

Fra 0 Kroner til 90 Minutt

En spillefilms reise fra en ide og en startkapital på 0 kroner, til en spillefilm på 90 minutter i sci-fi, thriller og drama sjanger.

Alexander F. C. Johansen

VEILEDER

Magnus Thunes Jensen

Universitetet i Agder, [2022]

Fakultet for [Kunstfag]

Institutt for [Visuelle og sceniske fag]

Forord

Denne masteroppgaven har vært hengende over meg nå i to fulle studieår, og i starten kunne jeg aldri forestilt meg hvor ufattelig mye lærdom det vill være i å utforske noe så tilsynelatende kjedelig som budsjett i filmindustrien. Jeg har jobbet som frilanser i fire år, og det største irritasjonsmomentet i dette arbeidet, er organisering av næringsmeldinger, budsjett og økonomi. Likevel bestemte jeg meg for å dyppe, ikke bare tærne, men hele hodet inn i en verden jeg lenge har nektet å prøve og forstå. «What doesn't kill you makes you stronger», en klein klisjé, men det har denne oppgaven og denne filmprosessen virkelig gjort, meg til en sterkere filmskaper. Jeg har lenge fryktet og irritert meg over budsjett i kunsten, fordi jeg alltid har tenkt at den ikke har noe med kunsten å gjøre, men den er der allikevel. Nå har jeg startet en reise for å forstå og spille på lag med budsjettet i hver en kunstnerisk prosess, ved å akseptere dens tilstedeværelse. Og nå kan jeg endelig gro innenfor yrket jeg ønsker å jobbe i.

Jeg ønsker å takke alle på gruppa mi, som har jobbet sammen med meg gjennom hele denne perioden for å ferdigstille denne spillefilmen. Jeg ønsker å takke alle som har vært involvert i skapelsen av *Innsikt*, både som har arbeidet med filmen og donert penger til budsjettet vårt. Ingenting hadde vært mulig uten hjelpen produksjonen vår har mottatt fra andre mennesker, og det er ekstremt rørende og fantastisk å tenke på. En stor takk til veileder Magnus Thunes Jensen min på denne skriftlige Masteroppgaven, din humor, ditt intellekt og dine konstruktive og konkrete tilbakemeldinger har gjort veiledningene våre sammen til høydepunkter. Og takk til Jørund Føreland Pedersen, for veiledning og rådgivning underveis i filmprosessen.

Sammendrag

I mitt kunstneriske utviklingsarbeid ønsker jeg å utforske hvilke kunstneriske gevinster et lavt budsjett gir en spillefilm.

For å kunne svare på dette forskningsspørsmålet har jeg startet ved å innlede kort om min egen bakgrunn, hvordan jeg fant interessen min for film. Videre går jeg dypere inn i bakgrunn for hvorfor jeg har valgt å skrive om pengebrukens viktighet i filmindustrien, og forklarer deretter hvem denne Masteroppgaven er relevant for. I tillegg nevner jeg hvilke oppgaver jeg selv har vært ansvarlig for i mitt kunstneriske utviklingsarbeid.

I del 1 innleder jeg med et filmhistorisk perspektiv på uavhengig filmskapning på lavt budsjett. Videre gir jeg leseren dypere innsikt i hva spillefilmen vår omhandler, hvilken målgruppe den søker å nå, hvordan temaet til filmen kan tolkes som kontroversielt, og hvordan dette kan ha innvirkninger på budsjettet filmen har mottatt. Jeg prater kort om hvor omfattende dette prosjektet har vært tidsmessig, og hvordan økonomisk stabilitet fra Lånekassen har åpnet muligheten for å fokusere på kunsten. I tillegg utdyper jeg om metode og teori som har hjulpet meg få et bredere perspektiv over min egen metode og prosess.

I del 2 danner jeg en dypere forståelse for budsjettets kategorier i filmindustrien, og sammenligner og tolker filmer fra lavt til høyt budsjett.

I del 3 graver jeg dypt inn i mine egne tanker, sanser og følelser gjennom de viktigste milepælene fra spillefilm-produksjonen. Med begge øynene rettet mot budsjettets innvirkninger på valgene jeg og produksjonen har tatt.

I del 4 forsøker jeg å finne ut av hvilket liv en spillefilm kan ha mulighet til å leve etter at produksjon og etterarbeid er ferdigstilt. I tillegg spekulerer jeg på hvilket liv vår egen film kommer til å få.

Til slutt oppsummerer jeg funnene mine og besvarer forskningsspørsmålet.

Summary

In my artistic research I want to explore which artistic prizes a low budget gives a feature film.

To be able to answer this research question, I have started by introducing briefly about my own background, how I found my interest in film. Furthermore, I go deeper into the background of why I have chosen to write about the importance of money in the film industry, and then explain who this Master's thesis is relevant for. In addition, I mention which tasks I have been responsible for in my artistic development work.

In part 1, I begin with a film historical perspective on independent filmmaking on a low budget. Furthermore, I give the reader a deeper insight into what our feature film is about, what target group it seeks to reach, how the theme of the film can be interpreted as controversial, and how this can have an impact on the budget the film has received. I talk briefly about how extensive this project has been in terms of time, and how financial stability from Lånekassen has opened up the opportunity to focus on the art. In addition, I elaborate on methods and theory that have helped me gain a broader perspective on my own method and process.

In part 2, I form a deeper understanding of the budget categories in the film industry and compare and interpret films from low to high budget.

In Part 3, I dig deep into my own thoughts, senses and emotions through the most important milestones from the feature film production. With both eyes focused on the budget's impact on the choices I and the production have made.

In part 4, I try to find out what life a feature film can have the opportunity to live after production and post-production have been completed. In addition, I speculate about what life our own film will have.

Finally, I summarize my findings and answer the research question.

Innholdsfortegnelse

Forord.....	0
Sammendrag	0
Summary	0
Problemstilling	1
Leseveiledning:.....	2
Innledning	3
Min Bakgrunn	3
Masterprosjektets relevans	4
Avgrensning.....	5
Mine oppgaver i prosessen.....	6
Innsikt - Del 1	7
Innsikt	9
Politiske tema.....	10
Målgruppe og sjanger	12
Tid og penger	13
Metode & Teori.....	14
Empiri	17
Filmbudsjettets Betydning - Del 2	19
Budsjettets kategorier.....	20
Mikrobudsjettsfilm.....	21
Økonomisk suksessrike lavbudsjettsfilmer og deres oppfølger	22
Hollywood modellen.....	25
Hvor går alle pengene?	27
Hollywood Blockbuster	29
Norsk film	31
VFX	34
Prosess & Budsjett – Del 3	36
Ideen.....	36
Danning av filmgruppen	37
Manuskript	38
Sørnorsk film	40
Studentstempelet	41

Crowdfunding	42
Skuespillere.....	47
Etiske problemstillinger i ubetalt arbeid	50
Før Produksjonsstart	52
Lokasjon.....	53
Produksjon i pandemi	56
Budsjett i produksjon	56
Etterarbeid.....	62
Eksterne medskapere i etterarbeidet	64
Visning	66
Mikrobudsjett + Science Fiction.....	67
Filmens liv (Del 4).....	70
Hva er en god film?.....	70
Tilgjengelighet og synlighet.....	72
Planen for Innsikt.....	74
Konklusjon.....	77
Litteraturliste.....	79

Problemstilling

De fleste mennesker i vår nåtid har nok dannet seg en forståelse om at kvalitetsfilm er synonymt med millionbudsjett. Titalls eller hundretalls millioner dollar skal det koste å lage en «feilfri» film som tilfredsstillter vårt mentale bilde av en god filmfortelling. Men er det nødvendigvis slik at økonomisk overlegenhet dyrker film av høyest mulig kvalitet, eller kan dette eksempelvis være en vrangforestilling matet til oss gjennom media og markedsføring, som igjen blir ledet av millionbudsjettene disse filmene mottar. Jeg mistenker at en film kan opprettholde ganske høy filmatisk kvalitet, selv på ganske lavt budsjett, men lavere budsjett kan i tillegg bety mindre synlighet og tilgjengelighet fremfor publikumsmarkedet. Forskningsspørsmålet denne oppgaven baserer seg på er:

Hvilke kunstneriske gevinster gir et lavt budsjett i produksjonen av en spillefilm?

Jeg har selv tatt stor del i produksjonen av en spillefilm laget på mikrobudsjett, gjennom min masteroppgave, og nå er jeg interessert i å kikke på hvilke kunstneriske gevinster det endelige produktet har tjent fra denne prosessen. Samtidig ønsker jeg å se på og sammenligne andre lav- og høybudsjetts produksjoner, for å eventuelt se på hvilke gevinster produksjonen vår kanskje har savnet. I tillegg ønsker jeg å rette et fokus på meg selv som filmskaper, reflektere over erfaringene, tankene og følelsene mine underveis i prosessen, og til slutt prøve å forstå hvilke psykologiske gevinster jeg selv sitter igjen med. Ved å dele mine erfaringer, som en person som har tatt på seg flere store roller i produksjonen, kan jeg selv, og definitivt andre, lære av valgene som ble tatt i filmskapningsprosessen. Denne masteroppgaven vil være en reise gjennom budsjettets brutale viktighet i filmindustrien, for å sammenligne reisen vårt eget budsjett har skapt, og for å prøve å forstå de potensielle gevinstene man får fra begrensningene et lavt budsjett gir en filmskaper. Sammen med oppgaven ønsker jeg å lære hvor bredt begrepet budsjett faktisk strekker seg i filmverden, og forhåpentligvis som følger blir dette begrepet mindre uforståelig og skummelt i fremtidige produksjoner. Det er ikke et ukjent fenomen, at kunstnere ikke er særlig glad i ordet budsjett, kanskje kan denne oppgaven vise og gi en bredere betydning til begrepet, og kanskje samtidig ufarliggjøre det litt.

Leseveiledning:

Jeg starter ved å skrive en innledning som presenterer det kunstneriske utviklingsarbeidet jeg har tatt del i, og forklarer videre hvor fokuset mitt i oppgaven ligger. I del 1 starter jeg med en filmhistorisk innledning for å gi et litt bredere perspektiv på uavhengig filmskapning med lavt budsjett. Videre oppsummerer jeg filmfortellingen vår kort, jeg nevner målgruppen vi søker, temaets forhold til budsjett, og til slutt metode og teori som har hjulpet meg utvide perspektivet på refleksjonene jeg kommer med i denne oppgaven. Del 2 handler om å utdype kompetansen min innenfor budsjett i filmindustrien, ved å se på budsjettets kategorier, og sammenligne og tolke billettlukeresultatene til diverse filmer i forskjellige budsjettkategorier. Hva er det som koster penger, og hvorfor koster det så mye penger. Budsjett i filmindustrien er et eget språk, som en hvilken som helst filmskaper som arbeider med et budsjett, har godt av å forstå. Del 3 reflekterer jeg over de viktigste milepælene i spillefilmproduksjonen, jeg selv har hatt flere store roller i. Hvordan vi opparbeidet et filmbudsjett, og valgene vi tok i henhold til bruk av budsjett i produksjon og etterarbeid. Del 4 drøfter jeg hvilket liv en film kan håpe på å leve etter produksjon og etterarbeid, i tillegg til at jeg reflekterer over hvilket liv vår film potensielt kommer til å møte. I konklusjonen svarer jeg kort på forskningsspørsmålet.

Innledning

Min Bakgrunn

For 12 år siden, i overgangen fra ungdomskolen til videregående tok jeg et valg som ville definere store deler av min fremtid, frem til den dag i dag. Jeg valgte Medier og kommunikasjon fremfor å velge toppidrett, som jeg egentlig alt hadde bestemt meg for. Siden har jeg ikke angret. Frem til jeg var 16 år gammel skulle min fremtid være; profesjonell håndballspiller. Da jeg valgte en annen retning enn idrett på videregående, åpnet det seg en helt ny verden for meg. Et helt nytt spekter av attraktive interesser, med ett fag som utpekte seg foran de andre; film. I oppveksten min hadde min far et helt videobibliotek, fullt med klassiske filmer og alle de nyeste filmene som nettopp hadde kommet på kino. Nå, finner man min fars videobibliotek ganget med tusen på smarttelefonene våre, men i tiden jeg vokste opp i var dette ganske unikt. Og jeg mistenker ofte at de utallige filmkveldene som ungfole, satte i gang filmskaper gnisten inni meg.

Bakgrunn for valg av problemstilling

I min masteroppgave ønsker jeg å kikke på pengebrukens viktighet i filmindustrien, hvordan finansieres store og små produksjoner, og hvor viktig er budsjettet for at filmen skal kunne leve et godt liv under og etter produksjon og etterarbeid. Jeg ønsker å belyse det overveldende arbeidet som går inn i en mikrobudsjetts filmproduksjon, som jeg selv har vært delaktig i, og alle de kreative løsningene som må til når økonomien ikke strekker til. Når jeg sier «mikrobudsjetts film» refererer jeg til filmer skapt med budsjett på alt fra null til maksimum noen hundre tusen kroner, da lavbudsjettsfilm ofte kan referere til film laget på under 16 millioner kroner (Engelstad, 2013). For å vise til arbeidet som går inn i å lage en mikrobudsjetts-spillefilm på 90 minutt, vil jeg referere til det kunstneriske utviklingsarbeidet jeg og tre av mine medstudenter har gjennomført de siste 21 månedene. Filmen vår har tittelen *Innsikt*. Her vil filmskapningsprosessens milepæler stå i fokus, de viktigste valgene vi tok og hvilke retninger det sendte oss i. Hvordan vi opparbeidet oss et budsjett med en startkapital på 0 kroner, til å distribuere budsjettet vi fikk på smartest mulig måte for filmens beste. Her vil jeg gjerne sammenligne de største utfordringene produksjonen hadde økonomisk, hvordan det ble løst og reflektere over hvordan et større budsjett kanskje ville forandret løsningene våre til noe annet. Empirien jeg vil bruke fra prosessen ligger i de personlige loggene jeg har skrevet, bilde og tekst

dokumentasjon jeg og de andre på gruppen har tilgjengelig, postene vi har lagt ut underveis i prosessen på Instagram og Facebook-kontoen til filmen, og filmen i seg selv. Videre vil jeg reflektere over hvilket liv filmen vår kan få etter premierevisning.

Masterprosjektets relevans

Alle filmskaperne drømmer innerst inne eller ytterst ute om å en dag få muligheten til å lage en spillefilm. Det finnes unntak til alle oppdiktede regler, men det er en påstand jeg som filmskaper trygt stiller meg bak. De fleste av disse drømmene inkluderer ofte store pengesummer, kjente skuespillere og et lag som kan hjelpe deg projisere din visjon rett fra det tredje øyet til det store lerretet i perfekt kvalitet og oppløsning. Problemet med slike drømmer er at vi er ikke få som har dem. I 2022 er det lettere enn noen gang før å bli filmskaper. Profesjonelt og semi-profesjonelt kamerautstyr er billigere og bedre. Hver eneste dag legges det ut nye instruksjonsvideoer på plattformer som Youtube, Vimeo og på Internett generelt, om hvordan man kan bli bedre til å skape film på høyt nivå. Vi har tilgang på filmskoler, filmspesifiserte utdanninger og kurs, både innen- og utenlands. Man kan si mye om de negative påvirkningene Internett, sosiale medier og evig tilgang har på verden, men muligheten det gir oss til å utdype interessene våre gjennom å lære fra andre mennesker uavhengig av hvor man befinner seg på kloden, er ganske fenomenalt. Så det å drømme om å bli en stor anerkjent filmskaper i en industri som stadig er i vekst, med vanvittig mange flinke mennesker som konstant legger fra seg drømmene sine, er en tøff fremtid å se for seg. I en artikkel fra 2011 produsert av Dagbladet sier en norsk amatør filmregissør - «Det er jo sånn da, at jeg har noe så dumt som et kall. Jeg tuller ikke når jeg sier jeg skulle ønske jeg slapp å lage film, men jeg har liksom ikke noe valg. Mister jeg leiligheten min, vet jeg hvertfall hvorfor jeg gjorde det» (Nordseth, 2011)

Noen kjenner et kall som ikke kan oversees, noe jeg syntes er både vakkert og inspirerende. Personlig begynte kallet mitt til å lage film på videregående, men grunnen til at jeg lager film har stadig forandret seg. Først virket det «kult» og mye «gøyere» enn å ha en alminnelig statisk jobb som tilbyr den samme strukturen hver eneste dag. En tanke som fortsatt er i spill, blant flere nye. Den dag i dag tror jeg at drivet jeg har til å skape film er bygget opp av mange grunner, men kanskje er den mest fundamentale av dem per dags dato; drivet til å sette i gang kollektive og individuelle tankeprosesser hos andre mennesker. Om noen forlater en av mine filmvisninger med et bredere perspektiv på en sak eller flere, gir det meg en gledesrus som både nærer kropp

og sjel i lang tid. Jeg er heller ikke fremmed for å bare gi folk en god latter gjennom filmene jeg skaper.

Jeg vet ikke hva formelen på å bli en internasjonalt anerkjent filmskaper er. Kanskje må man ta en råsjan slik amatør regissøren fra Dagbladets artikkel gjorde. Når ingen av konsulentene i Norsk filminstitutt eller noen av de regionale kulturfondene hadde tro på manuskriptet hans, valgte denne familiefaren å ta opp millionlån i sparebanken, med sikkerhet i sin egen leilighet (Nordseth, 2011). Personlig hadde jeg nok ikke satt familien min sin velvære på spill for å lage en norsk spillefilm. Men jeg hyller hans driv til å satse på seg selv og kallet sitt. Og det tror jeg kan være mye av nøkkelen til å lykkes. Troen på at det du lager er bra, uten å tvile. Fordi hvis man tviler, vil andre garantert tvile med deg.

Denne masteroppgaven skrives i stor grad for meg selv som en groende filmskaper, men prosessen jeg har vært gjennom vil være høyst relevant for en hvilken som helst person som ønsker å jobbe med film. Jeg kommer til å reflektere en del over begrepet budsjett, og innvirkningene det har på en filmproduksjon før, underveis og etter filmen er ferdig laget. I det kunstneriske utviklingsarbeidet har rollene mine vært; idéutvikler, produsent, regissør, filmfotograf, lystekniker, generell tekniker, og etterarbeider. Filmen vi har laget heter *Innsikt*, og er laget på et budsjett som så vidt overstiger 50 000,- kroner. Prosessen vår startet med null kroner og en ide i en notatapplikasjon, og ble til et 80 sider langt manuskript, en crowdfunding-kampanje, over 70 søkere til opptaksprøve, en åtte måneders lang innspillingsperiode, og en spillefilm på 90 minutter i lengde. Har man et ønske om å lage en spillefilm eller starte en hvilken som helst krevende filmproduksjon, med mangel på et budsjett, kan mine erfaringer og refleksjoner sannsynligvis være til hjelp. Både i henhold til de gode valgene produksjonen tok i prosessen, og spesielt de kanskje ikke så gode.

Avgrensning

Jeg ønsker ikke å legge særlig stor vekt på Covid-19 pandemien i denne oppgaven, selv om det var en stor innflytelse på produksjonen vår, ser jeg ikke stor fremtidig relevans å snakke for mye om begrensningene det ga oss. Det er svært krevende å skulle planlegge innspillinger i en pandemi, og man føler ofte at man mister kontrollen, da ekstern smitte ikke er noe man kan kontrollere fullt og redelig. Man må enkelt og greit følge smittevernstiltakene de forskjellige fylkene utgir, og krysse fingrene for at de involvert i din produksjon ikke rammes.

Hovedtemaet i denne oppgaven blir budsjett, og budsjettets innvirkninger på det kunstneriske produktet. Det er derfor ikke rom for særlig grundig analyse av selve filmen vi har laget. Det er heller prosessen til ferdig produkt og ettervirkningene, som blir interessant å skrive om her.

Jeg vil nevne filmindustrien i Norge og den store Hollywood-industrien, men jeg velger å ikke prate så mye om Bollywood, som også er en gigantisk filmindustri. Jeg velger å ikke nevne Bollywood, da det ikke er filmer som ligger denne delen av verden særlig nært, og denne oppgaven må begrenses. Skulle jeg skrevet en doktorgrad, ville jeg definitivt inkludert Bollywood i sammenligningene mine, men til denne oppgaven har Hollywood langt mer enn nok historie jeg kan bruke.

Mine oppgaver i prosessen

Som jeg nevnte ovenfor, hadde jeg syv essensielle roller i produksjonen. I mine tidligere erfaringer som filmskaper har jeg aktivt tatt på meg rollen som filmfotograf, regissør, etterarbeider og idéutvikler. Jeg har arbeidet en del med lyssetting gjennom årene, og har god kompetanse med bruk av lys i en filmproduksjon, men det har aldri vært et felt jeg har spesialisert eller utdypet meg grundig i, inntil under selve produksjonen av *Innsikt*. Det har vært ekstremt krevende å være den eneste på filmgruppa vår med særlig teknisk kompetanse, men det har også tvunget meg til å lære enda mer. I de mest hektiske produksjonsdagene hvor store deler av ansvaret lå i mine avgjørelser, kunne stress være en uønsket medspiller. Da de verste dagene kom, hadde jeg ferdigformulert et mantra som jeg gjentok i tankene for meg selv: «Du jobber med det du elsker å gjøre, du ønsker at dette skal være din fremtid, vær til stede nå og nyt problemene.». Sammen med et par dype inn- og utpust, håndterte jeg ansvaret på de store produksjonsdagene litt bedre, og med en helt annen holdning.

Innsikt - Del 1

Filmen har vært en del av menneskers liv helt siden 1. november 1895 i Berlin, da Skladanowsky brødrene var de første til å vinne kappløpet om å vise levende bilder for et publikum. Like etter, faktisk bare åtte uker senere, toppet brødrene Lumière Skladanowsky brødrenes visning med deres teknisk overlegne oppfinnelse, apparatet som de kalte «Cinématographe». Cinématographe betyr innrissing eller skriving av bevegelse, og visningen til Lumière brødrene tok sted på Grand Café i Paris den 28. desember (Gronemeyer, 1998). Siden den gang har filmen raskt funnet veien inn i hjertet til mennesker over hele verden. Filmen som medium har vært i en konstant utviklingsfase fra dagen Skladanowsky brødrene presenterte verden for bilder i levende form, til vår nåtid, og helt utvilsomt vil den leve og fortsette sin utvikling langt fremover i tid. Å skape film har historisk lenge vært avhengig av svære kameraer, dyrt og spesifikt utstyr, store filmteam, dyp kompetanse, og et budsjett som dekker alle disse kostnadene og flere. Frem til 1980-1990-tallet ble nærmest all film skutt på 35mm filmruller i profesjonelle produksjoner. I midten av 80-tallet var Sony i gang med å produsere CCD-videokameraer av forbrukerkvalitet. På 90-tallet begynte små standarddefinisjonskameraer å ta opp digitalt. Disse digitalkameraene ble først brukt filmatisk da de ble omfavnet av danskene i *Dogme 95* bevegelsen i Danmark (Kenneally, 2012). Dogme 95 bevegelsen, forfattet av Lars von Trier og undertegnet av Kristian Levring og Thomas Vinterberg, hadde som mål å gi regissørene tilbake sin kunstneriske frihet og innflytelse. Produksjonsselskapene ønsket stadig økende kontroll over filmmediet, og Dogme 95 var nærmest en protest fra de danske filmregissørene om å bringe filmskapning tilbake til en «naturtilstand» (Svendsen, T. O. & Emilsen, A. S, 2019).

