

Lunds universitet

Språk- och litteraturcentrum

Filmvetenskap

Handledare: Tommy Gustafsson

2010-01-15

Anders Hagberth

FIVK01, Filmvetenskap:Kandidatkurs

Filmfestivalen

- och dess inverkan på filmdistribution och marknadsföring.

Innehållsförteckning

Inledning	3
Bakgrund	3
Syfte	4
Frågeställning	4
Metod och material	5
Teori.....	6
Filmfestivalens historia.....	7
De tre stora – Venedig, Cannes och Berlin	7
Filmfestivalen globaliseras	10
Fallstudie 1: Låt den rätte komma in	13
Inledning	13
Analys	14
Festivalens inverkan på marknadsföringen	18
Fallstudie 2: SFI.....	24
”Svenska Filminstitutet – vi stärker filmen”	24
Analys	26
Slutdiskussion.....	31
Bilaga.....	33
Källförteckning	36

Inledning

Bakgrund

I årtionden har filmentusiaster samlats och träffats i gemensamma nätverk för att diskutera, analysera och upptäcka ny film. Ett naturligt forum för detta har varit filmfestivaler, ett evenemang och en festartad tillställning som inbjuder folk till att utforska filmens värld bortom det traditionellt biografdistribuerade utbudet. Här kan man möta likasinnade och få ta del av filmvärlden som kanske annars hade gått en obemärkt förbi. För när majoriteten av den biografvisade filmen kommer från USA och resterande procent mestadels ägnas åt den nationella filmen, kan det vara svårt att på annat sätt lägga märke till mindre och smalare produktioner från världens alla hörn.

Festivalen bidrar även till att en film ges en chans att nå ut med sitt verk och på så sätt öka dess chanser att distribueras. Det ska i sin tur förhoppningsvis leda till att den ekonomiska biten går runt. För mindre produktioner, som kanske inte har det där riktigt slagkraftiga yttre, kan detta vara väldigt avgörande för huruvida mottagning och försäljning av filmen utvecklar sig, och också avgöra filmens slutgiltiga framgångsresultat.

Men hur ser då denna process ut rent konkret? Vad är som händer med en film när den går igenom festivalvärlden och vilka yttre faktorer spelar roll för dess existens som en festivalfilm överhuvudtaget? Kan man peka på några fasta punkter som visar hur festivalens befintlighet påverkar filmmediet ur ett större perspektiv? Detta är ett relativt utforskat fält inom filmvetenskapen,¹ men bör för den sakens skull inte försummas. Skrifter om filmfestivaler har tidigare mestadels förekommit i form av olika publiceringar om enskilda festivalers historiska utveckling. Forskningen kring ämnet har visserligen ökat på senare tid, men jag tycker att det finns anledning att ytterligare gräva sig in i ämnet och utforska delar som förhoppningsvis kan ge nya perspektiv kring sättet att se på de krafter som ligger bakom själva skapandet och spridandet av film som medieformat.

I denna uppsats ämnar jag att undersöka hur filmfestivalen kan ha en inverkan på filmers distribution och marknadsföring.

¹Marijke de Valck, *Film festivals: from European geopolitics to global cinephilia*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2007 s.16

Syfte

Syftet med uppsatsen är att undersöka om filmfestivalen som koncept, har en påverkan på spridandet och mottagandet av film, och i så fall på vilket sätt?

Vid en första tanke kan en filmfestival uppfattas som något så enkelt som ett sätt för filmer att nå en publik och för publiken att upptäcka ny film. En tydlig symbios mellan sändare och mottagare alltså. Detta är naturligtvis också helt korrekt, men vid närmre granskning kan även diverse mönster upptäckas som ger en djupare och mer komplex situation. Det kommer visa på att festivalen utgör en del i ett större sammanhang inom den vidomspännande filmbranschen. Ett exempel på detta är att människorna bakom filmer medvetet använder sig av föreställning om filmfestivalen som kvalitetsbärare, och på så sätt drar nytta av dess status samt utnyttjar den allmänna bilden av filmfestivalens funktion.

Mitt syfte är alltså att försöka bringa ljus på dessa yttre faktorer som borde inkluderas i helheten av vad som uppfattas vara en filmfestival. Utöver detta kommer jag även att ge en bakgrund till utvecklingen, och den på senare tid explosionsartade ökningen av antalet filmfestivaler.

Frågeställning

I min frågeställning finns ett par grundfrågor som utgör stommen i arbetet. En av dessa frågor är:

- Vad händer med en film när den visas på en filmfestival?

Utifrån denna fråga kan ett vidare resonemang utvecklas och frågor som exempelvis berör filmens marknadsföring, spridning och status ställas. Vad betyder det för en film att delta på en filmfestival? Kan uppfattning samt mottagningen av en film förändras tack vare ett deltagande och eventuella prisutnämnelser på filmfestivaler? Hur kommer det sig att en film, tack vare sin medverkan på en filmfestival, ökar sin status som ”kvalitetsfilm”?

Uppsatsen kommer i stor grad att utgå från ett svenskt perspektiv, men med förhoppningen att en nationell syn speglar ett globalt tillstånd. Detta gör att den andra frågan som utgör en grund i arbetet är:

- Hur förhåller sig Svenska Filminstitutet (SFI) till filmfestivaler?

Vad står det exempelvis i filmavtalet som vi har i Sverige? Vad värderar SFI och till vem ger de bidrag? Har detta någon koppling till filmfestivaler?

Metod och material

Jag kommer att genomföra två fallstudier, där jag vill visa på hur filmfestivaler, på två ganska olika sätt, används i marknadsföringsyfte för att öka eller legitimera ett intresse. Detta ska förhoppningsvis också ge en insikt i hur ett filmklimat ser ut i Sverige, som trots allt är ett relativt litet filmproducerande land med begränsade ekonomiska resurser.

I den första av dessa två fallstudier kommer jag att undersöka hur det kan gå till när en film anpassar sig till de förhållanden som råder och som på olika sätt gynnas av floran av priser från filmfestivaler. Jag har tittat närmre på Tomas Alfredsons *Låt den rätte komma in* från 2008, och i detta exempel kan jag finna att filmfestivalen bidragit till vår uppfattning om filmen som kvalitetsfilm och således ökat dess konstnärliga status. Det kommer att utföras en analys av *Låt den rätte komma in* och på detta sätt försöka påvisa en tes om filmfestivalens potentiella möjlighet att påverka en films framgång.

I den andra fallstudien försöker jag ge en mer generell bild över hur Svenska Filminstitutet värderar och ser på filmers medverkan på filmfestivaler. I en övergripande undersökning synar jag det svenska filmavtalet och sätter det i perspektiv över hur SFI vill att svensk film skall framställas, dels genom olika filmexempel men också i en analys av SFI:s sätt att marknadsföra sig själva genom exempelvis deras hemsida. Under avdelning Bilaga (s. 30) presenteras statistik som är kopplat till den diskussion som förs i analysen.

Utöver detta ämnar jag att ge en historisk överblick kring filmfestivalens utveckling. Den bok som i stor utsträckning används här är Marijke De Valcks *Film festivals: from European geopolitics to global cinephilia*. Då det finns relativt lite forskning kring detta ämne har jag valt att De Valcks bok då hon ger en mycket utförlig historisk beskrivning av filmfestivalen, i synnerhet gällande de mest inflytelsefulla festivalerna Cannes, Venedig och Berlin.

Själva analysdelarna kommer i största utsträckning bestå av biograf- och marknadsstatistik, promotionmaterial från filmbolag och framförallt tidningsartiklar. I de två fallstudierna kommer jag att i diskussionen utgå från citat hämtade från tidningsartiklar. Dessa citat kommer att sättas in i perspektiv genom att uppsatsen förhåller sig till statistik och tryckt promotionmaterial. Vidare skall ett resonemang föras med hjälp av denna jämförelse angående hur filmfestivalens påverkan på ett filmklimat ser ut. Jag kommer att presentera en sammanställning av bilder och statistik som har med vardera fallstudien att göra. Denna

sammanställning kommer att i första studien sammanfogas i den löpande texten. I andra studien hänvisas resultatet till avdelning Bilaga. Konstruktionen är utförd på detta sätt på grund av att jag anser det underlättar läsandet på mest lämpliga sätt.

Teori

Uppsatsen kommer inte att utgå från någon övergripande teori. Anledningen till detta är att det inte går att applicera en särskild teori på de fallstudier som behandlas. Det betyder dock inte att teoridelen har utelämnats helt och hållet. I den första fallstudien kommer High Concept-teorin att användas och i den andra studien diskuteras Jostein Gripsruds uppdelning av hög och lågkultur från hans bok *Mediekultur, Mediesamhälle*. Mer utförlig beskrivning angående ovan nämnda teorier kommer att presenteras i respektive avsnitt.

