

Kan den finländska producenten påverka representation inom media?

Intervjuer med film- och TV-producenter

Frida Johansson

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Film & Television
Identifikationsnummer:	5965
Författare:	Frida Johansson
Arbetets namn:	Kan den finländska producenten påverka representation inom media? Intervjuer med film- och TV-producenter
Handledare (Arcada):	Maria Bäck
Uppdragsgivare:	
<p>Sammandrag:</p> <p>Examensarbetet frågar sig hur producenter av finländsk media (film, television, dokumentär) kan påverka och försäkra sig om existensen av representation av kvinnor i den media de producerar. Syftet är att kartlägga och klargöra hur ansvaret för representation fördelas mellan producenter och andra påverkare inom processen för att skapa medieinnehåll. Med representation avses avbildningen av en person i media – det vill säga, visar medieinnehållet en varierad typ av människor? Representation är en viktig aspekt av medieforskning, både könen emellan och då det gäller andra minoriteter. Nivån av representation av kvinnor i finländsk media är väldigt låg, även om den långsamt är på väg mot ett bättre håll.</p> <p>Forskningen gjordes genom att intervjua fyra finländska producenter: Leila Lyytikäinen, Annika Sucksdorff, Kaarle Aho, och Maarit Lalli. Producenterna arbetar alla i huvudstadsregionen, har producerat varierande media, och var tillgängliga för intervjuer i april 2016. Intervjuerna transkriberades och analyserades med den kvalitativa metoden, och sammanfattades sedan enligt indelning i fyra teman – producentens ansvar, stereotyper och igenkänning, förändring då och nu, och berättelsens uppbyggnad.</p> <p>Svaret på forskningsfrågan är att producenten kan påverka representation i finländsk media genom målgruppsanalys, samarbete med finansiär och distributör, och genom att fundera på representationsfrågan direkt då ett projekt börjar utarbetas, vare sig det är genom ett färdigt manus eller genom att optionera böcker eller observera fenomen och göra dem till en produktion. Producenten har ansvar, men ansvaret är också fördelat mellan andra inblandade i skapelseprocessen. Det är viktigt för producenten att vara medveten om makten i representation, och att sträva till att använda den av rätta orsaker. Attityder som hittills har lett till dålig representation av marginaliserade grupper kan förändras genom uppfostran och medveten strävan till förändring.</p>	
Nyckelord:	Representation, media, feminism, medieanalys, producent, intervju, kvalitativ undersökning,
Sidantal:	
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Film & Television
Identification number:	5965
Author:	Frida Johansson
Title:	Can the Finnish producer affect representation in media? Interviews with film and TV producers
Supervisor (Arcada):	Maria Bäck
Commissioned by:	
<p>Abstract:</p> <p>The study asks how producers of Finnish media (film, television, and documentary) can affect and ensure the existence of representation of women in the media they produce. The intention is to chart and clarify how the responsibility for assuring representation is shared between the producers and the other influencers in the media creation process. Representation here means the image of a person in media – which is to say, does the media content show varied types of people? Representation is an important aspect of media studies, both between genders and when it comes to other marginalized groups. The level of representation of women in Finnish media is very low, even if it is slowly increasing.</p> <p>The study was done by interviewing four Finnish producers: Leila Lyytikäinen, Annika Sucksdorff, Kaarle Aho, and Maarit Lalli. The producers all work in the Helsinki area, have produced a variety of media, and were available for interviews. The interviews were transcribed and analysed using the qualitative method, and were then summarized by separation into four themes – the responsibility of the producer, stereotypes and reconnaissance, development then and now, and building the story.</p> <p>The answer to the research question is that the producer can affect representation in Finnish media through target audience analysis, collaboration with financiers and distributors, and by considering the matter of representation straight away when starting a new project, be it through a finished script or by optioning books or observing cultural phenomenon. The producer has a responsibility, but the responsibility is also shared between the others who are involved in the process of creating media. It is important for the producer to be aware of the power of representation, and to attempt to use that power for the right reasons. Attitudes that until now have led to lacking representation of marginalized groups can be changed through education and a conscious desire for change.</p>	
Keywords:	representation, media, feminism, media analysis, producer, interview, qualitative study
Number of pages:	
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

INNEHÅLL

1	inledning.....	5
1.1	SYFTE OCH MÅLSÄTTNING	6
1.2	AVGRÄNSNING	6
1.3	FRÅGESTÄLLNING	6
2	METOD	7
2.1	BEGREPP	7
3	REPRESENTATION INOM MEDIAFORSKNING	8
3.1	REPRESENTATION ENLIGT DAGENS MEDIA.....	10
4	PRODUCENTERNA OCH REPRESENTATION.....	13
4.1	INTERVJUPERSONERNA.....	14
4.2	PRODUCENTERNA TALAR	14
4.3	ANALYS	22
5	AVSLUTNING	25
5.1	PLAN FÖR FORTSATT FORSKNING	26
	Källor	27
	Bilagor / Appendices	30
	BILAGA 1.....	31

1 INLEDNING

You guys know about vampires? ... You know, vampires have no reflections in a mirror? There's this idea that monsters don't have reflections in a mirror. And what I've always thought isn't that monsters don't have reflections in a mirror. It's that if you want to make a human being into a monster, deny them, at the cultural level, any reflection of themselves.

Junot Diaz (nj.com, 2009)

Det här examensarbetet är skrivet för att klargöra och kartlägga hur producentens ansvar ser ut då det kommer till att försäkra sig om att den media som produceras framgångsrikt representerar olika slags människor, livshistorier och erfarenheter. Arbetet diskuterar varför det är så viktigt för medieproducenten att vara medveten om de olika sätt den media de producerar kan påverka människan och samhället. Examensarbetet behandlar specifikt representationen av kvinnor i finländsk media.

Som Junot Diaz' citat ovan berättar, och som studier visar (se t.ex Harrison & Martins, 2011 eller ter Bogt et al, 2010), kan att inte se sig själv återspeglad i samhället omkring sig leda till problem, bland dem dåligt självförtroende, negativa stereotyper, och upprätthållande av etablerade maktstrukturer som uppehåller skadliga rutiner. Berättelser skapar mening i livet – de ”överskrider lidande; de erbjuder varningar, råd, och handledning; de förser en med ett sätt att resa utöver det personliga; och de erbjuder inspiration, underhållning, och nya referensramar för både berättarna och lyssnarna.” (Shuman, 2005, s. 1).

I examensarbetet hör vi fyra finländska medieproducenter berätta om sin personliga syn på representation i den media de producerar. De intervjuade arbetar med att producera innehåll till media i Finland, och alla har erfarenhet av att producera media som handlar om varierande människor, livshistorier, och -erfarenheter. Producenterna har genom sina tidigare arbeten visat sig jobba mer eller mindre medvetet med att skapa varierande representation i sina produktioner.

1.1 SYFTE OCH MÅLSÄTTNING

Syftet med examensarbetet är att klargöra producentens roll gällande att försäkra sig om representation av kvinnor i den media som skapas, och att ge insikter i vad representation är och varför det är så viktigt att vara medveten om dess roll i samhället, både som medieproducent och -konsument. Avsikten är att kartlägga producentens roll och ansvar angående processen för att skapa representation, att diskutera representation som koncept, att presentera tidigare diskussion om representation i medieforskningen, och att höra olika producenters personliga erfarenheter. Arbetet skall kunna fungera som ett framtida stöd i diskussionen om representation och producentens roll i processen, samt presentera konkreta tankar och strategier de intervjuade producenterna använder för att försäkra sig om att skapa representation. Det skall klargöra hur ansvaret för representationens skapelse och försäkran fördelas mellan de olika parterna i den grupp som skapar medieinnehållet. Genom intervjuerna ger arbetet inte bara förslag för verksamhet för framtida producenter, utan presenterar också en inblick i dagens finländska medievärld samt producenternas individuella tankesätt och strategier.