Andre store bevegelser innenfor filmhistorien jeg ønsker å nevne, som kanskje har påvirket og formet selvstendig filmskapning til hva det er i dag, er eksempelvis italiensk neorealisme og den franske Cinéma Vérité bevegelsen. Da Italia ble frigjort fra fascistisk regime i 1945 ved henrettelsen av diktatoren Benito Mussolini, startet en ny bevegelse av film, som varte fra 1945 til 1951, men som satte sitt preg på filmhistorien. Neorealistisk film dukket opp som en kraft for kulturell fornyelse og sosial endring (Thompson & Bordwell, 2010, s. 330). Italienske filmer hadde blitt kjent gjennom Europa for de fantastiske studio-settingene filmene deres medbragte, men disse studioene opplevde store strukturelle skader under krigen, og kunne ikke lenger støtte overdådige produksjoner. Dermed begynte filmskaperne å bevege seg mot gatene og ut på landet

(Thompson & Bordwell, 2010, s. 331). Den prototypiske Neorealist-filmen tenker man ofte som filmet med grovt håndholdte komposisjoner på lokasjon, ved bruk av aktører uten skuespillerbakgrunn, men det var ikke alltid tilfelle. Denne filmbevegelsen tok tak i samfunnsproblemene Italia møtte under og etter krigen, og tok ofte utgangspunkt i helt vanlige menneskers hverdag. En kommentar som har kommet i ettertid, er at viktigheten til bevegelsen lå i evnen disse filmene hadde til å gi karakterenes personlige problemer universell betydning. En annen kommentar ovenfor den Neorealistiske-dokumentaren, var at tilskueren ble gjort oppmerksom over hvor vakkert vårt ordinære liv egentlig er i seg selv (Thompson & Bordwell, 2010, s. 333). Direct Cinema oppsto ut av Jean Rouch sine etnografiske henvendelser, og gjennom kollaborasjon med sosiologen Edgar Morin, på dokumentarfilmen *Chronique d'un été* (1961). Filmen fokuserer på vanlige mennesker som forklarer om livene sine, mens Morins insisterende spørsmål gjør Direct Cinema til en provoserende kraft. I filmen får man til tider se synlig kamerautstyr og tekniske operatører, som Rouch mener ikke er noen pause i spenningen, men heller en akselerator. Rouch forklarer at man presser disse menneskene til å bekjenne seg selv. Det er unike tilståelser man får foran et kamera, hvor kamera er et speil, og i tillegg er det et vindu som åpner seg til utsiden. *Chronique* oppfordrer subjektene til å definere seg selv gjennom opptredener for kameraet. Prologen til *Chronique* kaller filmen for "a new experiment in cinema-truth", eller Cinéma Vérité (Thompson & Bordwell, 2010, s. 449). Flere forskjellige tolkninger og syn på Cinéma Vérité begynte å ta plass, og diskusjonen var om kamera skulle observere, vise empati eller utfordre. Var det mer autentisk å filme med flere kameraer om gangen eller bare ett? Burde regissøren også være kameraoperatør? Men det viktigste spørsmålet: Hva er regissørens ansvar fremfor folket, livene deres, og hendelsen som blir tatt opp på film? Bevegelsen revolusjonerte dokumentarfilmen, etter starten av 1960-tallet brukte de fleste dokumentarer de håndholdte kamerabevegelserne for å fange opp biter av umiddelbar handling, bruk av tilgjengelige lyskilder og uplanlagte intervjusekvenser (Thompson & Bordwell, 2010, s. 450).

Alle disse historiske filmbevegelserne har sine grunnlag i mangel på budsjett, som har medført til innovative løsninger blant filmskapere rundt i hele verden. Når pengene styrer underholdningsindustrien vår, må de fattige kunstnerne finne andre måter å spre sine tolkninger og meninger på, og slik har den selvstendige filmskaperen grodd og formet historien til nåtidens «fattige» filmskapere. Sammen med de digitale innovasjonene fra Sony og flere andre kameraprodusenter, er uavhengige filmskapere ikke et mangfold den dag i dag. Hollywood, og la

oss ikke glemme den enda større filmindustrien Bollywood, briljerer likevel fortsatt på toppen av næringskjeden. Fra det første digitale kameraet kom, litt før det også, til vår nåtids høyt oppgraderte Ultra High Definition kameraer, er vi ikke lenger avhengig av gigantiske millionbudsjett til å skape en god filmfortelling som også er visuelt tilfredsstillende. Super 8 og 16mm var de første kameraene som startet indiefilm-bølgen, men digitale kameraer gjorde det enklere og billigere.

Innsikt

Filmen vår *Innsikt*, omhandler den fremtidige familieplanleggingsklinikken Family 1st, som bokstavelig talt kan se fremtiden til barnet ditt. I vår nåtid har vi gjort store steg innenfor genforskning og tidlig ultralyd av ny-gravide kvinner, noe som gjør at vi kan oppdage opp til 40 forskjellige misdannelser allerede i svangerskapsuke 11 til 13. Ifølge norsk lov behøver ikke kvinner å begrunne hvorfor de ønsker å ta abort så lenge den kan utføres før utgangen av 12. svangerskapsuke (NHI.no, 2020). Dette betyr på et vis at en lege kan fortelle en mor og far om deres barns fremtidige helse, og deretter kan foreldrene velge om de ønsker å beholde barnet eller ikke. I filmfortellingen vår ønsker vi å fortelle om en synlig fremtid som har tatt et par store teknologiske fremskritt innenfor den samme problemstillingen. Family 1st-klinikken er i besittelse av en maskin som kan motta beskjeder fra fremtiden.

Emma og Liam er et ungt ektepar som venter barn. En dag ser de en reklame produsert av Family 1st, og de bestemmer seg for å bestille en uforpliktet konsultasjon hos klinikken, for å få innsikt i deres fremtidige barns helse. Klinikken fremviser helt utrolig og spesifikk informasjon, i tillegg til en tung nyhet om helsetilstanden til barnet. Det unge paret ønsker ikke å fortsette svangerskapet. Det går noen år, Emma og Liam er på deres femte besøk hos klinikken, med fingrene stramt krysset om at dette er det perfekte barnet de har ventet på.

14 år senere møter vi Nathaniel (Fig 1), og vennene hans Nona og Daniel. Nathaniel har begynt å oppdage en mann som stadig spionerer på ham, «en stalker». Denne mannen er Gabriel-55, han jobber som agent for Family 1st-klinikken, og er kommunikasjonsleddet mellom nåtiden og fortiden. Fortiden han kommuniserer med, er spesifikt Emma og Liam sitt femte besøk hos klinikken. Vennegjengen forsøker å komme til bunns i saken om den mystiske «stalkeren», problemet er, jo nærmere de kommer løsningen jo mer setter de Nathaniel sin eksistens i fare.



(Fig 1)

Politiske tema

Verdens befolkning i dag er splittet på om kvinner skal ha lov til å velge selv om de vil ta abort, eller om de ikke skal få lov i det hele tatt. Norge er ingen unntak fra denne splittelsen. Abort er et emne som kan splitte et hvilket som helst rom i to. Om det er blant familie, gode venner eller fremmede. Da vi skrev manuset til *Innsikt*, visste jeg at temaet om abort ville spille en essensiell rolle i filmfortellingen. I min visjon for filmen, var det ikke temaet abort som var i fokus, men heller kraften bak valgene det ville medbringe. Når man står ovenfor et valg om å beholde et barn eller ikke, er det som å stå i splittelsen av et veiskille. Bak deg er tiden, som sakte og sikkert dytter deg fremover. Et valg må bli tatt, en vei må velges og man kan ikke snu og gå tilbake. Menneskeheten jobber stadig vekk for å gjøre slike valg enklere å ta, ved at vi danner oss viten om hva som ligger bak veiskille en, to, tre, fire, osv. Magien til vår filmfortelling, og grunnen til at filmen har fått sjangerfeste science-fiction, er at visse mennesker i dette fiktive universet har funnet en løsning på å kontrollere tiden. Ergo, man står fortsatt ved et veiskille, men tiden dytter oss ikke lenger i ryggen og vi kan snu og gå tilbake om vi ikke liker det vi ser. Jeg skjønner at

mennesker er glade i å projisere meninger og standpunkt på alt de opplever og ser. Jeg ser også at det kan tolkes fra vår filmfortelling at vi har tatt et standpunkt på at abort vil få negative konsekvenser, og er et onde som forneker liv. Alle skal få lov til å tolke, tro og mene det de vil, det er noe av magien med kunst, men denne filmfortellingen er ikke ute etter å mate egoet til verken den ene eller den andre siden av abortdebatten. Jeg ville heller sagt, som medskaper av filmen, at den peker på mørket i vårt nåværende teknologistyrte samfunn. Mennesker kan ikke lenger bare ta valg for seg selv som er styrt av deres egne primitive instinkt eller intuisjon. Vi må hele veien søke bunker av informasjon om høyt sannsynlige utfall av valget man holder på å ta. Foreløpig jobber vi med sannsynligheter, men i fremtiden blir kanskje sannsynligheter til fullkomne svar. Hvordan ville verden bli om alle alltid tok de «rette» valgene? Det finnes verdifulle lærepenge i det vi kaller feil eller dårlige valg, om vi ikke fikk disse lærepengene ville vi heller ikke lenger gro. Maskinene velger jo for oss.

Det er et poeng at temaet vårt er potensielt kontroversielt, filmetablisementet er preget av ideologisk ensretting og politisk korrekthet. Og det finnes tilfeller av sensur hos filmkonsulenter som avslår søknader om støtte, på grunnlag av nevnte temaer som er kontroversielle fremfor populær mening. Eksempelvis ble et filmmanus fra Ole Bornedal med tittelen *Kvinner*, avvist og nektet støtte av det danske filminstituttet, blant annet fordi en karakter i filmfortellingen hadde et negativt syn på kvinner. Mer spesifikt gjorde karakteren narr av miljøaktivisten Greta Thunberg. Manusforfatteren forsvarer seg ved å fortelle at det kun var en enkelt setning som filmens hovedperson; en kynisk amerikansk forretningsmann, sier til en annen karakter, og at det ikke er han selv som sier dette om miljøaktivisten (Redaksjon, 2020). Denne saken involverer et personangrep på et spesifikt individ, men likevel virker det som om denne karakteren skal fremstå som et dårlig menneske med dårlige verdier. Hvis han sier noe slemt om Greta Thunberg i denne konteksten, er det fordi vi som publikum ikke skal like han. Dermed virker det som setningen i filmmanuset bare blir vurdert stående på egne ben, og ikke ut ifra konteksten den medbringer. Og slik sensur mener jeg ikke burde være greit. *Innsikt* har fått flere avslag fra diverse støtteordninger, men jeg har ikke vurdert om noen av avslagene har vært på grunnlag av tematikken filmen fremviser. I så fall har resten av konteksten rundt det kontroversielle emne om abort, ikke blitt vurdert, og hvis det hadde vært saken, ville jeg blitt ganske skuffet. Men kanskje ikke utrolig overrasket, da vi lever i en «forsiktig hva man sier» type alder, og det finnes uendelige plattformer på internett hvor mennesker kan berette om sine hårsåre synspunkt. I

tillegg finnes det mange andre mennesker som støtter disse synspunktene, som deretter vil lede til en films nedfall, før den i det hele tatt har blitt utgitt.

Målgruppe og sjanger

Innsikt er en film i sci-fi, thriller og drama sjangeren. Aldersgrensen vi har satt på filmen, er 15 år. Dette er grunnet at filmen i stor grad omhandler temaet abort, og familieplanlegging på et fremtidig nivå som kan være krevende for en yngre person å forstå. Her i distriktet er det utvilsomt lettere å få støtte til å lage barnefilm, og det er lettere å spre filmens synlighet på plattformer og visningssteder som inviterer barn. Eksempelvis har vi den internasjonale Barnefilmfestivalen her i byen, som tiltrekker seg solide mengder av barn og voksne. Likevel ønsket produksjonen vår aldri å fremprodusere en film laget for barn, da vi blant annet selv ikke ser underholdningsverdien i det. Om målet vårt var å nå et størst mulig antallsbasert publikum, ut ifra film-verdiene denne byen har, ville kanskje valgene som ble tatt i manuskriptet blitt gjort annerledes. Målet var derimot å fortelle publikum om en noe kompleks form for tidsreise og fremtid som påpeker farlige valg menneskeheten foretar i vår nåtid. Ergo, det er relevant for yngre generasjoner, men ikke så lett å tolke hos de yngste, som oftest ikke tenker så voldsomt på fremtiden enda. Ifølge Filmweb sine regler på aldersgrenser for film, kan voksne ta med seg barn som er tre år yngre enn aldersgrensen som er blitt satt, på filmer som har 9, 12 og 15 års grense (Filmweb, 2017). Dermed finnes det noe slingringsmonn under den satte 15 års grensa.

Målgruppen til *Innsikt* anser jeg som ganske bred, den strekker seg fra 15 til 40 år. Først og fremst for å treffe folk i aldersgrupper som vanligvis står ovenfor store livsforandrende og veiskillende valg. Å skulle skape et liv eller ikke, er et kritisk valg som store deler av verdens befolkning muligens vil komme til å møte. Tidsreise i film appellerer til seere som liker science-fiction sjangeren, en sjanger som kan treffe folk i alle aldersgrupper, men som ofte blir populær hos ungdommer og yngre voksne.

Science-fiction er også en sjanger som normalt er mer kostbart å lage enn andre sjangere, da det ofte inneholder universetablering, store Set-design, CGI og VFX. Det er normalt dyrere å lage sci-fi og dystopier enn det er å lage sosialrealisme eksempelvis, men som uavhengig filmskaper har jeg likevel lenge vært på en reise som prøver å motbevise at tidsreise i film krever millionbudsjett. Jeg mener at geniet til en filmfortelling først og fremst ligger i hvordan man skriver og planlegger handlingsforløpet, gjennom manuskriptet. En manusforfatter som skriver en lavbudsjetts science-fiction film, må vite hvilket budsjett han eller hun har å gå ut ifra, om

ikke blir det garantert noen drastiske omskrivninger. Da vi skrev handlingen til *Innsikt* var vi svært bevisst på at vi måtte unngå store kostbare scener, og universet vi valgte å etablere skulle alltid være tilnærmet likt det vi lever i, med noen små manipulasjoner her og der mellom de filmatiske rammene. Kanskje kunne produksjonen oppnådd større budsjett om vi hadde gjort fortellingen mer «barnevennlig», men da hadde vi ikke laget filmen vi selv ønsket å lage.

Tid og penger

Å lage en spillefilm som et Master-prosjekt på en kunstfaglig linje, har jeg skjønt kanskje var litt utenom de vanlige prosjektene som fremvises her på denne Masteren. Jeg mistenker at gruppen min og jeg er de første, historisk, til å gjennomføre en spillefilm på Master i Kunstfag på Universitetet i Agder. Jeg tenkte også at dette var et svært ambisiøst prosjekt som på mange måter virket helt umulig å gjennomføre. Som en filmskaper deltagende i en kunstfaglig Master, ønsket jeg å yte tiden fremover maksimalt. Jeg har erfart at et stort problem blant kunstnere er at de ikke har tid til å skape kunst, da de trenger penger umiddelbart for å kunne betale regningene. Da går heller skapelsestiden til daglig jobbing og hviling på sofaen, også fyller kanskje hodet seg med helt andre ting og utfordringer. Når man er student som ikke bor hjemme hos foreldrene sine, har man i Norge muligheten til å motta både stipend og lån for å studere, i åtte år. Disse pengene kan man leve av om man er litt økonomisk i pengebruken. Ergo, jeg hadde tid, jeg hadde økonomisk stabilitet og dette ga meg store ambisjoner. Jeg visste ikke hva vi ville komme til å klare og oppnå med de få ressursene vi hadde, men jeg mistenkte, med antydning til sikkerhet, at prosessen i seg selv ville komme til å bli bestående av hinsides dyrebare og svært lærerike opplevelser. Heldigvis kan nåets skrivende jeg, bekrefte at jeg ikke ble misledet av mistankene mine den gang. Denne prosessen har for meg, uten tvil vært en av mine største læreerfaringer innenfor filmskapning og selvstendig drivkraft. *Innsikt*-prosjektet har gitt meg større selvsikkerhet, det har betraktelig utvidet horisonten min gjentatte ganger, og det har bekreftet kjærligheten min ovenfor filmyrket. Jeg innser at det er stort, da dette har vært en svært tung og veldig krevende prosess. Mange ønsker å jobbe med film, inntil de skjønner hvor mye arbeid det egentlig innebærer. Om jeg fortsatt elsker å lage film etter å ha tatt på meg opp til flere store roller i en mikrobudsjetts-spillefilmproduksjon, føles det ut som nok en bekreftelse.

Metode & Teori

I et kunstnerisk utviklingsarbeid er målet å skape et produkt gjennom en reflektert prosess i en kunstnerisk praksis. Det trenger ikke å være et konkret fysisk produkt, men en form for kunstnerisk arbeid. Kunstformer som innebærer scenekunst, visuell kunst, musikk, design, eller film (Malterud, Lai, Nyrnes, & Thorsen, 2015, s. 1), er alle aktuelle kunstneriske utviklingsarbeid. Og det finnes nok flere.

Kunstnerisk utviklingsarbeid er den norske samlebetegnelsen på det som har flere forskjellige navn og varianter på engelsk, blant annet artistic research, arts-based research, practice-led research, art as research, ARTography og performative research (Østern, 2017: 9). Ifølge Nina Malterud (2015) brukes det engelske begrepet artistic research mest, grunnet etableringen av den internasjonale webbaserte Journal for Artistic Research (JAR) i 2010 (Malterud, Lai, Nyrnes, & Thorsen, 2015, s. 1). Kunstnerisk utviklingsarbeid har blitt utdelt flere titler grunnet at begrepet stadig er i utvikling, det tolkes og forstås annerledes og til tider likt, både innen- og utenlands. Derfor har jeg muligheten til å lese meg opp på flere forskjellige definisjoner av begrepet, og enten forholde meg til en av dem, som er tilnærmet lik min prosess, eller skape min egen metodologisk hybrid imellom.

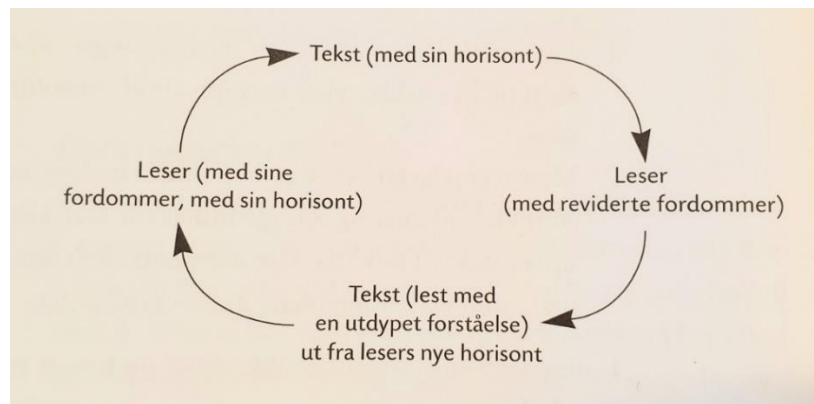
Personlig vil jeg forholde meg i størst grad til Østern sine definisjoner av begrepet, da de appellerer til min arbeidsprosess så langt, men ikke utelukkende. Tone Pernille Østern hevder at kunstnerisk forskning er forskning der forskningsspørsmålet besvares gjennom kunstnerisk praksis (Østern, 2017: 10). Det er gjennom kunsten og den kunstneriske prosessen jeg har tatt del i, at mine nysgjerrigheter på hva jeg vil utforske har dukket opp. Østern hevder i tillegg at:

«Det å forske med kunsten karakteriseres av at det ofte er kunstnerens eller kunstpedagogens egen erfaring og praksis som er utgangspunkt for forskningsarbeidet. Det foreligger en nærhet og et innenfra blikk til det som skal undersøkes, og det å forske med kunsten er en form for forskning som er orientert mot mening, fortolkning, forståelse og endring.» (Østern, 2017: 8)

Mitt kunstneriske arbeid sett utenfra, er å skape en spillefilm sammen med tre medstudenter i sjangerstil sci-fi, thriller og drama, med null kroner i startkapital, og som til slutt skal vises på storskjermen foran et publikum. Innenfra handler arbeidet for meg, om noe helt annet. Jeg ønsker å forbedre evnen min til å formidle gjennom filmen og filmfortellingen, slik at jeg etter hvert i min karriere som filmskaper kan nå ut til et bredere publikum. Ved å jobbe sammen med

kunsten, filmen vår, over en tidsperiode på over halvannet år, får man en veldig nær relasjon til den. Filmen og filmprosjektet er innom tankene dine, drømmene dine og underbevisstheten din, nesten hver eneste dag. Man tviler og funderer over alle valgene man står ovenfor i prosessen, og man forstår og fortolker valgene annerledes kontinuerlig. Jeg har grodd sammen med filmen, og filmen har grodd sammen med meg.

Hans Georg Gadamer skriver at alle mennesker sitter med en forståelseshorisont, en forforståelse som utgjør en helhet. Denne helheten vil vi aldri kunne gjøre oss selv helt bevisst, da den er såpass enorm at ubegrenset tilgang til den vil overskride det enkelte individets krefter. Ifølge Gadamer har vi alle en horisont med forutsetninger og forforståelser vi bruker til å forstå med (Krogh, T. 2014). Det kan stadig dukke opp nye forutsetninger i horisonten vår, muligens påvirket av en annen horisont, som skinner nytt lys og som muligens kan transformere vår forståelse av noe, til noe helt annet. Eventuelt bare revidere deler av den. Vi mennesker har alle vår forståelseshorisont, men vi kan også overføre en ny horisont til for eksempel et verk, som en bok, en sang, et maleri, eller en film. Videre kan for eksempel en leser med sine fordommer og sin horisont, lese en bok med sin horisont, den som leser får reviderte fordommer, og leser boken på ny med utdypet forståelse og ny horisont (Krogh, T. 2014). Dette kaller Gadamer for horisontsammensmeltning, og det er en slik tilnærming mellom leserens og verkets horisont som er det endelige resultatet av at forståelsen beveger seg i den hermeneutiske sirkel (Fig 2). (Krogh, T. 2014). Det jeg opplever som interessant er at vi fire har laget denne filmen ut ifra hver vår egen, og en felles forståelseshorisont, men i prosessen har filmen i seg selv bidratt til å forandre og utdype horisontene våre gjentatte ganger. Dette fordi produkt og prosessens vei til endelig produkt, er to vidt forskjellige ting, men den ene eksisterer ikke uten den andre.



(Fig 2: Hermeneutiske sirkel) (Krogh, T. 2014. S. 56)

I min kunstneriske praksis har jeg forsket sammen med kunsten på nært hold over lang tid, og i denne prosessen har jeg spesielt lagt fokus på meg selv. På hva jeg tar inn av informasjon, og på hvilken måte tankene mine påvirker og befrukter kunsten, og deretter hvordan kunsten vil påvirke samfunnet. Kunstnerisk utviklingsarbeid er et etablert begrep plan -og rammeverk for høyere utdanning, det er en del av dagligspråket innen kunstutdanning og det blir drøftet i kunnskapsfilosofisk litteratur (Malterud, Lai, Nyrnes, & Thorsen, 2015, s. 1). De fleste kunstnere bruker en form for metode i skapelsesprosessen, ikke alle er klar over den, men jo oftere vi jobber med kunst jo mer bevisst blir vi på vår egen prosess. De som ikke er klar over prosessen de bruker, kan for eksempel aktivt tenke tilbake på hva de gjorde og valgene de tok. Har de kanskje skrevet notater, tatt bilder, tegnet skisser, etc. Alt man har fra prosessen, inkludert minnene, kan brukes som empiri til å forstå metoden man har tatt i bruk for å komme i mål med endelig produkt. I et kunstnerisk utviklingsarbeid er nemlig akkurat dette målet. Bli bevisst på egen metode, skriv den ned, tolk den, og publiser den. Slik at andre kunstnere som kommer etter deg kan lære av valgene du tok, og ikke tok.