Filmfestivalens historia

De tre stora – Venedig, Cannes och Berlin

De första filmfestivalerna kom till i Europa ganska omedelbart efter att filmen lanserats i slutet på 1800-talet. På nyårsafton 1898 organiserades den allra första festivalen i Monaco. Därefter följde städer som Prag, Hamburg och Milano exemplet och anordnade olika varianter av festivalvisningar.² Dessa tidiga exempel skiljer sig markant från dagens filmfestivaler och var mer inspirerade av den tidiga avant garde-kulturen som blomstrade före andra världskriget. Avant garden tillhörde vid denna tid ett kulturellt nätverk som skapades av intellektuella aktörer från Europas storstäder, och hade som avsikt att framhäva den icke-kommersiella konstfilmen. Visningarna anordnades lika mycket för att föda den intellektuella eliten, som för att störa den rådande filmbranschen i hopp om att den smala filmen skulle få mer uppmärksamhet. Men till skillnad från filmfestivaler var avant garde-rörelsen ett relativt smalt och stängt nätverk, vilket var en av anledningarna till att den inte kom att överleva efterkrigstiden i samma utsträckning och form som tidigare.³

Filmfestivalens utveckling gick dock helt i motsatt riktning. Den första av de riktigt stora filmfestivalerna uppstod i Venedig år 1932. Det som var unikt för denna festival var att den anordnades regelbundet. Till en början skedde detta vartannat år men från och med 1935 varje år. Det var även här som politik för första gången på allvar fick markant roll i en filmfestival. Mussolinis fascistiska parti, som med järnhand styrde Italien, gav rikligt med stöd till festivalen och kom allteftersom att styra dess organisation och utveckling. Mussolini såg en möjlighet att med festivalens hjälp sprida och legitimisera den fascistnationalistiska ideologin. Filmerna som visades var således väl utvalda av den italienska regeringen, och användes som en del i det utbredda propagandaprogram som var inrättat i den italienska, såväl som den tyska nationen.⁴

Även om det förekom bidrag från andra länder på Venedigs filmfestival, var det ytterst sällan något annat land än Italien och Tyskland som belönades med någon prisutmärkelse. Festivalen användes för att marknadsföra den inhemska nationella filmen, vilket var en utveckling som framtida festivaler också kom att göra, dock inte på samma extrema sätt. Denna uppenbara diskriminering ledde till att storproducerande filmländer som Frankrike, USA och Storbritannien gemensamt gick ihop och bildade en filmfestival. Utfallet blev den

² Valck, s. 47

³ Ibid s. 25

⁴ Ibid s. 48

internationellt största festivalen idag, Cannes filmfestival. Första upplagan av Cannes var tänkt att äga rum mellan 1-20 september år 1939, men ställdes in efter bara en filmvisning då andra världskriget bröt ut i och med Tysklands invasion av Polen den 1:a september. Den första filmfestivalen i Cannes kunde i sin helhet först genomföras då kriget var slut och gick av stapeln mellan 20:e september och 5:e oktober 1946. Den politiska aspekten går inte heller här att ta miste om. I ett efterkrigsdrabbat Europa kom Cannesfestivalens filmprogram att ta en tydlig västinriktad prägel och prisa filmer med exempelvis antifascistiska motiv. Men till skillnad från Venedigs tidiga festivalårgångar handlade Cannes som festival mycket mer än om bara film och politik. Detta var ett evenemang som var tänkt att vara en festartad tillställning. Glitter och glamour var ingredienser i en helhet som kretsade lika mycket kring gala som om film. Denna blandning av konstens avtryck och glamourens Hollywood är det som gjort Cannes så framgångsrikt och präglar festivalen än idag.⁵

Cannes, och sedermera även Venedigs filmfestival, hade under 1950-talet etablerat sig som festartade tillställningar, geografiskt placerade i en exotisk miljö, med ett tilltalande klimat. Festivalerna utvecklades delvis till turistattraktioner där filmbranschen utnyttjade uppmärksamheten och kunde marknadsföra sina produktioner såväl som sina filmstjärnor. Den politiska aspekten avstannade sakta men säkert och det var i detta skeende som en annan av dagens festivalgiganter såg ljuset. Berlins filmfestival startade år 1951, i ett Tyskland som drabbats hårt av sviterna från förlusten av andra världskriget. Det kulturella välståndet var drivet till en bottennivå och filmbranschen var i kris. Tyskland hade som filmproducerande nation varit en förebild under många årtionden men stod nu utan någon fast förankring, då filminspelningsplatser hade förstörts, produktionsanställda hade flytt landet, expertisen saknades och Berlin i synnerhet, befann sig i mitten av en politisk ideologikonflikt.⁶ Berlins filmfestival var alltså en positiv och hoppningivande injektion som skulle hjälpa den tyska filmbranschen att komma tillbaka upp på fötterna. Vad som utmärkte festivalen var att den tog till vara på den politiskt laddade situationen som rådde i Berlin under denna tid. Cannes och Venedig hade mer och mer börjat handla om stjärnglansen från kända skådespelare och tappat den politiska aspekten och det gjorde att Berlin skiljde sig från de två stora. Detta var en väl uttalad ambition från tyskarnas sida och hade delvis sin förklaring i att Västtyskland, med

⁵ Ibid s 15

⁶ Ibid s. 51

starkt amerikansk inflytande, använde festivalen som ett instrument för att propagera för sin ideologiska ståndpunkt.⁷

Utvecklingen av filmfestivalen som koncept gick vidare under 1950-talet. Allt fler länder upptäckte filmfestivalens potential, exempelvis för att marknadsföra den nationella filmen och genom detta stärka den egna nationen och dess invånare. Antalet festivaler ökade så pass mycket att dominanterna Cannes och Venedig oroade sig över en inflation av filmfestivaler. Detta skulle vara för dem förödande i och med att deras egen status i så fall skulle minska. För att förhindra denna utveckling pressades den internationella filmfestivalorganisationen FIAPF (Federation Internationale des Producteurs des Films) att genomföra en rangordning av festivaler. Resultatet blev att Cannes och Venedig år 1951 klassades som "A-festivaler", vilket betydde att deras status säkrades genom att de erkänts som mer betydelsefulla festivaler. För att ytterligare kontrollera den nya vågen av festivaler stiftades direktiv om att medlemmar av FIAPF inte skulle delta i tillställningar som motsatte sig organisationens reglemang. Det skulle förhoppningsvis leda till att ej godkända festivaler inte skulle få ett internationellt erkännande. Ett hierarkiskt system höll på att växa fram och en av festivalerna som kom i kläm var Berlin. Det tog Berlins filmfestival fem år att övertyga och lobba för att även de skulle räknas in som en av nu tre A-klassade filmfestivaler.⁸

Vad som dock bör påpekas är att under denna tidiga del av historien var filmfestivalfenomenet i största grad en europeisk företeelse. En av förklaringarna till detta var att festivalen användes för att stärka den nationella filmen och nationen som helhet. Många länder i Europa utvecklade nämligen under denna tid sina nationalistiska värderingar. En annan förklaring är Europas förhållande till Hollywood. Ända sedan mitten på 1920-talet, och i synnerhet efter att ljudfilmen introducerats, har Amerika dominerat den internationella filmmarknaden både ekonomiskt och kulturellt. Europeiska länder har med varierande framgång försökt bromsa denna utveckling. Restriktioner mot amerikansk film har exempelvis införts i somliga länder. Men efter andra världskrigets slut, och de allierades vinst, flödade den västinspirerande kulturen i Europa. Självklart var majoriteten av den film som visades på europeiska biografer just från USA. Filmfestivalen utvecklades nu alltså som ett sätt för europeisk film att erkännas och få prestigefylld uppmärksamhet i konkurrens med Hollywood.⁹

⁷ Ibid s. 52

⁸ Ibid s. 53 f.

⁹ Ibid s. 58

Filmfestivalen globaliseras

Under slutet på 1960-talet genomförs en reformering av många filmfestivalers organisation. Utvecklingen i exempelvis Cannes fram tills nu hade varit den att de ekonomiska och glamorösa aspekterna hade gått för långt. Detta hävdade i alla fall inflytelserika filmkritiker och regissörer från den *Franska Nya Vågen* (La Nouvelle Vague), som ansåg att festivalerna inte längre tog hänsyn till den artistiska sidan. Filmmediet skulle behandlas som konst, menade kritikerna. Jean-Luc Godard och François Truffaut var några av de som med hjälp av bland annat demonstrationer och protester fick den franska festivalen att omstrukturera sina värderingar och närma sig en mer vänsterinriktad hållning.¹⁰

Den politiska situationen under denna tid, i kombination med vad som hände i Cannes, gjorde att fler festivaler inspirerades av samhällsutvecklingen. Även dessa närmade sig en mer politiskt vänsterpräglad organisation. Relationen till Hollywood, som för de tre stora hade varit starkt påtaglig, fick sig nu en törn. Vad utvecklingen gick mot, var en mer auteurpräglad syn på film och filmfestivaler. Film skulle ses som konst och behandlas därefter. Tidigare hade urvalsprocessen av filmer skett genom att de deltagande länderna fått välja ut sina egna bidrag. Det i sin tur gjorde att festivalerna fungerade som en form av olympiad, där respektive land fick välja ut en film som representerade deras nationella filmproduktion. Istället för denna föråldrade process infördes det nu att festivalerna själva valde ut de bidrag som de ansåg vara lämpliga, med festivalchefen som högste beslutstagare. Utvecklingen gick helt i ordning med det auteurperspektiv som blev så dominant i filmsammanhang under denna tid. Festivalens chef, likt regissören för en film, fungerade som den enskilt drivande kraften bakom det konstnärliga urvalet.¹¹

Under 1980-talet började den explosionsartade utvecklingen som gör att vi idag har filmfestivaler över hela världen, varje dag. Varierande siffror pekar på att det anordnas mellan 1200 och 1900 festivaler varje år.¹² Det finns numera filmfestivaler för alla möjliga olika teman såsom internationell film, nationell film, lokal film, kulturellt avgränsad film, visningar av exempelvis dokumentärer, dansfilm, experimentell film och animationer. Listan skulle kunna utökas till bristningsgränsen och visar på den otroliga utökningen av fenomenet filmfestival som stigit i takt med att vår värld gått in i ett allt mer globaliserat tillstånd. Bara i Sverige finns det enligt Svenska filminstitutet 42 stycken officiella filmfestivaler som hålls

¹⁰ Ibid s 61.