1.2 AVGRÄNSNING

Med begreppet media avses här film, dokumentär och TV. De intervjuade producenterna producerar media för privata produktionsbolag. Representationen betraktas först och främst ur ett könsperspektiv. Forskningen koncentrerar sig specifikt på finländsk media, och producenterna är finskspråkiga eller tvåspråkigt finsk- och svenskspråkiga.

1.3 FRÅGESTÄLLNING

Min forskningsfråga är följande:

Kan medieproducenten påverka representation i den media som produceras?

2 METOD

Examensarbetet är en kvalitativ intervjubaserad undersökning där jag genom intervjuer med medieproducenter får höra olika åsikter om representationens vikt och roll i samhället, och om hur olika människor går tillväga för att se till att det finns tillräcklig, mångsidig representation i den media som de producerar. Jag kommer också att hänvisa till litteratur och studier om representation och om hur den påverkar människan och samhället. Den kvalitativa metoden används eftersom forskningsfrågan i sig är subjektiv, med vilket jag menar att frågan om representation betyder olika saker för olika människor och därför kan forskas i lättare med hjälp av den kvalitativa metoden, i motsats till den kvantitativa. Den kvalitativa metoden används också eftersom jag kommer att använda mig av både intervjuer och tidigare forskning, artiklar och texter. Denna metod passar eftersom man via den kan kommentera på förhållandet mellan media och samhället (Brennen, 2013, s. 18). Den kvalitativa metoden kommer att bäst tillåta mig att analysera intervjuerna och ge den bästa möjliga chansen att göra en nyanserad och korrekt tolkning av de svar jag fått, tack vare själva forskningsfrågans natur – den kvalitativa metoden anpassar sig speciellt bra för forskning som studerar begrepp som känslor, tankeprocesser, och känslor (Corbin & Strauss, 1998, s. 11).

2.1 BEGREPP

Representation definieras som en framställning eller avbild av ett koncept (merriam-webster.com). Ordet är ursprungligen engelskt men används allt mer på svenska och också på finska (representaatio, eller alternativt edustus). I detta examensarbete definieras representation som avbildningen av en person, en sak eller ett koncept i media och för en tittare. Då det talas om vikten av representation avses makten som medieskaparen har då det kommer till att visa människor och ge dem en referenspunkt till samhället omkring sig.

3 REPRESENTATION INOM MEDIAFORSKNING

Varför forska i representation inom media? För att ”spridning av kunskap är avgörande om vi vill övervinna obalanserade sociala strukturer.” (Martinsson, 2014, s. 21); för att ”[w]hat does not exist in the media does not exist in the public mind” (Castells, 2007, s. 241).

Representation är en viktig del av mediaforskning, och det har skrivits och diskuterats mycket kring ämnet. Den tidiga forskningen inom media och specifikt könsroller i den började med den andra vågen av feminism (tidigt 1970-tal). Flera händelser under denna tidsperiod hjälpte till att utveckla attityden till könsrelaterad mediaforskning: det kom ut flera stora filmer med kvinnliga huvudroller som som karaktärer var mer utvecklade och mångfacetterade, till exempel *Star Wars: A New Hope* (1977), *Annie Hall* (1977), och *Alien* (1979), och tittarna började protestera mot att endast se stereotypa kvinnoroller på TV (i en läsarundersökning gjord av tidningen *Redbook* år 1972 visade det sig att ”75% av 120,000 kvinnor... höll med om att ’media degraderar kvinnor genom att porträttera dem som sinneslösa dockor’” (Zeisler, 2008, s. 75). Laura Mulveys revolutionära och mycket uppmärksammade essä *Visual Pleasure and Narrative Cinema* publicerades i den stora brittiska filmteoritidskriften *Screen* år 1975. Mulveys essä var den första som korsade filmteori, feminism, och psykoanalys, och den myntade det nuförtiden kända begreppet ”the male gaze”, eller ”den manliga blicken”. Forskningen har sedan dess utvecklats för att inte bara forska i traditionell kvinnlighet utan också maskulinitet och de olika samhällsliga uppbyggnaderna som leder till föreställningar och förväntningar om könsroller.

Det är nyttigt för både mediakonsumenten och medieproducenten att vara medveten om varför vissa saker representeras på vissa sätt, vem det är som väljer att representera dem så, och speciellt vem det är som vinner på att rikta den allmänna opinionen åt ett specifikt håll. Det finns makt i representation, och som producent måste man förstå den makten och sträva till att använda den av rätta orsaker. Mediaforskaren Stuart Hall talar om stereotyper och representation då han skriver om ”makten i representation; makten att markera, klargöra och klassificera; om symbolisk makt; om rituell utslutning”. Då Hall talar om makt talar han inte bara om makt som enbart fysiskt tvång eller ekonomiskt utnyttjande, utan också i ”bredare kulturella och symboliska termer

inklusive makten att representera någon eller något på ett specifikt sätt” (Hall, 1997, s. 259). Media existerar inte i en bubbla, utan representerar som institution alla de olika kategorier och klassificeringar som vi människor sorterar oss själva in i för att skapa ordning och för att förstå världen runt oss. Media produceras av många olika orsaker och för att uppnå många olika mål, vilket är viktigt att komma ihåg till exempel då mediaforskningen är internationell: media existerar alltid inom de religiösa, ideologiska och ekonomiska ramar av det land eller länder där det produceras (D’Acci, 2004, s. 374).

Det faktum att filmerna är mer och mer internationella betyder dock inte samma sak som att de skulle erbjuda en stor variation i sitt innehåll då det kommer till kvinnlig representation. På filmfestivalen i Göteborg visas ett urval av både ’indie’-filmer och ’stora filmer’ från hela världen. I en forskning om filmerna som visades på festivalen under åren 1995-2001 kom forskaren Ingrid Lindell fram till att det inte fanns någon klar förändring i könsrepresentationen mellan forskningens början och slut. Trots att filmerna kom från hela världen, och inte var begränsade till bara svenska eller nordiska filmer, så presenterade de ändå en väldigt begränsad variation i kvinnorollerna – urvalet var oftast begränsat till roller som vackra kvinnor, prostituerade, våldtäktsoffer, strippare, modeller, etc. Slutsatsen Lindell drog var att när en kvinna syns på film finns det en stor chans att hon är ung, konventionellt vacker, mystisk, ett våldtäktsoffer, och involverad i prostitution. Detta fann Lindell att stämde för både de mindre, självständiga filmerna och de större Hollywood-filmerna, vilket antyder en kulturell könsstruktur som råder oberoende av vilken plats i den kulturella hierarkin filmen strävar till (Lindell, 2004, s. 42-43).

En liknande forskning som koncentrerade sig på nordiska filmer med premiär år 2012 visade en liknande obalans mellan könen både framför och bakom kameran. Männens innehade i medeltal 78 procent av nyckelrollerna bakom kameran och 64 procent av huvudrollerna framför kameran. Kvinnorna visades i passiva positioner eller visades endast som aktiva i relation till männen. Forskaren Therese Martinsson säger att ”obalansen kan vara kopplad till den övergripande domineringen av manliga filmmakare och normaliseringen av män som både konsumenter och protagonister” (Martinsson, 2014, s. 21).