En annen svært viktig faktor i min prosess, og mange andre kunstneriske prosesser, er forholdet mellom budsjett og det kunstneriske. En kunstner er ikke fristilt i de materielle rammene som er satt i starten av et prosjekt. For å anskaffe materiale til å kunne skape et produkt, må man fort opparbeide seg et budsjett. Man må ikke nødvendigvis ha et budsjett for å skape kunst, men det åpner definitivt en del dører som kan bidra til utførelsen av en større kunstnerisk visjon. I mitt tilfelle har opparbeidelsen av budsjettet vårt åpnet flere kunstneriske dører, i tillegg til en helt ny fascinasjon fremfor økonomi i filmindustrien.

For å kunne tolke min egen atferd og mine egne tanker rundt filmskapelses prosessen fra a til å, ønsket jeg å bruke meg selv og mine erfaringer til gjenstand for observasjon, refleksjon og undersøkelse (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 171). Dette refererer til en metode som kalles autoetnografi. Autoetnografi har sitt utsprang fra en bevegelse som noen har betegnet «representasjonskrisen», på midten av 1980-tallet. De sentrale debattene på denne tiden konsentrerte seg om hvordan eller hvorvidt det var mulig å skrive kultur, med andre ord å artikulere erfaring. Metoden handlet om forholdet mellom den opplevde og observerte virkelighet på en side, og feltnotater og den etnografiske tekst på den andre siden. Det var ingen tvil på at verken feltnotater eller vitenskapelige tekster kunne avspeile virkeligheten, men heller

danne en konstruksjon av den. I denne konstruksjonen vil forskerens egen erfaring, verdier, sympatier og antipatier, flettes inn (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 170). Da det ble utgjort en praktisk gjennomførelse av den etnografiske metoden, oppdaget etnografen at fokuset ikke bare var rettet mot de som ble studert sin erfaring, men også sin egen erfaring i felten. Ideelt sett innebar denne selvrefleksiviteten at etnografen brukte alle sine sanser, følelser og tanker til å lære om feltet (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 170-171). Begrepet autoetnografi henviser til dette spektrum fra det personlige til det kulturelle (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 171). For at andre skal kunne ta lærdom fra mine erfaringer i denne prosessen jeg har vært en sentral spillebrikke i, er det viktig at jeg som aktiv deltagende forsker reflekterer over mine egne sanser, følelser og tanker i feltarbeidet mitt. Ved å se tilbake på dokumentasjonen, eller empirien, kan jeg danne meg et enda bredere perspektiv på tankene mine rundt valgene som ble tatt.

Autoetnografi kan deles opp i de tre ordene begrepet består av. Avhengig av hvordan en forsker velger å balansere forholdet mellom auto, etno og grafi, vil forskjellige typer av autoetnografiske studier komme til syne. «Auto» betyr «selv», og representerer introspeksjonen, hvor forskeren gjør seg selv til gjenstand for observasjon, refleksjon og undersøkelse (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 171). «Etno» betyr «kultur» og avspeiler ekstrospeksjonens iakttagelse av andres adferd, hvor forskeren retter sin oppmerksomhet mot det studerende og konteksten, hvordan deres handlinger og erfaringer blir til, og hvordan forskeren selv blir formet (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 171). Grafi henviser til den vitenskapelige prosessen, den kvalitative undersøkelsen og systematikk, hvilke personlige beretninger, erfaringer og observasjoner som transformerer seg fra personlige innsikter til vitenskapelig viten (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 171).

Kritikk til autoetnografi, med vekt på det auto-orienterende; kort forklart er selvutforskning noe som kanskje ikke interesserer andre enn etnografen selv og de menneskene som allerede kjenner og elsker denne personen (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 171). Et svar på kritikken er, er at det å fokusere på selvet ikke utelukker det sosiale, fordi selvet er sosialt konstruert. Personlige fortellinger involverer og avhenger av andre ((Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 172).

Empiri

For å kunne huske og forstå valgene jeg har tatt i mitt kunstneriske utviklingsarbeid, har jeg og gruppen min heldigvis dokumentert deler av prosessen gjennom skriftlige logger, søknader, bilder, filmer, utlegg på sosiale medier, og selvsagt selve produktet vårt. Alle disse midlene vil

være empirien min til refleksjon over valgene som ble tatt i filmskapningsprosessen. Da dette har vært en lang prosess, merker jeg at det er stort til hjelp og ha noe «fysisk» å se på når minnene begynner å bli litt uklare. Det hjelper i tillegg at jeg har tre andre mennesker på gruppa som har vært til stede, og som jeg kan diskutere med om minnet trenger enda mer oppfriskning.

Filmbudsjettets Betydning - Del 2

Den dag i dag kan i teorien hvem som helst skape film med marginal finansiering. Solid kamera- og redigeringsutstyr finnes i alle mulige prisklasser, og gir muligheten for kreative sjeler å uttrykke seg fritt gjennom filmmediet uten å måtte søke offentlig støtte. Det finnes forskjellige nivåer av lavbudsjettsfilm, og det er viktig å kunne skille mellom amatørfilm som til dels produseres på det som kalles nullbudsjett, og profesjonell lavbudsjettsfilm (Andersson, 2011, s. 45). I en artikkel skrevet av Ellen Engelstad fra 2013 som omhandler norsk filmkultur, omtales nullbudsjettsfilmer som filmproduksjoner hvor filmarbeiderne og skuespillerne ikke tar seg betalt for arbeidet de gjør i praksis (Engelstad, 2013). Ergo, så er det mer lønnsomt å jobbe med profesjonell lavbudsjettsfilm kontra nullbudsjett, men kanskje er det mer befriende og risikofritt å jobbe med nullbudsjett. Når jeg sier risikofritt, refererer jeg til ansvaret man fort kan kjenne på om man tar imot økonomiske tilskudd fra offentlige eller private støtteordninger. Personlig ser jeg på filmskaping under en nullbudsjettsordning som kreativ trening på sitt beste, men allikevel seriøs trening hvor man burde yte maksimalt. Man ønsker jo ikke å skuffe seg selv eller alle de som involverer seg og donerer bort tiden sin, og man ønsker jo at resultatet skal bli eksepsjonelt. Poenget er bare at når de økonomiske risikoene ikke er tilstedeværende, gir det en filmskaper muligheten til å uttrykke seg fritt og i tillegg prøve nye ting, uten at det blir for store konsekvenser. Som eksempelvis store økonomiske tap hos produsenter. Begrepet lavbudsjettsfilm brukes generelt om filmer som koster lite penger å lage, uavhengig om filmen produseres innenfor eller utenfor offentlige støtteordninger. Opprinnelig assosierte man lavbudsjettsfilm med uavhengige filmer, eller «independent films», og dette var som regel filmer som hadde blitt produsert utenfor det amerikanske studiosystemet. Også kjent som «indiefilm», et begrep som refererer til kunstfilmen, og som er motsatsen til den kommersielle filmen Hollywood er såpass godt kjent med (Andersson, 2011, s. 45). Hollywood hadde ikke vært det ikoniske kvalitetsstemplet det er den dag i dag, om de ikke alltid prøvde å tilfredsstille og underholde et høyest mulig antall mennesker om gangen. Det mange seere og filmskapere derimot har begynt å oppdage, er hvor stor innflytelseskraft budsjettet og økonomien har begynt å ta over de kreative retningslinjene en filmskaper får. Flere store regissører har forlangt full kreativ kontroll over filmene deres, og dette resulterer etter min subjektive mening som oftest i en bedre og mer spennende filmfortelling. Med flere eksempler som kan fremvises. Et mønster

som ofte gjentar seg når disse regissørene ber om full kontroll, er at det resulterer i et lavt budsjett, etter Hollywood sine standard.

Budsjettets kategorier

Overgangen fra lavbudsjettsfilmer til Hollywood-hits har blitt kjent som Tarantino-effekten, eller «the Tarantino effect». Dessverre sees denne effekten på som noe mindre overkommelig i dagens gigant filmindustri (Davoy, 2020). Quentin Tarantino er en høyt ettertraktet filmregissør, manusforfatter og ikke minst skuespiller fra USA, som har vunnet Oscar-prisen for beste manus med både *Pulp Fiction* (1994) og *Django Unchained* (2012) (Svendsen & Emilsen, 2022).

Personlig er jeg en stor beundrer av Tarantino sine filmer, da jeg opplever at kreativiteten hans gjenspeiler seg, upåvirket av studiomaktene, på det store lerret. Han er leken og er ikke redd for å bryte med filmsjangerens mange normer, som han stadig latterliggjør på humoristisk vis i filmene sine. *Pulp Fiction* er en film produsert på over åtte millioner dollar, og som hanket inn over hundre millioner dollar i billettluke (Pearson, 2019). Dette er imponerende tall, spesielt når man tenker på alle de svært kjente aktørene som spiller i filmen. Som fort krevde noen store slanter fra budsjettet.

Det virker som det finnes en generell konsensus på de forskjellige budsjettkategoriene filmproduksjonene deles opp i. De fleste er enig i at under to millioner dollar, ligger vi på lavbudsjettfilm. Likevel derimot, så ligger gjennomsnittlig budsjett på storfilmene rundt 70-90 millioner dollar (Pearson, 2019). Det vil si at lavbudsjettfilmen fortsatt kan godtas som lavbudsjett om det legges til noen millioner. *Pulp Fiction* ville jeg derimot klassifisert som en film med et budsjett på middels nivå, men lavt middels nivå. Fra et blogginnlegg på en anerkjent administrativ film-verktøys nettside som heter Stuidobinder.com, kategoriserer bloggforfatteren Chris Heckman budsjettet inn i tre kategorier; lavbudsjett, middelsbudsjett og høyt budsjett. Her skriver han at lave budsjett kategoriseres som fem millioner dollar eller lavere, middelsbudsjett som 5-50 millioner dollar og høyt budsjett som 50 millioner og oppover (Heckman, 2022).

Inflasjon er mye grunnen til de variable tallene, og grunnen til at det ikke finnes en fast fasit på hva som er lav, middels og høyt budsjett i en filmproduksjon. Men vi har en generell konsensus å gå ut ifra.

Mikrobudsjettsfilm

Selv om alle filmer med budsjett under fem eller to millioner dollar ofte refereres til som lavbudsjettsfilmer, finnes det enda en egen kategori ifølge Erin Pearson sitt blogginnlegg fra [Topsheet.com](https://www.topsheet.com) (Pearson, 2019). Hun skriver at uavhengige filmskapere hevder at produksjoner som har budsjett under 25 000 dollar, plasseres i mikrobudsjettsfilm kategorien. Og refererer til spillefilmen spesifikt (Pearson, 2019). Som tidligere nevnt har jeg selv vært delaktig i en mikrobudsjettsproduksjon, da budsjettet vårt akkurat overstiger 5 000 dollar sammenlagt. Når man arbeider i mikrobudsjettsuniverset, har man ikke annet valg enn å bli smertefullt bevisst på hvert eneste økonomiske valg man tar. Denne prosessen starter allerede med manuskriptet. Manusforfatteren kan ikke bare skrive så mange karakterer, rekvisitter og lokasjoner han eller hun ønsker. I en filmskappingsprosess skal teksten transformeres til levende bilder og lyd, dermed må man allerede i utviklingsfasen av prosjektet begynne å aktivt tenke på kostnadene fortellingen kan medføre. Desto viktigere blir det å planlegge alle bevegelsene man gjør som sjakktrekk, for at man skal klare å lage den beste filmen for verdien av budsjettet man har. Budsjettering er en kunst i seg selv, og er antageligvis en av de viktigste og mest strategiske spillebrikkene man må jobbe med i både mikro-, lav-, middel-, og høybudsjettsfilm. Likevel ser jeg for meg at man må tenke mye mer aktivt på budsjettet i en mikro- eller til tider lavbudsjetts produksjon, da man som oftest blir nødt til å ta på seg flere administrative roller for å spare penger. I tillegg til alle de kreative løsningene man må finne på for å spare budsjettet for minst mulig pengebruk. Slik jeg og min gruppe har måttet gjøre under produksjonen av *Innsikt*.

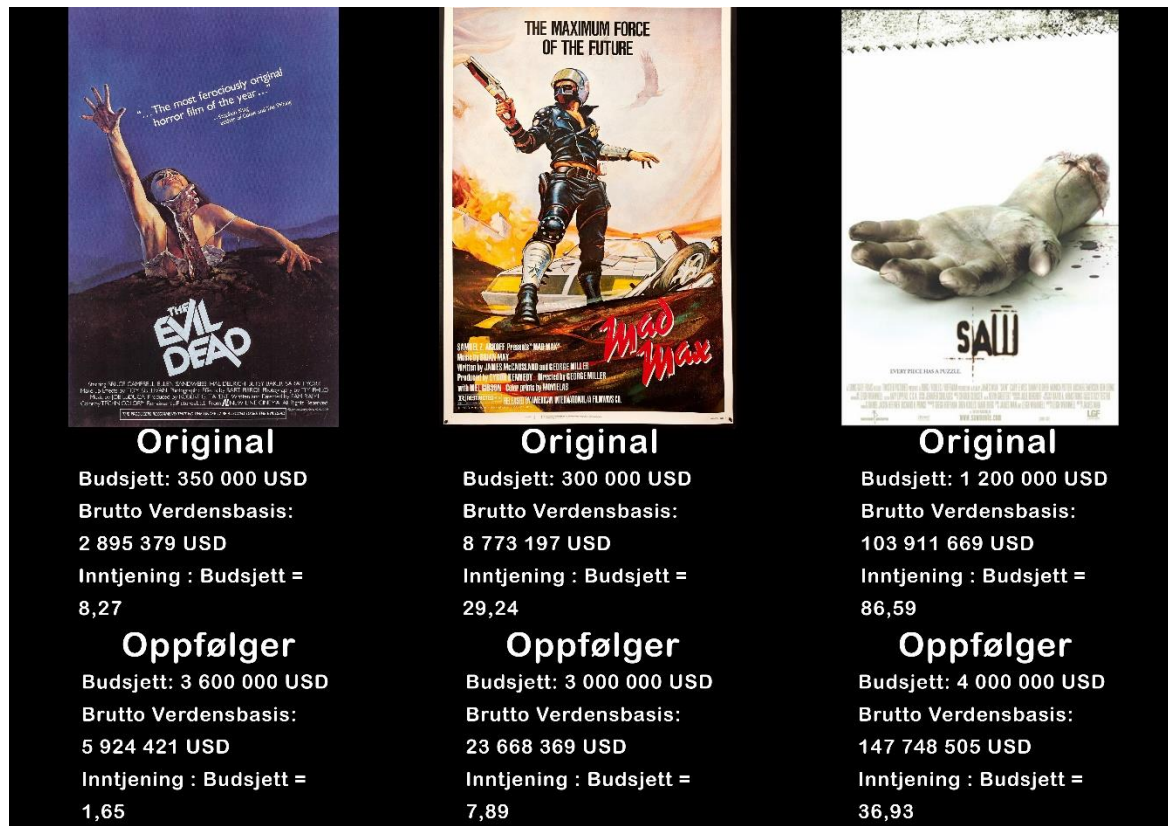
En av de meste kjente mikrobudsjettsfilmene i nyere tid som har gjennomgått Tarantino-effekten, er den berømte skrekkfilmen *Paranormal Activity* (2007) regissert og skrevet av Oren Peli. Budsjettet lå estimert på 15 000 dollar, og filmen dro inn en brutto sum verden rundt på 193,355,600 USD i billettluke (IMDB, 2010). Filmen har få aktører, én lokasjon, ingen særlig krevende visuelle effekter, og ingen berømte høyt betalte skuespillere. I tillegg er alt filmet håndholdt, med hjemmevideokamera, eller statisk med overvåkningskameraer. Her mistenker jeg at skaperne av denne filmfortellingen virkelig har spilt på lag med budsjettet de hadde disponibelt. De har brukt billig kamerautstyr og billige ukjente aktører, og gjort det til en effekt som forbedrer filmens autenticitet, og dermed dens kvalitet.

Økonomisk suksessrike lavbudsjettsfilmer og deres oppfølger

Jeg har samlet en liten liste av suksessrike lavbudsjettsfilmer som ble til store Hollywood blockbuster-filmer, og oppfølgerne deres. Jeg har rettet fokus på budsjettet filmene har, og hva de har tjent inn i billettluke på verdensbasis. I tillegg ønsker jeg å sammenligne budsjett og inntjening mellom første film, som eksklusivt opererer med lavest budsjett, og oppfølgeren som alltid har høyere budsjett. Grunnen til dette er som oftest suksessen den første filmen opplever. Min hypotese før jeg oppdaget disse tallene, var at oppfølgerne med høyere budsjett som oftest gjør det dårligere i billettluke i forhold til størrelsen på budsjettet. Dette mistenker jeg da er fordi høyere budsjett ofte kan medbringe et større press for kommersiell tilfredsstillelse. Med dette mener jeg at filmskaperne muligens tar «tryggere» valg i prosessen, istedenfor å utforske kreativiteten deres slik de gjorde i den første filmen som hadde alt å vinne og lite penger å tape. Den økonomiske støtten oppfølgerne har mottatt har også kommet fra et sted, og jeg vil anta at disse støttespillerne ønsker kommersiell suksess. Ergo, blir kanskje oppfølgeren til en klassisk suksessrik lavbudsjettsfilm noe herdet av studiosystemet, som igjen tilsynelatende er totalt styrt av å tjene mest mulig profitt.

			
Original	Original	Original	Original
Budsjett: 60 000 USD	Budsjett: 27 000 USD	Budsjett: 15 000 USD	Budsjett: 960 000 USD
Brutto Verdensbasis: 248 639 099 USD	Brutto Verdensbasis: 3 151 130 USD	Brutto Verdensbasis: 193 355 800 USD	Brutto Verdensbasis: 117 250 402 USD
Inntjening : Budsjett = 4,144	Inntjening : Budsjett = 116,71	Inntjening : Budsjett = 12 890,39	Inntjening : Budsjett = 122,14
Oppfølger	Oppfølger	Oppfølger	Oppfølger
Budsjett: 15000000 USD	Budsjett: 5000000 USD	Budsjett: 3000000 USD	Budsjett: 7000000 USD
Brutto Verdensbasis: 47 737 094 USD	Brutto Verdensbasis: 26 986 174 USD	Brutto Verdensbasis: 177 512 032 USD	Brutto Verdensbasis: 85 187 855 USD
Inntjening : Budsjett = 3,18	Inntjening : Budsjett = 5,4	Inntjening : Budsjett = 59,17	Inntjening : Budsjett = 12,17

(Fig 3 (IMDB, 1999) (IMDB, 1994) (IMDB, 2007) (IMDB, 1976))



(Fig 4 (IMDB, 1981) (IMDB, 1979) (IMDB, 2004))

Om vi først ser videre på *Paranormal Activity* (2007) (Fig 3), som tjente inn en helt utrolig 12 890,39 ganger sitt eget budsjett, som var på 15 000 dollar. Oppfølgeren økte budsjettet til 3 000 000 dollar og tjente faktisk inn 15 843 768 dollar mindre totalt på verdensbasis, enn det den første filmen tjente inn. Og i tillegg brukte oppfølgeren et budsjett med 2 985 000 dollar mer enn originalen. Allikevel tjente oppfølgeren 59,17 ganger sitt eget budsjett, som på ingen måte er noen dårlig innsats.

The Blair Witch Project (1999) er enda en berømt lavbudsjettsfilm som tok billettluke med storm. Moren min nevnte ofte denne filmen til meg da jeg var yngre. Hun sa at da den kom på kino var det et rykte som ble spredd om at videomaterialet i filmen var ekte, og at denne skrekkfilmen nærmest var en dokumentar laget fra materiale funnet på kameraet til de savnede menneskene involvert i filmen. Internettet bekrefter at det hele var en ny markedsførings-strategi som ble spredd over nettet for å skape «buzz» rundt filmen (History.com, 2021). På denne tiden var dette ikke normalt å gjøre, mye grunnet at internettet i seg selv var et ferskt medium, men som vi ser så fungerte det utmerket med en inntjening på hele 248 639 099 dollar i billettluke

på verdensbasis (Fig 3). Og dette med et budsjett på 60 000 dollar. *The Blair Witch Project* tjente 4 144 ganger sitt eget budsjett. Oppfølgeren derimot høynet budsjettet til 15 000 000 dollar, og tjente til sammen på verdensbasis cirka en femtedel av hva originalen tjente. 3,18 ganger sitt eget budsjett.

Clerks (1994) er enda en klassisk film som ofte blir nevnt når man prater om lavbudsjettsfilmer. Dette er filmen hvor de berømte karakterene Jay og Silent Bob kommer til livet. Det er en film som for det meste foregår på en lokasjon, da det handler om to butikkansatte som jobber i en liten dagligvarebutikk, og de er skikkelig lei av alle de heslige kundene som kommer inn og ut. Her ser vi nok engang hvordan premissene man setter i utviklingsarbeidet gir elegante rammer til en fortelling som skal fortelles med mikrobudsjett. *Clerks* hadde et budsjett på 27 000 dollar, og tjente inn 3 151 130 dollar på verdensbasis, hele 116,71 ganger sitt eget budsjett (Fig 3). Oppfølgeren økte budsjettet til 5 000 000 dollar, og fikk inn 26 986 174 dollar på verdensbasis, 5,4 ganger sitt eget budsjett. Her ser vi at originalen tjener langt mer i forhold til budsjettet enn oppfølgeren, men det er ingen tvil om at oppfølgeren tjener mest penger. Høy risiko gir ofte høy gevinst.

Ikke alle vet det, men første filmen i *Rocky* (1976) serien var en lavbudsjettsfilm. Sylvester Stallone skrev manuset til *Rocky* selv, da han bare hadde 106 dollar i bankkontoen sin og måtte selge hunden sin fordi han ikke hadde råd til å mate den lenger. Stallone skrev manuskriptet på tre dager etter at han hadde blitt inspirert av en bokser med navn «The Bayonne Bleeder», som imot alle odds ga boksemesteren Muhammad Ali en kamp for pengene sine. Denne kampen måtte være en metafor for livet, som påpekte at alle kan stå opp og gripe sjansen sin om de bare tørr. Selv om Stallone var fattig, takket han nei til 360 000 dollar for manuskriptet, fordi om han skulle selge, skulle han selv spille hovedrollen Rocky. Stallone skulle gripe sin egen sjanse. Til slutt tok verden en sjanse på Stallone, og ga ham 960 000 dollar for å lage *Rocky* (Ward, 2017). Til en slik filmfortelling, var dette et veldig lavt budsjett, selv på 70-tallet. Produksjonen måtte bruke familie og venner i rollebesetningen, håndholdte kameraer, og i tillegg kunne de kun ta ett opptak for å filme det meste av opptakene (Ward, 2017). Til tross for alle utfordringene og en ukjent hovedrolle, fikk filmen stor billettluksuksess med hele 117 250 402 dollar på verdensbasis (Fig 3). 122,14 ganger det opprinnelige budsjettet. Den første oppfølgeren økte budsjettet til 7 000 000 dollar og rakte inn 85 187 855 dollar på verdensbasis. 12,17 ganger sitt

eget budsjett. Originalen er soleklar størst inntjener i forhold til budsjettet, og i tillegg tjente den mer sammenlagt enn oppfølgeren, men er ikke den største inntjeneren i filmserien. Budsjettet øker for hver nye *Rocky* film, og til sammen har franchisen tjent over 1,4 milliarder i billettluke.