¹¹ Ibid s. 63

¹² Ibid s. 68

regelbundet.¹³ Här blandas allt från traditionella upplägg innehållande internationella produktioner, exempelvis Göteborgs filmfestival, till mer alternativa utformningar som exempelvis har som syfte att motverka rasism, vilket är fallet på Antirasistiska filmdagar i Malmö. Andra exempel är Dövfilmfestivalen i Stockholm eller ett flertal festivaler som riktar sig till unga och oetablerade filmskapare, till exempel Novemberfestivalen i Trollhättan och BUFF (Barn och Ungdoms Filmfestival) i Malmö.

I alla världsdelar, i många städer och även på mindre orter kan man idag finna en filmfestival i någon form. FIAPFs lista över A-klassade festivaler har utökats till att idag även innefatta Toronto, Karlovy Varo, San Sebastian, Moskva, Kairo, Mar del Plata, Montreal, Tokyo, Shanghai, Warszawa och Locarno.¹⁴

Vad som länge var en europeisk tradition, i en relativt begränsad storlek, hade under 1990-talet vuxit till ett världsomspännande nätverk. Men hur förklarar man denna otroliga spridning? Den före detta chefen för Buenos Aires International Filmfestival, Quintin Eduardo Antin, skriver i en publicering i *On Film Festival* om vad han anser ligga bakom framgången för filmfestivalen som koncept.

The reason is very simple: they show what cannot be seen elsewhere. This happens for two reasons. One is that, in effect, there are films that only circulate in the Galaxy of Film Festivals. But it also happens with increasing frequency that the same film which causes a sensation in a festival often is not at all successful when it opens commercially, or when it is shown in a cinemathèque, or in a repertory house. This tends to happen because festivals, since they belong to an “event culture”, to a culture of the extraordinary, end up being more significant as social acts than for their content.¹⁵

Antin menar dels att filmfestivalen erbjuder ett utbud som är svårt att hitta någon annanstans, vilket medför exklusivitet. Han pekar även på att det är själva nätverkandet inom filmfestivalen som gör fenomenet så pass framgångsrikt. Detta är en del av problematiken kring festivalhysterin. Festivalens status, även om den innehåller en intern hierarki, har utåt sett ett väldigt högt anseende, oavsett vad programmet innehåller. En films medverkande på festivaler medför visserligen ingen garanterad framgång, detta är snarare ett undantag. Men i somliga fall kan en film göra en framgångsresa inom festivalkretsen, som i ett senare skede kan utnyttjas av distributörer ur ett marknadsföringssyfte. De Valck är inne på ett liknande spår. Hon menar att samtidigt som filmfestivalen månar om att filmer och filmskapare skall

¹³ <http://www.sfi.se/sv/bibliotek/Filmankar/Filmfestivaler-i-Sverige/> (2010-01-02)

¹⁴ http://www.fiapf.org/intfilmfestivals_sites.asp

¹⁵ Richard Porton (red.), *On film festivals*, Wallflower, London, 2009, s. 42

erhålla högt kulturellt värde, har nätverket i sig själv en agenda att se efter sin egen överlevnad. Detta är helt beroende av omgivningens föreställning och acceptans om filmfestivalen som finkultur. De Valck skriver så här: ”The assurance of widespread support legitimizes a film festival’s existence in the absence of financial independence. In other words, it is the larger network that guarantees a festival’s sustainability.”¹⁶

Filmfestivalens historia är alltså nästan lika gammal som filmen själv. En rådande institution med en väl fungerande systematik som spritt sig allt längre bort från Europas gränser. Dock har den explosionsartade utvecklingen på senare tid också inneburit en viss problematik. I de kommande fallstudierna kommer jag att undersöka och exemplifiera detta samt resonera vidare kring festivalens roll i olika filmsammanhang.

¹⁶ De Valck, s. 207

Fallstudie 1: Låt den rätte komma in

Inledning

Tomas Alfredssons film *Låt den rätte komma in* från 2008, är baserad på John Ajvide Lindqvists roman med samma namn och är också adapterad till långfilmsmanus av Lindqvist. Filmen kan beskrivas, med den något udda sammansättningen, som en socialrealistisk vampyrfilm och har med tidens gång erhållit mängder med internationella utmärkelser och mottagits mycket väl av såväl kritiker som publik. Filmen kan stoltsera med hela 56 vunna priser från filmfestivaler och galor.¹⁷ Den sågs i Sverige av 150 000 människor på biograferna och hade en total bruttobiljettintäkt i Sverige på drygt 38 miljoner kronor. Detta gör den till den sjunde mest sedda filmen, bland inhemska produktioner, i Sverige under 2008¹⁸ Utomlands har filmen också gått bra. Även en annars så allergisk marknad för europeiska produktioner, som den amerikanska, har mottagit *Låt den rätte komma in* med öppna armar. Här har biografvisningarna sammanlagt genererat en vinst på 2.1 miljoner dollar och när filmen var som mest populär visades 53 kopior på olika biografier runt om i Amerika, i de flesta fall inom den så kallade *art house cinema*.¹⁹ Detta är i sammanhanget en liten visning i jämförelse med exempelvis de stora amerikanska blockbusterfilmerna, men fortfarande anmärkningsvärt då få svenska filmer går så här bra på den amerikanska marknaden.

Låt den rätte komma in handlar om den unge pojken Oskar, spelad av Kåre Hedebrant, som i ett mörkt och vinterkallt Sverige under tidiga 1980-talet lever ett ensamt förortsliv där varken hans föräldrar eller klasskamrater ägnar honom positiv uppmärksamhet i form av kärlek eller vänskap. Hans skilda föräldrar är för det mesta upptagna med sina egna problem och märker inte att deras son utsätts för systematisk mobbing av dennes hänsynslösa klasskamrater.

En dag flyttar en ung tjej in i grannlägenheten till Oskar och de två möts vid lekplatsen på kvällen och bildar allt eftersom en vänskaplig relation. Den unga tjejen Eli, spelad av Lina Leandersson, visar sig vara väldigt annorlunda mot alla andra människor Oskar har träffat. Vad Oskar inte vet är att Eli är vampyr och lever med en ständig törst efter blod som tvingar henne att ta andra människors liv. Det här begränsar hennes tillvaro, och hopp om ett normalt liv med samhörighet, vänskap och kärlek. De två väldigt ensamma barnen, bildar en stark

¹⁷ <http://www.imdb.com/title/tt1139797/awards> (2010-01-02)

¹⁸ [http://www.sfi.se/sv/statistik/Filmåret_i_siffror_2008\(pdf\).s.20](http://www.sfi.se/sv/statistik/Filmåret_i_siffror_2008(pdf).s.20)

¹⁹ <http://www.imdb.com/title/tt1139797/business> (2010-01-02)

tilltro till varandra som leder till att Eli till slut måste öppna upp sig för Oskar och berätta sanningen för honom.

Filmens form varierar mellan en stillsam berättarstil som beskriver ett barns utsatt och ensamhet, till en mer actionbetonad ”skräckfilm”. I en scen där Eli på klassiskt skräckfilmsmanér överrumplar sitt offer för att sätta tänderna i den samme byggs stämningen upp med dov musik och spänningen ökar. Men även i de scener där skräcken spelar huvudrollen återfinns det som karakteriserar filmens helhet, nämligen ett övergripande lugn. Detta gör sig inte minst påmint om i det stillsamma fotot som går som en röd tråd genom filmen.

Analys

Serverar man barnen enbart falukorv vet de inte om att det finns annan mat, likadant är det med filmindustrin.²⁰

Så här säger Tomas Alfredsson i en intervju i *Sydsvenska Dagbladet* apropå det svenska filmklimatet. Han uttrycker sin olust i att det på den svenska biorepertoaren är väldigt svårt, tack vare en brist på pengar, för inhemska filmer att få en central och attraktiv plats, såvida man inte gör en film, i som han säger ”Göta kanal-stil”. Med detta förmodar jag att han menar svensk filmistributions brist att lyfta fram den så kallade ”konstfilmen”, eller bara filmer där handlingen och berättandet sträcker sig längre än till slätstrukna stereotyper och slapstick-humor. I en marknad där den amerikanska filmen är och har länge varit starkt dominerande²¹, kritiserar Alfredsson branschen och önskar mer mod hos distributörerna för att slutligen låta publiken själva upptäcka filmer som de inte annars hade sett.

En sammanställning av de mest sedda svenska filmerna 2008 ser ut enligt följande:

- 1 *Arn: Tempelriddaren*
- 2 *Arn – Riket vid vägens slut*
- 3 *Patrik 1,5*
- 4 *Rallybrudar*
- 5 *Vi hade i alla fall tur med vädret – igen!*
- 6 *Mamma Mu & Kråkan*
- 7 *Låt den rätte komma in*
- 8 *Morgan Pålsson – världsreporter*
- 9 *Varg*
- 10 *Maria Larssons eviga ögonblick*²²

²⁰ Annika Gustafsson, ”Han släpper in vampyrer och iskyla”, *Sydsvenska Dagbladet*, (2008-01-25)

²¹ <http://www.sfi.se/sv/statistik>, Filmåret i siffror 2008(pdf) s.34

²² <http://www.sfi.se/sv/statistik>, Filmåret i siffror 2008(pdf) s.20

Utifrån en mer traditionell syn hade man kunnat säga att majoriteten av dessa filmer tillhör den så kallade genrefilmen, med undantag för *Maria Larssons eviga ögonblick*, *Varg* och möjligtvis då *Låt den rätte komma in*, och genom denna iakttagelse delvis förstå Alfredssons kritik.

