to Make a Successfull End Run - Around the Big Guys* Kalifornien: Michael Wiese Productions.
- Harinkainen I. (2011) *Lelufirma rahoitti kotimaisen lastenelokuvan* (2011, 17 februari)  
[http://yle.fi/uutiset/kulttuuri/2011/02/lelufirma\\_rahotti\\_kotimaisen\\_lastenelokuvan\\_2372610.html](http://yle.fi/uutiset/kulttuuri/2011/02/lelufirma_rahotti_kotimaisen_lastenelokuvan_2372610.html)  
(Hämtat 24.4.2011)

- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2000)  
*Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsingfors: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2001)  
*Tutki ja kirjoita*. Helsingfors: Tammi.
- Hope, T. (2010a) *An Endless Cycle Of Diminishing Returns*. Truly Free Film (2010, 15 december)  
<http://trulyfreefilm.hopeforfilm.com/2010/12/an-endless-cycle-of-diminishing-returns.html>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Hope, T. (2010b) *Simple Observation: One Reason It Is Hard To Finance Films*. Truly Free Film (2010, 7 december)  
<http://trulyfreefilm.hopeforfilm.com/2010/12/simple-observation-one-reason-it-is-hard-to-finance-films.html>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Huttunen, J. (2010a) Mediatuotantoa marginaalissa – harrastajaelokuvantekijät uutta tuotantokulttuuria luomassa. *SESinfo, Suomen elokuvasäätiön tiedotuslehti*, 3/2010, s. 22-25  
<http://www.ses.fi/dokumentit/SESinfo%203-10.pdf>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Huttunen, J. (2010b) *Diskussionsevenemang*. Elokuvasäätiön keskustelutilaisuus harrastajaelokuvasta 24.9.2010. Ljudinspelning #39 [Special] *Harrastaja vai ammattilainen*, tillgänglig på  
[http://mistyfriday.mypodcast.com/201009\\_archive.html](http://mistyfriday.mypodcast.com/201009_archive.html)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Isto, K. (2010) *Free Cinema -keskustelu*. Seminarium, Ateneum i Helsingfors den 26 januari 2010. Ljudfilen inte längre tillgänglig, men laddad från Facebook och arkiverad av forskaren.
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Journalistförbundet (2006) *Viestintäkoulutusta on vähennettävä*. Finlands journalistförbund, fackförbundsmöte i Tammerfors (2006, 18 maj)  
[http://www.journalistiliitto.fi/edunvalvonta/nuori\\_journalisti/koulutuskannanotto/](http://www.journalistiliitto.fi/edunvalvonta/nuori_journalisti/koulutuskannanotto/)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Järvinen, P. (2011) Yleä tarvitaan enemmän kuin koskaan. *Vihreä lanka* (2011, 9 mars)  
<http://www.vihrealanka.fi/blogi/yle%C3%A4-tarvitaan-enemm%C3%A4n-kuin-koskaan>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Kankkunen, K., Vedenpää, V. & Wallius A. (2011) *Yle rahoittaa kotimaista elokuvaa puoliteholla*. Radion kulttuurisuutiset, YLE (2011, 8 mars)  
[http://yle.fi/uutiset/kulttuuri/2011/03/yle\\_rahottaa\\_kotimaista\\_elokuvaa\\_puoliteholla\\_2416015.html](http://yle.fi/uutiset/kulttuuri/2011/03/yle_rahottaa_kotimaista_elokuvaa_puoliteholla_2416015.html)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Kalliola, J. (2010) TV-tuotanto katoaa Suomesta. *Mediaviikko* (2010, 24 juni).  
<http://mediaviikko.fi/aiheet/elokuvat-tv/uutinen/tv-tuotanto-katoaa-suomesta.html?p797=9&p119=2>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Kankare, M. (2004) Pekko kasvoi ohjaajaksi. *Talouselämä* (2004, 27 januari).  
<http://www.talouselama.fi/tyoelama/article157355.ece>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Kemppinen P. (2010) *Diskussionsevenemang*. Elokuvasäätiön keskustelutilaisuus harrastajaelokuvasta 24.9.2010. Ljudinspelning #39 [Special] *Harrastaja vai ammattilainen*, tillgänglig på  
[http://mistyfriday.mypodcast.com/201009\\_archive.html](http://mistyfriday.mypodcast.com/201009_archive.html)  
(Hämtat 24.4.2011)