Eksklusivt ser jeg på de utvalgte lavbudsjettsfilmene jeg har samlet, at originalen alltid tjener mest penger i forhold til budsjettet, men den tjener ikke alltid mest penger. Det er nok fort en grunn til at oppfølgeren også eksklusivt alltid drastisk øker verdien på budsjettet filmen bruker. Når en film har oppnådd stor kommersiell suksess, slik disse filmene jeg har fremvist har klart, blir dermed oppfølgeren en langt sikrere investeringsmulighet, med ganske høy sannsynlighet for å tjene profitt. Hollywood er på mange måter bare en stor forretning som drives av kapitalistisk idealisme. En god film er ikke suksessrik, før tallene i billettluke har tilfredsstilt alle investorene. Tjener filmen nok penger, blir det fort muligens en oppfølger. Fordi da er det en sikrere investering, som høyt sannsynlig frembringer profitt. Uten profitt kan ikke store Hollywood blockbuster-filmer eksistere, og derfor vil jeg si at Hollywood i sin essens er et svært pengehjul som bruker penger til drivstoff for å holde hjulet gående. Jeg skriver ikke dette for å virke bitter eller nedlatende mot Hollywood, vi lever jo i et kapitalistisk pengestyrte samfunn, og det aksepterer jeg. Menneskene som «styrer» Hollywood er vanvittig dyktige forretningsfolk som har mestret sitt felt. Det jeg til tider derimot synes er litt synd, er hvordan pengene og strevet for å oppnå kommersiell suksess påvirker kunsten til andre mennesker. De sikreste filmene å skape er de filmene investorene vet med høy sikkerhet kommer til å frembringe stor profitt, og slike filmmanus blir også kontrollert av produsentene jevnt utover prosessen. Det blir gjort spørreundersøkelser og testvisninger, alt for å prøve og appellere mest mulig til den mest generelle mottakeren. Når jeg sier den mest generelle mottakeren, mener jeg «the main stream», hvilken type film er flest mulig folk glad i å se. Eller hvilken type film er folk villig til å bruke 100-150 kroner for å se på kino.

Hollywood modellen

Hvorfor er Hollywood så ufattelig flinke til å lage filmer som hundre av millioner mennesker ønsker å se, og som vi alle blir så ufattelige glade i? Har de knekt koden på den perfekte filmfortellingen, eller er det kun den absurde pengebruken som styrer hva vi får se og hva vi liker? Det finnes en grunnstruktur, en grunnstruktur til det som heter den klassisk fortellende filmen. Også kjent som Hollywood-modellen. Allerede for over 2300 år siden begynte denne

grunnstrukturen å danne seg hos den verdensberømte greske filosofen Aristoteles (Engelstad, 2015, s. 36). Aristoteles, ved siden av William Shakespeare og Sigmund Freud, er regnet som den mest historisk signifikante figuren, med størst påvirkningskraft på hvordan Hollywood og andre filmindustrier berører filmfortellinger også den dag i dag (Engelstad, 2015, s. 35).

«Aristoteles introduserte flere sentrale begreper som i dag benyttes innenfor narratologien, som forskjellen mellom å formidle noe gjennom det fortalte (diegesis) og det fremførte (mimesis), hendelsesforløp (fabel), vendepunkt (peripéteia), gjenkjennelse (anagnórisis), handlingens enhet, sammenheng i handlingen og forholdet mellom karakteregenskaper og handling.» (Engelstad, 2015, s. 36-37)

Det er en vanlig oppfatning at Aristoteles sine studier av tragedien, har skapt grunnmuren for den klassisk fortellende filmen, men Aristoteles har selvsagt ikke dekket hele feltet. Fortellerkunsten har stadig vært i utvikling siden den greske filosofens livstid, men det er allikevel ganske utrolig hvordan læren til en mann som levde 300 år før Kristus har inspirert og påvirket kunsten i vår nåtid (Engelstad, 2015, s. 36-37). Flere historier kan til tider virke som de har en del likhetstrekk med hverandre. Dette er kanskje fordi det finnes ekstremt mange nedskrevne historier der ute, men dette er også fordi historiene innebærer en gjenkjennelig form, da de ofte følger visse typiske mønstre. Denne formen vi kjenner igjen er grunnstrukturen i den klassisk fortellende filmen. Slik Aristoteles formulerer det, har vi en begynnelse, en midte og en slutt, som til sammen danner en helhetlig handling gjennom det han kaller en treakters-struktur (Engelstad, 2015, s. 46). Det at fortellinger som oftest er delt opp i en start, en midtdel og en slutt, er informasjon de fleste mennesker tildeles allerede i barnehagen her i Norge. Selv om dette virker som informasjon vi alle kan, på samme måte som at man burde se seg begge veier før man krysser en gate, er det likevel en ide som har blitt skrevet ned og blitt til en norm over tid. Treakters-strukturen er i tillegg ofte forbundet med Syd Field, som har skrevet en kjent manusmanual med tittel *Screenplay* (1979). I manualen hevder Field, med Aristoteles som sannhetsvitne, at de Hollywood-filmene som oppnår størst suksess tar utgangspunkt i det han kaller en standardisert fremdrift, der viktige hendelser utspiller seg på bestemte tidspunkt i handlingsforløpet. Og disse hendelsene definerer vendepunktene i filmfortellingen (Engelstad, 2015, s. 46). Det er selvsagt ikke utelukkende Hollywood som tar i bruk disse grunnreglene og teknikkene, dette er informasjon de aller fleste i verden har tilgang til, men jeg synes det er

interessant å påpeke hvordan verdens filmelite idealiserer filmfortellingen. Samtidig ser jeg at det fremdeles er budsjettene gigantindustrien besitter som kontrollerer suksessen filmene oppnår.

Hvor går alle pengene?

Mye av grunnen til min fascinasjon over budsjettbruk i filmindustrien, har vært nysgjerrigheten min. Nysgjerrigheten over hvordan man klarer å bruke eksempelvis 100 eller 200 millioner dollar i en filmproduksjon. Hvor går alle pengene og hva er det som koster så hinsides store summer? Jeg ser jo selv som filmskaper i mikro- og nullbudsjetts miljøet, at man kan få til svært utrolige ting uten millionbudsjett. I en artikkel skrevet av Schulyer Moore distribuert av *Forbes*, skriver han spesifikt om viktigheten til filmbudsjettet, og hvordan budsjettet ikke bare enkelt og greit dekker kostnadene for å lage filmen (Moore, 2019). Generelt inkluderer filmbudsjettskostnader utvikling, produksjon og post-produksjon av filmen. Dette vil si anskaffelse av manuskript og rettighetene til manuskriptet, nøkkelaktører til å spille hovedrollene, og produksjonskostnader (Moore, 2019). I tillegg deles dette inn i to kategorier «the above-the-line» og «the below-the-line» kostnader. Over linjen inkluderes ting som rettigheter, producer og talent. Talent vil si nøkkelskuespillere og regissør. Under linjen finner man alt av produksjon og post-produksjons kostnader (Moore, 2019). Så langt er alt ganske logisk, og alle kategoriene jeg har fremvist fra artikkelen til Moore, er ting som relaterer seg til ferdigstillingen av et endelig filmprodukt. Vi vet jo at store kjente skuespillere og regissører tar seg veldig godt betalt for jobben deres, og det kan de. Skal man klare å motta et stort 100-millioners budsjett i Hollywood, må man ha kjente og populære ansikt tilknyttet produksjonen. Det blir som om et kvalitetsstempel allerede er på plass i filmfortellingen, før man i det hele tatt vet hva dette dreier seg om. Vi har alle hørt noen si, eller selv sagt noe som: «Oi wow, skal Johnny Depp og Brad Pitt spille i denne filmen, den må jeg få sett!» eller «Gleder meg til det kommer en ny Tarantino film, den skal jeg se uansett!». Store navn frembringer store seertall, som til slutt utgir gigantiske billettlukeinntjening. Selvfølgelig finnes det unntak, som tidligere fremvist, men mest generelt pleier dette å stemme.

Det man ofte ser om man følger litt med på produksjonsbudsjettene til de forskjellige filmene som kommer på kino, er at store kjente skuespillere spiller i både høy- og lavbudsjetts filmer. Dette vil jo si at aktørene må redusere prisene sine til den samme mengden arbeid, i en produksjon som ikke har tilstrekkelig budsjett, som vil si at jo høyere budsjett en produksjon har, jo mer må de betale for talent. Det er i tillegg flere kostnader i en produksjon som stiger og faller

sammen med størrelsen på budsjettet, fordi det er mange kostnader i filmindustrien som styres av prosentbetaling og ikke faste priser (Moore, 2019). Hva kommer dette av mon tro? Første spørsmålet ut av munnen på distributørene er: «Hva ligger budsjettet på?». Svaret de leter etter ligger i kategorien høyt budsjett. Jo høyere budsjettet er, jo mer selges filmen for. Eksempelvis, om samme filmen skulle blitt lagd med samme manus og med de samme talentene, men det ene budsjettet var på 10 millioner og det andre på 50 millioner, ville filmen laget på 50 millioner sannsynligvis bli solgt for fem ganger så mye som den med 10-millioners budsjett (Moore, 2019). Denne informasjonen gir meg blandede følelser. Dette betyr jo i stor grad at disse gigantiske Hollywood blockbuster-budsjettene på ingen måte har trengt å være så drastisk store som de har blitt, men merkelig nok er det størrelsen som er med på å «sikre» at inntjeningen blir størst mulig. Man kan nesten bokstavelig talt lage den samme filmen på 10 eller 50 millioners budsjett, bare fordi nesten alle kostnadene synker sammen med størrelsen på budsjettet. Fordi det ansees som mer lukrativt å kjøpe filmer laget på høyt budsjett, når i realiteten så vet de fleste i industrien at det ikke alltid egentlig har noe å si. Et høyt budsjett blir enda et kvalitetsstempel, men muligens ofte basert på falske grunnlag.

Det skal også nevnes at budsjettet kan variere i stor grad basert på staheten til en regissør. Om regissøren er en ut av kontroll perfektjonist, som krever at alle spesialeffektene skal være perfekt etter han eller hennes visjon, eller tar endeløse opptak på hver scene, fordi det skal bli perfekt. Kan dette koste produksjon og post-produksjon store summer. Ikke alle regissører får oppføre seg slikt, men eksempler på store navngitte regissører som James Cameron og Martin Scorsese, kan kreve økning i budsjettet for å få det slik de vil ha det (Moore, 2019). Disse regissørene har allerede fremvist at de kan lage store pengeinnkrevende Hollywood-hits, dermed blir det fort lettere for produsentene å hente inn mer penger, da de med stor sannsynlighet vet at det vil høyne kvaliteten på filmen som igjen vil høyne inntjeningene. Alle filmbudsjett skal også inkludere en beredskapsplan for uforutsette merkostnader, og den skal utgjør ti prosent av budsjettet. Beredskapsplanen er inkludert i budsjettet for å øke budsjettets totale sum, som etterfølger økt salgpris på den solgte filmen hos distributørene. I flere produksjoner kan disse ti prosentene aldri bli brukt (Moore, 2019). Likevel skal beredskapsplanen tas i bruk om uforutsette kostnader dukker opp, før man begynner å kreve økning i det totale budsjettet fra utlåneren. Om beredskapsplanen ikke er tilstrekkelig, gis budsjettet til utlåneren, og utlåneren leverer det videre til fullføringsgarantisten med en forespørsel om å garantere at filmen kan lages for det budsjettet.

Nesten uten unntak krever fullføringsgarantisten at budsjettet økes for å gi seg selv mer pusterom. Eksempelvis, vil han eller hun kreve reduksjon eller utsettelse av gebyrer til produsenten eller økning av beredskapsplanen. Deretter må alle signere med blod at de kan leve med det nye budsjettet (Moore, 2019). Hvis regissøren fortsatt slår seg vrang, og krever enda en økning i budsjettet, blir ikke fullføringsgarantisten veldig fornøyd.

Hollywood Blockbuster

Hollywood-filmindustrien er en svær industri, som i 2019 nådde globale billettkontorinntekter med rekordhøye tall på 42,5 milliarder dollar (Mueller, 2021). Likevel betyr ikke dette at alle høybudsjettsfilmer i Hollywood skaper profitt. Det finnes mange filmer industrien har satset store pengesummer på, som ikke ble godt tatt imot fra det globale publikumet, og som «floppet» i billettlukene verden rundt. Ikke for å henge ut noen, men en film som floppet ganske stort var filmen *The Adventures of Pluto Nash* (2002) med den berømte moromannen Eddie Murphy i hovedrollen, og flere store skuespiller-talenter i birollene. Filmen hadde et 100 millioner dollars-budsjett, og klarte å tjene litt over 7 millioner dollar på verdensbasis (Mueller, 2021). Da tenker man at tapet ligger på en hjerteskjærende 93 millioner dollar, men det stemmer ikke helt det heller. Fordi budsjettet filmene oppgir til offentligheten, er som oftest det som heter produksjonsbudsjettet. Budsjettet for markedsføring kommer i tillegg til dette, og er ikke alltid offentlig informasjon. *Spiderman 2* (2004) hadde et produksjonsbudsjett på omtrent 200 millioner dollar, og samlet opp et markedsføringsbudsjett på cirka 75 millioner dollar i tillegg. Hvis Hollywood skal bruke over 100 millioner dollar på en produksjon, har jo dette null effekt om ingen vet at filmen eksisterer, og global synlighet over lenger tid koster «the big bucks» (Mueller, 2021). Ergo, kan det tenkes at *The Adventures of Pluto Nash* hadde et markedsføringsbudsjett på omtrent 30 millioner dollar, pluss eller minus noen millioner. Som dermed vil si at filmen sannsynligvis gikk over 120 millioner dollar under den røde linja. Slike flopper vil jeg sterkt anta at produksjonsselskapene i Hollywood virkelig ikke ønsker. I tillegg vil jeg mistenke at slike flopper gjør investorene mer varsomme ovenfor hvilke filmer de velger å støtte videre, og spesielt hvilke filmer de utdeler 100-millionersbudsjett til neste gang. Noe som enten kan være til favør for lavbudsjettsfilmen, da studioene behøver profitt, men ikke har råd til å gå på enda en stor smell. Ellers kan det fort bli negativt, med tanke på at produsentene er livredde for å ta flere dårlige økonomiske løsninger, velger de så bort flere filmmanus som

kanskje ville blitt skapt om produksjonsselskapet ikke nettopp hadde tapt store summer. Det er vanskelig å si, men en ting er sikkert, ønsket om penger og profitt leder veien.

Store budsjett gir risiko for store tap, men høy risiko skaper i tillegg muligheten for stor gevinst. Selv om flere lavbudsjettsfilmer har tjent inn flere 100 millioner dollar i billettluke, har de aldri nådd like høye totalsummer som det de store blockbuster-budsjetts filmene har klart å oppnå. Et godt eksempel på dette er filmen *Avatar* (2009) regissert av den store James Cameron. Hvor filmen hadde et produksjonsbudsjett på elleville 237 millioner dollar. Her kan jeg tenke meg at studioene og investorene kaldsvettet om nettene inntil billettlukeallene var inne. Heldigvis tjente *Avatar* en kraftig imponerende sum på godt over 2 milliarder dollar på verdensbasis (Mueller, 2021). Det er tydelig at flesteparten av dagens mottakere av filmmediet sitter med en del høye standard, standard som krever at filmene skal være «feilfrie». Siden digitaliseringen av filmen og de utrolige fremskrittene i datateknologien, finnes det nesten ingen grenser på hva man kan få til på film. Så lenge man har nok tid, og ikke minst penger. Jeg har selv hørt fra venner gjennom store deler av oppveksten min til den dag i dag, at de ikke klarer å følge med på en film et sekund til, hvis en specialeffekt ikke tilfredstiller perspektivet deres på hva som ser ekte ut. Jeg har også pratet en del med yngre generasjoner om klassiske filmer fra 70-tallet frem til 2000, men får ofte som svar at de ikke klarer å se gamle filmer. Hvorfor det, spør jeg. Fordi effektene er så dårlige, også er det kanskje ikke i full HD eller 4K alltid. Det finnes selvsagt mange unntak av yngre mennesker som forguder de klassiske filmene fra denne æraen, men jeg mistenker at de er i minoriteten.

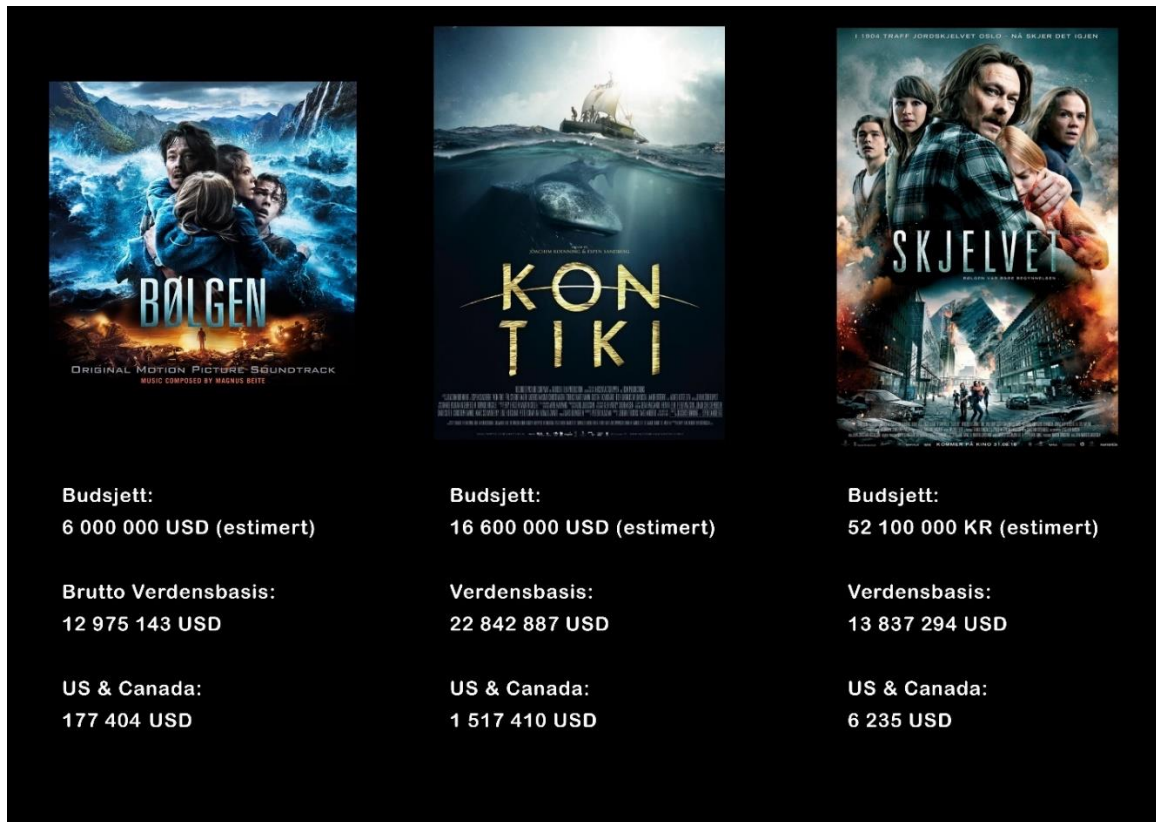
De siste årene har kinoene og billettluke sett en stor nedgang i studioproduksjoner av det vi kaller mellombudsjettsfilmer, og en oppgang i store høybudsjettsfilmer, mer spesifikt store nyinnspillinger av filmer som *The Lion King*, den kommende *The Little Mermaid*, og selvfølgelig store superhelt filmer som *Spiderman* (Asmelash, 2022). Mellombudsjettsfilmer er filmer som ligger i kategorien mellom en art house indie-film og en stor høybudsjetts thriller, eksempelvis som de stort elskede filmene *Home Alone* og *Shawshank Redemption* (Asmelash, 2022). Filmer laget på mellomstore budsjett kan være eksperimentelle og sjangerspesifikke, de er derfor ofte godt likt av de som liker dem, men av samme grunn mister de sitt feste i kinomarkedet, fordi de ikke appellerer godt nok til den generelle tilskueren. Spesifikke målgrupper tjener ikke like store summer i billettluke, som de store globaldekkende superhelt-

målgruppene, og nettopp derfor er mellombudsjettsfilmene på vei ut. Det er her strømmetjenestenes økende innflytelse kommer inn i bildet. Filmstudioene ønsker generelt å nå ut til et så bredt publikum som overhodet mulig, men strømmetjenestene er ikke redde for det eksperimentelle. De prøver heller å appellere til veldig spesifikke publikumsgrupper gjennom algoritmene nettsidene og applikasjonene deres opererer med. Filmindustri-eksperter fortalte CNN at det er til favør for strømmetjenestene å samle et bredt utvalg av filmer innen spesifikke sjangre, for at den algoritmiske strategien deres skal kunne være økonomisk gunstig (Asmelash, 2022). Ergo, så vil mellombudsjettsfilmen definitivt leve videre med finansiering fra strømmetjenestene, men det er trist å se at den gradvis forsvinner fra kinoen. Likevel kan ikke kinoene overleve på å kun vise store blockbuster-filmer, da det ikke produseres nok av dem, det er jo veldig dyre og tidkrevende filmer å skape. Dette skiftet kan derfor fort resultere i mindre visninger på kinolerretet, som kan bety trøbbel for små lokale kinobedrifter (Asmelash, 2022).

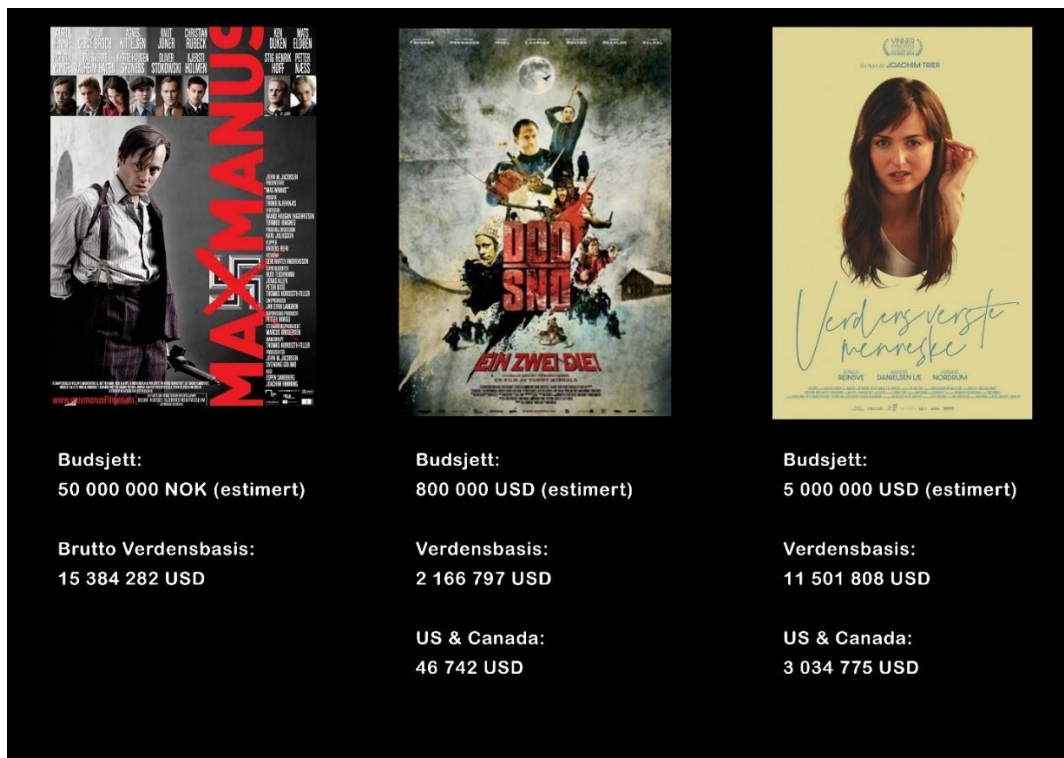
Norsk film

I Norge, samme som i flere av våre nordiske naboland, finnes det et svært avgrenset språklig og kulturelt hjemmemarked. Den norske filmen er ikke like konkurransedyktig på global skala som den amerikanske Hollywood-filmen, nettopp fordi vi er det eneste landet som fast prater vårt språk. Derfor dyrkes norsk film i en stor skala-tippende grad på offentlig finansiering, og dette kan delvis kompensere for begrensede markedsinntekter (Gran & Olsen, 2021, s. 145).