Diskussionen om vad som är kvalitetsfilm (finkultur) och vad som är genrefilm (populärkultur) kommer att kommenteras mer ingående i nästa fallstudie. Vad som i detta fall är desto mer intressant är huruvida *Låt den rätte komma in* faller in i denna kategorisering och i så fall om filmfestivalen har haft någon inflytande på detta? Har detta i sin tur påverkat distribution och marknadsföring och slutligen filmens sammanlagda framgång?

”Jag antar att man kanske trodde att den skulle vara en liten konstig film vid sidan av. Sedan kanske de upptäckte att den hade lite större möjligheter och bestämde att flytta på den så att den fick bättre utrymme.”²³ Alfredsson själv resonerar här i en intervju med *Dagens Nyheter* kring varför den svenska premiären av filmen sköts upp, från den planerade april-lanseringen till att faktiskt ha biografpremiär i oktober 2008. I *Solskenslandet* skriver Anders Marklund om den svenska filmens visningsfönster. Han beskriver hur biografmarknaden strategiskt väljer ut premiärdatum, beroende på filmens förväntade förutsättning och potential. Under årets gång är biografbesökandet som störst under vinterhalvåret. December och januari är de månaderna då svenska folket går som mest på bio, följt av februari, oktober och november. I fallet med *Låt den rätte komma in* var det som sagt först tänkt att filmen skulle ha premiär i april. Detta skulle i så fall medföra att filmens visningstid förmodligen hade blivit ganska kort, då den hade visat under biografernas minst besökta månader, nämligen maj och juni.²⁴ Nu sköts istället premiären upp för att på så sätt kunna utnyttja en betydligt mer fördelaktig tidsperiod på biografen.

Filmens framgång på festivaler runt om i världen borde således ha en inverkan på denna plötsliga ändring hos människorna bakom lanseringen av filmen. Det kommer också märkas att festivalen spelar en tydlig roll när distributörerna ska marknadsföra filmen i ett senare skede. Detta kommer att diskuteras mer längre fram i analysen.

Först ska jag närmare beskriva vad jag menar med att *Låt den rätte komma in* utmanar våra idéer om vad som är genre och vad som är konstfilm. Med några inledande exempel hänvisar jag till det amerikanska standardiseringrecept som växte fram i Hollywood på

²³ Betty Skawonius, ”Vill vandra vidare”, *Dagens Nyheter*, (2008-10-19)

²⁴ Erik Hedling & Ann-Kristin Wallengren, (red.), *Solskenslandet: svensk film på 2000-talet*, Atlantis, Stockholm, 2006, s. 162

1970-talet och som är dominant än idag, nämligen *High Concept*. Vad marknadsanalytiker med hjälp av systematiska analyser kom fram till, efter jätteframgången med Steven Spielbergs *Hajen* (1975), var ett koncept som skulle göra filmer till enorma kassasuccéer och förhoppningsvis inbringa ett kapital som var maximerat i förhållande till filmens potential. Detta koncept bygger på tre olika punkter. The Book, The Look och The Hook. Kort sammanfattat så här:

- Publiken vill ha det den känner till. Detta innebär att filmatiseringar av böcker, serier, historiska händelser och andra etablerade historier har ett enormt försprång i förhållande till okända berättelser.
- För att en film skall sälja riktigt bra krävs något visuellt utmärkande. Detta kan vara exempelvis exotiska kläder, miljöer, häftig rekvisita och accessoarer (s.k. *gadgets*), eller något annat som tilltalar ögat och drar till sig uppmärksamhet.
- För att få publiken att skapa ett intresse för filmen måste en väl utbredd marknadsföring äga rum. Denna kan se ut på olika sätt, men oftast genom enorma ekonomiska muskler som ser till att publiken redan innan premiären är väl medvetna om filmens befintlighet. Dock kan marknadsföringen ta sig oväntad, eller ibland väl planerad, riktning med hjälp av en så kallad *hype*. Det kan bildas ett snack kring filmen, av diverse olika anledningar, och detta drar filmen nytta av och får således extraskjuts i färdan mot en framgångsrik biografvisning.²⁵

Om man applicerar dessa kriterier på *Låt den rätte komma in*, kommer det märkas att High Concept-teorin mycket väl stämmer in på en del av filmens kännetecken. Som jag nämnde i början av uppsatsen, är *Låt den rätte komma in* baserad på en sedan tidigare välkänd svensk roman och därmed uppfyller filmen första kriteriet, The Book. Även boken visar drag i att kategorisera sig som både konst och genre. Det kan man inte minst märka om man läser de bokrecensioner som kom ut i samband med Lindqvist debutroman. Jonas Thente från *Dagens Nyheter* berömmar exempelvis boken i sin recension men är samtidigt noga med att påpeka dess genretillhörighet. Redan i recensionens rubrik slås det fast att det rör sig om en ”skräckroman”. Utöver detta skriver han bland annat: ” [...]en mycket imponerande roman som mycket väl kan mäta sig med några av de bästa internationella författarna av facket.”²⁶

²⁵ Justin Wyatt, *High concept: movies and marketing in Hollywood*, 1. ed., Univ. of Texas Press, Austin, 1994

²⁶ Jonas Thente, ”Skräckroman biter sig fast”, *Dagens Nyheter* (2004-06-24)

Andra kriteriet är uppfyllt på två sätt. Dels genom den miljö som filmen utspelar sig i, ett iskallt mörkt Sverige där kontrasten mellan svart och vitt är starkt påträffande. Detta ger en visuellt gångbar yta, som med ett skickligt foto gestaltar och förmedlar en avvikande Look. Läggs där till att i filmens handling finns ett övernaturligt inslag i form av en vampyr, som ytterligare förstärker känslan av något annorlunda och exotiskt.

Slutligen har *Låt den rätte komma in* även lyckats att få den *hype* som kan vara så avgörande för hurvida en film blir framgångsrik eller inte. Det här skedde i fallet genom att filmen rodde hem internationella festivalpriser, med bland annat tunga pjäser som det mest prestigefyllda priset på 2008 års Tribeca Film Festival.²⁷ På detta vis fick filmen mycket publicitet i pressen och det skapades en hög förväntning på filmen inför den reguljära premiären. Detta bör vara en av anledningarna till filmen fick en senare biografpremiär än vad som vad tänkt till en början. Så länge som filmen drog in priser från festivaler fortsatte svenska journalister stolt att rapportera kring filmens framgångssaga, och publikens förväntningar och förhoppningar torde ha ökat i samma takt. *Hypen* var i rullning och således är även det tredje kriteriet, *The Hook*, uppfyllt.

Nu är ju förstås skillnaden mellan *Låt den rätte komma in* och en klassisk amerikansk High Concept-film, som exempelvis *Jurassic Park*, *Titanic* eller *Sagan om ringen*, på många sätt väldigt stor. Inte minst den ekonomiska situationen, där *Låt den rätte komma in* har en budget som motsvarar ungefär 1 procent av en i dagen Hollywood-producerad storfilm.²⁸ *Låt den rätte komma in* har alltså inte alls samma förutsättningar, inte minst på ett marknadsföringsplan, vilket gör att en film av denna kaliber blir tvungen att finna andra vägar att skapa uppmärksamhet. Det har skett delvis genom det massiva prisregn som filmen fick uppleva, och utan detta hade förmodligen framgången också uteblivit. Filmen drar helt enkelt nytta av vår uppfattning om festival och galautmärkelser, som är förknippat med kvalitet och finkulturell bekräftelse.²⁹ På detta sätt lockas inte bara den genretilldragande publiken in, utan även den lite mer alternativa som får upp ögonen för filmen då den gång på gång prisas i kulturella sammanhang.

²⁷ http://www.imdb.com/Sections/Awards/Tribeca_Film_Festival/2008 (2010-01-02)

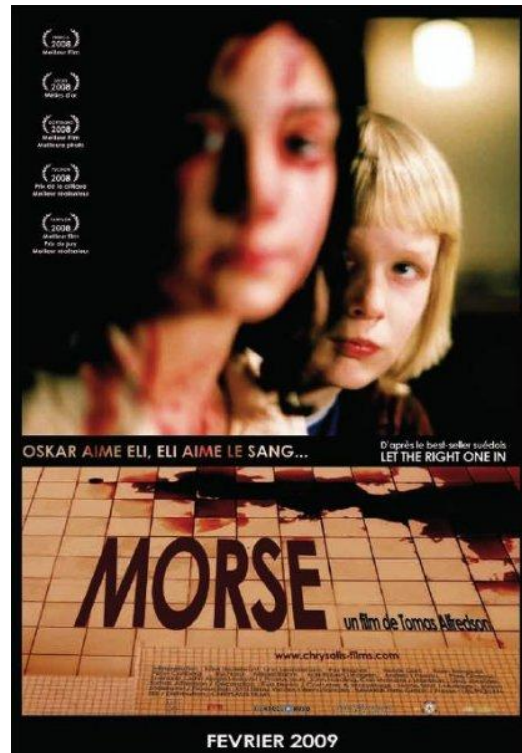
²⁸ <http://www.imdb.com/title/tt0120737/business> (2010-01-02), www.sfi.se/sv/varastod/Beviljade-stod/ (2010-01-02)