- Kinnunen, K. (2010) *Free Cinema -keskustelu*. Seminarium, Ateneum i Helsingfors den 26 januari 2010. Ljudfilen inte längre tillgänglig, men laddad från Facebook och arkiverad av forskaren.
- Kinnunen, K. (2011a) Elokuvaleytyksen tulevaisuudesta: Finnkinon täsmennyksiä virtual print fee -asiaan *Suomen kuvalehti* (2011, 26 januari)  
<http://suomenkuvalehti.fi/blogit/kuvien-takaa/elokuvaleytyksen-tulevaisuudesta-finnkinon-tasmennyksia-virtual-print-fee-asiaan>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Kinnunen, K. (2011b) Elokuva-alaa hämmentänyt virtual print fee ei ole kartelli, arvioi EU-komissio. *Suomen kuvalehti* (2011, 9 mars)  
<http://suomenkuvalehti.fi/blogit/kuvien-takaa/elokuva-alaa-hammentanyt-virtual-print-fee-ei-ole-kartelli-arvioi-eu-komissio>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Kinnunen, K. (2011c) *Reindeerspotting: Näin kohuttu kotimainen huume-elokuva syntyi*. *Suomen kuvalehti* (2011, 3 mars)  
<http://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/reindeerspotting-nain-kohuttu-kotimainen-huume-elokuva-syntyi>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Kokkonen, T., Loppi, K. & Karjalainen, A. (2002) *For free – selvitys suomalaisen teatterin vapaasta kentästä*. Suomen teatterit ry:n julkaisut (2002, 27 maj)  
[http://www.suomenteatterit.fi/Uudet\\_netpdf/for\\_free.pdf](http://www.suomenteatterit.fi/Uudet_netpdf/for_free.pdf)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Konttinen S. (2010) *Diskussionsevenemang*. Elokuvasäätion keskustelutilaisuus harrastajaelokuvasta 24.9.2010. Ljudinspelning #39 [Special] *Harrastaja vai ammattilainen*, tillgänglig på  
[http://mistyfriday.mypodcast.com/201009\\_archive.html](http://mistyfriday.mypodcast.com/201009_archive.html)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Krohn, I. (2010) *Diskussionsevenemang*. Elokuvasäätion keskustelutilaisuus harrastajaelokuvasta 24.9.2010. Ljudinspelning #39 [Special] *Harrastaja vai ammattilainen*, tillgänglig på  
[http://mistyfriday.mypodcast.com/201009\\_archive.html](http://mistyfriday.mypodcast.com/201009_archive.html)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Kuosmanen J. (2010) *Free Cinema -keskustelu*. Seminarium, Ateneum i Helsingfors den 26 januari 2010. Ljudfilen inte längre tillgänglig, men laddad från Facebook och arkiverad av forskaren.
- Louhivuori, J. (2010) *Diskussionsevenemang*. Elokuvasäätion keskustelutilaisuus harrastajaelokuvasta 24.9.2010. Ljudinspelning #39 [Special] *Harrastaja vai ammattilainen*, tillgänglig på  
[http://mistyfriday.mypodcast.com/201009\\_archive.html](http://mistyfriday.mypodcast.com/201009_archive.html)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Meza, P. E. (2007) *Coming attractions? : Hollywood, high tech, and the future of entertainment*. Kalifornien: Stanford Business Book, An Imprint of Stanford University Press.
- Miller, L. S. (2010) *Edward Burns Goes Totally Digital With Nice Guy Johnny*. Gigaom (2010, 15 oktober).  
<http://gigaom.com/video/edward-burns-goes-totally-digital-with-nice-guy-johnny/>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Miller, L. S. (2011) *Will Girl Walks Into a Bar Lead Indie Films to the Web?* Gigaom (2011, 12 mars).  
<http://gigaom.com/video/girl-walks-into-a-bar-youtube/>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Nieminen A. (2010) Media-alan koulutuskupla pullistuu. *Suomen kuvalehti* (2010, 7 mars)  
<http://suomenkuvalehti.fi/blogit/eri-mielta/media-alan-koulutuskupla-pullistuu>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Olsson, C. (2010) *Prislapp på kultur?* Produforums seminarium, Kansallisteatteri, Helsingfors (2010, 15 september)