Som producent är det viktigt att vara medveten om hur det innehåll man skickar ut i världen kan påverka tittare – som förstärkning av stereotyper, som inspiration för beslut, och som vägledning för hur saker skall göras och vem man skall vara. British Film Institute gjorde mellan åren 1991-1996 en forskning där 500 deltagare fyllde i dagböcker fulla med frågeformulär, där frågorna gällde deras liv, deras TV-tittande, och relationen mellan de två. I forskningen kunde man märka att ”television betyder olika saker i olika människors liv. Det kan till och med betyda olika saker i bara *en* persons liv, och kan faktiskt betyda flera saker i samma stund.” (Gauntlett & Hill, 1999, s. 130). Television, enligt svaren i forskningen, kan ”vara en distraktion, ett sätt att döda tid, eller att undvika konversation; det kan vara en källa av engagerande narrativ, som kan stimulera nya och gamla narrativ i tittarens sinne; eller så kan det vara ett hjälpmedel genom vilket individen jämför sin egen identitet, eller den versionen av sig själv som presenteras till världen, med de som uppvisas.” (Gauntlett & Hill, 1999, s. 130). I British Film Institutes forskning kunde forskarna också tydligt se fall där individen skapade kopplingar mellan sina personliga identiteter och mediarepresentationerna. Till exempel var det flera rörelsehindrade deltagare som ”kände att det var viktigt för deras känsla av identitet – och för andra människors uppfattning av rörelsehindrade personer – att televisionen återspeglade deras liv på ett rättvist och osensationalistiskt sätt” (Gauntlett & Hill, 1999, s. 130). Sedan British Film Institutes forskning gjordes på 90-talet har medieflödet och de olika sätten tillgängliga för tittaren att bjuda in medieinnehåll i sin vardag bara ökat.

3.1 REPRESENTATION ENLIGT DAGENS MEDIA

Det är lättare att delta i mediediskussionen som pågår idag än det var att delta i den som fick sitt uppsving på 1970-talet, tack vare Internet och social media. Man kan publicera sina tankar och få spridning för dem på flera olika sätt, istället för det väldigt begränsade utbudet av språkrör för några årtionden sedan. Attityderna gentemot diskussion om könsroller i allmänhet har förändrats och utvecklats, och nu finns utrymme både på Internet, i dagstidningar och tidskrifter för olika åsikter att luftas. Mediediskussionen idag är stor och varierande, och mer mångfacetterad än tidigare. I en diskussion om representation kan man inte annat än att glädjas åt det faktum att det idag

är lättare också för individer från mer marginaliserade grupper, som traditionellt inte fått sin röst hörd, att delta i diskussionen.

I det öppnare medialandskapet kan man – fortfarande med vissa förhinder, som exemplet nedan visar – diskutera saker som till exempel bristen på roller för kvinnor över en viss ålder, som skådespelaren och professorn Elina Knihtilä berättar i en intervju med HS. Hon var den enda kvinnan villig att ställa upp för intervju; alla de andra reportern kontaktade ville inte kommentera på saken på grund av risk för att stämplas som 'svåra'. Knihtilä berättar om hur hon fått spela kungen i Macbeth, en av de mest attraktiva rollerna för manliga skådespelare, och hur detta ökade hennes insikt i obalansen mellan roller för män och kvinnor – ”då förstod jag att jag aldrig fått arbeta med sådant textmaterial. Som det utmanar tanken! Jag blev ännu mer avundsjuk på de där gubbarna! Deras värld, herregud! De har sådana här grejer! Det är klart att de utvecklas som konstnärer. Dessa är de saker som jag kunde klaga på.” (Kemppainen, 2016). I samma artikel diskuteras också hur huvudrollerna fördelas mellan könen i finländsk film - år 2015 var det ganska jämnt, med män som innehavare av 29 procent av huvudrollerna och kvinnorna 25 (resten var filmer med både kvinnor och män i huvudrollerna) – åren före det såg det dock värre ut, med 44 procent män mot 17 procent kvinnor år 2014 och 48-22 procent år 2013 (Kemppainen, 2016). Och detta gäller inte bara i Finland – i USA såg könsbalansen i de 100 mest framgångsrika filmer år 2013 dålig ut, med kvinnorna representerade i 15% av protagonisterna, 29% av huvudkaraktärerna och 30% av karaktärer med repliker – en statistik som inte har ändrats nästan alls sedan 1940-talet (Carroll, 2013). Intressant nog påverkar huvudrollens kön statistiskt också filmens finansiella framgång – men inte åt det håll man kunde tro. En forskning gjord av Geena Davis Institute som behandlar de 100 mest framgångsrika icke-animerade filmerna år 2014 visar att filmer med kvinnliga huvudroller i medeltal hade högre inkomster (\$108,909,090) jämfört med filmer med manliga huvudroller (\$70,500,00) eller sådana med både manliga och kvinnliga huvudroller (\$66,161,290) (Geena Davis Institute on Gender in Media, 2017).

I bloggen Litterarum reflekterar författaren över makten i representation, och hur ”makt är förmågan att påverka och bestämma. [...] Om representationerna då är ensidiga blir det svårt för oss som individer att känna oss relevanta eller ens behövda i samhället. Om de enda historier som är värda att berättas och föras fram är dem om en specifik kategori

människor, så har vi inte kommit särskilt långt när det gäller jämställdhet.” (Wickholm, 2016). Bloggen refererar också till författaren Rebecca Solnits artikel *Men Explain Lolita To Me*, där författaren berättar om reaktionerna till ett blogginlägg där hon diskuterar tidningen Esquires lista på ”80 böcker varje man skall läsa före han dör”. I bloggen påpekar hon att det faktum att 79 av dem är skrivna av män inte precis uppmanar till en varierad världssyn. Reaktionerna till denna kommentar varierade från ilska till nedlåtenhet. Solnit diskuterar konst i alla olika former och hur den påverkar världen runt oss – ”Fotografier och essäer och romaner och allt det andra kan ändra ditt liv; de är farliga. Konst formar världen.” (Solnit, 2015). Ökad representation leder till en öppnare världssyn, både för de underrepresenterade och de som just nu kan känna igen sig själv i nästan varje film, TV-serie och dokumentär som finns. Om konst har förmågan att ändra ditt liv, är hela poängen med konst just att tillåta tittaren att utforska och överkomma gränserna över vad hen själv är.

4 PRODUCENTERNA OCH REPRESENTATION

Producenterna för intervjuerna valdes på basen av plats, variation i produktioner, och tid. Alla intervjuade producenter arbetar inom huvudstadsregionen, har producerat åtminstone två typer av media (film, television, dokumentär), och hade möjlighet att ställa upp på intervju inom april månad. Sju producenter kontaktades, varav tre män och fyra kvinnor. Av dessa svarade tre kvinnor och en man jakande, en kvinna svarade nekande, och två män svarade inte.

Efter inledande forskning i representation både inom mediaforskning och i nutida media, både i Finland och globalt, skrevs intervjufrågorna. Frågorna skickades till producenterna senast två dagar innan intervjun. En fråga (fråga nr 7) förkastades under intervjuerna, eftersom alla producenter besvarade frågan redan under föregående fråga, nr 6.

Intervjuerna skedde på producenternas arbetsplatser (Leila Lyytikäinen och Annika Sucksdorff) eller på caféer (Kaarle Aho och Maarit Lalli). Intervjuerna spelades in, och alla producentes tillfrågades och gav samtycke till att medverka med namn.