²⁹ Valck s. 38

Figur 2: Poster, Tyskland



Figur 3: Poster, Frankrike



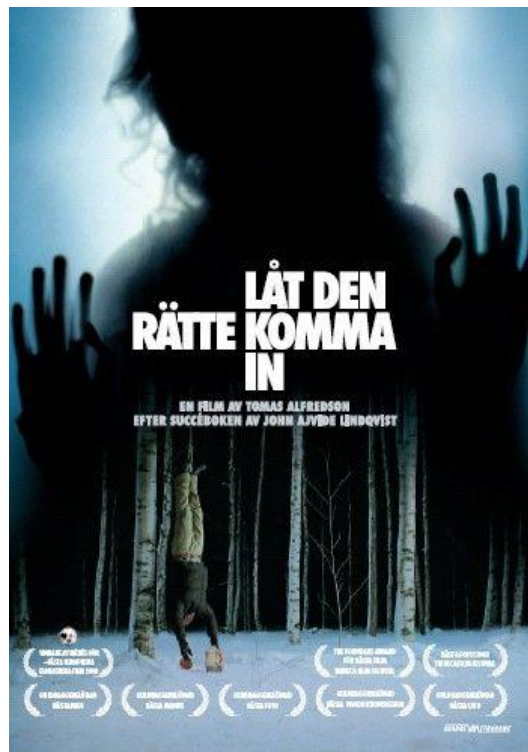
Figur 4: DVD-omslag, Nederlanderna



Figur 5: Poster, Italien



Figur 6: Poster, Sverige



Figur 7: Poster, Sydkorea



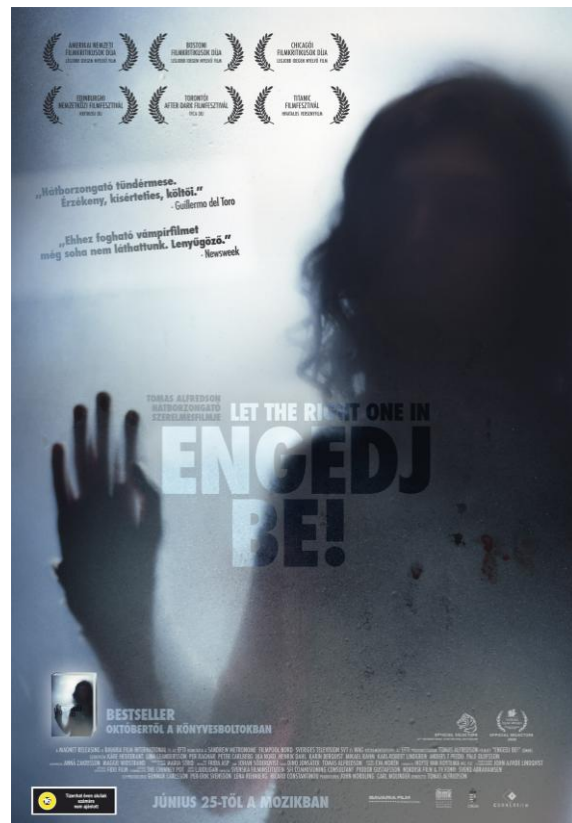
Figur 8: Poster, Taiwan



Figur 9: DVD-framsida, Storbritannien



Figur 10: Poster, Ungern



30

³⁰ <http://www.lettherightoneinmovie.com/> (2010-01-02)

<http://www.latdenrattekommain.se/> (2010-01-02)

<http://www.lettherightonein.co.uk/> (2010-01-02)

<http://www.morse-lefilm.com/> (2010-01-02)

<http://www.moviegoods.com> (2010-01-02)

<http://www.imdb.com/title/tt1139797/> (2010-01-02)

I samtliga fall, förutom USA och Storbritannien, används filmfestivalen som underlag i marknadsföringen. Detta sker bland annat genom en symbol, där en eller flera utvalda prisutmärkelser pryder affischen eller omslaget. Denna symbol är utformad som två olivkvistar med tillhörande prisbeskrivning placerad mellan sig. Olivkvisten i sig har en lång tradition som symbolisk bärare och sträcker sig tillbaka till antiken där den tilldelades segrarna i de olympiska spelen. I kristendomen används olivkransen flitigt inom symboliken, bland annat i kombination med en duva som visar Noak att syndafloden håller på att sjunka undan.³¹ Inom filmfestivalkretsar har den ursprungligen representerat den mest ansedda av festivalerna, nämligen som Cannesfestivalens logga. Det är alltså ingen slump att olivkvisten även fått bära tecknet för en festivalutmärkelse, då den både har starkt symboliskt värde rent generellt, men också inom festivalkretsen.

Jämför man de olika ländernas dvd-omslag och affischer, märks det att de europeiska marknadsföringsmetoderna, bortsett från Storbritannien, använder sig av festivalsymbolen i stor utsträckning. Även de asiatiska länderna Sydkorea och Taiwan använder festivalen som hjälpmedel i att stärka filmens attraktionsvärde. Den taiwanesiska postern är den som går längst och rubricerar slagkraftiga meningar som ”Insanely Attract 56 Films Awards Globally“ och ”Directed by the winner of 29 Film Awards, Tomas Alfredson ”. De festivaler som annars väljs att lyfta fram har att göra med den hierarki som infinner sig i filmfestivalsammanhang. De festivaler som anses ha högst status kommer följaktligen också att vara de som oftast blir refererade till. I fallet med *Låt den rätte komma in* är priset vid Tribeca Film Festival i New York förmodligen det pris som har högst internationellt anseende. Därav används denna referens flitigt i sammanhanget men likväl återfinns även andra ”mindre” prisutnämnelser. Festivalsymbolen i sig är tillräckligt stark för att även med ett okänt och litet festivalpris bidra med positiv kraft, sett ur marknadsföringsperspektiv.

Utöver festivalutmärkelserna återfinns det på de europeiska affischerna även citerade rubriker som exempelvis de från den tyska affischen, ”Något helt nytt och unikt” och ”En vampyrfilm som inte liknar någon annan”. Både den ungerska och holländska varianten citerar Guillermo Del Toro, en regissör som med sin film *Pans Labyrinth* gjorde sig känd för att blanda genre med mer konstnärlig ambition. Han uppges ha sagt: ”Skräckinjagande saga. Känslig, kuslig, poetisk”. På den italienska postern står det ”Jag dödar eftersom jag lever” och under den franska titeln heter det ”Oskar älskar Eli, Eli älskar blod”.

³¹ <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/lang/oliver/275431> (2010-01-02)

Distributörerna drar alltså nytta av våra traditionella föreställningar om genre och konstfilm. De använder båda sidorna av myntet, där slagkraftiga citat lockar en del av publiken medan filmfestivalstämplar är tänkt att dra till sig den motsatta.

Intressant är att de engelsktaliga länderna USA och Storbritannien inte använder sig av filmfestivalutmärkelser för att marknadsföra filmen. Istället finns bara citat, främst hämtade från diverse tidningar, samt betyg som visar på en filmrecensents omdöme. På det amerikanska omslaget lyder citaten ”Bästa. Vampyrfilmen. Någonsin.”, ”En vampyrsaga olik alla andra. Fascinerande.”, ”En av de mest väsentliga skräckfilmerna under årtiondet.”, ”Bland det bästa under året och en av de mest originella och oförglömliga vampyrfilmerna som någonsin har gjorts.”, samt Del Toro’s citat som även går att finna på några av de europeiska versionerna. Den brittiska affischen pryds av ”Årets BÄSTA skräckfilm” och ”Brutalt och BRILLIANT. Du har ALDRIG SETT något liknande”.

Distributörernas utelämnande av filmfestivalreferenser tyder på att den amerikanska och brittiska marknaden skiljer sig från resterande länder som undersökts. Här marknadsförs *Låt den rätte komma in* som en skräckfilm med reservation för vad som ibland nämns, nämligen en ”annorlunda” och ”originell” film, men en genrefilm likväl. Skillnaden är tydlig och säger något om filmfestivalens status i respektive världsdel. Även om filmfestivalen numera är ett globalt koncept, går det att utläsa att dess ställning fortfarande är starkare i Europa och Asien, än i Amerika. I USA är marknaden så pass van vid Hollywoods inflytande att stämpeln av konstfilm som filmfestivalframgångar kan medbringa, antagligen skulle innebära en negativ effekt, rent försäljningsmässigt.

Storbritannien, även om det är en del av Europa, är ett specialfall då de på många sätt har liknande intressen med USA. Inte minst delar de två länderna samma språk, vilket gör att deras filmbransch på många plan har ett gott samarbete, och har sedan 1980-talet utbytt skådespelare, regissörer och filmframgångar med varandra, i större utsträckning.³² Detta kan vara en förklaring till att Storbritannien skiljer sig från de andra europeiska länderna i fråga.

Vad som dock står klart är att filmfestivalen har en tydlig roll i marknadsföringen av en film som *Låt den rätte komma in*. Om det må vara att få extra skjuts, där festivalens roll är att bidra till vår föreställning om filmens höga kvalitet, eller uteblivandet av det samma, beror på vilken marknad som berörs. I detta fall handlar det om en film som utmanar våra idéer om vad som är genrefilm och vad som är konstfilm. Filmfestivalen är dock allt som oftast en synonym med det senare.