- OPM (2005:8) *Audiovisuaalisen politiikan linjat*. Undervisningsministeriets publikationer 2005:8. Helsingfors: Universitetstryckeriet.  
[http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2005/audiovisuaalisen\\_politiikan\\_linjat](http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2005/audiovisuaalisen_politiikan_linjat)  
(Hämtat 24.4.2011)
- OPM (2010:12) *Kultur — kraft för framtiden; Kommitténs förslag till redogörelse om kulturens framtid*. Undervisningsministeriets publikationer 2010:12. Helsingfors: Universitetstryckeriet.  
<http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2010/liitteet/OPM12.pdf> (PDF)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Pan, T. (2010) *Diskussionsevenemang*. Elokuvasäätiön keskustelutilaisuus harrastajaelokuvasta 24.9.2010. Ljudinspelning #39 [Special] *Harrastaja vai ammattilainen*, tillgänglig på  
[http://mistyfriday.mypodcast.com/201009\\_archive.html](http://mistyfriday.mypodcast.com/201009_archive.html)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Play God (2010) *Play God* (DVD) Dokumentär, 39 minuter, regissör: Teemu Nikki. It's Alive Productions.
- Puskala, J. (2010) *Diskussionsevenemang*. Elokuvasäätiön keskustelutilaisuus harrastajaelokuvasta 24.9.2010. Ljudinspelning #39 [Special] *Harrastaja vai ammattilainen*, tillgänglig på  
[http://mistyfriday.mypodcast.com/201009\\_archive.html](http://mistyfriday.mypodcast.com/201009_archive.html)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Rantanen, T. (2011) *Aikalaiselokuva – viimeisimmistä hengenvedoista syntyvä ajattomuus?* SESinfo, Suomen elokuvasäätiön tiedotuslehti, 1/2011, s. 10-14.  
[http://www.ses.fi/dokumentit/SESinfo\\_1\\_11.pdf](http://www.ses.fi/dokumentit/SESinfo_1_11.pdf)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Rodriguez, R. (1995) *Rebel without a Crew: Or How a 23-Year-Old Filmmaker With \$7,000 Became a Hollywood Player*. New York: Plume Books.
- Rossi, P. (2010) *Diskussionsevenemang*. Elokuvasäätiön keskustelutilaisuus harrastajaelokuvasta 24.9.2010. Ljudinspelning #39 [Special] *Harrastaja vai ammattilainen*, tillgänglig på  
[http://mistyfriday.mypodcast.com/201009\\_archive.html](http://mistyfriday.mypodcast.com/201009_archive.html)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Sainio M. (2009) *Suomalaisten elokuvien kansainvälistyminen*. Åbo: Turun kauppakorkeakoulu, liiketaloustiede.  
<http://www.ses.fi/dokumentit/Suomalaisten%20elokuvien%20kansainv%C3%A4listyminen.pdf>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Salminen, K. (1991) *Harlin on Harlin*. Helsingfors: Like kustannus.
- Salo, A. (2009) *Pitkien elokuvien tuottamisen taloudellinen kannattavuus Suomessa 2000-luvun alussa*. Metropolia, Viestinnän koulutusohjelma.
- Selin, M. (2010) *Free Cinema -keskustelu*. Seminarium, Ateneum i Helsingfors den 26 januari 2010. Ljudfilen inte längre tillgänglig, men laddad från Facebook och arkiverad av forskaren.
- Seppälä R. (2010) *Teatergrannar - Utredning om det finsk-svenska teatersamarbetet och dess utveckling*. Helsingfors: Undervisnings- och kulturministeriet / Hanaholmen.  
[http://www.hanaholmen.fi/sv/component/docman/doc\\_download/461-teatergrannar-riitta-seppalas-utredning](http://www.hanaholmen.fi/sv/component/docman/doc_download/461-teatergrannar-riitta-seppalas-utredning)  
(Hämtat 24.4.2011)
- SES (2010a) OKM:n erillismääräraha audiovisuaalisella alalla toimivien nuorten ammattilaisten työllistämiseen *Ajankohtaista* 20.10.2010  
[http://www.ses.fi/fi/ajankohtaista\\_asia.asp?id=3336](http://www.ses.fi/fi/ajankohtaista_asia.asp?id=3336)  
(Hämtat 24.4.2011)
- SES (2010b) *Kotimaisen elokuvan yleisöt 2010*. Helsingfors: Parametra  
<http://www.ses.fi/dokumentit/Kotimaisen%20elokuvan%20yleis%C3%B6t%202010.pdf>  
(Hämtat 24.4.2011)