Intervjuerna transkriberades och svaren sammanfattades sedan till kortare, mer sammanhängande meningar. De två finskspråkiga intervjuerna (Kaarle Aho och Maarit Lalli) översattes till svenska. På grund av svarens anekdotmässiga natur var det lättare att hitta nyckelteman än egentliga nyckelord. De fyra nyckelteman är producentens ansvar, stereotyper och igenkänning, förändring då och nu, och berättelsens uppbyggnad

Konceptet representation diskuterades med producenterna också under intervjun – eftersom ordet i sig inte ännu är så vanligt varken på svenska eller finska så klargjordes meningen bakom konceptet individuellt med producenterna under intervjuernas lopp. I fortsatt forskning måste ordet representation klargöras av forskaren ännu bättre redan före intervjun.

4.1 INTERVJUPERSONERNA

Leila Lyytikäinen (f. 1977) är en finlandssvensk producent som arbetat inom både film och television. Hon studerade Film och TV på yrkeshögskolan Arcada på 90-talet, och anslöt sig till produktionsbolaget Fisher King Productions år 2012. Inom film har hon producerat till exempel *Colorado Avenue* (Claes Olsson, 2007), *Toiset Tytöt* (Esa Illi, 2015) och *Love Records* (Aleksi Mäkelä, 2016) och inom TV till exempel serierna *Ihon Alla* (2015-2016) och *Sorjonen* (2016).

Annika Sucksdorff (f. 1979) är ekonom till utbildningen, och kom in på filmbranschen efter att ha provat på att göra film under ett utbytesår. Hon skrev sitt slutarbete om ledarskap inom filmbranschen och har arbetat inom branschen sedan dess. Hon är delägare i produktionsbolaget Helsinki-Filmi och har producerat filmer som *Tom of Finland* (Dome Karukoski, 2017), *Jättiläinen* (Aleksi Salmenperä, 2016), och *Leijonasydän* (Dome Karukoski, 2013), och TV-serien *Där Vi En Gång Gått* (2011).

Kaarle Aho (f. 1968) kom in på mediabranschen först som 29-åring, efter att ha studerat historia på Helsingfors universitet, och började då med att producera dokumentärer. Med sitt produktionsbolag Making Movies Ltd har han producerat framgångsrika filmer som t.ex *Tyttö Nimeltä Varpu* (Selma Vilhunen, 2016) och *Miekkailija* (Klaus Härö, 2015).

Maarit Lalli (f. 1964) är både producent, regissör och manusförfattare, och ägare till produktionsbolaget Huh Huh-Filmi. Hon studerade film på Aalto-universitetet, och är känd för sina långfilmer *Kuudes Kerta* (Maarit Lalli, 2017) och *Kohta 18* (Maarit Lalli, 2012) och ett antal TV-serier, som till exempel *Sydänjää* (2007-2010) och *Käenpesä* (2005-2006), samt kortfilmer som *Keinu Kanssain* (2009) och *Järvi* (2006).

4.2 PRODUCENTERNA TALAR

Producentens ansvar

Att producenten har ett ansvar för representation var alla de intervjuade producenterna överens om. Leila Lyytikäinen talade om att ”producenten definitivt har ett ansvar för representation, men producenten kan inte med egna medel skapa en färdig produkt, vare

sig det är en TV-serie eller en film, så då måste man samarbeta med finansierare”. Lyytikäinen beskrev det ansvar som producenten har mest i att se till att man tar fram, och i vissa fall söker upp, projekt som representerar en bredare skala av människor, istället för att bara utveckla projekt som enbart representerar en viss typ av människa. Som producent är det svårt att se på film som en s.k ”vanlig tittare”, eftersom man så rutinmässigt analyserar vad som sker bakom kameran och hur något har gjorts och vad målgruppen varit och så vidare. Till exempel målgruppsanalysen kan hjälpa producenten ta ett steg tillbaka och se på vad det är som skall representeras i filmen. Som producent, berättade Lyytikäinen, kan man inte alltid tänka på personliga önskemål eller på specifika berättelser man själv skulle vilja berätta, utan man tänker också till exempel på att en stor finansierare kan ha gått ut med att de behöver en viss typs material för en viss målgrupp. Som producent tänker man då redan lite framåt – vad kommer finansierarna att tänka om detta? Med det menas inte att man kastar bollen till finansierarna eller att de har allt ansvar eller all beslutande makt, men de har en stor del av ansvaret. Kaarle Aho höll också med om att finansierarna har mycket inflytande, och sade sig ha märkt att de tidigare under hans tid i branschen har haft ett större behov av att se minoriteter representerade, men att detta nu gått om genom naturlig utveckling. I Finland är dessutom finansierarna ofta också distributörerna, så de har mycket inflytande över vad det är som tittaren kommer att se. YLE som enda rundradiokanal har sedan ett antal år tillbaka lagstadgat ansvar att producera och finansiera innehåll för en bredare publik.

Annika Sucksdorff kände att hennes ansvar som innehållsproducent för att skapa olika slags innehåll endast har ökat efter att hon fick barn. Hon vill inte definiera sina barn enligt utseende och vill inte heller att de skall definiera andra enligt det, och som förlängning vill hon inte heller begränsa sina barns världssyn genom trångsynt representation. Hon upplevde att det är ovanligt med bra texter och att man sällan får en färdig bra text från manusförfattare eller beställare, utan att man måste läsa böcker och optionera dem och ifrån dem utarbeta ett manus, eller iaktta ett fenomen och därifrån utkristallisera en filmidé. Ibland, upplevde hon dock, händer det att det kommer manus som redan färdigt har bra representation.

Sucksdorff talade också om separationen mellan de två olika sätten att se på representation – den ena sidan är det du visar upp, det ansvar du har till tittaren, och den

värld du målar upp, och den andra är det som sker bakom kameran, vem du ger jobb åt och vem du betalar löner åt. Det finns ett ansvar att ge alla produktioner, och alla som arbetar med dem, en rättvis chans.

Förändring då och nu

Alla producenterna förhöll sig kritiskt till den finländska mediebranschens historia då det kom till representation, men alla ansåg också att en utveckling och förbättring har skett, och kände sig positiva inför fortsatt framtida utveckling.

Sucksdorff såg det som en väldigt positiv sak att vikten av representation i media och i allmänhet är en sak som diskuteras mer aktivt hela tiden och som hon lagt märke till att hon tänker på mer och mer till exempel i läsandet av nya manus och funderingen på om det skall börja utvecklas eller inte. Tidigare, berättade hon, hade hon kanske inte ens lagt märke till bristen på representation – som exempel gav hon filmen *Napapiirin Sankarit*, där hon inte ens reagerade på att den var producerad av en man och regisserad av en man och skriven av en man och handlade om en massa män, och den enda kvinnan var en ”klagande hushållsmaskin”. Hon talade också om IMDB-webbsidans nya ’F-markering’, som pekar ut filmer som har en kvinnlig regissör, manusförfattare eller huvudroll. Av 1,1 miljoner filmer har 22,000 fått en F-markering – en snedvriden data, trodde Sucksdorff, som baserar sig på att man inte hunnit gå igenom alla filmer ännu, men fortfarande en indikator av att det finns en hel del arbete kvar att göra.