Budsjettene norske filmer opererer med er allikevel generelt svært mye lavere sett vedsiden av de verdensdominerende budsjettene Hollywood-filmindustrien arbeider med. Foreløpig er Norges største filmbudsjett under produksjon og post-produksjon, ifølge en artikkel skrevet av Geir Kamsvåg som skriver for *Cinema*, Norges eldste filmtidsskrift. Filmen heter *Krigsseileren* (2022), har den norske kjendis-skuespilleren Kristoffer Joner i hovedrollen, og skal ha et budsjett på over 100 millioner kroner (Kamsvåg, 2021). Per dags dato er en amerikansk dollar oversatt til omtrent 9 norske kroner, som vil si at budsjettet ligger grovt estimert på omtrent 11 millioner dollar. Dermed vil dette si at det høyeste filmbudsjettet i Norges kommende historie, dypper i bunnen av middelbudsjettsklassifiseringen, etter Hollywood sine standard. Dette er ganske vilt, men allikevel ikke utrolig vanskelig å forstå. Jeg har valgt ut en liten liste store norske filmer, for å ta en titt på billettlukestatistikken deres på verdensbasis og i USA og Canada:



(Fig 5 (IMDB, 2015) (IMDB, 2012) (IMDB, 2018))



(Fig 6 (IMDB, 2008) (IMDB, 2009) (IMDB, 2021))

Budsjettene er estimerte summer, grunnet stadig varierende verdi på valutaskalen. Man ser ganske tydelig at ingen av disse filmenes fortjenestemarginer kan sammenlignes med storfilmene fra USA. Det disse norske filmene har tjent på verdensbasis, er nok for det meste inntjening som kommer fra hjemlandet. Vi ser også at summene som kommer inn fra USA og Canada, ofte er ganske lave. Noe som enten bekrefter mangelen på synlighet den norske filmen har på verdensbasis, eller så mangler den kanskje et internasjonalt kvalitetsstempel hos utenlandske seere. Eller en god blanding av disse to, og sikkert flere grunner. Den norske filmen som tjente mest i USA og Canada, er den relativt ferske spillefilmen *Verdens verste menneske* (2021) regissert av Joachim Trier. Denne filmen mottok to Oscar-nominasjoner for beste originale manus og beste internasjonale spillefilm (IMDB, 2021). Oscar utdelingen er filmfestivalers Mount Everest, enkelt forklart. Det er her man mottar de «viktigste» prisene for filmen sin, og sammen med prisen, et kvalitetsstempel som generelt pleier å sikre veldig store seertall. Her ser vi at bare et par Oscar-nominasjoner var nok til å generere litt over tre millioner dollar i USA og Canada, hos en film som har norsk tale, og som sannsynligvis ikke ville nådd like langt uten denne oppmerksomheten.

Markedsføring i Norge krever ikke titalls millioner dollar eller kroner, da vi ikke har nok finansieringen fra store pengemakter, som Hollywood-studioene, til å nå et globalt publikum. Norske filmer er som regel laget for å nå ut til norske seere, dette begrenser heldigvis markedsradiusen filmen behøver å nå, og det blir dermed langt mindre kostbart. Likevel blir norske filmer nødt til å konkurrere mot storfilmene fra Hollywood, i tillegg til andre internasjonale filmer som oppnår oppmerksomhet, om kinoplass. Kinoplass er begrenset av antall saler, seter og selvfølgelig åpningstider de forskjellige kinoene har. En positiv og en negativ ting med at kinoene i dag har blitt digitalisert, er at det har blitt enklere for kinoene å bytte filmer mellom forestillinger. Man opererer ikke lenger med store filmruller som må spinnes frem og tilbake mellom to hjul. Dette frigjør en del tid, som vil si at det er plass til flere filmvisninger på en dag. Det som kan være negativt med digitaliseringen, for filmer som ikke har så mange seere per visning, er at det er mye enklere å ta av igjen filmer som ikke fyller salene (Gran & Olsen, 2021, s. 147). Prisen for å gå på kino her i Norge har jevnlig økt litt og litt over flere år nå, og det koster i gjennomsnitt rundt 150 kroner for en kinobillett nå om dagen. I tillegg så liker mange å kjøpe popcorn med drikke og snacks vedsiden av. Dermed blir det litt kostbart per privatperson å gå på kino. Jeg vet selv at jeg ofte velger filmene som kommer fra Hollywood

fremfor store norske satsinger. Spørsmålet er hvorfor gjør jeg dette. Muligens er det grunnet den ekstreme markedsradiusen amerikanske filmer klarer å nå. Jeg ser helt klart langt flere filmplakater og trailere som kommer fra USA, enn det jeg gjør til norske filmer. Til tider kan jeg glede meg til en Hollywood-film som ikke kommer før om to år, fordi de allerede har begynt å markedsføre. Synlighet er ufattelig viktig, det skjønner jeg mer og mer når jeg jobber så aktivt med filmskapning som jeg gjør. Du kan lage den vakreste, viktigste og vittigste filmen du bare klarer, men om ingen vet at den finnes, vil ingen se den. Den norske filmen kan i stor grad sammenlignes med det vi kaller kunstfilm, filmer som lages utenfor Hollywood-studioenes pengefaste grep. Jeg tror at mange i den norske filmbransjen inspireres og strever til og med for å lage amerikanske film på norsk, men i tillegg tror jeg det er flere som utnytter den kreative friheten den norske filmindustrien kan gi en filmskaper. Personlig mener jeg at vi burde «være oss selv», skape filmer som preges av vår filmkultur og vår egen personlige kreativitet. Ikke forsøke å kopiere den amerikanske til tider overdrevne strukturen, heller prøve å skape klassiske, nytenkende og originale filmer som frembringer noe nytt til verden. Filmer som *Bølgen* (2015) og *Skjelvet* (2018), vil jeg si er nokså direkte etterligninger av Hollywood sine utallige katastrofefilmer brygget på høye budsjett. Når det er sagt, så blir ofte slike filmer høyst anerkjent av de norske seerne, og samler inn de største summene i billettluke. Dette er nok igjen fordi disse filmene har høyere budsjett, dermed større markedsføringsradius og til slutt langt bredere synlighet. I tillegg mistenker jeg at store filmer med grensesprengende visuelle effekter og kjente skuespillernavn, trekker til seg større målgrupper, som gjør at det blir tryggere å bruke flere penger på markedsføring. Vi er ikke så ulike amerikanerne, nettopp fordi de har et system som fungerer, om funksjonen er å tjene penger.

VFX

En av de største utgiftskategoriene i et filmbudsjett kan fort bli det man må bruke på visuelle effekter (VFX) og Computer-Generated Imagery (CGI). Det er selvfølgelig ikke alle produksjoner som behøver store og krevende datakomponerte effekter til filmen sin, ofte tenker man at sjangeren kan være et hint på om man kan forvente å se noe visuelt uvanlig på storskjermen. Science-fiction er en filmsjanger som generelt pleier å inneholde bilder preget av VFX og CGI, fordi sjangeren tidligere har produsert filmfortellinger i fiktive univers, med fiktive umenneskelige karakterer, med fiktive problemer og løsninger som ikke finnes i vår egen realitet. Eksempelvis, inneholder *Transformers Age of Extinction* (2014) regissert av Michael

Bay, omtrent 90 minutter med datagenererte bilder, og filmen varer totalt i 165 minutter (Horn, 2014). Som mange av oss tilsynelatende vet, inneholder en Transformer ganske mange deler som stadig er i bevegelse og forandring. I et intervju med VFX-veileder Scott Farrar, produsert av den australske nettsiden *Gizmodo* og journalisten deres Leslie Horn, forteller Farrar om mengden arbeid som gikk inn i å lage bare en Transformer. Å lage bare en modell, tar mer eller mindre cirka 15 uker. Den kjente Autobot-lederen i Transformers-franchisen, Optimus Prime, har over ti-tusen deler inni seg, og alle disse delene må modelleres helt korrekt. Det som er mest tidkrevende ifølge Farrar, er å lage sammensatte kurver som går inn i hverandre, kontra å lage bokser og rektangler, som er lett. I tillegg skal alle disse delene males, så har man skjelettet klar. Deretter behøves det omtrent 15 uker til for å animere alle bevegelsene, og omtrent seks måneder oppå der igjen, for å finjustere utseende til karakteren (Horn, 2014). Hvorfor er VFX så kostbart? Det er selvsagt først og fremst fordi det er et tidkrevende arbeid, det kan kreve store mengder arbeidskraft, dyr datateknologi, stort dataminne og kraftige prosessorer. Ikke minst er det et kunstnerisk arbeid, som viderefører og muligens styrker filmens visuelle uttrykk. I tillegg gir visuelle effekter en filmskaper muligheten til å visualisere det uvirkelige. Det man kanskje har sett i hodet sitt, men som ikke finnes i vår tredimensjonale verden. Skal man ha høyest og best mulig kvalitet, må man ansette de høyest utdannede VFX-artistene på markedet, som potensielt kan bruke hundrevis av timer på bare ett skudd i filmen (Niklaus, 2020). Og normalt er det ikke en eller to stykker som fordeler dette arbeidet, det kan fort være 10-15 artister som hver bruker kanskje 2-4 uker per skudd, som skal inneholde krevende VFX. I en moderne VFX-film som eksempelvis *Avengers: End Game* (2019) regissert av Joe og Anthony Russo, kan ett av to til tre tusen skudd i filmen, som inneholder VFX eller CGI, koste mellom 10 000 - 60 000 USD å produsere (Niklaus, 2020). Dette vil si at kostnadene for VFX og CGI i denne filmen kan variere fra 20 000 000 USD til 180 000 000 USD.

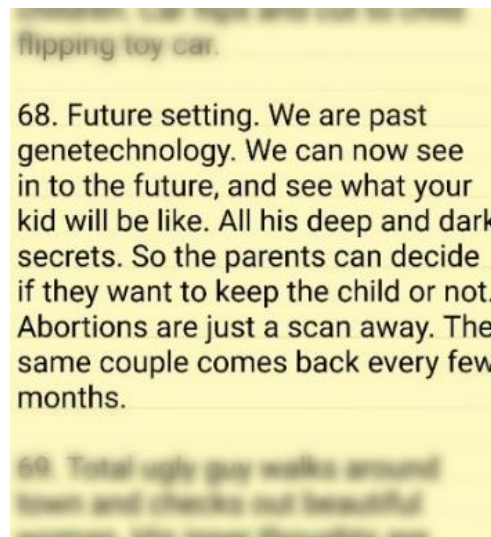
Prosess & Budsjett – Del 3

I mitt masterprosjekt har jeg, som tidligere nevnt, vært delaktig i skapelsen av en fiktiv spillefilm fra ide til ferdig produkt, en spillefilm på cirka 90 minutter i lengde. For at andre skal kunne ta utbytte fra prosessen jeg har vært med på, ønsker jeg nå å reflektere over det jeg vil kalle milepælene i filmskappingsprosessen. Rett og slett de viktigste øyeblikkene hvor gruppen min og jeg var nødt til å ta aktive valg som ledet oss mot målet vårt. For å huske tilbake til disse milepælene, vil jeg ta utgangspunkt i skriftlige logger jeg har skrevet fra disse tidsperiodene, poster vi har delt på filmens sosiale medier kontoer, bilder og video tatt under prosessen, filmen i seg selv, transkripter fra chatten vi har planlagt i, i tillegg kan jeg diskutere med de andre i produksjonslaget om jeg er usikker på en hendelse eller avgjørelses utgangspunkt.

Ideen

Det hele startet rundt 2 år før Masteroppgaven, da jeg og en kompis satt på kafé, drakk varm sjokolade og fjaste i vei. Vi pratet ofte om filmideer, da jeg hadde begynt å opparbeide meg en del kamerautstyr og vi var en gjeng som var interessert i å skape kortfilm. Ofte jobbet vi med sjangeren humor, men denne gangen kom vi på en ide som var litt mer politisk og fremtidskritisk. Dette var selvsagt ideen som i dag har blitt til *Innsikt*. Ideen ble skrevet ned i notatapplikasjonen hvor jeg pleier å samle filmideene jeg kommer på, men vi innså at det ikke var en kortfilm ide (Fig 7). Skulle vi realisere denne ideen, ville den trenge mer spilletid enn 5-20 minutter for å fungere, mente vi. Vi var svært påvirket av Netflix-serien *Black Mirror* (2011-2019) skapt av Charlie Brooker, da vi begge to var inspirert av selve konseptet til denne serien. I sin essens, vil jeg si, er konseptet å se på vår nære fremtid, eller nåtid, gjennom et sort speil, og å forstå at mange av disse teknologiske fremskrittene vi gjør i vår nåtid kan føre til en mørkere fremtid. I tillegg klarer serien å oppnå en slags ideologisk ambivalens, de karakterene man tilsynelatende heier på i handlingen, viser seg å være roten til problemet. Eksempelvis, blir det skapt ny-moderne teknologi som skal gjøre verden til et bedre, mer praktisk sted å leve, men i realiteten utelukkes halvparten av verdens befolkning i verdens fremgang. Noe som gjør at verden splitter seg. Dermed kan seerne av *Black Mirror* trekke paralleller til vår realitet, og individuelt ta valg som endrer seriens mørke visjoner av fremtiden. Teknologien kan ikke eksistere uten forbrukerne, da det ikke vil være penger til fremdrift og utvikling. Ideen til *Innsikt* er også en ide som ønsker å få individet til å oppdage hvilke valg man faktisk tar på egenhånd,

og som ikke har sin innflytelse i algoritmene som styrer søkemotorene på eksempelvis Google, Youtube, sosiale medier, etc. I tillegg til maskinenes innovasjoner innenfor den medisinske industrien, arbeidsmarkedet, boligmarkedet, og kanskje til og måten vi møter andre mennesker og kjærlige partnere på.



(Fig 7)

(Bildetekst: Skjerm bilde av original ideen til *Innsikt* skrevet ned i notatappen min)

Danning av filmgruppen

Høsten 2019 hadde klassen vår vårt første masteroppgavemøte, og tiden var inne for å aktivt tenke på hvilket kunstnerisk arbeid man selv ønsket å utforske. Jeg visste sikkert at jeg ønsket å arbeide med filmmediet som kunstnerisk verktøy, men visste ikke helt hva jeg ønsket å skape. Den første tanken jeg hadde var å lage en form for kunstdokumentar på utenlandsreise sammen med en antropologistudent. Filme forskjellige interessante menneskekulturer og dokumentere dem på en alternativ måte, med bruk av film. Covid-19 pandemien satte dessverre et kryss over den ideen, men når en dør lukker seg, åpnes en annen. Det viste seg at tre andre medstudenter i klassen var interessert i å lage film, og de ønsket å lage film sammen med meg. Da vi dannet gruppen var ikke tanken at vi fire skulle få til å lage en spillefilm sammen. Jeg var den på gruppa med størst kompetanse innenfor filmskapning, og størst utstyrslager, men en spillefilm var helt nytt territorium for meg også. Blant de andre på gruppa hadde to av dem skuespiller erfaring på filmsett og på teater scene, i tillegg hadde de noe erfaring med sminke og kostyme. Tredjemann hadde erfaring med manuskript og hadde studert film på Bachelornivå. Ergo, vi hadde en

manusforfatter/co-regissør, to skuespillere/sminkører/kostymeansvarlige, en kamera/lys/co-regissør/etterarbeider, og fire ivrige produsenter.

Manuskript

Utdrag fra Master Logg Uke 34-38 (August-September 2020):

- Det startet med at jeg sendte alt jeg hadde skrevet, notert og opparbeidet meg av ideer til manusforfatteren på gruppa, slik at han kunne begynne å sette sammen et ordentlig manuskript. Da han har mer erfaring på den fronten, i tillegg til at jeg liker veldig godt måten han skriver på fra tidligere prosjekter vi har jobbet sammen.

- Manusprosessen har foregått fra Uke 35 til Uke 38, før vi fikk satt sammen et første utkast på 80 sider. Prosessen har fungert slik at; manusforfatteren vår har skrevet og skrevet, kommet til oss med det han har. Jeg har gitt tilbakemeldinger, og de andre på gruppa har kommet med sine meninger, på hva som er bra og hva vi kan forandre på. Han tar imot tilbakemeldingene og skriver nye utkast med videreføring av fortelling. Og slik har vi fortsatt i en måned.

- Første utkastet ser helt nydelig ut, men det er for langt og det er ikke ferdig. Vi tenker at filmen skal ligge på maksimum 60 minutter. Vi har en fortelling, nå kan vi begynne å komprimere den, lese om og om igjen, forandre på ting, kikke på undertekst side for side, se hva vi må beholde, hva vi kan fjerne og hva som ikke er helt nødvendig å ha med.

I starten var det planlagt at lengden på filmen skulle være i 60-minutters landskapet, slik en typisk «Black Mirror» episode kan være. Ønsket var å gjennomføre dette filmprosjektet, og man skal være forsiktig med å bli for ambisiøs når penger og andres tid ikke er evigvarende. Men man har også en tendens til å bli ganske ambisiøs i startfasen av et prosjekt, hvilket er en god ting, men realiteten er ofte et gjentakende mønster som liker å fortelle deg hvorfor drømmene dine ikke er så lette å nå. Manusforfatteren vår gjorde en veldig god innsats med å komme fort og effektivt i mål med et helt nytt univers av karakterer, scener og konflikter, ut ifra ideen og notatene jeg sendte ham. Sammen jobbet vi hver uke, aktivt i over en måned for å fullføre første utkast av manus, som ble på 80 sider. Andre utkast ble ikke ferdig før i november, og enda en oppdatert versjon kom i januar. Manuset ble aldri noe særlig kortere og den tidlige startfaseambisjonen tok kontroll. Vi bestemte oss dermed for å lage en spillefilm på godt over en time. I retrospekt er jeg glad for avgjørelsen som ble tatt, men jeg ser også at den tidlige ambisjonen muligens er mye av grunnen til at filmens premiere er ett år på overtid. Pandemien har utvilsomt

stått i veien for oss og har bidratt til utallige utsettelse, men jeg ser også med fremtidens øyne at vi med lav sannsynlighet ville fullført på ett studieår. En lærdom jeg sent vil glemme med nøkkelordene ambisjon, tid og realitet, i senter.

Det vi fort lærte, og trolig visste fra tidligere erfaringer med manusarbeid, var at manuskriptet alltid skulle være et utgangspunkt for hvordan filmfortellingen skulle gjennomføres. Ikke en fasit. Aktørene øvde og leste seg gjennom det siste utkastet av manuset, og dette skulle være deres inngang inn til universet vi hadde skapt, sammen med våre forklaringer og innsikter om tankene bak alle karakterer og intensjoner. Etter filmproduksjon var satt i gang, begynte det stadig å skje omskrivninger en uke før innspilling, eller en dag, eller på filmsettet rett før vi skulle spille inn. Lokasjoner kunne bli forandret, dialoger ble omskrevet, indre intensjoner ble revurdert, karakterer kunne bli totalt fjernet eller byttet ut fra en scene, etc. Når man skaper film, spesielt som regissør, så burde man alltid være bevisst på helheten. Du har en ferdig nedskrevet filmfortelling, men dette er ikke endelig produkt, disse ordene skal bli til levende projisert lys på et lerret eller en skjerm. Hvis man da filmer en hel scene, kan man for eksempel se på denne scenen som en puslebit. Hvordan passer denne biten sammen med de andre bitene jeg har laget så langt? Og hvordan må jeg lage de neste bitene for at de skal passe sammen med de bitene jeg allerede har laget. Prosessen har hele tiden vært dynamisk, aldri statisk, man må leve aktivt i tenkeboksen hele veien for å oppnå et helhetlig produkt som flyter på samme bølgelengde. Vite hva som skjer i manus, hvordan disse ordene skal bli til bilder, og til slutt hvordan man kan krydre og spleise bildene sammen i etterarbeidet. Filmskapere må være på ballen konstant, og alltid sammenligne delene opp mot helheten. Derfor er det også viktig at forfatteren av filmfortellingen forstår at manuskriptet er et utgangspunkt, og ikke noe man må følge slavisk gjennom hele prosessen. Jeg kan godt relatere meg til å bli litt for glad og eiersyk over selvskapte tekster, men det er utrolig viktig å være åpen til forandring og forskjellige synspunkt når man er aktivt deltagende i en kreativ prosess. Det var ikke mye konflikt over forandringer i manuskriptet under produksjon og i produksjonsmøter, men de dukket opp, og medbragte ofte dyrebare lærepenge. I bunn og grunn jobber alle sammen mot det samme målet; en ferdig film som forhåpentligvis oppnår sitt høyeste potensial. Om det ikke er tilfelle, burde man kanskje revurdere hvem man jobber sammen med, eventuelt forsøke å inspirere og engasjere de som er umotivert.

Sørnorsk film

Sørnorsk film er Agder-regionens største kilde for støtte og tilskudd til diverse film- og spillprosjekter. «Regionalisering blir brukt som et virkemiddel for å oppnå det filmpolitiske målet om større mangfold, og det skal også bidra til bedre kvalitet i film gjennom økt konkurranse og maktspredning. Staten har derfor bidratt finansielt til å opprette regionale filmfond og filmsentre. Dette regionale virkemiddelapparatet skal bidra til å dyrke frem sterke regioner hvor lokale krefter og stemmer slipper til, og hvor barn og unge får en inngangsport til filmkulturen» (Gran & Olsen, 2021, s. 154). Får man innvilget tilskudd fra regionale filmfond, burde man også sende en søknad til Norges film institutt (NFI) og henwise til dette. Slik klatrer man den økonomiske nasjonale stigen i den norske filmbransjen, ble jeg informert under et kurs i budsjett og søknadsskriving arrangert av Sørnorsk filmsenter i 2021. På det samme kurset ble vi også fortalt at Sørnorsk filmsenter ikke utdeler tilskudd til spillefilmproduksjon. Man kan søke utviklingstilskudd til å eksempelvis utvikle et manuskript til en spillefilm, men ikke til selve produksjonen av filmen. Dokumentarfilmer i alle lengder kan motta tilskudd, i tillegg til kort-, animasjonsfilm og annen audiovisuell produksjon som kunstnerisk uttrykksform (Sørnorsk filmsenter AS, 2017). Maksimum pengestøtte som kan utdeles fra Sørnorsk er to millioner kroner ifølge daglig leder Ingrid Dokka, men det er sjelden et prosjekt får full pott.

Utdrag fra Master Logg Uke 34-38 (August-September 2020):

- Vi har møttes med Kirsten Bonen Rask som er leder for Sørnorsk film, med en målsetting om å spørre henne hva mulighetene var for at vi kunne søke pengestøtte hos Sørnorsk filmsenter. Da fristen var 17. september og søknaden var svært krevende å fylle ut, ville vi ta kontakt for å vise vårt ambisjonsnivå før vi sendte inn søknaden vår. Torsdag 17. september fikk vi møte med Kirsten, og fikk dessverre beskjed om at Sørnorsk filmsenter ikke gir pengestøtte til studenter. En av hovedgrunnene til dette sier Kirsten er fordi studenter ikke blir her på Sørlandet. Sørnorsk filmsenter har som mål å utvide filmindustrien/miljøet her på Sørlandet, og ønsker helst kun å gi støtte til lokale filmskapere som planlegger å bli boende i Agder-fylke. Derfor får som oftest dokumentarfilmer mer støtte enn fiksjon, da dokumentaristene som aller oftest blir værende, ifølge det Kirsten forteller oss. Tidligere har Sørnorsk støttet unge filmskaperes kortfilmvisjoner, men så fort filmene har gjort det bra, har talentene brygget av Sørnorsk film pakket koffertene og dratt sin vei til hovedstaden for å bli «større».