- SES (2011a) Statistik samlad från SES webbsidor om långfilmspremiärer.  
<http://www.ses.fi/>  
(Hämtat 20.1.2011)
- SES (2011c) Suomalainen indie-elokuva "Mitä meistä tuli" teatterilevitykseen Makedoniassa.  
*SES Ajankohtaista* 8.4.2011 Källa : Black Lion.  
[http://www.ses.fi/fi/ajankohtaista\\_asia.asp?id=3507](http://www.ses.fi/fi/ajankohtaista_asia.asp?id=3507)  
(Hämtat 24.4.2011)
- SES (2011d) *Suomalaisen elokuvan tavoiteohjelma*. Suomen elokuväsäätiö. Helsingfors: Premedia.  
<http://www.ses.fi/dokumentit/Suomalaisen%20elokuvan%20tavoiteohjelma%202011-2015.pdf>  
(Hämtat 24.4.2011)
- SES (2011e) Elokuvasäätiö lanseeraa 50/50 tuotantomuodon kokeilun vuosille 2011 ja 2012.  
*SES Ajankohtaista* 21.3.2011  
[http://www.ses.fi/fi/ajankohtaista\\_asia.asp?id=3477](http://www.ses.fi/fi/ajankohtaista_asia.asp?id=3477)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Star Wreck (2011) <http://starwreck.com/distribution.php>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Stern J. (2010) *Interview with Ed Burns*. MotionLife Media Blog (2010, 21 september)  
<http://motionlifemediablog.wordpress.com/2010/09/21/interview-with-ed-burns/>  
(Hämtat 24.4.2011)
- TeliaSonera (2009) *Posse kerännyt alle kuukaudessa yli 35 000 katsojaa*. TeliaSonera lehdistötiedote (2009, 30 december)  
[http://www.teliaasonera.com/Global/Media/Cision/465348\\_FI\\_wkr0011.pdf](http://www.teliaasonera.com/Global/Media/Cision/465348_FI_wkr0011.pdf)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Tervanen K. (1999) *Suomalaisen elokuvan markkinat ja kilpailukyky*. Helsingfors: F&L Research på uppdrag av SES och handels- och industriministeriet.
- Torkkel S. (2008) *Jatkuu ensi viikolla, Television draamasarjan tuotantotavat ja tuottajuus*. Stadia, Viestinnän koulutusohjelma (2008, 10 april).  
<http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/39194/stadia-1213088412-5.pdf?sequence=1>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Törhönen, L. (2008) *Suomen Elokuva – Finlands Film. Selvitys elokuvan julkisesta rahoitusjärjestelmästä*. Opetusministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2008:29. Helsingfors: undervisningsministeriet.  
<http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2008/liitteet/tr29.pdf>  
(Hämtat 24.4.2011)
- UKM (2010) *Luovien alojen yritystoiminnan kasvun ja kansainvälistymisen kehittämisohjelma*. Opetusministeriön valtakunnallinen ESR-kehittämisohjelma 2007-2013.  
[http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/EU-asiat/EU-rakennerahastot/ohjelmat/Kehittamisohjelmat/Luovien\\_alojen\\_yritystoiminnan\\_kasvun\\_ja\\_kansainvlistymisen\\_kehittmisohjelma.pdf](http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/EU-asiat/EU-rakennerahastot/ohjelmat/Kehittamisohjelmat/Luovien_alojen_yritystoiminnan_kasvun_ja_kansainvlistymisen_kehittmisohjelma.pdf)  
(Hämtat 24.4.2011)
- UKM (2011) *Arbetsgruppen föreslår: Ökat utbud av utbildning inom social- och hälsovården och minskat utbud inom kulturområdet*. Pressmeddelande på www.minedu.fi (2011, 13 april).  
(Hämtat 24.4.2011)
- Ullakko, M. (2010) *Diskussionsevenemang*. Elokuvasäätiön keskustelutilaisuus harrastajaelokuvasta 24.9.2010. Ljudinspelning #39 [Special] *Harrastaja vai ammattilainen*, tillgänglig på  
[http://mistyfriday.mypodcast.com/201009\\_archive.html](http://mistyfriday.mypodcast.com/201009_archive.html)  
(Hämtat 24.4.2011)