Sucksdorff talade också om svårigheterna med att få förändring att ske. ”Tyvärr så är det ju ofta så att om någon ligger i underläge så är det genom att vara högljudd och bråkig som man blir hörd – jag tycker kanske inte alltid att det är det bästa sättet, det skapar så mycket negativitet och så förstärker det också åsikten för dem som redan nu anser att män är bättre än kvinnor, att kunna peka ut någon och säga: ”Se på den skrikhalsen, hellre anställer jag en man”. Det har dock definitivt skett förändringar, och nuförtiden finns det många fler kvinnliga regissörer att ta till då man som producent funderar på vem som skulle vara lämplig för något projekt. Vi jobbar på ett nytt projekt om en kvinna just nu och jag har länge tänkt att en viss superduktig manlig regissör skulle regissera det, och det är bara nu under det senaste halvåret som jag insett att det inte går! Det går inte att göra en film om en väldigt viktig kvinna och ha en man som regisserar den, det är fel. Tankeattityderna har ändrat från att inte ens ha reflekterat över

att det faktum att det bara finns män omkring en. Stämningen har blivit snällare, det är en snällare miljö.”

Det är ett hårt arbete och det är tävlan om varje slant man får, så alla skall få en rättvis chans. Sucksdorff sade att hon personligen kan acceptera att män kan ha det lite jobbigare och vara lite underrepresenterade en tid, eftersom det ganska längre varit jobbigare för kvinnor, men ”man behöver ju inte falla in och göra alla samma misstag som tidigare, man kan ju gå vidare”. Vidare funderade hon på representationen och utvecklingen genom sina barn, och tänkte att förändringen till stor del beror på uppfostran. ”I och med att vi som har barn nu är mer medvetna så kan vi uppfostra dem bättre. Ungdomar märker man också att är mer och mer vana med variation, det blir vanligare och vanligare, så jag tror inte att det kunde vara möjligt att gå mot ett sämre håll.”

Aho talade om en förändring från tidigare i branschen, då han upplevt att folk separerat ut arbete med kvinnor eller till exempel etniska minoriteter som något bra, men också som något speciellt och ovanligt – men att det inte heller är bra. Vissa skall inte framhävas som bättre än andra, eller för den delen separeras som en egen entitet istället för att behandlas jämlikt, ansåg han. Han såg det som en sak som finansiärerna då i tiden prioriterat, men att situationen uppnått en mer jämställd situation idag. Han upplevde också att man tidigare talat mycket om att göra mer kvinnoledda projekt, filmer och TV med kvinnor i huvudrollen, men att är det först nu på senare tid som diskussionen utvecklats till en mer jämställd situation. Han ansåg att det blivit mer politiskt korrekt, vilket han såg som både en bra och en dålig sak – dålig eftersom man ibland måste akta sig för att inte säga vad som helst. Han ansåg att det är bra att det just nu hela tiden diskuteras hur läget kan bli mera jämställt, både mellan könen och med etniska minoriteter och så, men han trodde också att det vid något skede åtminstone mellan män och kvinnor kommer att vara så normalt med en 50-50 fördelning att det inte ens behöver diskuteras mer.

Lalli ansåg också att branschen förändrats och att den var mycket ensidigare tidigare. ”Då jag började hade jag en TV-serie som jag pitchade till Ykkönen, och finansiären där sade att det här är en bra story men dina karaktärer är för konstiga, och serien togs inte emot. Nu tror jag att alla har märkt att mina karaktärer inte är så konstiga trots allt, och

jag tror att toleransen har vuxit.” Hon upplevde också att branschen fortsättningsvis utvecklats till att bli mer mångsidig, och kände att ”om bara människor orkar försöka så kommer det nog att skapas mångsidiga saker”.

Lyytikäinen upplevde att förändringen kan ses ganska klart – ”då jag började i branschen för nästan tjugo år sedan så ojade och vojade man sig över att det inte fanns flera filmer med kvinnor i huvudrollen, men nu har man faktiskt börjat göra något åt det. Små saker, men det är steg åt rätt håll”. Hon tror att en orsak till att saker och ting ändras är att vi blivit mer medvetna – ”med vi menar jag inte bara oss producenter, utan hela samhället”. Hon hoppades att hon ännu är aktiv inom branschen den dag då ”diskussionen huruvida det är kvinnor eller män som gör film inte är en grej, utan att både könen, eller också ett tredje och fjärde kön likaså, är representerade på ett väldigt naturligt sätt, utan att det behöver göras till en sak utan bara för att det är naturligt”. Förändringen kommer gradvis, tyckte hon, men den finns, och den handlade inte då och handlar inte i framtiden om bara Finland, utan om hela världen.

Temat med global förändring är något som alla producenterna tog upp – de såg på utvecklingen i den finländska mediebranschen, både bakom och framför kameran, som något som påverkats inte bara av den finländska kulturens föränderlighet utan också internationaliseringen. Aho sade att ”Finland har internationaliserats, men världen har också förminskats – nu har vi ofta samma diskussioner som folk på andra ställen i världen”. Som Lyytikäinen sade: ”Att saken uppmärksammas betyder inte att den förändrats helt och hållet, men det är ett steg åt rätt håll.”

Stereotyper och igenkänning

Då första intervjufrågan ställdes: ”Vad betyder representation för dig?”, sammanfattade Sucksdorff svaret i ett ord: ”Mångfald.” De produktioner hon kan känna igen sig i, och se sig själv representerad i, berättade hon, är de som ”berör mig för att jag känner igen mig på något sätt. [...] Alltid vet man inte varför man tycker att något är bra, men ofta är det ju för att det talar till ens inre på något sätt.” Hon talade om att se variation i den media hon konsumerar, men talade också för variation bakom kameran – under de senaste åren har hon blivit mer medveten om det faktum att det måste finnas fler kvinnor både framför och bakom kameran, både för att få variation i mediainnehållet och tilltala tittarna, och för att det ofta är lätt att arbeta med kvinnor och arbetslivet skall

vara jämställt. Hon talade om ansvaret som producenten bär för vem det är som anställs, vem som får en chans att ta sig vidare i branschen, vem det är som får lönen. I dagens läge finns det fler kvinnliga regissörer, till exempel, att tyda sig till, men det finns ännu arbete kvar att göra. Hon var också medveten om att det just nu för vissa funktioner bara finns män och för andra bara kvinnor, och att det inte alltid är så lätt att värna om representationen då ett jobb måste bli gjort och det bara finns ett begränsat urval av personer som har kompetensen och tillgängligheten. ”Då tänker man mer på hur man får ihop teamet, och då är det nog sekundärt vilket kön eller sexualitet eller religion någon har.” Hon talade också om producentens ansvar att inte förstärka stereotypier – ”här på mitt produktionsbolag så har vi ganska mångsidiga filmer och vi försöker ge utrymme åt olika slags människor”.

Lyytikäinen talade om vikten av att känna gensvar i den media du konsumerar. Om de produktioner hon kan känna igen sig i och känna sig representerad av sade hon: ”Det finns sådana stunder då jag inte tänker, när jag ser en serie eller en film och inte tänker på hur något är gjort och hur skall de berätta nästa sak – då är det ju egentligen en bra film eller serie som dragit iväg med mig. Visst kan jag känna igen mig när det handlar om kvinnor i min ålder, och då känner jag mig på något vis mer representerad, men det är ju egentligen ganska enkel psykologi. Det är någon som lever i en verklighet som är ganska nära min.” Om innehållsskaparen begränsar variationen av människor så kommer den produktionen att tappa en stor del av tittarna, men ibland, medgav Lyytikäinen, är det bara så som det måste gå, till exempel om berättelsen är baserad på en verklig händelse. ”Man måste tänka på att det skall finnas en viss balansgång”. Ibland får hon också in manus där till exempel just varierad representation förekommer helt naturligt, då behöver man inte ens fundera på saken. Det är viktigt att följa berättelsens poäng, och att följa målgruppen - produktionerna görs inte för att filmteamet skall få ha roligt, utan för att någon skall titta på dem och få ut något av erfarenheten. Hon har också upplevt en ökning av kvinnor i branschen under årens lopp och ser det som väldigt välkommet. ”Bakom kameran är branschen fortfarande väldigt mansdominerad, både inom film och TV, för att inte ens tala om till exempel reklambranschen som är totalt mansdominerad – men jag tror att det kommer att förändras”.