- Kirsten kunne ikke gi oss støtte, men hun tilbydde seg personlig å lese manuset vårt og gi oss tilbakemeldinger på det. Hun har drevet med manusskriving, og virker som hun ikke har problemer med å være kritisk. Derfor takket vi pent ja til tilbudet hennes, og planlegger å sende henne et potensielt 2. utkast i uke 39.

- Vi ønsket å ha Sørnorsk film i ryggen vår da vi har høye ambisjoner om å lage en film som kan gjøre det stort internasjonalt og nasjonalt. Sørnorsk film hadde vært en pekepinn på hvor filmen kom fra, og kunne bidratt til filmmiljøet her på Sørlandet mener jeg, men jeg skjønner at det er vanskelig å ha tro på «the underdogs».

- Det positive med søknadsprosessen til Sørnorsk filmsenter, er at vi klarte å fylle den ut før den 17. september. Og da den var så krevende og utfyllende som den var, er vi straks klare til å sende en ganske solid og dekkende søknad til Cultiva ekspress, SIA kulturfond, Frifond, Sparebank Sør-gave og stipend, Kristiansand Kommune kultur stipend, Senter for likestillings stipend gjennom UIA, etc.

- Da det å skrive disse søknadene er nytt for oss, spesielt punktene innenfor budsjettering, bestemte vi oss for å ta en prat med UIA Nyskaping. Da dette er noe de spesialiserer seg i. Vi tok et møte med dem i uke 37. Der fikk vi mange gode tips og forklaringer på de forskjellige punktene i søknaden til Sørnorsk filmsenter og Cultiva ekspress. Også inngikk vi en Inkubator Studentavtale med dem; som vil si at de skulle påminne og sende oss e-post da fristene for søknadsinnsending nærmet seg, i tillegg til at de skulle hjelpe oss på veien, og lese gjennom søknadene våre.

Studentstempelet

Å skulle produsere en spillefilm som student har sine fordeler, men det har definitivt også noen kritiske ulemper. Den største fordelen er at man har mye ledig tid disponibelt til å jobbe kreativt og effektivt med prosjektet, grunnet at man ofte har stipend og lån fra lånekassen i ryggen, og ikke trenger å arbeide i en 100% stilling vedsiden av. Andre fordeler er at man kan ta i bruk ressurser fra Universitetet som veiledere, lokaler og noe filmproduksjonsutstyr. I tillegg vet de fleste at studenter ikke har stor økonomisk trygghet, og man kan fort få lokaler, skuespillere, lån av kostymer eller rekvisitter, gratis eller vesentlig billigere grunnet stempelet som student. En stor ulempe med studentstempelet er at man ikke blir tatt på alvor i diverse søknader om tilskudd. Mye tid ble brukt på å skrive søknader til flere forskjellige kulturelle støtteordninger

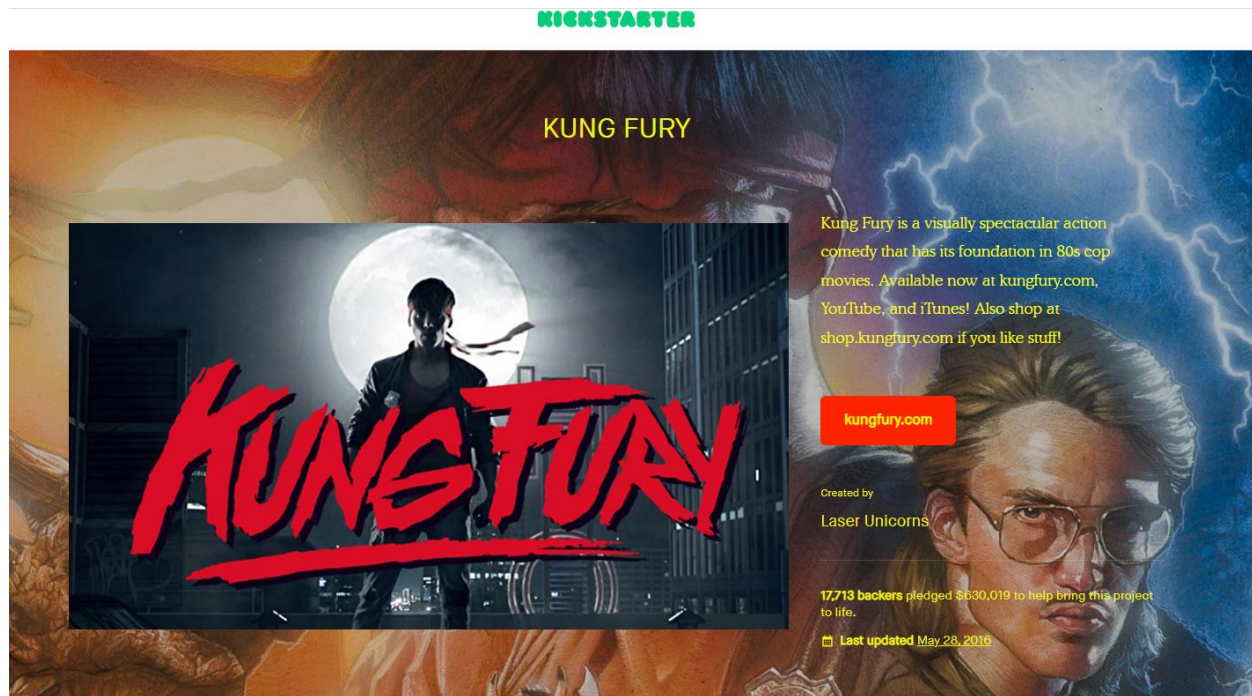
lokalt her på Sørlandet, hvor det ble anbefalt av UIA Nyskapning å ikke nevne at vi var studenter. For meg virket det ikke etisk riktig å spørre noen om penger uten å fortelle hele sannheten. Håpet mitt var at ideen vår, planen vår og erfaringen skulle være nok til å overtale hvert fall en, to eller kanskje tre av støttefondene til å være på vår side. Målet var å minst få inn 50 tusen kroner, i starten hadde vi tanker om 100 tusen, men da avslagene begynte senket vi forventningene. Til sammen ble det sendt inn ni søknader om tilskudd til filmproduksjon, i syv av søknadene ble vi avvist fordi vi var studenter. Fra SIA kulturfond mottok vi fem tusen kroner i november, og ett år senere søkte vi Cultiva ekspress på ny fordi vi trengte ekstern hjelp i etterarbeidsprosessen. Denne gangen lot vi være å nevne at vi var studenter, da filmens identitet ikke skal være at det er en studentfilm likevel, var det ikke lenger viktig å nevne. Og vi mottok et tilskudd på 22 000 kroner.

Crowdfunding

Søknadsprosessen til produksjonstilskudd gikk ikke så bra som ønskelig, og det måtte tenkes ut alternative måter å hente inn budsjett til filmen på. Ideen om å starte en crowdfunding-kampanje hadde blitt nevnt tidlig i startfasen av idemyldringen, men tanken var at det er mye tidkrevende arbeid å drive en slik kampanje, derfor ble ideen lagt på hylla som en eventuell plan b, en siste utvei. En crowdfunding-kampanje er når man har et produkt eller en ide som man ønsker å realisere, men det er mangel på økonomi til å skaffe ressursene som trenges. Derfor snur man seg til befolkningen for hjelp, når de organiserte tilskuddsordningene ikke er behjelpelige. Mange kjenner til nettsiden som heter «Kickstarter». Kickstarter er en nettside og applikasjon hvor man kan lage en profil som viser en ide eller et produkt som innehaver av profilen ønsker å skape. På profilen legger man til grundig informasjon, bilde- og videomaterialet om ideen eller produktet som skal lages, for å selge ideen til individuelle mennesker som kanskje har litt ekstra mynt i lommeboka. Og dermed kan hvem som helst besøke profilen og donere en valgfri sum for å støtte skapelsesprosessen. Om tre tusen mennesker ga fem kroner ville profilen mottatt 15000 kroner, minus et par prosenter som går til Kickstarter når kampanjen er avsluttet.

En suksesshistorie innenfor verdens filmer som har blitt finansiert gjennom crowdfunding, er den særdeles stilistiske og 80-talls pregede filmen *Kung Fury* (2015), regissert av David Sandberg (Fig 8). Denne kampanjen demonstrerte for mange det store potensialet en filmskaper har i den digitale alderen. Filmen mottok over 600 000 USD fra mennesker rundt i verden, som var begeistret over prosjektet disse filmskaperne allerede hadde fremvist deler av på Youtube, og på

selve Kickstarter profilen deres (Lucena, 2015). *Kung Fury* ga håp til filmskapere rundt i verden som alle lider av samme frykt; hvordan skal jeg finansiere filmen min, uten å måtte sakte og usikkert infiltrere og imponere støtteordningene som finnes i mitt hjemland. Og hvordan kan jeg skape min visjon, upåvirket av pengemaktens ideologier på hvilke temaer som er riktig eller uriktig å ha med i en filmfortelling.



(Fig 8 (Kickstarter.com, 2016))

En slik kampanje var helt nytt territorium for meg. Heldigvis finnes det en egen avdeling på Universitetet i Agder som spesialiserte seg i crowdfunding. Da denne informasjonen kom til lys, sendte vi straks en epost og fikk planlagt et møte allerede i slutten av oktober. På møtet ble alle spørsmål omgjort til grundige svar, det ble fremvist statistikker og beste fremgangsmåter på hvordan å komme i gang og hvordan å holde liv i kampanjen over et sprang på to måneder. De anbefalte at kampanjen ikke burde vare lenger enn en til to måneder, og at de største inntjeningene vil komme til å skje i starten og på slutten. Dette hadde de helt rett i. Når det kom til hvilken plattform det var best å lansere profilen på, ble Spleis.no anbefalt som mest anerkjent i Norge (Fig 9). Da Innsikt skal være en norsk spillefilm brygget på lokale talenter, var forventningene om internasjonal støtte ikke i tankene. Derfor ble valget å falle på Spleis foran

Kickstarter. Det er også hakket enklere for nordmenn med norske bankkontoer å overføre til Spleis.no kontra den internasjonale nettsiden Kickstarter.com. Noe som kan bli spesielt viktig når man ber om penger fra folk som ikke liker å krangle med dagens teknologi.

(Fig 9)

22 000 kr 48 givere Avsluttet Del Støtt spleisen

22 000 kr 44 % av 50 000 kr [Fleksibelt mål](#)

[Beskrivelse](#) [Oppdateringer](#) [Aktivitet](#)

Sci-fi/thriller/drama "INNSIKT" av IMC

Har DU lyst til å hjelpe oss? Vi har satt oss et stort, ambisiøst mål om å lage en sci-fi/thriller/drama-spillefilm! Inntektene vil gå til leie av innspillingslokasjoner, innkjøp av kostymer og rekvisitter, og deltakelse-kostnader til filmfestivaler.

Crowdfunding-Innsikt
from Alexander Johansen

Folk heier på spleisen
[Gi din mening](#)

Del innsamlingen

Facebook E-post Lenke Instagram
Plakat QR-kode Del... Bygg inn

Første steg i prosessen var å lage en kort videosnutt som fortalte at det snart ville bli lansert en crowdfunding-kampanje, hvor vi presenterte oss selv og ideen kort, og det sies rett ut at «vi trenger penger». Denne videoen skapte mye oppmerksomhet og engasjement blant familie, venner og venners venner. Neste steg var å kontakte lokalavisen Fedrelandsvennen og høre om

de kunne være interessert i å publisere en tekst vi selv hadde skrevet om prosjektet. De var interessert, og artikkelen ble publisert på nettsiden deres. Universitetet i Agder fikk øye på artikkelen og la den selv ut på sosiale medier. Tittelen ble «UIA-studenter vil lage spillefilm» (Fig 10). Etter denne oppmerksomheten begynte vi å motta noen eposter fra folk som var interessert i å hjelpe til under produksjon. I tillegg kom det meldinger fra folk som ønsket å donere for å støtte prosjektet. Dermed var neste steg å lansere selve kampanjen, selvfølgelig med en helt ny video.

(Fig 10)



Et annet veldig godt tips crowdfunding-avdelinga på UIA kom med, var å gjøre kampanjen humoristisk. Det var viktig at de som ser kampanjefilmen fikk et lett og lekent inntrykk av hvem de fremtidige skaperne av denne filmen var, men også at de virker gjennomføringsdyktige. Dette gjorde vi ved å lage nok en videosnutt som presenterte oss selv, hvordan prosjektet skulle

gjennomføres og hva filmen skulle handle om. Det ble foreslått å lage forskjellige belønninger til forskjellige summer som kunne doneres. Oppdiktete, kostnadsfrie og kanskje litt humorpregede belønninger som vi selv produserte (Fig 11). Den mest populære belønningen var enkelt og greit 250 kroner for en liten anerkjennelse i rulleteksten på slutten av filmen og en personlig «shoutout» på Instagram-profilen vår. De humoristiske belønningene var kanskje i retrospekt litt mer tidkrevende enn det jeg hadde tenkt, og alle belønningene som er lovet er faktisk ikke helt gjennomført enda. De som har donert er ikke sure eller skuffet over dette, men det planlegges likevel å gjennomføre det som mangler så fort det blir tid til det.

(Fig 11)

The screenshot displays a crowdfunding campaign interface for the film 'Innsikt'. The interface is organized into several sections:

- Gi et valgfritt beløp:** A section for making a voluntary contribution, with a 'Støtt' button.
- Velg en belønning:** A list of reward tiers, each with a thumbnail image, a title, a price, a description, and a 'Kjøp' button.
 - Takk til...:** 100 kr. Description: 'Alle som donerer 100 kr eller mer, vil få "takk til" i rulleteksten'. 11 kjøpt. Totalsum: 100 kr.
 - Shoutout Instagram:** 250 kr. Description: 'Hvis du donerer 250 kr eller mer, vil du få en shoutout på Instagramen vår "innsiktmovie"'. 15 kjøpt. Totalsum: 250 kr.
 - Invitasjon til premieren:** 500 kr. Description: 'Alle som donerer 500 kr eller mer, vil få invitasjon til premieren'. 5 kjøpt. Totalsum: 500 kr.
 - "Naken" stunt i Markens:** 550 kr. Description: 'Om du donerer 550 kr løper en av oss nedover Markens i nakendrakt, og det vil bli lagt ut på sosialemedier: innsiktmovie'. 1 kjøpt. Totalsum: 550 kr.
 - Knut tegner deg:** 750 kr. Description: 'Om du donerer 750 kr tegner Knut et tegneserie-portrett av deg'. 1 kjøpt. Totalsum: 750 kr.
 - "Takk til" på IMDb:** 1 000 kr. Description: 'Om du donerer 1000 kr eller mer, vil du få en "takk til" på vår IMDb-side'. 4 kjøpt. Totalsum: 1 000 kr.
 - Kort filmscetch:** 1 050 kr. Description: 'Om du donerer 1050 kr lager vi en kort filmscetch til deg, som legges ut på sosialemedier: innsiktmovie'. 2 kjøpt. Totalsum: 1 050 kr.
 - Personlig sponsor:** 2 500 kr. Description: 'Om du donerer 2500 kr eller mer, vil du bli personlig sponsor av filmen "innsikt" og du vil få de beste plassene på premieren og spesiell "takk til" i talletalen'. 1 kjøpt. Totalsum: 2 500 kr.
 - Eksekutiv produsent:** 5 000 kr. Description: 'Hvis du donerer 5000 kr eller mer, vil du få tittel som "eksekutiv produsent" i rulleteksten'. 1 kjøpt. Totalsum: 5 000 kr.

A large vertical text 'BELØNNINGER' is overlaid on the right side of the image.

Som en liten kritisk refleksjon ovenfor fenomenet crowdfunding, som seriøs filmskaper, er at man kanskje kan føle at å måtte dele ut belønninger for å tigge penger fra privatpersoner, går litt på bekostning av integriteten. Eksempelvis om man skulle vært en anerkjent filmskaper med et par store velkjente filmer under beltet, vil man kanskje føle at en slik kampanje er nedverdiggende for rykte sitt i filmindustrien. Om Lars Von Trier plutselig skulle startet en crowdfunding, ville

fort noen spørsmål dukket opp. Det er sikkert noen filmskapere som tenker slikt, og jeg er enig i at en crowdfunding-kampanje burde være siste utvei, om man ikke får tilskudd fra noen andre steder. Men i noen tilfeller kan slike sammensetninger av flere privatøkonomier, skape filmer og produkter som ellers aldri ville sett dagens lys, og det synes jeg er ganske magisk.

En av mange svært positive egenskaper med denne crowdfunding-kampanjen er at den har skapt stor markedsføringsverdi. Den har tvunget oss til å vise lokalfolket hvem som lager denne filmen, filmens progresjon og i tillegg har den gjort mange flere mennesker til medskapere. Det å kjenne på at familie, venner, venners venner, og helt ukjente mennesker tror og investerer i ideen din, skaper et indre driv som gjør at man ønsker å gjennomføre med stil. Målet på 50 000 kroner ble ikke nådd, men det var allikevel overveldende å se at så mange donerte og støttet prosjektet. Endelig sum for spleisen ble på 22 000 kroner (Fig 9), med en utbetalt sum på 20 895 kroner. I tillegg til et par utenlandske donasjoner som ble mottatt vedsiden av spleisen på rundt 3000 kroner til sammen. Disse pengene var kritiske for gjennomføringen av produksjonen til *Innsikt*, og jeg er evig takknemlig til alle som har hjulpet oss realisere denne drømmen.

Skuespillere

Til tross for at prosjektet hadde begynt å samle inn noe penger til budsjett, var ikke dette penger som kunne brukes på å betale skuespillere dessverre. Sammenlagt med pengene fra SIA kulturfond og Spleisen, hadde vi et budsjett på 28 895 kroner til produksjon. Det kan høres ut som det er ganske mye penger, men en spillefilm krever en god del innspilling. Innspillingsdager betyr mat og drikke til alle som er på filmsett. Og når man ønsker å oppnå en høyere standard enn det studentfilmer generelt ofte kan medbringe, må man aktivt prioritere hvor man investerer pengene. Flere på *Innsikt*-gruppa er aktivt deltagende i skuespillermiljøet her i Kristiansand, og jeg hadde selv kjennskap til mange som kunne være interessert i å spille i film. Jeg visste at det var mange som enkelt og greit behøvde profesjonelt videomateriale av skuespillerferdighetene deres, til å kunne fremvise i en showreel, for å etter hvert kunne få høyt betalte oppdrag. En showreel er en slags filmtrailer av en skuespillers ferdigheter, hvor skuespilleren selv velger ut de scenene, fra forskjellige filmer, han eller hun er mest fornøyd med, og klipper dem sammen. Andre som også typisk kan ha showreels er filmskapere, regissører, producere, musikere, dansere, kunstnere, etc.

Manuskriptet inneholdt en del karakterer, og disse karakterene behøvde ansikt. Det første som måtte settes var alle hovedrollene. Statist- og småroller kunne være litt fleksible, og det ble de. Noen av statistene ble ikke satt før dagen før innspilling, men jeg vet at slik er det ofte i større produksjoner også. Det kan være stressende «but that's showbusiness», som de sier. Blant hovedrollene var det tre ungdommer, mor, far, ond kvinne, ond mann, og stum agent som måtte fylles innen det første studiesemestere var omme. Mor og ond kvinne var de første rollene som ble fylt, da de passet til to av våre gruppemedlemmer. Rollen som faren gikk til en skuespiller jeg selv hadde jobbet med tidligere på dokumentarfilmen *Oliver Kvist*, regissert av meg. Jeg husket at han var ekstremt positiv å jobbe sammen med, veldig dyktig til å improvisere på lokasjon og personlig mente jeg at utseende passet en farsrolle. Den onde mannen, også kalt Aquila i manuset, var også en bekjent av meg. Dette var en fyr jeg til tider hadde fine og korte samtaler med på gymmen. Jeg visste at han drev på med musikk og at han hadde spilt inn en del musikkvideoer som jeg hadde kikket på, hvor jeg hadde notert meg at han gjorde seg godt foran kamera. I tillegg synes jeg at han hadde et interessant utseende som kunne passe perfekt til karakteren Aquila. Dermed spurte jeg han bare neste gang vi møttes på gymmen om han kunne være interessert i å prøve seg som skuespiller i filmen vår. Dette ble han veldig begeistret over, han ble invitert på prøveinnspilling, og vi likte alle det vi så.

Til rollene stum agent og de tre ungdommene arrangerte vi auditions. Auditions er når aktører øver på en eller flere utvalgte scener fra et manuskript og fremfører sin personlige tolkning av en karakter, fremfor filmskaperne. Målet til aktøren er å overbevise filmskaperne om at de passer til denne rollen. Målet for filmskaperne er å se flere forskjellige tolkninger av karakteren, for å så ta et valg på hvilken personlighet og hvilket ansikt som best vil passe den fiktive karakteren de har sett for seg. Til rollen stum agent, også kjent som Gabriel-55 i manus, var vi på utkikk etter noen som var flinke til å fortelle med ansiktsuttrykk og ikke med ord. Ergo, det var litt viktig at denne skuespilleren hadde litt erfaring, da ansiktet kan være et utfordrende verktøy og manøvrere, spesielt under press. Det var også ønskelig at aktøren skulle være litt eldre, da jeg mener at det tilføyer en slags statusforskjell og et ubehag mellom han og hovedrolle karakteren Nathaniel som i store deler av filmen bare er 14 år. For å finne skuespillere til å komme på audition til rollen som Gabriel-55, la vi ut en annonse på en lokal skuespillergruppe på Facebook. Jeg sendte melding til et par bekjente jeg hadde jobbet med tidligere, som passet beskrivelsen. I tillegg til dette hadde jeg nylig vært og sett *Mannemonologene* av Stine Sandnes på Teateret i

Kristiansand, hvor jeg utpekte meg to av aktørene som svært dyktige og som hadde passet perfekt til rollebesettelsen vår. Jeg bestemte meg en uke senere for å sende en melding til begge to for å høre om de kunne være interessert i å komme på audition. Det ble også nevnt i denne meldingen at vi hadde store ambisjoner, og at det ikke ville bli honorert arbeid dessverre. Allikevel takket begge ja til å komme på audition, og en av dem godtok rollen.

For å finne ungdommer til å komme på audition, holdt det ikke bare med en annonse på Facebook. Her måtte vi ta i bruk kontakter vi hadde innenfor barne- og ungdomsteater miljøet i Kristiansand. Gjennom bekjente som jobbet som dramalærer for barn og ungdom, fikk vi lov til å møte opp i dramatimene til Rosegården barne- og ungdomsteater og Kristiansand barne- og ungdomsteater, også kjent som KBUT og RBUT. De ga oss 10 minutt til å vise oss selv, prate om filmen og rollene vi ønsket å fylle. Det var utrolig effektivt å gjøre det på denne måten, og det ble stor interesse for å komme på audition blant samtlige i timene vi besøkte. Jeg mistenker at ved å vise oss selv på en slik måte, vise at vi ikke er farlige, vise at terskelen ikke er så høy som man gjør den til i hodet, så ble det mindre skummelt å møte opp på en audition. Kontra hvis man bare legger ut en annonse, som kan være effektivt, men i denne erfaringen var det mer effektivt å vise hvem vi var først. Spesielt fordi det var yngre aktører produksjonen søkte. Planen var i tillegg å møte opp på dramalinjen på Vågsbygd Videregående og hos Ungdoms Kilden, men grunnet pandemi og smittesituasjonen ble det ikke aktuelt. Likevel fremviste lærerne til elevene hvem vi var og hvordan man kunne avtale å komme på audition. Det var flere søkere fra disse grupperingene også. Til sammen hadde vi cirka 70 barn og ungdom som søkte på rollene til de tre ungdommene Nona, Daniel og Nathaniel, noen var også interessert i statist- og småroller. Av de 70 søkerne vi hadde var det cirka 30 stykker som ble valgt ut til å komme på audition, basert på bilder, søknadstekst og relevant erfaring som ble skrevet i eposten de sendte til *Innsikt*-mailadressen. Fra de 30, ble fire av dem valgt til å spille i filmen, de tre ungdommene og i tillegg den medium-store karakteren Ada. Flere av søkerne ble brukt som statister. Dette var første gang i min filmkarriere jeg har vært med på å arrangere og holde auditions, og jeg må si at det er en høyst effektiv, strategisk, gøy og luksuriøs fremgangsmåte å finne skuespillere til filmen din på. Jeg som filmskaper får muligheten til å se opptil flere forskjellige tolkninger av de samme karakterene, slik at jeg stadig vekker reviderer min egen forståelse av hvordan denne karakteren kan bli spilt. Jeg sier at det føles luksuriøst fordi man sitter på en mulighet andre mennesker ønsker å få tildelt, og grunnen til at de ønsker denne muligheten er fordi vi har vist dem at vi

ønsker å lage noe stort. Man begynner med en ide, drivkraft og kunstnerisk pågangsmot utvikler ideen til noe som skal bli ekte, interessen til andre fanges, og plutselig er man et helt ensemble av mennesker som skaper noe sammen. Det er ikke lenger min ide eller min film, det er alle som har donert penger, som har donert tid og kjærlighet, og det er alle som kommer til å se og huske filmen.