- Utbildnings- och kulturdepartementet (2006)  
*2006 års filmavtal*. Svenska Filminstitutet, Stockholm (uppdaterad 2010, 2 november)  
<http://www.sfi.se/PageFiles/5703/Filmavtalet.pdf>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Varsinais-Suomen Yrittäjä (2011)  
Eetu ja Konna luo uutta kulttuuria. *Varsinais-Suomen Yrittäjä* (2011, mars)  
<http://www.y-lehti.fi/arkisto/artikkeli/3758>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Vasa stad (2010)  
*Aleksi Mäkelän uusi elokuva kuvataan Vaasassa*. Vasa stads internetsida (2010, 21 maj).  
<http://www.vaasa.fi/WebRoot/380444/Vaasa2010SubpageWithoutBanner.aspx?id=1166907>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Vilhunen, J. (2008)  
*Elokuvatuotannon rahoitusrakenteen vahvistaminen*. Helsingfors: Suomen elokuväsäätiö (2008, 14 januari).  
<http://www.ses.fi/dokumentit/Elokuvatuotannon%20rahoitusrakenteen%20vahvistaminen.pdf>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Walk, H. (2010)  
*Great Scott! Over 35 Hours of Video Uploaded Every Minute to YouTube*. YouTube (2010, 10 november)  
<http://youtube-global.blogspot.com/2010/11/great-scott-over-35-hours-of-video.html>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Wallius (2011)  
*Kotimaisella elokuvalla oli mahtivuosi*. YLE, Kulturi, Radion kulttuuriuutiset ja Kultakuume, webbartikkel av redaktör Anniina Wallius (2011, 3 januari, uppdaterad 7 januari).  
[http://yle.fi/uutiset/kulttuuri/2011/01/kotimaisella\\_elokuvalla\\_oli\\_mahtivuosi\\_2259823.html](http://yle.fi/uutiset/kulttuuri/2011/01/kotimaisella_elokuvalla_oli_mahtivuosi_2259823.html)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Wikipedia (2011a)  
*Independentfilm*. <http://sv.wikipedia.org/wiki/Independentfilm>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Wikipedia (2011b)  
*Suomen elokuväsäätiö*. [http://fi.wikipedia.org/wiki/Suomen\\_elokuv%C3%A4%C3%A4ti%C3%B6](http://fi.wikipedia.org/wiki/Suomen_elokuv%C3%A4%C3%A4ti%C3%B6)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Wikipedia (2011c)  
*Moore's lag*. [http://sv.wikipedia.org/wiki/Moore's\\_lag](http://sv.wikipedia.org/wiki/Moore's_lag)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Wikipedia (2011d)  
*Crowdsourcing*. <http://en.wikipedia.org/wiki/Crowdsourcing>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Wikipedia (2011e)  
*Counter-Strike*. <http://sv.wikipedia.org/wiki/Counter-Strike>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Wikipedia (2011f)  
*The Age Of Stupid*. [http://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Age\\_of\\_Stupid](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Age_of_Stupid)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Wikipedia (2011g)  
*Paranormal Activity*. [http://en.wikipedia.org/wiki/Paranormal\\_Activity](http://en.wikipedia.org/wiki/Paranormal_Activity)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Wikipedia (2011h)  
*Findie*. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Findie>  
(Hämtat 24.4.2011)
- Wikipedia (2011i)  
*Night of the Living Dead*. [http://en.wikipedia.org/wiki/Night\\_of\\_the\\_Living\\_Dead](http://en.wikipedia.org/wiki/Night_of_the_Living_Dead)  
(Hämtat 24.4.2011)
- Wikipedia (2011j)  
*Mitä meistä tuli*. [http://fi.wikipedia.org/wiki/Mit%C3%A4\\_meist%C3%A4\\_tuli](http://fi.wikipedia.org/wiki/Mit%C3%A4_meist%C3%A4_tuli)  
(Hämtat 24.4.2011)