Aho tänkte mycket på produktionerna ur en producentvinkel, mer än ur en tittares synvinkel. Han berättade att han oftast funderar mer på vad filmen uppnått än om det i den fanns gensvar till det egna livet. Han var av samma åsikt med de andra producenterna då det kom till behovet av jämställdhet både bakom och framför kameran, men tyckte också att det redan är på bra väg – ”redan i tio år har jag till exempel arbetat mycket med kvinnliga regissörer och manusförfattare, så det är inte ens en sak jag tänker på så mycket nu mer”. Inom branschen, ansåg han, finns det ännu i praktiken en massa förhinder, i form av maktstrukturer och fördomar, men han nämnde Helsingfors, där han nästan alltid bott, som en kulturvärld där världen ser ganska jämställd ut. ”Egentligen tänker jag att i mainstream-media är till exempel kvinnor, minoriteter och invandrare ganska väl representerade, här, i Helsingfors. [...] Men kanske det borde framhävas ännu mer eftersom världen ju inte ser ut som den mainstream-media som vi ser.”

Lalli talade om vikten med att undvika klichéer i sitt berättande. Hon arbetar som både producent, manusförfattare och regissör, och berättade att hon då hon arbetar på en ny produktion ”alltid funderar på att visa något som inte setts tidigare, jag vill definitivt inte visa klichéer, utan jag försöker alltid återuppfinna hjulet”. Hon talade om att få gensvar i de filmer och TV-serier hon tittar på, och känna att de ger mer, är större berättelser än bara det som syns. Som alla andra producenter funderade Lalli också på utvecklingen av en mer jämställd bransch både bakom och framför kameran i Finland – hon ansåg att det är väldigt fint att det nu finns mer och mer olika människor och berättelser och typer i den media som vi ser. Antalet långfilmer som görs i Finland har ökat stadigt, och med den också variationen i vems berättelse det är som får berättas. ”Absolut är det enbart en bra sak”. Hon talade också om trovärdigheten i filmen – ett ämne som till exempel Lyytikäinen också tog upp i sin önskan om att göra filmen naturlig och inte ’pedagogisk’, och i och med det förlora tittare. Lalli talade också om samma sak, om behovet av att göra berättelsen både inklusiv och trovärdig, och all den research som skall göras för att få berättelsen att rota sig i något riktigt och genom det skapa igenkänning hos tittaren.

Berättelsens uppbyggnad

Lyytikäinen beskrev representationen i sitt dagliga arbete som något hon inte aktivt tänker på hela tiden, utan som något som kommer upp mest i början på nya projekt. ”Det är främst i den stunden man funderar på vems berättelse det är egentligen. Det är i början på projektet som det klargörs”. I den stunden läser man manus eller förslag och överväger om de skall börja utvecklas eller inte, och svaret beror på många olika faktorer, bland dem målgruppsanalys samt finansiärernas och distributörernas önskemål. Målgruppsanalysen kan dock också vara en sak som rinner över till vardagen då man försöker titta på film eller TV bara som en vanlig tittare. I diskussionen om att se sig själv representerad i film berättade Lyytikäinen att hon ofta märker att något kan vara konstruerat specifikt för att passa in till en viss målgrupp, och då distraherar det lite från själva budskapet. Det bästa är när representationen känns så naturlig som möjligt. Som exempel tog Lyytikäinen upp två filmer hon producerade: *Love Records* (2016) som handlar om ett gäng unga män som grundar ett skivbolag på 60-70-talet och som baserar sig på verkliga händelser, och *Toiset Tytöt* (2015) som handlar om en grupp unga kvinnor. Lyytikäinen talade om balansgången mellan att försöka att i sin berättelse inkludera karaktärer som representerar olika kön, åldrar och etniska bakgrunder men också hålla sig till den historia man berättar och inte tvinga på något konstruerat.

Målgrupperna som en faktor att fundera på i början på nya projekt är något som Lyytikäinen tar upp ofta, både sett från finansiärens och innehållsproducentens sidor – det är målgruppsanalysen som bestämmer vilket slags projekt som görs till näst. ”Då man sedan börjar fundera på idéer kring innehåll så måste man tänka på målgrupperna redan från början. Annars vet jag att om jag presenterar ett projekt till finansiärerna som de redan har så kommer det inte att gå igenom, och då är det onödigt arbete.” Detta är också en skillnad mellan privata produktionsbolag och rundradiokanaler som YLE.

Aho talade också om att försöka hitta kärnan i filmen direkt i början på projektet, för att veta vem den riktar sig åt och för att kunna marknadsföra den. I slutskedet på produktionen funderar man på hur man kan få tillräckligt med tittare och synlighet – ”Då funderar man nog mest på vad som är ’mediasexigt’ så att säga, mer än på om man representerar en specifik minoritet, vare sig det är en etnicitet eller ett kön eller vad som helst.”

Att koncentrera sig på spännande nya vinklar hellre än att välja ut en person enbart på basen av till exempel kön eller etnicitet var också något som Lalli talade om mycket, och citerade som en av grundstenarna i hur hon börjar arbetet med en ny film. ”Med mina fiktiva personer så spelar det inte egentligen någon roll för mig om det är en man eller en kvinna – jag försöker hitta en annan, intressantare vinkel. Oftast är startpunkten ett intressant problem eller en livssituation. Jag har ingen specifik linje på att bara arbeta med vissa saker, utan jag väljer det som intresserar mig.” Som exempel nämnde hon sina filmer *Kuudes Kerta* (2012), där huvudpersonen är beroende av sex vilket orsakar en massa knepiga situationer med människorna i omgivningen, och *Kohta 18* (2012), som hon skrev tillsammans med sin tonåriga son och som handlar om tonåringar och deras dynamik med varandra och sina familjer.

Sucksdorff talade om att se den strategi som en producent använder för att försäkra sig om variation i det innehåll de producerar som tudelad – den ena är när man börjar utveckla berättelsen och tänker på vad som finns i själva texten, och det andra är bakom kameran när man tänker på vem som skall anställas. Hon, som de andra producenterna, talade om hur huvudarbetet med representation och variation sker redan i det allra första skedet av produktionsprocessen.

4.3 ANALYS

Att forska i representation inom media är viktigt eftersom media påverkar våra liv på otaliga olika sätt. Representationen av kvinnor i finsk, nordisk och global media är anmärkningsvärt låg i relation till representationen av män, och då den finns är det ofta på ett sätt som förstärker negativa stereotyper och skadliga könsroller (Lindell, 2004).

Medieproducenten måste vara medveten om representationens vikt då det kommer till att veta varför något visas som det gör, och vem det är som vinner på att få specifika tittare att se – eller inte se – sig själv avbildade på ett visst sätt. Den som bestämmer över representation har makt; makten att påverka och bestämma, att klargöra, markera och klassificera. Media existerar inte i en bubbla, utan påverkar på ett mycket verkligt sätt hur vi kategoriserar och ser på oss själva och andra. Tittaren skapar kopplingar mellan sig själv och representationen de ser i media, och jämför sin egen självbild med den som visas upp. Ökad representation leder till en öppnare världssyn både hos den

marginaliserade och den som ser sig representerad överallt. Möjligheterna för marginaliserade grupper och minoriteter att göra sig hörda har ökat ökat i och med Internet och social media, men fortfarande finns det flera orsaker till att folk inte vill höja rösten – till exempel så kan de vara rädda för att stämplas som svåra.