Etiske problemstillinger i ubetalt arbeid

Innsikt er som tidligere nevnt, en nullbudsjettsproduksjon. Verken filmteamet eller aktørene har blitt honorert for arbeidet de har investert i produksjonen. Jeg synes i utgangspunktet at det er ganske magisk å se så mange mennesker samle seg for å skape kunst, i form av en spillefilm som forhåpentligvis kommer til å glede, engasjere og inspirere, uten at profitt er det eneste målet i tankene. Samtidig synes jeg at det er veldig kjipt å ikke kunne betale alle de dyktige menneskene som har lagt inn mange timer av livene deres, og ikke minst gjort en helt fantastisk innsats. Til tider føles det ikke helt riktig, men kunstens verden er ikke alltid helt rettferdig. Jeg har selv jobbet som frilans-kunstner i fire år, og jeg underbetales kontinuerlig for arbeidet jeg gjør. Det hender at jeg får høyt-betalende oppdrag, etter mine egne standard, men ofte takker jeg ja til lavt-betalende jobber, bare for å få det hele til å gå rundt. Det er en utrolig kjip følelse å kjenne at man virkelig begynner å mestre feltet man arbeider i, men samtidig må man være et geni innenfor forretning og økonomi for å i det hele tatt kunne forstå sin egen verdi i markedet.

Det hender at jeg fortsatt tar på meg oppdrag uten å ta betalt, om jeg mistenker at prosjektet kan frembringe kvalitetspreget materiale. Dette vil eksempelvis si en god ide, fine lokasjoner og flinke mennesker som er involvert i prosjektet. Nylig lagde jeg en musikkvideo helt gratis, fordi jeg likte sangen umiddelbart, og i tillegg ga artistene meg full kreativ frihet til å skrive, produsere og regissere hele videoen. Jeg er utrolig takknemlig for muligheten de ga meg, og jeg ble utrolig fornøyd med det ferdige produktet, men allikevel var jeg til tider litt bitter over alt det ubetalte arbeidet jeg gjorde.

Produksjonen til *Innsikt* har vært spesielt krevende, spesifikt grunnet manglende betaling til aktørene. Vi i filmteamet er gründerne av hele dette prosjektet, og forventet aldri at denne filmen skulle gi oss profitt i form av penger, men heller i dyrebar erfaring og bredere nettverk innenfor filmindustrien. Det er disse godene vi ønsker å dele sammen med alle som har vært involvert, og det har produksjonen heldigvis vært helt åpne og ærlige om fra starten av. Noe som er essensielt i

en nullbudsjettsproduksjon, nemlig ærlighet om mangel på økonomi fremfor arbeiderne. Likevel har jeg flere ganger kjent på et ubehag, da det gjaldt å skulle kreve oppmøte fra aktørene våre over så lang tid. I tillegg hadde vi et behov for at aktørene ikke forandret utseende under innspillingstiden, som pågikk i åtte måneder. Ikke en enkel oppgave når man jobber med pubertetspregede ungdommer. Pandemien er jo stort sett årsaken til at innspillingen gikk såpass i overtid, men problemene våre ble ikke løst på magisk vis av den grunn. Heldigvis medbringer en pandemi sympati fra våre medmennesker, da vi alle er i den samme Coronafylte båten. Derfor mistenker jeg at vi klarte å fullføre innspillingen, da det var uforutsette hendelser som ikke bare preget oss, men hele verden.

Det jeg kjenner på som føles uetisk i produksjonen til *Innsikt*, er all tiden vi har krevd fra aktørene over et sprang på åtte måneder. Da vi valgte hvem som skulle spille de forskjellige karakterene, informerte jeg om at innspilling skulle skje over maks to til tre måneder i starten av 2021. Jeg tror at alle som har spilt i filmen forstår situasjonen vi ble utdelt, men i tillegg merket jeg at aktørene begynte å bli veldig slitne under de siste innspillingsdagene. Det begynte å bli vanskeligere å få kontakt for å planlegge de neste scenene, og det var krevende å finne dager hvor alle orket og være ledige. Ofte måtte vi motivere med små og lange taler, om at «nå er vi snart i mål, dere er så flinke og bare litt til igjen nå!». Da vi ikke betalte noen, hadde vi heller ikke noen form for pressmiddel som kunne motivere, og dette var svært nervepirrende og krevende for oss. Spørsmål som: «Hva om de bare plutselig trekker seg og ikke gidder mer?», dukket opp i tankene mine flere ganger, og det var en reel frykt alle i produksjonen kjente på til tider. Hva skulle vi sagt? Om en av hovedaktørene hadde nektet å møte opp plutselig, kunne hele filmen falt fra hverandre, og det eneste kortet vi kunne spilt, ville vært sympati. Sympati fremfor alle de titalls menneskene som har donert tiden sin for å ferdigstille dette produktet, men man ønsker jo ikke å gi aktørene sine skyldfølelse, mener jeg. Jeg vil jo at aktøren selv skal bestemme at han eller hun vil fullføre fordi de synes det er givende, og kanskje fordi de har tro på at prosjektet kommer til å medføre goder i deres fremtidige film- eller skuespillkarrierer. Og ikke minst fordi de kanskje ser et potensial i filmen. Som regissør i produksjonen, hadde jeg ikke satt pris på å jobbe sammen med en skuespiller som ikke ønsket å være til stede, det skaper en negativ energi i luften som videre påvirker humøret til samtlige på et filmsett.

Når alt dette er nevnt, har intensjonene til produksjonen alltid vært å spille på lag sammen med alle som har bidratt, og arbeide mot et felles mål om å bli bedre. Man kan ikke bli best på egenhånd, man må jobbe sammen med andre, sammenligne arbeidsmetoder, lære fra andre som har bredere kompetanse enn deg selv, og ikke minst lære av å gjøre. Ønsker man å jobbe med film, er den beste fremgangsmåten for å bli bedre; praktisk arbeid sammen med andre. Derfor føler jeg at produksjonen vår har tatt imot veldig mye gratis hjelp, men vi har også utdelt veldig mye kompetanse, positiv og kreativ energi, og viktige erfaringer som alle kan skrive på CV-en. Ikke alle kan si at de har tatt del i en spillefilmproduksjon, det er en erfaring som fort kan imponere fremtidige produksjoner man ønsker å være deltagende i.

Før Produksjonsstart

Nyåret 2021 var rett rundt hjørnet, og ifølge fremdriftsplanen vår skulle filmproduksjon settes i gang i midten av januar. Alle hoved-skuespillerne var på plass den 4. desember. For å forberede aktørene på innspilling samlet vi alle skuespillerne til en «table read», som vil si en felles gjennomlesning av manuskriptet. Dette gjorde vi flere ganger med ungdommene, for å jobbe med dynamikken deres sammen, og for at vi alle skulle bli bedre kjent. Med de voksne aktørene arrangerte vi en sosial pizza og pils-sammenkomst. Jeg synes det er viktig å bygge en relasjon til skuespillerne man skal jobbe med, spesielt om man skal jobbe sammen over lengre tid. Mine tidligere opplevelser er at det blir hyggeligere for alle å møte opp på innspilling, det blir lettere å prate sammen, lettere å gi konstruktiv kritikk, og det er lettere å tulle, tøyse og le sammen. Humor letter alltid på stemningen, men i tillegg er det viktig som produsent/regissør å være bestemt, fordi klokka tikker og hver produksjonsdag teller. Jeg opplevde til tider under produksjonen at ungdommene ble litt for komfortable rundt oss, og det kunne bli litt for mye tull og tøys. I stedetfor å ta på meg en streng og bestemt rolle, valgte jeg i starten å la dem tulle ferdig. Dette gjorde ofte at vi mistet en del dyrebar tid. Heldigvis lærte jeg underveis i prosessen at tiden var for dyrebar til å tulle bort, og jeg fant etter hvert en fin balanse mellom bestemt og tulle.

En bekymring jeg satt med før produksjonen hadde startet, var om filmutstyret jeg satt på var på nivå med ambisjonene vi hadde. Planen var å låne diverse objektiv, stativ, klapper, lyd- og lysutstyr fra filmavdelinga på Universitetet i Agder, men etter nærmere samtaler med utstyrsansvarlig skjønte jeg at dette ikke ville bli like lett som antatt. Det var mulig å låne noe av dette utstyret vi trengte i kortere perioder. Dette var ikke ideelt for vår produksjon, som skulle

være aktivt pågående i to måneder. Dermed bestemte jeg meg for å investere en god slant av mine egne bedriftspenger i nytt utstyr, da dette absolutt ville gagne bedriften min sin fremgang allikevel. Første tanken min var om kameraet jeg brukte ville holde høy nok standard. Jeg opererte den gangen eksklusivt med et *Sony Alpha 7 III* speilløst kamera, som maks kan filme i 8 bit 4K med 25 FPS (frames per second). Dette er et solid semiprofesjonelt kamera som ligger rett over 20 000 kroner i prisklasse, bare for kamerahuset. Kameraet mottok flere kåringer som årets kamera i 2018, holdt høy standard i årene etter og er fortsatt relevant den dag i dag. Det er likevel ikke et kamera som vanligvis brukes til spillefilmproduksjon. Så min første tanke var å kjøpe nytt kamera, men da jeg skjønnte at UIA ikke ville støtte oss med like mye utstyr som vi ville trenge, skjønnte jeg at pengene mine måtte investeres annerledes. Jeg kjøpte mye lys, jeg kjøpte utstyr til profesjonell innspilling av lyd, makro objektiv til ultranære utsnitt, følge-fokus, og en svær harddisk som var i stand til å håndtere alle filene under redigeringen. Til sammen investerte jeg rett i underkanten av 50 000 kroner på filmutstyr, til produksjon og etterarbeid av *Innsikt*. Fra UIA fikk vi låne klapper og stativ, som absolutt var veldig viktige spillebrikker i produksjonen. Det var viktigere for meg at lyset og lyden holdt høy standard kontra at kamerakvaliteten kanskje var hakket bedre. Jeg var også veldig godt kjent med kameraet mitt, jeg kjenner begrensningene til kameraet og jeg visste hvordan jeg skulle få det til å yte maksimalt. Selvsagt hadde jeg også en del utstyr fra før av, som også kom veldig godt til bruk i produksjonen.

Lokasjon

Første lokasjon til innspilling var den dyreste og mest tidkrevende lokasjonen vi hadde. Målet var å finne det som hadde blitt kalt «et overdådig herskaps hus» i manuskriptet. Dette ville da si et hus av noe høyere standard. Produksjonen fikk leid en veldig pen hytte via Air BNB (Fig 12). Til utleier ble det forklart at vi var studenter, at det ikke var høyt budsjett involvert, og at det var ønskelig å spille inn flere av scenene til filmen i denne hytta. Utleier synes dette var spennende og ga oss en veldig god pris på tre tusen kroner. Vi fikk lov til å filme i hytta over to uker.



(Fig 12)

Til sammen i filmen ble det tatt opptak på 12 forskjellige lokasjoner, med flere steder brukt på samme lokasjon til tider. Mye takket være studentstempelet, var det kun to av disse lokasjonene som skulle ha betaling for opphold. Dette var som tidligere nevnt Air BNB hytta i tillegg til en lavvo på Odderøya i Kristiansand. I budsjettet til Innsikt ble det kun brukt fire tusen kroner på lokasjoner til sammen. Dette skyldes flere kreative løsninger og en god del bruk av naturen og Universitetets arkitektoniske disposisjon. Det skal nevnes at det ble kikket på opptil flere lokasjoner før vi kikket på Universitetets ganger og rom, da jeg personlig egentlig hadde et ønske om å holde meg unna dette. En typisk greie for studentfilmer er ofte at de ikke gidder eller tørr å lete etter lokasjoner, og bruker det som er enklest, tryggest og nærmest. Nemlig Universitetet, eventuelt en kort radius rundt Universitetet. Ønsket var å unngå studentfilmstempelet for alt det var verdt, til tross for at det likevel er en film skapt av studenter på en Master. Til slutt ble Universitetet grundig utforsket allikevel, og det viste seg at det fantes mange flere aktuelle steder enn noen annen plass vi hadde kikket på. Det viktigste for oss var at disse stedene skulle være så lite gjenkjennelig som mulig, og det var min jobb som kameramann å finne ut av. Strategiske komposisjoner og fjerning av alle UIA sine logoer, klistermerker og ikoniske farger måtte til. Der det var gjenkjennelige ting i bakgrunnen, passet jeg på tette utsnitt med subjektet i fokus og med lite dybdeskarphet i bakgrunnen, slik at ingenting uønsket kunne tydes.

Rommet til Nathaniel, hovedkarakteren i filmen, var en lokasjon med en god del scener nedskrevet i manus. Planen var opprinnelig å bruke et rom i hytta som var leid via Air BNB, men det ble klart etter den første uka med innspilling at det ville det ikke bli tid til sammen med alle de andre scenene som skulle spilles i stue, gang, kjøkken, og utfor hytta. Dermed måtte

Nathaniel sitt rom flyttes til en annen lokasjon. Produksjonen var i dialog med flere bekjente om å låne et gutterom til innspilling, men konkluderte at det ble for mange problemer å løse ved å bruke en lokasjon hjemme hos noen med en travel familiehverdag. Det var allerede sin egen utfordrende kabal å samkjøre tidsplanen til skuespillerne og oss selv. Enda flere timeplaner å ta hensyn til ville blitt svært krevende og lite effektivt. Spesielt siden disse scenene behøvde minst 3-4 innspillingsdager. Løsningen på Nathaniels rom ble et grupperom liggende i Kunstfaglokalet Masterspace, liggende i sentrum av Kristiansand. Masterspace er leid av Universitetet, og disponeres av kunstfagstudentene. Her kunne vi komme og gå når vi ville, for det meste helt uforstyrret. Grupperommet så selvsagt ikke ut som et gutterom, men størrelsen og potensialet var der. Det ble handlet brukte møbler og rekvisitter på Finn.no til en billig penge, i tillegg til oss selv og venner som hadde gamle lamper, tepper, pulter og kontorstoler liggende i bod som de gledelig lånte bort. Jeg ble svært fornøyd med resultatet som ble oppnådd, og setter stor pris på erfaringen dette ga oss (Fig 13). Vi bygde ikke veggene, men vi skapte lokasjonen vi behøvde ved å tenke utenfor boksen. Nok en dyrebar læring denne produksjonen har vist meg.



(Fig 13)

Produksjon i pandemi

Som nevnt skulle filminnspillingen kun vare i to måneder, med høy aktivitet hver uke. Dette var som også nevnt, svært ambisiøst. Allerede før første uke med produksjon, begynte pandemi-smittetiltakene nok en gang å stramme seg inn. Det ble mye diskusjon om hvor mange mennesker man kunne ha samtidig på filmsett, og om det i det hele tatt var innenfor restriksjonene å samles i en hytte. Til slutt ble det konkludert at man kunne være ti mennesker eller mindre samlet under et tak, men være oppmerksom på sosial distansering, kontinuerlig sprite hendene og gjerne bruk av maske når avstanden ikke kunne holdes. Sminkørene måtte også passe på grundig rens av alle koster før gjenbruk på ny aktør. Innspillingen startet, og smittevern ble opprettholdt. Under de første to innspillingsukene i hytta, var det et par tilfeller hvor det var aktører eller crew som hadde vært i nærkontakt med Coronasmitte, og dette førte til omrokninger på planlagte innspillinger. Heldigvis testet ingen positiv, og de viktigste scenene som måtte være på hyttelokasjonen ble filmet de ukene hytta var betalt for.

Veien videre derimot ble ikke like effektiv som jeg hadde håpet. Planen var som nevnt at innspilling skulle være ferdig senest i slutten av februar 2021. Dette var veldig ambisiøst, pandemi eller ei. Om dette målet hadde blitt oppnådd, ville det nok vært en helt annen film som ville blitt laget. Høyst sannsynlig etter min mening, en film av mye lavere kvalitet og en svært komprimert læringskurve for oss involvert. Alt skjer for en grunn tenker jeg, og det at utallige smittetilfeller, nærkontakt med smittede eller nye akutte restriksjoner, gjorde at produksjon ble utsatt så mange ganger at jeg har mistet tellinga, var det også en grunn til. *Innsikt* er en filmfortelling som behøvde å bli brygget over god tid. Noe som ble veldig tydelig da vi startet etterarbeidsprosessen, og trengte hjelp fra diverse spesielle talenter som VFX-artist, musikere og lyddesigner. Produksjonen startet i midten av januar, og vi filmet vår siste scene med eksterne aktører i slutten av august. Fortsatt hadde vi et par scener igjen med intern aktør fra gruppa, og noen scener uten karakterer. Jeg forteller folk at produksjonen varte i åtte måneder, men i realiteten tok den nærmere ett år til sammen før jeg og co-regissøren min kunne yte de velsmakende ordene «it's a wrap».

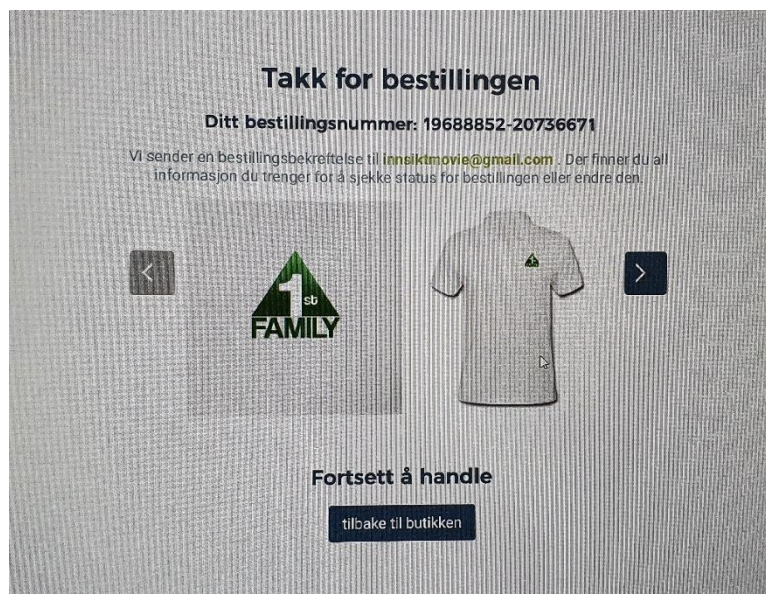
Budsjett i produksjon

Budsjettet som ble opparbeidet i utviklingsprosessen ble alt sammen brukt under produksjonstiden. Når man ikke betaler aktørene for å spille i film, må man i det minste gi dem mat og drikke når de er på sett. Det betyr at produksjonen må kjøpe inn til kost, spesielt til de

dagene det var ønskelig å holde på i flere timer, som det ofte ble gjort. Vi i produksjonsgruppa jobbet jo også gratis, og behøvde i tillegg mat og drikke for å holde energien og konsentrasjonen i live. Før første produksjonsuke lagde vi en avtale med dagligvarekjeden Spar, om at vi fikk lov til å hente noe gratis brød og pålegg hos dem, imot at vi brukte dem som sponsor i rulleteksten på filmen. Denne avtalen ble kun brukt et par ganger de første to ukene. Det var en grei avtale, men vi fikk ikke like mye mat som vi hadde håpet på og mye av det vi fikk var gamle varer som enten hadde gått ut på dato eller som var svært nære utgått. Alt man klarer å spare av penger i en mikrobudsjettsfilmproduksjon hjelper. I retrospekt burde kontakten med Spar kanskje blitt opprettholdt og avtalen brukt videre for alt den var verdt. Men det var også et par ganger de hadde glemt oss ut, og hvor det var vanskelig å få kontakt med kontaktperson på Spar. Som førte til at vi brukte unødvendig tid på en avtale som ikke alltid ble opprettholdt. Avgjørelsen ble derfor å finne billige energirike alternativer i butikken og bruke noe av budsjettet til mat og drikke.

Andre kostnader som til sammen krevde en stor del av budsjettet, var kostyme og sminke. Før det ble gjort innkjøp av klær og kosmetikk, samlet gruppa alt vi hadde selv av aktuelle klesplagg og aktuell sminke som kunne brukes til film. I tillegg ble aktørene fortalt hvilket utseende som var tiltenkt karakteren de skulle spille, og de ble bedt om å ta bilder av klærne de selv hadde som kunne passe. Heldigvis hadde vi alle sammenlagt ganske mye klær som kunne brukes til de forskjellige karakterene, noe som var til stor fordel for produksjon og budsjett. Likevel ble det nødvendig med noen innkjøp. Arbeiderne på familieplanleggingsklinikken i filmen behøvde arbeidstøy, og det var ønskelig at disse uniformene skulle ha klinisk utseende og synlig logo. Her valgte produksjonen å investere en slant av budsjettet på fire hvite pique-skjorter i forskjellige størrelser, med selvskapt logo trykket på bryst og rygg (Fig 14). Dette var et valg jeg selv mente var viktig for å tilsynelatende øke produksjonsverdien og styre filmen enda lenger bort fra stampelet som studentfilm. Da det aldri skulle være flere arbeidere samtidig i bildet, behøvdes det ikke å kjøpe for mange uniformer, men statistene som skulle brukes var i forskjellige størrelser og kjønn. Dermed landet valget på å kjøpe fire skjorter i ulike størrelser og i kjønnsvarierte design. I tillegg måtte det leies kostymer i fra Rosegården Teaterhus til scenene som skulle være i den virtuelle verden. Alt som kunne lånes av venner og bekjente ble lånt, men Rosegården hadde et svært lager med kostymer som var hakket mer gjennomført enn det produksjonen klarte å fremskaffe uten å betale. Dermed ble det tatt et valg om å bruke budsjett til

kostymeleie, et valg som jeg selv tenker var klokt og som er med på å fremme kvaliteten i den virtuelle verden som fremvises. Om budsjettet hadde strukket enda lenger enn det gjorde, hadde jeg sterkt vurdert å bruke enda mer på disse kostymene, da jeg selv tenker utseende til karakterene i disse scenene kanskje kunne vært enda bedre gjennomført. Grunnen til at jeg nevner dette, er fordi jeg mener at kostymene i den virtuelle verden er det som står høyest i fokus for publikum i disse scenene. Om publikum ikke overbevises av kostymene umiddelbart, blir de heller ikke overbevist at verden rundt karakteren er noe bedre. Derfor ser jeg at kostyme, sammen med sminke, er en viktig prioritering i forhold til budsjettet i denne filmen, og helt klart ganske generelt i film som forsøker å overbevise et publikum om at deres fiktive verden fungerer.