YLE (2011) *Viestintäalalle koulutetaan liikaa nuoria.* Lauri Kivinen, VD för Yleisradio. Pressmeddelande på [www.yle.fi](http://www.yle.fi) (2011, 27 januari).  
[http://avoinyyle.fi/www/fi/tiedotteet/2011.php?we\\_objectID=292](http://avoinyyle.fi/www/fi/tiedotteet/2011.php?we_objectID=292)  
(Hämtat 24.4.2011)

YLE Uutiset (2009) *Mannerheim-elokuva yritetään pelastaa 50 euron pääsylipuilla.* YLE uutiset/kulttuuri, webbartikel (2009, 27 februari, uppdaterad 28 februari).  
[http://www.yle.fi/uutiset/kulttuuri/2009/02/mannerheim-elokuva\\_yritetaan\\_pelastaa\\_50\\_euron\\_paasylipuilla\\_577884.html](http://www.yle.fi/uutiset/kulttuuri/2009/02/mannerheim-elokuva_yritetaan_pelastaa_50_euron_paasylipuilla_577884.html)  
(Hämtat 24.4.2011)

#### Intervjuer med

Miika Ullakko, 29.3.2011  
Samuli Torssonen, 1.4.2011  
Jenni Jalava, 13.4.2011

Forskaren har arkiverat ljudupptagningarna och transkriberat intervjuerna.



1. På vilket sätt skiljer sig det fria fältets aktörers produktionssätt från den traditionella produktionsformen?

Frågor som ger svar på denna forskningsfråga:

- varför göra en film utan statligt stöd?
- varför inte förköp?
- vilka förebilder, om några, hade ni för ert produktionssätt
- hurdana finansieringsmodeller övervägde ni under processen och vilka kom ni till att använda?
- är målgruppen för er film en annan än för statsstödda filmer?
- är er film ett övningsarbete eller är den från början gjord för en publik?

2. Vilka faktorer inom teknik och kultur inverkar på respondenternas produktionssätt?

Frågor som ger svar på denna forskningsfråga:

- påverkar innovationer inom teknik det att filmen överhuvudtaget blev till?
  - Inspelningsteknik
  - förevisningsteknik
  - marknadsföringskanaler
  - distributionsteknik
  - publikkontakt
- påverkar förändringar i utbildning och möjlighet till självstudier det att filmen blev till?
- Hur påverkar den professionella konkurrensen och arbetsmarknadens mättning det hur filmen gjordes?
- Hur påverkades ert projekt av att finansiärernas köpkraft minskat?
- Var er låga budget en faktor vid finansieringsförhandlingar?

**3. Hur bedömer det fria filmfältets aktörer de arbetsätt de använt?**

Frågor som ger svar på denna forskningsfråga:

- hade er film någonsin färdigställts inom det traditionella systemet?
- Var ert val att sälja en färdig film ett bra val?
  - Försvårade gratisutgivningen filmens distribution via traditionella kanaler?

(Alla frågor svarar tillsammans på frågan "Vilka är de gemensamma nämnarna i respondenternas produktionssätt?")

## HAASTATTELURUNKO – TEEMAHAASTATTELU

### 1. YLEISIÄ KYSYMYKSIÄ

- Kuka olet ja mikä roolisi oli kyseisessä projektissa?
- Miten tulit mukaan projektiin?
- Mikä tämänhetkinen työtehtäväsi on?

### 2. VAPAA KENTTÄ

*Vapaan kentän määrittelen työssäni sinä elokuva-alan osiona joka tekee elokuvaa ilman valtion tukea ja/tai jonka elokuvaa ei ole myyty etukäteen televisiolevitykseen*

- **onko tämäntyyppinen tuotantotapa merkki amatööriproduktiosta?**
- *onko elokuvanne kohdeyleisö eri kuin valtion tukemien elokuvien?*
  - *näetkö elokuvanne harjoitustyönä vai onko se alun alkaen yleisölle suunniteltu?*
  - *vaikuttivatko muutokset koulutuksessa tai verkon itseoppimahdollisuudet elokuvan syntyyn?*
  - *vaikuttiko alan kiristynyt kilpailu ja työmarkkinoiden täyttyminen elokuvanne tuotantoon?*