Alla fyra intervjuade producenter ansåg att producenten har ett ansvar för representation. Det ansvaret fördelas dock på flera personer, till exempel finansiären, den som gör målgruppsanalysen, och den som utarbetar berättelsen eller manuset. Ansvaret visar sig för producentens del i stor del genom att se till att man tar fram och söker upp projekt som representerar en bredare skala av människor. Ofta får man vidare utveckla de projekt eller manus man får, eller så får man själv läsa böcker och optionera dem eller iaktta fenomen i samhället för att därifrån utkristallisera en idé. Ibland kommer dock representationen naturligt i ett manus, vilket är bra – predikande och påtvingad representation ser tittaren ofta igenom, och reaktionen blir lätt negativ. Målgruppsanalysen hjälper producenten ta steget tillbaka och se vem det är som får synlighet i filmen. I diskussionen om stereotyper och igenkänning i media tyckte producenterna att det är viktigt att få genklang från en film; att den talar till ens inre. Detta skall ske naturligt och inte vara forcerat. Detta stöds av till exempel Garrett & Hill, 1999.

Tänkarna kring att skapa och försäkra sig om representation är mest relevanta helt i början på skapelseprocessen. Då funderar man på vems berättelse det är som man visar upp. Beslutet om projekt utvecklas eller inte beror på många olika faktorer, bland dem målgruppsanalys samt finansiärens och distributörens önskemål. I Finland är finansiären ofta också distributören, så de har en stor del av den bestämmande makten över vad tittaren kommer att se.

Producenterna kände att ansvaret för representation är tudelat – det gäller både vem det är som får synlighet och vems värld som byggs upp och visas upp, och vem som får jobbet, lönen och karriärmöjligheten. I finländsk film finns det en framåtgående progression i hur jämställt könen representeras som huvudroller i filmer, men fortfarande lutar sig situationen för mycket åt det ena hållet. Makten bakom den rituella uteslutningen av vissa personer togs upp av till exempel Hall, 1997. Dominansen av män både framför och bakom kameran leder till förstärkning av djupt inrotade

könsroller, och en kraftig obalans i representationen av kvinnor på båda sidor av kameralinsen. Antalet kvinnor i branschen har ökat, likaså kvinnorna framför kameran – om än långsamt. Den långsamma framfarten av roller för kvinnor kan också ses i forskningarna Lindell, 2012; Martinsson, 2014; Carroll, 2013; och Kemppainen, 2016. Fortfarande finns det inom branschen jobb dit bara män eller kvinnor söker, och ibland begränsar tidspress och tillgänglighet urvalet av dem som kan göra ett jobb, men detta håller också på att förändras.

Alla producenterna såg kritiskt på den finländska mediebranschens förflutna gällande representation av kvinnor, men kände sig optimistiska inför de förändringar som redan skett, och inför framtida fortsatt utveckling. En förändring har skett i attityderna gentemot jämställdhet och representation, ansåg producenterna – både på en personlig och en samhällelig nivå. Att situationen utvecklas och lutar lite mycket åt andra hållet en stund kan man acceptera, eftersom den lutar lite väl mycket åt ett håll ganska länge, men slutmålet skall vara jämställdhet inom alla aspekter av innehållsproduktion, och att inte upprepa tidigare misstag då det kommer till jämställdhet.

Politisk korrekthet såg producenterna som något i grund och botten bra, fast Aho ibland upplevde att man ibland måste akta sig för mycket då man talar om vissa saker. Aho tog också upp marknadsföringen som görs i slutet på innehållsskapelsen, då man funderar på hur man kan maximera tittarmängden och synligheten. Då funderar man mer på vad som är 'mediasexigt' än på om man representerar någon specifik grupp. En fortsättningsfråga här är om inte representation av en marginaliserad grupp i sig borde vara ganska attraktivt för tittaren?

Orsakerna till ändringarna i tankar och attityder såg producenterna att var ökad medvetenhet, uppfostran, och internationalisering. Genom uppfostran kan man göra sig av med arkaiska tankesätt och uppmana till ett mer öppet och tolerant sätt att se på världen. Detta stöds till exempel av Martinssons citat, som också presenterades i kapitel 3: "spridning av kunskap är avgörande om vi vill övervinna obalanserade sociala strukturer" (Martinsson, 2014). Alla producenterna ansåg att förändringen i tankesätt inte bara har skett i Finland, utan i hela världen – Finland har internationaliserats, men världen har också förminskats.

Det är viktigt att undvika klichéer och att förstärka negativa stereotyper. Detta kan göras genom att försöka hitta nya vinklar, nya livserfarenheter, och nya slags berättelser att ta fram, och inte bara visa samma gamla historia på nytt i nytt omslag. Filmen skall visa något nytt, men rota sig i verkligheten.

5 AVSLUTNING

Slutsatsen vi kan dra från detta är att producenten kan påverka representation i den media som produceras genom målgruppsanalys, samarbete med finansiärer och distributörer, och genom att hitta manus, projekt, och berättelser som är intressanta och redan i manusskedet innehåller mångfald. Producenten har också ett ansvar att försäkra sig om jämställd representation mellan könen bakom kameran, för att se till att den värld som visas upp i media överensstämmer med den värld vi lever i. Producenten har ansvar, men ansvaret är också fördelat mellan andra inblandade i skapelseprocessen. Det är viktigt för producenten att vara medveten om makten i representation, och att sträva till att använda den av rätta orsaker. Attityder som hittills har lett till dålig representation av marginaliserade grupper kan förändras genom uppfostran och medveten strävan till förändring.

Orsaken till att jag personligen började fundera på ämnet var på grund av att jag under studierna börjar ha tankar som ”en hurdan producent vill jag vara i framtiden?” och ”hur kommer den media som jag hoppas att få producera att påverka tittaren, och världen?”. I processen fick jag många värdefulla insikter och svar på både mina forskningsfrågor och mina personliga funderingar, men jag fick också många, många fler frågor, som jag är ivrig att fortsätta forska i. Forskningen kändes relevant och viktig för mig på både ett professionellt och personligt plan. Ofta då man diskuterar hur sociala fenomen reflekteras i filmer och TV eller hur något man ser på bio eller på TV kan påverka en är det lätt för andra att avfärda en med ”men det är bara en film”, och därför ansåg jag det viktigt att faktiskt forska i om det kan vara så att det bara är en film, eller om media egentligen har ett större inflytande på oss än vad folk tror. Som en ivrig mediakonsument ville jag bli mer medveten själv, och kunna öka medvetenhet hos andra, om hur man kan bli påverkad av media. Som mediaproducent ville jag veta mer om den andra sidan av slanten – hur ser mitt ansvar ut då det kommer till den media jag

kommer att skapa? Målet är att som producent lämna efter sig innehåll som kan uppmuntra, uppmåna till tanke, glädja, och stöda, oberoende vem konsumenten är.

5.1 PLAN FÖR FORTSATT FORSKNING

Ämnet är viktigt och öppnar upp många fler frågor, och därför ämnar jag fortsätta studera samma ämne under mina magisterstudier inom film och television på University of Birmingham under året 2017-2018.