³² <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/storbritannien/film> (2010-01-02)

Fallstudie 2: SFI

”Svenska Filminstitutet – vi stärker filmen”

Stiftelsen Svenska Filminstitutet har en ledande roll inom svensk film. Filminstitutets mål är att stödja produktion, distribution och visning av värdefull film, att verka och tillgängliggöra det svenska filmarvet samt att representera den svenska filmen internationellt.³³

Så här lyder SFI:s beskrivning av sig själva på deras hemsida under fliken ”Om Svenska Filminstitutet”. En kort och koncis redogörelse för vad organisationen finns till för och arbetar mot. Ett klart och tydligt mål, punkt. Vid vidare navigering finner man betydligt mer information om institutets verksamhet, organisationens uppbyggnad, historik och även det omdiskuterade filmavtalet. Detta filmavtal som var ett resultat av en filmreform som den dåvarande chefen för institutet, Harry Schein initierade år 1963. Avtalet innebär i korta drag att de som visar film även ska vara med och betala för produktionen av film. En tioprocentig avgift utsattes på biografbiljetter, som skulle bidra till ett säkerhetsställande av den svenska filmproduktionen. Då avtalet omförhandlas var femte år, innefattar det nu även TV-bolagen. Videobranchen var från och med 1980-talet deltagande men valde att år 1998 ställa sig utanför och under kommande förhandling år 2005 lämnade de förhandlingsbordet ännu en gång då de ansåg att den svenska regeringen var för slapphänta mot fildelare.³⁴

Filmavtalet genererar sammanlagt 339 miljoner kronor, varav de olika avtalsparterna står för 154 miljoner och den svenska staten för resterande 185 miljoner kronor.³⁵ Utöver detta tillkommer det i form av Filmkulturen 120 miljoner kronor som är enbart finansierade av statliga medel men fördelas likväl av SFI. Filmkulturen är ett bidrag som är fristående filmavtalet och som har i avsikt att ge stöd till mindre och mer lokala filmfönster såsom film i skolor, regionala filmcentrum och arkivverksamhet.³⁶ Sammanlagt har alltså SFI 459 miljoner kronor att spendera i form av stödpengar och lån till svenska filmproduktioner. Denna summa är i sammanhanget relativt liten då film normalt sett är ett väldigt dyrt att producera. Pengarna skall räcka till mycket och det finns många munnar att mätta.

Ungefär lika länge som avtalet har funnits har det även debatterats om dess existens överhuvudtaget bör finnas. Debatten har, i synnerhet de senaste två decennierna, ökat och kritikerna menar att avtalet är föråldrat och bygger på en idé om att film endast ses på bio.

³³ <http://www.sfi.se/sv/om-svenska-filminstitutet/> (2010-01-02)

³⁴ Maria Domellöf-Wik, ”Pagrotsky stödjer svenska modellen”, *Göteborgs-Posten*, 2005-08-24

³⁵ <http://sfi.se/sv/om-svenska-filminstitutet/Verksamheten/> (2010-01-02)

³⁶ <http://www.regeringen.se/sb/d/5975> (2010-01-02)

Visningsfönstren är idag betydligt fler än så med Internet, kabel-tv, DVD och on-demand som några nytillkomna exempel. Vid varje ny förhandling skär det sig mellan branschen och institutets förhandlare, och många frågar sig ifall vi i Sverige inte borde göra som våra nordiska grannländer, nämligen att införa en helstatlig filmpolitik. Filmare som Stefan Jarl och Jan Lindqvist är några som länge förespråkat detta och menar att det skulle bidra till att den konstnärliga filmen skulle få mer stöd, och inte som nu mest handla om publikfrieri från filminstitutets sida.³⁷

Genom en statlig filmpolitik hävdas det att filmen skall stärkas och uppnå en status likvärdig andra konstformer, som exempelvis teatern och operan. Konstformer som lockar betydligt färre publik än filmen, men ändå inkasserar högre summor i statligt medel. Mer pengar innebär såklart fler produktioner, och borde ge mer mod till de som tilldelar ekonomiskt bistånd. På så sätt skulle smalare produktioner gynnas, eftersom bidragsgivarna inte helt och hållet behöver förlita sig på de ”säkra korten”.

Den förra chefen för SFI, Åse Kleveland, ställer sig bakom kritikerna i en artikel för *Aftonbladet* år 2004. Hon uttrycker sin olust över vad hon tycker är ett föråldrat system med ett filmavtal som hon tycker så här om:

Jag vill påstå att det filmavtal som en gång var Sveriges stolthet har överlevt sig självt och att avtalskonstruktionen kan ha bidragit till att Sverige ligger på en filmpolitisk jumboplatz i Skandinavien. Avtalet har isolerat filmen och på senare år fungerat som en barriär mellan filmpolitiken och de politiska arenor där samhällsutvecklingen i övrigt utformas i en dynamisk process.³⁸

Drygt ett år efter denna artikel meddelar Kleveland att hon avgår som vd för SFI. I ett uttalande vid sin avgång fasthåller hon vid sin kritik och påpekar filmavtalets problematik.

Det är svårt att ha en avtalskonstruktion där den stora finansiären är den aktör som i dag är hårdast pressad - nämligen biograferna. Medan de omsättningsled för film som har den stora delen av marknaden slipper undan - dvd, video och online-distributionen. Jag tycker att konstruktionen vi har nu är orimlig. Huvudprincipen måste vara att om man tjänar pengar på film så ska pengar ges till filmen.³⁹

³⁷ Mats Arehn, Charlotta Denward, Reidar Jönsson, ”FILMDEBATT: Det marknaden inte vill ha finns inte”, *Svenska Dagbladet*, 1997-12-19

³⁸ Åse Kleveland, ”Ge oss en ny filmpolitik”, *Aftonbladet*, 2004-05-16

³⁹ Johan Kollén, ”Åse lämnar svensk film”, *Göteborgs-posten*, 2005-11-09

Analys

Hur ser det då ut rent konkret? Har Jarl, Lindqvist och andra betvivlare rätt i sin kritik om att SFI i största utsträckning satsar på filmer som de vet kommer att locka en stor publik? Lever SFI upp till de uttalade mål som de strukturerat i filmavtalet, och hur har detta någon koppling till filmfestivaler?

Så här ser målen ut som är utformade i 2006 års filmavtal:

Parterna är eniga om att målet med avtalet skall vara att:

- stödja och stimulera förnyelse och utveckling av värdefull svensk filmproduktion samt distribution och visning av film i hela landet
- verka för att svensk filmproduktion ska utgöra en dynamisk tillväxtbransch
- förbättra kvinnliga filmskapares villkor
- främja arbetet mot olovlig hantering av film i alla visningsformer
- verka för att svensk film ska spegla hela landet
- verka för att svensk film ska nå en större publik i alla visningsformer både i Sverige och internationellt, samt att
- verka för att antalet biobesök i Sverige ska öka ⁴⁰

Det som sticker ut bland dessa mål är formuleringen i första punkten, ”stödja och stimulera förnyelse och utveckling av *värdefull* svensk filmproduktion”. Frågor man då kan ställa sig är; vad är värdefull film och vem är det som bestämmer kriterierna för vad som är värdefullt? Somliga kanske hade sagt att värdefull film är det som kritiskt speglar samhället och etablissemanget, som ställer frågor och utmanar samhällets olika normer. Andra kanske uppfattar värdefull film som en underhållningsform utan något kritiskt budskap. Detta är således en väldigt subjektiv bedömning och hör ihop med de traditionella benämningarna finkultur och populärkultur.

Jostein Gripsrud skriver i sin bok *Mediekultur, mediesamhälle* om att skillnader mellan människors smak ofta hör ihop med deras livsstil. Bakgrund och utbildning är två exempel på faktorer som i många fall ger en person ett högt *kulturellt kapital*. Detta högre kulturella kapital bidrar i sin tur till att sannolikheten ökar för att denna person skall uppskatta den så kallade finkulturen. ⁴¹ Applicerar man detta resonemang på filmhistorien kan en förklaring finnas till vad SFI anser vara värdefull film.

⁴⁰ 2006 års Filmavtal, 3 §

⁴¹ Jostein Gripsrud, *Mediekultur, mediesamhälle*, Daidalos, Göteborg, 2002, del 1.3

Den amerikanska filmen har länge fått representera en kommersiellt marknadsstyrd populärkultur, medans den europeiska filmen i sin tur har förknippats med finkultur och ofta benämns med begreppet ”konstfilm”. Den europeiska filmbranschen har genom en historisk utveckling skapat sig ett kulturellt kapital tack vare dess bakgrund. Gripsrud skriver om överklassens behov att skilja sig från de lägre sociala klasserna, genom bland annat smak. Den *rena smaken* ställs i kontrast till den *barbariska smaken*, och är en socialt konstruerat uppfattning som har i uppgift att skilja de sociala skikten ifrån varandra. Likt detta kan man uppfatta den europeiska filmens behov av att skilja sig från mer gångbara Hollywood-filmen. Det är ett sätt för den mindre kommersiella konstformen att rättfärdiga sig själv, genom att klassa sig själv som ”finare” och mer konstnärlig. Denna föreställning är så djupt rotad i filmkulturella sammanhang och speglar även svensk films sätt att marknadsföra sig själva. Det är här filmfestivalen spelar sin tydliga roll i sammanhanget.

Men innan jag närmare beskriver filmfestivalens påverkan bör det undersökas hur och till vem som SFI ger mest bidrag till. Institutets mål innefattade ju inte bara den ”värdefulla” filmen utan avtalet skulle även ”verka för att svensk film ska nå en större publik i alla visningsformer både i Sverige och internationellt” samt att ”verka för att antalet biobesök i Sverige ska öka”.

Jag har tittat på fördelningen av produktionsstöd till svenska långfilmer mellan år 2007 fram till juni 2009. Även det så kallade marknadsstödet, som fördelas till filmer med stor publik, har medtagits. Marknadsstödet infördes 2008 och är ett tillfälligt stöd på 100 miljoner kronor, där fördelningen baseras på svenska filmers förväntade mål av publiktillströmning.⁴²

Undersökningen inkluderar de filmer som fått de fem högsta bidragsbeloppen under respektive år. Det tas hänsyn till huruvida regissören bakom filmen är debuterande långfilmregissör samt i vilken utsträckning filmen har blivit prisad på olika filmfestivaler. När det gäller att sammanställa en films festivalframgång finns det ett problem. Då filmfestivalen idag är så otroligt utbredd kan det vara svårt att hitta exakta siffror på antalet priser. Uppgifterna varierar beroende på var man tittar och jag hänvisar i min undersökning dels till filminstitutets egna uppgifter, men även till The Internet Movie Database, som besitter ytterligare referenser.