### 3. RAHOITUS

- **miksi teitte kyseessä olevan elokuvan ilman valtion tukea/ennakko-ostoa?**
  - *minkälaisia rahoitusmalleja harkitsitte ja miten rahoititte lopulta elokuvan?*
  - *miten projektiinne vaikutti rahoittajien vähentynyt ostovoima?*
  - *oliko alhainen budjettinne tekijä rahoitusneuvotteluissa?*

### 4. TUOTANTO

- **miten projekti tehtiin?**
- **miten vapaalla kentällä toimiminen vaikutti suunnitteluun ja toteutukseen?**
  - *mitä esikuvia, jos yhtään, teillä oli tuotantotavoillenne?*

### 5. TEKNOLOGIA

- **miten teknologia, kuten tuotantokalusto ja verkkokontaktit, vaikutti toteutukseen?**
- **entä jos olisitte tehneet elokuvanne 90-luvulla, ilman digitaalista tekniikkaa tai internetiä?**

*esimerkkeinä:*

*tuotantotekniikka  
yleisökontakti  
näytöstekniikka  
julkaisutekniikka (verkko ja kopiot)  
markkinointikanavat*

*olisiko elokuvanne ikinä valmistunut perinteistä tuotantomallia käyttäen?*

### 6. JULKAISU

- **miten valitsitte elokuvan lopulliset julkaisumenetelmät?**
- **mitkä olivat muut suunnitellut julkaisuvaihtoehdot?**  
**(tärkeää on itse julkaisusuunnitelma, eikä elokuvan yleisö- tai kriitikkovastaanotto)**
  - oliko valintanne myydä valmis elokuva hyvä?*
  - vaikuttiko tuotanto- tai julkaisutapanne elokuvanne julkaisua perinteisissä kanavissa?*



## BUDGET

### Oy Superbra Bilder Ab

BIOGRAFFILM fiktion, 100 min, 28 inspelningsdagar

### SAMMANDRAG AV KOSTNADERNA

#### MANUSKRIPT OCH FÖRPRODUKTION

Manuskript	45 000	
Förproduktionens löner	85 000	
Resor & Inkvartering	6 000	
Övriga förproduktionskostnader	12 500	
<b>MANUSKRIPT OCH FÖRPRODUKTION</b>	<b>148 500</b>	<b>148 500</b>

#### PRODUKTIONSPERSONAL

Produktion	87 000	
Regi	76 000	
Fotografi	165 000	
Ljud	19 000	
Scenografi	85 000	
Kostymer	38 000	
Maskering	26 000	<b>470 000</b>

**SKÅDESPELARE 102 000**

**TRANSPORTER OCH RESOR 125 000**

**SCENOGRAFI 67 000**

**KOSTYMER 26 000**

**MASKERING & HÅR 2 000**

**STUDIO & INSPELNINGSPLATSER 27 000**

**FILMTEKNISK UTRUSTNING OCH MATERIAL 92 000**

**ORIGINALMATERIAL 20 000**

**LABORATORIUM / PRODUKTION 20 000**

**PRODUKTION TOTALT 951 000**

**KLIPPNING 50 000**

**MUSIK 36 000**

**EFTERPRODUKTION, BILD 92 000**

**FÖR- OCH EFTERTEXTER 4 000**

**EFTERPRODUKTION, LJUD 38 000**

**LABORATORIUM / EFTERPRODUKTION 6 500**

**EFTERPRODUKTION TOTALT 226 500**

**KOPIEKOSTNADER 6 500**

**MARKNADSFÖRING 20 500**

**DIVERSE KOSTNADER 40 000**

**ÖVRIGT TOTALT 67 000**

FÖRPRODUKTION	148 500	10%
PRODUKTION	951 000	66%
EFTERPRODUKTION	226 500	16%
ÖVRIGT	67 000	5%
ADMINISTRATION	5% 62 225	4%
RESERVERING FÖR OFÖRUTSEDDA KOSTNADER	10% 124 450	9%
<b>TOTALKOSTNADER</b>	<b>1 431 175</b>	<b>100%</b>