Under intervjuerna kom det upp en hel del frågor, både självständiga och som följdfrågor till de svar producenterna gav, som jag önskar att jag kunde fortsätta forska i. Exempel av dessa inkluderar till exempel frågor om målgruppsanalysen (vem är det som gör den och hur görs den?), producentens och finansiärens samarbete, och frågor och exempel på hur producenten helt konkret i olika situationer kan påverka att ett projekt går igenom eller förhindras. Vad är det som gör något specifikt 'mediasexigt'? Hur kan man fortsätta utveckla mediebranschen bakom kameran till att bli mer jämställd? Vilka andra sätt kan det finnas att skapa representativ media, om till exempel en finansiär inte accepterar projektet? Dessa och fler är frågor som jag förhoppningsvis kommer att kunna svara på efter magisterstudierna, och kunna använda mig av själv och hjälpa andra med inom arbetslivet.

KÄLLOR

Aho, Kaarle. 2017 [muntl.] *Intervju om producentens ansvar för representation i finländsk media*. Transkriberad, översatt från finska. 18.04.2017

Brennen, Bonnie C. 2013, *Qualitative Research Methods for Media Studies*, Routledge, s. 18

Carroll, Rory. 2014, *It's a man's celluloid world: study finds women under-represented in film*. Tillgänglig: <https://www.theguardian.com/world/2014/mar/11/mans-celluloid-world-study-finds-women-under-represented-film>

Hämtad 24.04.2017

Castells, Manuel., Fernández-Ardèvol, Mireia., Qiu, Jack Linchuan., Sey, Araba. 2007, *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. MIT Press, s. 241

Corbin, Juliet. Strauss, Anselm. 1998, *Basics of Qualitative Research*. SAGE Publications, Inc, s. 11

D'Acci, Julia. 2004, Television, Representation and Gender. I: Allen, Robert C. Hill, Annette, red. *Television Studies Reader*, Routledge, s. 373-388

Gauntlett, David. Hill, Annette. 1999, *TV Living: Television, Culture and Everyday Life*. Routledge, s. 130, s. 133

Geena Davis Institute on Gender in Media. 2016, *The Reel Truth: Women Aren't Seen or Heard: An Automated Analysis of Gender Representation in Popular Films*.

Tillgänglig: <https://seejane.org/research-informs-empowers/data/>

Hämtad: 25.04.2017

Hall, Stuart. 1997, The Spectacle of the Other. I: Hall, S., Evans, J., Nixon, S., *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. SAGE Publications, Inc, s. 259

Harrison, Kristen. Martins, Nicole. 2011, *Racial and Gender Differences in the Relationship Between Children's Television Use and Self-Esteem: A Longitudinal Panel*

Study. Tillgänglig: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0093650211401376>
Hämtad 05.04.2017

Kemppainen, Jouni K. 2016, *Keski-ikäiset naisnäyttelijät eivät kelpaa miesten tekemiin elokuviin, sarjoihin tai näytelmiin – Elina Knihtilä haluaa muuttaa tilanteen.*

Tillgänglig: <http://www.hs.fi/kuukausiliite/art-2000002894078.html>

Hämtad 24.04.2017

Lalli, Maarit. 2017. [muntl.] *Intervju om producentens ansvar för representation i finländsk media.* Transkriberad, översatt från finska. 20.04.2017

Lindell, Ingrid. 2004, Over and Over Again: The Representation of Women in Contemporary Cinema. I: Gjelsvik, A., Schubart, R., red. *Femme Fatalities: Representations of Strong Women in the Media.* Nordicom. S. 42-43

Lyytikäinen, Leila. 2017. [muntl.] *Intervju om producentens ansvar för representation i finländsk media.* Transkriberad. 11.04.2017

Martinsson, Therese. 2014, Counting Heads and keeping an eye on the content. I: Edström, Maria & Mølster, Ragnhild (red.). *Making Change: Nordic Examples of Working Towards Gender Equality in the Media,* Nordicom, 2014, s. 21

Merriam-Webster. Tillgänglig: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/representation>

Hämtad 05.04.2017

Mulvey, Laura. 1975, *Visual Pleasure and Narrative Cinema.* Tillgänglig: <http://theslideprojector.com/pdf/files/art6/visualpleasureandnarrativecinema.pdf>

Hämtad 02.05.2017

nj.com. 2009. Tillgänglig:

http://www.nj.com/ledgerlive/index.ssf/2009/10/junot_diazs_new_jersey.html

Hämtad 27.04.2017

Shuman, Amy. 2005, *Other People's Stories: Entitlement Claims and the Critique of Empathy.* University of Illinois Press, s. 1

Solnit, Rebecca. 2015, *Men Explain Lolita To Me*. Tillgänglig: <http://lithub.com/men-explain-lolita-to-me/>

Hämtad 20.04.2017

Sucksdorff, Annika. 2017. [muntl.] *Intervju om producentens ansvar för representation i finländsk media*. Transkriberad. 19.04.2017.

ter Bogt, T.F.M., Engels, R.C.M.E., Bogers, S., Kloosterman, M. 2010, "Shake It Baby, Shake It": *Media Preferences, Sexual Attitudes and Gender Stereotypes Among Adolescents*. Tillgänglig: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2993884/>

Hämtad 24.04.2017

Wickholm, Julia. 2016, *Makten i att vara representerad*. Tillgänglig: <http://litterarum.blogg.hbl.fi/2016/02/10/makten-i-att-vara-representerad/>

Hämtad 24.04.2017

Zeisler, Andi. 2008, *Feminism and Pop Culture*. Seal Press, s. 75

BILAGOR / APPENDICES

BILAGA 1. Intervjufrågorna

BILAGA 1.

INTERVJUFRÅGORNA

På svenska

Vad betyder representation för dig?

Kommer du ihåg en specifik gång då du starkt upplevt att du sett dig själv representerad i en film eller på TV?

Är representation en faktor du funderar på i ditt arbete? Hur då?

Vad tänker du om vikten av representation i media?

Har du strategier för att försäkra dig om att det finns variation i människotyperna i den media du producerar? Hurdana?

Kan du ge exempel på olika fördelningar av ansvaret för att skapa representation inom arbetsgruppen?

Vad för slags bakgrundsresearch gör du eller någon i arbetsgruppen för att försäkra sig om att representationen är ansvarsfull och rättvis?

Hur tycker du att synen på representation och variation i media i Finland har ändrats under din tid inom branschen?

Hur tycker du att det finska medielandskapet historiskt har ändrats då det kommer till representation?

Hur ser du på utvecklingen av representation i finsk media i framtiden?

Suomeksi

Mitä representaatio sinulle tarkoittaa?

Muistatko jotain erityistä kertaa tai hetkeä kun olet kokenut itsesi erityisen hyvin edustetuksi elokuvassa tai TV:ssä?

Onko representaatio asia jota mietit jokapäiväisessä työssäsi? Miten?

Mitkä ovat ajatuksesi representaation tärkeydestä mediassa?

Onko sinulla tuottajana eri strategioita eri ihmistyyppien representaation varmistamiseen siinä mediassa jota tuotat? Minkälaisia?

Voitko antaa eri esimerkkejä representaation laatimisen vastuun jakautumisesta työryhmässä?

Minkälaista taustatutkimusta sinä tai joku työryhmästä tekee varmistaakseen sen että representaatio on vastuullista ja reilua?

Miten mielestäsi representaation ja ihmisvariaation suhtautuminen suomalaisessa mediassa on muuttunut sillä aikaa kun itse olet työskennellyt alalla?

Miten mielestäsi Suomen media on historiallisesti muuttunut representaatioasioissa?

Miten näet representaation kehityksen suomalaisessa mediassa tulevaisuudessa?