Det är i sammanhanget även relevant om filmen har haft biografpremiär eller inte. Detta främst för att ge de icke-färdiga produktionerna rättvisa, då de inte har haft möjligheten att cirkulera i en eventuell filmfestivalkrets. Nu hör det i och för sig till vanligheterna att filmer

⁴² Resultatet är bifogat under avdelning Bilaga, s.34

först lanseras på filmfestivaler innan de distribueras till biograferna. Men i detta fall är de flesta av de icke premiärvisade filmerna produkter som fortfarande är i stadiet av postproduktion. Av denna anledning bör de filmer som haft biografpremiär skiljas åt från de som inte haft det.

Av de 40 filmer som undersökningen inkluderar har sju stycken en debuterande långfilmsregissör. Huruvida den siffra är hög eller låg går det självklart att debatteras kring, men faktum kvarstår att det är de etablerade och välkända regissörerna som är i majoritet och kammar in den stora andelen av bidrag. Anmärkningsvärt är också att lika många som det är debutanter, det vill säga sju stycken, är kvinnliga regissörer. I avtalet lyder det:

Målet innebär att andelen kvinnor i för filmproduktionen centrala funktioner skall öka under avtalsperioden. Senast ett år före avtalsperiodens slut bör endera könet, räknat i antal projekt som får stöd, vara representerat till minst 40 procent inom kategorierna manusförfattare, producent och regissör⁴³

Denna ovan nämnda siffra gör sig ej gällande bland de mest bidragstagande produktionerna. Det kan uppfattas som missvisande och orättvist när avtalet uttrycker sig med orden ”räknat i antal projekt”, då SFI:s uttalade mål är orepresenterat bland de projekt som prioriteras högst.

Likt situationen med bristen av kvinnliga regissörer bland de som hämtar hem mest bidrag, kan man finna att filmer som erhållit någon form av filmfestivalutmärkelse, även de är i minoritet. Av de filmer som jag undersökt har 27 stycken haft biografpremiär i Sverige eller utomlands, i vissa fall både och. Bland dessa 27 återfinns elva filmer som belönats med något festivalpris. Även om denna siffra är mindre än hälften kan det ju tyckas vara ett gott betyg för svensk film. Man kan väl inte begära att varje film skall bli en kritikerframgång? Denna linje delas åtminstone av filminstitutet som under sin egen nyhetskanal *Filmnyheterna* stolt rapporterar att 2009 ser ut att bli ett rekordår för svensk film. Så här lyder det i artikeln i fråga;⁴⁴ “[...] statistiken visar ändå att aldrig under hela 2000-talet har svensk film setts av så många människor som i år.” Detta är självfallet positivt om man har svensk films intresse nära till hands, och de publika framgångarna är ju också ett av filmavtalets mål. Problemet ligger snarare i den senare delen av artikeln;

⁴³ 2006 års Filmavtal, 4 §

⁴⁴ Susanne Roger, ”Rekordår för svensk film”, <http://www.filmnyheterna.se/Nyheter/2009-rekordar-for-svensk-film/> (2009-12-14)

Även internationellt har det gått bra för svensk film. Filminstitutets utlandsavdelning talar om ett rekordår. Det gjorde man redan förra året då svenska filmer samlade ihop 92 internationella priser. På den årliga prisvinnarträffen i Filmhuset idag måndag presenterades 56 filmer som under 2009 belönats med sammanlagt fler än 150 priser på festivaler världen över. Utslaget på året blir det nästan ett pris varannan dag.

Problematiken ligger i att majoriteten av de filmer som belönas på filmfestivaler inte tillhör de som prioriteras vid fördelningen av stödbidrag. Istället är det i synnerhet de traditionellt mindre attraktiva filmformaten som står för den stora andelen av festivalutmärkelser. Dokumentärfilmen och kortfilmen är de format som tillsammans utgör den stora stommen när SFI räknar ihop antalet festivalvinster i sin artikel. Av de 56 filmer som artikeln hänvisar till att ha vunnit något pris under 2009, återfinns endast nio av dem bland de som fått ta del av en större bidragssumma. Resterande filmer är kortfilmer, dokumentärer och långfilmer med mindre stödsumma. Med detta sagt innebär det ju självklart inte att äran skall tas bort från de mindre produktionernas framgång, utan vad som är intressant i fallet är att det är just deras goda resultat som får representera ”den svenska filmens framgång.”

Ytterligare anmärkningsvärt är festivalutmärkelserna i sig själva. Det talas om ”56 filmer som under 2009 belönats med sammanlagt fler än 150 priser på festivaler världen över”. Med detta i åtanke kan man återknyta till vad Quintin Eduardo Antin skrev om filmfestivalernas framgång. Nämligen att festivalens status har ett väldigt högt anseende, oavsett vad programmet innehåller. Samtidigt är filmfestivalen som koncept ett växande nätverk, som utökas för varje år som går. En av förklaringarna till att svensk film skördat stor framgång inom festivalkretsen kan alltså vara att det helt enkelt finns fler festivalpriser att dela ut, jämfört med exempelvis 10-15 år sedan.

För att exemplifiera detta kan vi se på filmen *Patrik 1,5*. Detta är en film som handlar om ett homosexuellt par som av misstag adopterar en 15-årig pojke med problematisk bakgrund. Filmen slår ett tydligt slag för människors lika värde, oavsett hudfärg eller sexualitet. Så här ser prisutnämnelserna ut för *Patrik 1,5*:

- Best foreign language film, Melbourne queer FF, Australien
- HBO audience award, best narrative feature, Provincetown IFF, USA
- Best feature, Frameline festival San Francisco, USA
- Rosebud Award - Verzaubert International Gay & Lesbian Film Festival, Tyskland
- Breakout performance (Gustaf Skarsgård) – NewFest New York, USA
- Best feature QFest Philadelphia, USA

- Audience award for best film, Slovak gay & lesbian FF, Slovakien
- Audience award, Image Out, Rochester, UK
- Favorite Men's Feature, Pittsburgh gay FF, USA
- Audience award, LesGaiCineMad Madrid, Spanien
- Audience award, Mezipatra festival, Prag, Tjeckien
- Audience award for best narrative feature, Palm Springs IFF, USA ⁴⁵

Filmen har en huvudfråga, homosexualitet. Den har även blivit prisad på antalet filmfestivaler med ett likasinnat tema. Objektiviteten och framförallt konkurrensen går att ifrågasätta vid ett sådant här tillfälle. Återigen är poängen inte att hävda att denna film är sämre än vad som sägs, utan bara att priserna den erhållit har en högre status än vad som kanske är rimligt. Festivalpriserna i sig blir inte ifrågasatta, även om det kan handla om ett publikpris som är framröstad av festivalens besökare. Ett besökarantal som i vissa fall inte handlar om mer än en halvfull biografssalong.

Svenska filminstitutet är inte ensamt om att utnyttja denna föreställning om filmfestivalens suveränitet, men problematiken existerar här likväl. Detta yttrar inte minst sig på SFI:s hemsida där de, i synnerhet på den engelskspråkiga varianten, marknadsför svensk film genom filmfestivaler. På startsidan fylls större delen av skärmen av antingen filmfestivalrelaterade hänvisningar, eller på annat sätt förespråka den svenska filmen som kvalitetsbärande. De stora publikdragarna lyser däremot med sin frånvaro. ⁴⁶

⁴⁵ Ibid

⁴⁶ <http://www.sfi.se/> (2010-01-02)

Slutdiskussion

För de allra flesta som älskar film och gillar att ta del av kultur från olika delar av världen borde filmfestivalen vara en välkomnande injektion. Det finns trots allt få alternativ som i samma utsträckning kan informera, erbjuda och tipsa om alternativ film som filmfestivalen. Festivalerna i sig lockar ofta en god publik och medier rapporterar regelbundet, åtminstone från de större festivalerna. Såvida filmfestivalen inte har ett specifikt tema bygger dess koncept på att ge ett varierat utbud med hopp om att erbjuda sin publik en god filmupplevelse. Vad som även ingår i konceptet är ett tävlingsmoment. Filmer bjuds in till festivaler av festivalledningen för att sedan konkurrera om utmärkelser från festivalen i fråga. Här ligger även den problematik som presenterats i uppsatsen. En festivals ledning och publik är en relativt liten skara, men dess beslut kan få stor påverkan på en films framgång. Utmärkelserna som fördelas av just ledningen och i somliga fall publiken, innebär ett stort internationellt erkännande. Är detta rimligt i förhållande till en festivals storlek? Oftast inte. FIAPF har visserligen en intern rangordning där festivalernas status är beroende av dess hierarkiska position, men detta hindrar inte filmaktörer från att utnyttja filmfestivalen som ett bevis på kvalitet. Föreställningen om festivalen som högkultur är nämligen så pass stark.

Uppsatsens syfte var att undersöka om filmfestivalen har någon inverkan på spridandet och mottagandet av film, och i så fall på vilket sätt? I den första av två fallstudier visades det på hur en film som inte helt självklart går att kategorisera kan utnyttja filmfestivalen i hopp om att uppfattas som en "kvalitetsfilm". Beroende på situation och marknad är detta inte alltid en önskan. Marknadsföringen av *Låt den rätte komma in* visade på att det kan skilja sig från exempelvis Europa och USA huruvida man väljer att presentera en film som "konstfilm" eller "genrefilm". Festivalens ställning är väldigt hög i Europa och det har att göra med en lång tradition där konst ställs mot ett mer säljbart Hollywood. Den europeiska filmbranschen har sedan lång tid varit i klar minoritet i förhållande till den amerikanska. I köldvattnet av detta föds filmfestivalen, som delvis har i uppgift att rättfärdiga den mindre branschen och gör detta genom att skapa en hög bild av sig själv. Denna fallstudie ger också ett svar på den första frågan som ställdes i frågeställningen, nämligen vad som händer med en film när den visas på en filmfestival? Självklart går det att utveckla och presentera ytterligare resultat men ett av svaren är att en film kan dra nytta av att den visas och framförallt vunnit priser från en filmfestival. Den gör detta genom att utnyttja filmfestivalens höga anseende.

I den andra fallstudien synades SFI och frågan jag förhöll mig kring var: hur förhåller sig filminstitutet till filmfestivaler? Undersökningen visar att SFI använder festivalen för att försvara sitt påstående om att den svenska filmen skördar stor framgång och besitter hög kvalitet. Detta i samma stund som de publika, och bland kritiker mindre väl anskrivna filmerna, är de som gynnas av rådande filmavtal. Denna motsägelse ter sig än mer problematisk då undersökningen visar att det inte är långfilmen som står för majoriteten av utnämnelser. Istället är det de mindre kommersiellt gångbara formaten dokumentär och kortfilm som utgör den stora delen. Inte för att dessa filmer på något sett skall förunnas, men faktum är att det är just långfilmen som är det format som får mest publicitet i medierna, lockar den största andelen publik och är det format som allra flest människor associerar till när de talar om film. SFI drar nytta av denna situation och låter det minst gångbara filmformatet representera ”svensk films framgång”.

Filmfestivalen spelar alltså en viktig roll i ett filmklimat där man pratar om en films kulturella värde och dess anseende som konst. Samtidigt går det inte att bortse från att filmbranschen, även den europeiska, är en funktion där kommersiella intressen har förhoppningar om att en film skall spela in så mycket kapital som möjligt. Filmfestivalen har visat sig vara ett utmärkt verktyg att använda sig av även i denna fråga.

Bilaga

Figur 12: Produktionsstöd 2007 (långfilm)

Placering	Film	Regissör	Debut	Belopp (miljoner kr)	Har haft premiär	Prisad vid antalet festivaler
1.	<i>Mammut</i>	Lukas Moodysson		12	X	1
2.	<i>Arn – Tempelriddaren</i>	Peter Flinth		9	X	
3.	<i>Metropia</i>	Tarik Saleh		8	X	2
	<i>Patrik 1.5</i>	Ella Lemhagen		8	X	12
4.	<i>Rallybrudar</i>	Lena Koppel		7	X	
	<i>Ping-Pongkingen</i>	Jens Jonsson	X	7	X	5
	<i>Angel</i>	Colin Nutley		7	X	
	<i>Låt den rätte komma in</i>	Tomas Alfredson		7	X	16
5.	<i>Himlens hjärta</i>	Simon Staho		4.5		1

Figur 13: Produktionsstöd 2008 (långfilm)

Placering	Film	Regissör	Debut	Belopp (miljoner kr)	Har haft premiär	Prisad vid antalet festivaler
1.	<i>Sound of Noise</i>	O Simonsson/ J Stjärne Nilsson		10		
2.	<i>Det enda rationella</i>	Jörgen Bergmark		8	X	3
	<i>I skuggan av värmen</i>	Beata Gårdeler	X	8	X	1
	<i>Allt Flyter</i>	Måns Herngren		8	X	1
	<i>Kenny Begins</i>	Carl Åstrand/Mats Lindberg	X	8	X	
	<i>Bröllopsfotografen</i>	Ulf Malmros		8	X	
3.	<i>Trust Me</i>	Johan Kling		7		
	<i>Flickan</i>	Fredrik Edfeldt	X	7	X	10
	<i>I Taket Lyser Stjärnorna</i>	Lisa Siwe	X	7	X	2
	<i>LasseMajas Detektivbyrå</i>	Henrik Georgsson		7	X	
4.	<i>Prinsessa</i>	Teresa Fabik		6.25	X	
5.	<i>Män som hatar kvinnor</i>	Niels Arden Oplev		4	X	

Figur 14: Produktionsstöd 2009, jan-juni. (långfilm)

Placering	Film	Regissör	Debut	Belopp (miljoner kr)	Har haft premiär	Prisad vid antalet festivaler
1.	<i>Snabba Cash</i>	Daniel Espinosa		8.25		
2.	<i>Between Two Fires</i>	Agnieszka Lukasiak		8		
	<i>Mellan andetag och ögonblick</i>	Johan Brisinger		8		
	<i>Ond tro</i>	Kristian Petri		8		
3.	<i>Tusen gånger starkare</i>	Peter Schildt		7.5		
	<i>Den älskade</i>	Lisa Langseth	X	7.5		
4.	<i>Dear Alice</i>	Othman Karim		7		
5.	<i>Flickan som lekte med elden</i>	Daniel Alfredson		6	X	

Figur 15: Marknadsstöd 2008

Film	Regissör	Debut	Belopp (miljoner kr)	Har haft premiär	Prisad vid antalet festivaler
<i>Göta Kanal 3</i>	Christjan Wegner		9		
<i>Farsan</i>	Josef Fares		9		
<i>ARN – riket vid vägens slut</i>	Peter Flinth		9	X	
<i>Vi hade i alla fall tur med vädret – igen</i>	Kjell-Åke Andersson		8.5	X	
<i>Beck – I Stormens öga</i>	Harald Hamrell		8.1	X	
<i>Johan Falk – Gruppen för särskilda insatser</i>	Anders Nilsson		6.4	X	
<i>Pettson & Findus, Glömligheter</i>	Jörgen Lerdam		1.522	X	

Figur 16: Marknadsstöd 2009

Film	Regissör	Debut	Belopp (miljoner kr)	Har haft premiär	Prisad vid antalet festivaler
<i>Änglagård – tredje gången gillt</i>	Colin Nutley		9		
<i>Bröderna Karlsson</i>	Kjell Sundvall		8		
<i>Luftslottet som sprängdes</i>	Daniel Alfredsson		6	X	
<i>Sommaren med Göran</i>	Staffan Lindberg	X	1.65	X	

47

⁴⁷ ”Beviljade stöd”, <http://www.sfi.se/sv/varastod/Beviljade-stod/> (2010-01-02),

Susanne Roger, ”Rekordår för svensk film”, <http://www.filmnyheterna.se/Nyheter/2009-rekordar-for-svensk-film-/> (2009-12-14)

Källförteckning

Tryckt material

Gripsrud, Jostein, *Mediekultur, mediesamhälle*, 2. uppl., Daidalos, 2002

Hedling, Erik & Wallengren, Ann-Kristin (red.), *Solskenslandet: svensk film på 2000-talet*, Atlantis, 2006

Porton, Richard (red.), *On film festivals*, Wallflower, 2009

Valck, Marijke de, *Film festivals: from European geopolitics to global cinephilia*, Amsterdam University Press, 2007

Wyatt, Justin, *High concept: movies and marketing in Hollywood*, 1. ed., Univ. of Texas Press, 1994

Otryckt material

2006 års Filmavtal, utskrift i författarens ägo

Tidningsartiklar

Annika Gustafsson, ”Han släpper in vampyrer och iskyla”, *Sydsvenska Dagbladet*, 2008-01-25

Betty Skawonius, ”Vill vandra vidare”, *Dagens Nyheter*, 2008-10-19

Jonas Thente, ”Skräckroman biter sig fast”, *Dagens Nyheter* 2004-06-24

Maria Domellöf-Wik, ”Pagrotsky stödjer svenska modellen”, *Göteborgs-Posten*, 2005-08-24

Mats Arehn, Charlotta Denward, Reidar Jönsson, ”FILMDEBATT: Det marknaden inte vill ha finns inte”, *Svenska Dagbladet*, 1997-12-19

Åse Kleveland, ”Ge oss en ny filmpolitik”, *Aftonbladet*, 2004-05-16

Johan Kollén, ”Åse lämnar svensk film”, *Göteborgs-posten*, 2005-11-09

Nätresurser

http://www.fiapf.org/intfilmfestivals_sites.asp

<http://www.filmnyheterna.se/Nyheter/2009-rekordar-for-svensk-film/>

<http://www.imdb.com/title/tt0120737/business>

<http://www.imdb.com/title/tt1139797/>

<http://www.imdb.com/title/tt1139797/awards>

<http://www.imdb.com/title/tt1139797/business>

http://www.imdb.com/Sections/Awards/Tribeca_Film_Festival/2008
<http://www.latdenrattekommain.se/>
<http://www.lettherightonein.co.uk/> <http://www.morse-lefilm.com/>
<http://www.lettherightoneinmovie.com/>
<http://www.moviegoods.com>
<http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/lang/oliver/275431>
<http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/storbritannien/film>
<http://www.regeringen.se/sb/d/5975>
<http://www.sfi.se/>
<http://www.sfi.se/sv/bibliotek/Filmlankar/Filmfestivaler-i-Sverige/>
<http://www.sfi.se/sv/om-svenska-filminstitutet/>
<http://www.sfi.se/sv/om-svenska-filminstitutet/Verksamheten/>
[http://www.sfi.se/sv/statistik/ Filmåret i siffror 2008\(pdf\)](http://www.sfi.se/sv/statistik/Filmåret_i_siffror_2008(pdf))
<http://www.sfi.se/sv/varastod/Beviljade-stod/>
<http://www.sfi.se/sv/varastod/Beviljade-stod/>

Primära Filmer

Låt den rätte komma in (2008)

Regi: Tomas Alfredsson

Producent: John Nordling, Carl Molinder

Produktionsbolag: EFTI AB

Ursprungsland: Sverige

Manus: John Ajvide Lindqvist

Foto: Hoyte van Hoytema

Redigering: Dino Jonsäter

Originalmusik: Johan Söderqvist