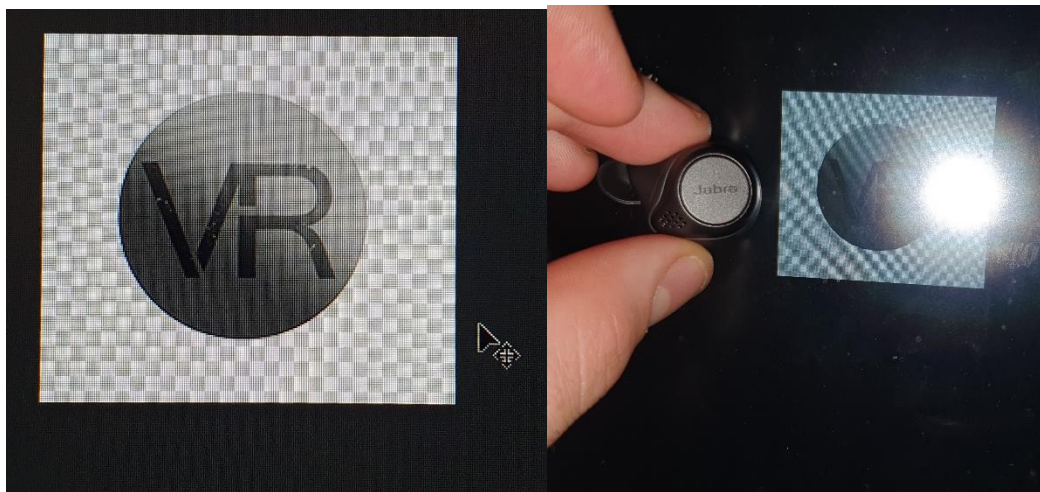
(Fig 14)

Når det gjaldt sminke til aktørene, ble det gjort en del innkjøp. Her ble kostnadene i tillegg noe dyrere på grunn av smittevern, fordi det var såpass viktig at man ikke brukte de samme kostene på de forskjellige aktørene uten å bytte ut eller grundig rense før gjenbruk. Men også her klarte produksjonen å spare penger, da jeg personlig er gode venner med en dyktig sminkør som tilbydde seg å låne og donere bort sminke. I tillegg til dette ga sminkøren oss et kurs med flere tips og triks som kunne brukes under produksjonen. Noe som har vært essensielt viktig for mye av estetikken i filmen, og gull verdt som viten til fremtidige produksjoner.

Jeg nevnte allerede at det ble spart mye penger på lokasjoner mye på grunn av stempelet som student, og at det i tillegg ble noen kostnader for to av lokasjonene. Det var dessverre ikke alltid slik at lokasjonene som ble valgt hadde alt som trengtes på plass. Til hyttelokasjonen ble det kjøpt et stort middagsbord og fire stoler på Finn.no, som måtte fraktes og plasseres i stua. Da dette var et mangfold som en ellers solid lokasjon hadde. Til grupperomlokasjonen på Masterspace, måtte det som tidligere nevnt kjøpes og lånes flere møbler og rekvisitter. Rekvisitter er enkelt og greit det man kaller vanlige ting, i teater eller film, en karakter skal bruke eller som bare er i bildet av en grunn. Ellers har vi vært ganske heldige med å finne lokasjoner som ikke behøvde så mye ekstra innkjøp av møbler. Det har vært mange kreative ideer og bruk av det som har vært til stede fra før av på flere av lokasjonene. I flere tilfeller forandret lokasjonene, og det vi fant på lokasjon, handlingen i scenene og dermed ofte store deler av handlingen i filmen. Alltid når man som kameramann og regissør ankommer og ser en mulig lokasjon som allerede har en form for forklaring i manus, handler det om å finne ut av hvordan denne lokasjonen kan fremme og fungere i fortellingen. Hvilke utsnitt man burde bruke, hva man burde skjule og hva man kan vise. Dette er noe jeg synes er utrolig spennende. Jeg elsker å improvisere på lokasjon, og jeg elsker å skape fiktive rom ut av rom som i virkeligheten ser helt annerledes ut. Og denne kreative evnen til å kunne se løsninger i tilsynelatende ikke-perfekte lokasjoner, har spart produksjonen og budsjettet en god del penger.

Det er enklere å frakte med seg rekvisitter til og fra lokasjoner enn å frakte møbler, men rekvisitter kan det fort bli mange av. Noen rekvisitter var enkle å få tak i til en billig penge. Som eksempelvis giftringer til karakterene Emma og Liam, som ble kjøpt til under hundre kroner. Her var det ikke viktig at detaljene i ringen skulle komme frem, men det var viktig at paret hadde synlig ring på fingeren, da dette nok en gang handler om overbevisning og kontinuitet i filmfortellingen. Flere små rekvisitter som dokumenter som måtte skrives ut, fruktskål, bursdagskrone og tut, mat og drikke til scener med synlig spising og drikking, var enkelt å fikse, men medførte kostnader. Andre ting som treningsbagger, fargestift, vinglass, glass, tallerkener, bestikk, etc. Var ting produksjonen fikk lånt gratis av oss selv eller bekjente. Merkelig, og heldigvis nok, var sverd og våpen til den virtuelle verden også på denne lista. Her hadde jeg sett for meg at det enten måtte til kreative løsninger for å skape egne våpen, eventuelt lage magiske krefter med visuelle effekter, eller at produksjonen måtte leie ved å bruke budsjettet. Lenge leve gode venner med særskilte interesser. De største rekvisitt-utfordringene lå i å finne våpen- og

VR-props, som skiller seg ut fra verdens realitet den dag i dag. *Innsikt* skulle være en film i sci-fi, thriller og drama sjanger, og fortellingen er tiltenkt i en ikke så fjern fremtid, uten at årstall nevnes. Til VR ville jeg bruke noe annet enn briller, slik dagens samfunn allerede tar i bruk. Og kom til slutt frem til den enkle, men likevel innovative ideen om å bruke ørepropper, som tilsynelatende aktiverer en virtuell realitet gjennom ørene, inn til hjernen og ut øynene (Fig 15). Rekvissiten som ble brukt var et par med trådløse musikk ørepropper, som jeg selv var eier av. I tillegg lagde jeg en VR-logo, som skulle trykkes på øreproppene (Fig 15). For å få til dette måtte logoen trykkes som klistermerker, og dette medførte nok en kostnad.



(Fig 15)

Til fremtidig sci-fi våpen var det en lang leteaksjon i fysiske og nettbaserte butikker, men det var veldig lite som virket aktuelt. Eller prisene for høye. Her måtte kreativiteten aktiveres nok en gang, og produksjonen måtte begynne å kikke på alt og ingenting som kunne gjøres om til våpen. Det første våpenet, som blir kalt nøytraliserings-apparatet, ble laget av en strømdrevet lighter (Fig 16), med bruk av hvit og svart spraymaling (Fig 17). Elektrosjokkvåpenet til Nona ble laget av en billig skjeggtrimmer, og svart spraymaling (Fig 18). Pistolen i slutten, ble laget av en luftpistol, sammen med svart og hvit spraymaling. Budsjettet kom nokså billig unna med nøytraliserings-apparatet og elektrosjokkvåpenet, men pistolen ble en noe større kostnad som ble kjøpt i hastverk ikke lenge før den skulle brukes til innspilling. Det skulle være to pistoler i bildet samtidig i en av scenene, dette løste vi ved å filme to statiske klipp på stativ med den samme pistolen i to forskjellige hender, for å så sette sammen til et klipp i etterarbeidet (Fig 19). Det fungerte, og det sparte en tusenlapp.



(Fig 16)



(Fig 17)



(Fig 18)



(Fig 19)

Etterarbeid

Etterarbeidsprosessen var en prosess som etter min mening ble undervurdert helt fra starten. Det var nok en oppgave som landet på meg, da jeg er den på gruppa med størst erfaring innenfor

klipping. Inni meg selv må jeg ha visst helt fra starten at tiden produksjonen originalt hadde satt av til etterarbeid, ikke ville være gjennomførbart. Men som jeg nevnte tidligere, er det veldig lett å bli blind på ambisjon. Planen var at etterarbeidet skulle starte sammen med produksjon, og at det skulle være to måneder med kun etterarbeid etter innspilling. Til sammen cirka tre måneder. Det er svært krevende både fysisk og psykisk, og skulle være hundre prosent ansvarlig for kameraføring, ansvarlig for regi og være produsent samtidig som man skal tenke på klipping. Jeg er veldig glad i å gjøre disse tingene, men hjernen behøver pauser for at den skal kunne fungere optimalt og for at kreativiteten kan blomstre på de oppgavene som må gjøres først. Etter at produksjonen innså at utsettelse på innlevering av prosjektet var helt nødvendig, valgte jeg å ikke sette i gang med etterarbeidet før mesteparten av innspillingen var ferdiggjort. Og dette ble ikke før september 2021.

Film- og lydmaterialer produksjonen hadde oppsamlet tok sju terrabyte med minneplass. Grunnen til dette er som mange kjenner til, at man ofte behøver å ha flere vinkler av den samme scenen, i tillegg må man ha flere opptak av de samme vinklene. Eksempelvis hvis en aktør glemmer en replikk, regissøren ikke er fornøyd med skuespill, noe går galt med en kameraføring, noe går galt med lyden, noe går galt med lyset, noe helt uforutsett kommer inn i bildet og ødelegger opptaket, eller så trenger man bare «en til for safety». Det er mye som kan skje når man spiller inn, og det var mye som skjedde. Enda en ulempe med å lage film på lavt budsjett er at man ikke har like mye kontroll over hva som dukker opp i bildet av mennesker eller uønskede lyder. Da produksjonen ikke har hatt økonomi til å stenge av lokasjoner for offentligheten, har løsningen vært å jobbe rundt det uforutsette. Dette kan være tidkrevende, svært frustrerende og det er ikke gunstig for en hvilken som helst produksjon. På den positive siden blir man utrolig fornøyd når man endelig får de uforstyrrede opptakene man lengter etter, og aktørene får øvd seg masse på de samme replikkene. Enda en ulempe er at filmteamet og aktørene blir trøtte og slitne, som kan føre til nedsatte prestasjoner foran og bak kamera.

Etterarbeidsprosessen var min oppgave, som skulle gjennomføres med mitt utstyr og på mitt kontor, også kjent som soverommet mitt. Med et såpass gigantisk og tidkrevende prosjekt liggende foran meg, visste jeg at jeg ville trenge å ha andre til stede for å holde motivasjonen oppe. Jeg fortalte de andre på gruppa at hvis dette skal gjennomføres, må det være noe vi gjør sammen. Selv om jeg har klippet, så har de andre kommet med ideer, nye synspunkt, kritikk,

motivasjon, og energi gjennom hele prosessen. Og dette har vært helt essensielt for ferdigstilling av endelig film. Siden etterarbeidsprosessen startet i september, har vi lagt av lange og korte dager, noen ganger fem dager i uka med ti timer lange dager. Det har krevd mye tid, og flere forskjellige utkast av filmen har blitt produsert. Fargekorrigering er det siste som ble gjort i etterarbeidet, og dette ble gjennomført i slutten av april 2022. For de som ikke vet, så er fargekorrigering når man gir litt mer liv til bildene som kommer rett fra kameraet, ved å korrigere fargene til å se «bedre» eller hvert fall annerledes ut. Dette kan innebære å øke kontrasten mellom subjekt og bakgrunn, øke metning på spesifikke eller alle farger, manipulering av farger for å skape en gjennomgående stil i filmen, etc. Jeg la også fort merke til under innspilling og tidlig i etterarbeidet, at det ville bli nødvendig med ekstern ekspertise. Andre folk som kunne hjelpe til med de delene av etterarbeidet som ikke stod sterkt i min CV.

Eksterne medskapere i etterarbeidet

De første eksterne medskapere produksjonen kontaktet, ble jeg personlig tipset om av en lokal filmkomponist her på Sørlandet som tidligere har jobbet på store prosjekter som den norske TV-serien *Okkupert* (2015) skapt av Karianne Lund, Jo Nesbø og Erik Skjoldbjærg, og flere utenlands film og TV-serie prosjekter. Jeg gjorde et oppdrag for denne komponisten, og vi fikk pratet en del sammen. Etter at jeg forklarte litt om filmprosjektet jeg holdt på med, ønsket han å hjelpe ved å finne noen musikere som var flinke, sjangeraktuelle og som ønsket å jobbe for erfaringen. Etter noen dager sendte han navnet på to studenter han selv mente hadde vist stort løfte, og ønsket å høre fra meg hvordan det gikk, om produksjonen vår bestemte å bruke dem. Da produksjonen sendte melding til studentene, la jeg til navnet på hvem anbefalingen kom fra, og de var begge to svært ivrige på å takke ja til muligheten. Hvor jeg mistenker at navnet til filmkomponisten, gjorde at musikerne hadde noen å imponere. Selv sa han til meg at om de gjorde en god jobb, skulle han vurdere å bruke dem i fremtidige prosjekter. Det at vår produksjon ble en plattform for å imponere og komme seg videre i musikk- og filmindustrien, er akkurat det jeg ønsket meg da jeg bestemte meg for å lage en spillefilm som masterprosjekt. Jeg passet på å grundig forklare at det ikke ville være et godt betalt oppdrag de tok på seg, men at de skulle få en symbolsk liten sum for det store arbeidet. Og mye arbeid ville det bli. I tillegg til erfaring i profesjonell setting, eksponering på filmfestivaler og forhåpentligvis på strømmetjenester en vakker dag. Det var selvsagt en bekymring å skulle legge musikken i hendene på noen som var såpass ferske i filmmusikkverden, men denne produksjonen har i stor grad handlet om å gi

sjanser til de skjulte talentene som finnes her på Sørlandet. Det er en lokal produksjon brygget på lokale talenter, og dette er noe jeg kjenner gjør meg glad og stolt å være en så stor del av. Produksjonen til Innsikt har skapt enorme mengder med kreativ drivkraft hos flere mennesker. Det er utrolig deilig å se folk engasjere seg og jobbe sammen for å realisere en ide, du selv skrev ned i notatapplikasjonen din for fire år siden.

Musikerne hadde noen kontakter i studentmiljøet som også var ivrig på litt erfaring innenfor lyddesign i film. Dette innebærer å passe på alle lydnivåene på dialog, musikk, lydeffekter, bakgrunns støy, etc. Passe på at all dialog høres klart og tydelig. Akkurat som en filmfil som kommer rett fra kamera skal farge korrigeres, må en lydfil som kommer rett fra lydopptakeren også bearbeides. Om man ønsker å øke kvaliteten enda litt mer til ferdig produkt. En lyddesigner var noe jeg selv tenkte at filmen sårt trengte, men jeg var svært usikker på om det var noen som ville gjøre dette for nok en veldig symbolsk sum. Heldigvis hadde produksjonen bygget nettverket sitt enda litt bredere med musikerne som ble ansatt, og en lyddesigner falt rett i fanget vårt. Over et år tidligere hadde jeg faktisk kontaktet en filmkomponist og lyddesigner som jeg hadde jobbet sammen med på et par prosjekter. Han var interessert i å jobbe sammen igjen, men da jeg spurte hvilken pris han kunne gjøre det for, fikk jeg som svar pluss minus 100 000 kroner. Det lente seg mer på pluss siden enn den motsatte. Ergo, så har produksjonen spart budsjettet for veldig store pengesummer, ved å bruke studenter som ønsker å bygge et rykte for seg selv. Og som alle deler ønsket om å bli hørt og sett i den tøffe filmbransjen.

Siste eksterne medskaper var en veldig viktig del i ferdigstillingen av filmen. Og her la produksjonen av litt ekstra penger for arbeidet, da det ville bli tidkrevende på kort tid for den som tok på seg ansvaret. Planen var alltid å lage en sci-fi film, som ikke skulle behøve masse avanserte spesial-effekter, og det har vi gjort, men da jeg klippet sammen første utkast av filmen, oppdaget jeg umiddelbart at jeg trengte hjelp. Jeg ønsket ikke å lære meg VFX for første gang, også bruke nybegynner-effekter i en spillefilm. Filmen behøvde en ny medspiller som hadde erfaring fra før, men igjen ikke for mye erfaring, fordi da ville det bli kostbart. Her måtte produksjonen nok en gang oppsøke det lokale nettverket. Det ble lagt ut annonser på regionale filmproduksjonsgrupper, og på sosiale medier, men dessverre uten noe hell. Veilederne våre visste om et par navn, men dette var rutinerne spillere i bransjen som neppe ville gjort arbeidet for summen produksjonen vår kunne betale, trodde vi. Til slutt ble det sendt en melding til en

lokal filmskaper som flere på gruppa vår hadde jobbet med tidligere, hvor vi forhørte oss om han hadde kjennskap til noen som kunne bistå filmen vår med VFX til prisen som hadde blitt lagt av. Han ga oss et navn, og *Innsikt* fikk offisielt et nytt navn i rulleteksten. VFX-artisten vi hadde ansatt begynte på arbeidet, men opplevde en del tøffe ting i privatlivet som gjorde at han ikke maktet å fullføre. Jeg fikk en melding en måned før premieredatoen, om at han ikke hadde overskudd til å gjennomføre arbeidet, men at han skulle gi oss det han hadde gjort så langt, helt gratis. De sier at en filmskappingsprosess i hovedsak bare er å løse problem etter problem, og her kjente jeg at viljen til å fortsette problemløsningen, begynte å føles noe poengløst. Det var allerede et mirakel at produksjonen klarte å finne en VFX-artist som kunne ta på seg oppdraget til summen budsjettet tillot oss å betale, men nå hadde vi enda dårligere tid. Jeg innkalte til et krisemøte dagen etter jeg hadde fått denne beskjeden, og istedenfor å gi opp, begynte vi å oppsøke nye VFX-artister både lokalt og nasjonalt. Samme kvelden fikk jeg en melding fra den lokale bedriften AmodeiVisual, de hadde lest posten vår på Facebook, og ønsket å bistå. Dagen etter arrangerte vi et møte, hvor vi fremviste hva vi trengte, og ballen var nok engang i bevegelse. I retrospekt mistenker jeg at det hele var hell i uhell, da AmodeiVisual er en profesjonell bedrift som faktisk har aktive kontortider hvor de jobber for å nå frister. Privatpersoner som er frilansere, har fort en tendens til å utsette en del, har jeg erfart i denne produksjonen og tidligere produksjoner. Kanskje fordi de ikke har dedikerte tider på døgnet som de setter av til å jobbe, og sjonglerer andre jobber i tillegg til sosialt liv på siden. Dette gjelder på ingen måte alle frilansere, det er bare en generell tolkning jeg selv sitter med ut ifra mine erfaringer. Større bedrifter har også en tendens til å utsette, men jeg mistenker at de ofte er hakket mer disiplinært, da de jobber i lag og ikke på egenhånd.

Visning

I starten hadde produksjonen et stort ønske om å få til premierevisningen av *Innsikt* på Fønix, den største kinoen i Kristiansand. Dette var dessverre et ønske som manglet kunnskap. Da jeg kontaktet Kino Sør fikk jeg dette som svar:

«Skal dere ha visning hos oss, innebærer det at vi må kutte i visninger av ordinære filmer i kinodistribusjon som i utgangspunktet ikke er ønskelig. For å ha plass til minimum 100 stykker må dere leie sal 1 som er veldig stor, så det blir fort kostbart.»

Planen var å fortelle dem at denne spillefilmen var brygget på lokale talenter som har lagt inn mange timer med gratis arbeid. Hvor mange har kommet sammen for å realisere en felles drøm om å lage og spille i en langfilm. Så planen var altså å spille patos-kortet. Men Kino Sør er en bedrift som trenger at ting går rundt, og det har jeg full forståelse for. Heldigvis har Kristiansand enda et eksepsjonelt visningssted for kinofilmer, som heter Aladdin, også kjent som Cinemateket. Aladdin har to veldig flotte kinosaler som er til utleie, og som ikke er like kostbare som Kino Sør. Da Aladdin ikke har like mange faste visninger i uken. Den første salen heter Aladdin Blå, har plass til 172 seere og et svært ti meter bredt lerret. Andre sal heter Aladdin Rød, har plass til 82 seere og har et noe mindre lerret enn i blå sal. Produksjonen ønsker å leie Blå sal, da vi håper på å få inn hvert fall hundre seere. I tillegg så høres ikke et ti meter bredt lerret så galt ut heller spør du meg, til premieren av vårt snart to år gamle barn. Planen er også å få samkjørt premierevisningen sammen med sensorvisningen, da jeg ønsker at sensorene skal kjenne på energien som er i luften under premieren. Aktørene som ser hele fortellingen for første gang, familie og venner som endelig får se hva vi har holdt på med de siste to årene, og alle de overraskende reaksjonene over nivået filmen har klart å oppnå med såpass lavt budsjett. Nok en fordel med å samkjøre premiere- og sensorvisning, er at Universitetet har sagt seg villig til å betale visningssummen til Aladdin for oss, en gang. Og er det en ting denne produksjonen setter stor pris på, så er det å spare budsjettet for pengebruk.

Mikrobudsjett + Science Fiction

Når jeg nevner filmideen vår til andre mennesker, at det er en filmfortelling med en tidsmaskin i science-fiction sjanger, spør nesten utelukkende to av tre «om det vil være masse spesial-effekter i filmen da?». Jeg skjønner hvorfor dette spørsmålet dukker opp, da de fleste filmer med dette sjangerfeste ofte bruker en del effekter. Planen vår var egentlig å unngå bruken av VFX, av litt forskjellige grunner. For det første visste jeg at det ikke var et felt jeg mestret, det ville kreve ekstern hjelp utenfor produksjonen, og det ville mest sannsynlig koste penger. I tillegg er jeg veldig inspirert av en annen science-fiction film med tidsreisetema, som heter *Primer* (2004) regissert av Shane Carruth. *Primer* hadde et mikrobudsjett på estimert 7000 USD, bruker ikke visuelle effekter, og har en kompleks og tilsynelatende vitenskapelig tolkning av hvordan tidsreise fungerer (IMDB, 2004). Tidsmaskinen bygger de selv, og den bærer preg av en hjemmelaget lavbudsjettestetikk, noe som er med på å videreføre troverdigheten i universet de skaper. Shane Carruth sitt mikrobudsjetts tidsreisemesterverk bæres i stor grad av karakterene og

dialogens troverdighet, og opprinnelig ønsket jeg det samme for *Innsikt*. I filmfortellingen vår skaper vi et univers hvor noen av reglene for hva som er mulig i vår verden, forandres. Disse reglens troverdighet fremføres av karakterene, gjennom dialogen og ikke minst reaksjonene på informasjonen som utdeles. Selv om vi ønsket å unngå bruken av VFX, oppdaget vi under innspillingen og i etterarbeidet, at det ble nødvendig likevel. Jeg undres til tider over om vi kunne planlagt bedre i forkant av innspillingene som fikk en «vi løser det i post» mentalitet. Arbeidet jeg selv hadde tatt over meg ble til tider svært overveldende, og når man har muligheten til å utsette en av mange problemer til etterarbeidet, blir dette en kjent løsning som ofte brukes i filmindustrien. Når det er sagt, hadde jeg svært god tro på løsningene produksjonen tok, med unntak av et svært lite gjennomtenkt green-screen arbeid i sluttscenen. Grunnet dårlig planlegging og mangel på kompetanse, ble cirka ett minutt til sammen av sluttscenen nødt til å rotoskopes. Det vil si at karakterene måtte klippes ut fra bakgrunnen bilde for bilde, da green-screen ikke gjorde jobben sin, grunnet ujevn lyssetting under innspillingen. Hvert sekund med film inneholder 25 bilder, som vil si at det er en svært tidkrevende prosess å fikse opp i. Dette var svært hektiske innspillinger som foregikk over to dager, med mye å tenke på. Filmteamet planla, gjorde klar lokasjonen, satt opp utstyr, lyssatt, sminket, regisserte, spilte inn, og løste problemer i nesten 12 timer i strekk hver av disse to dagene. Seks forskjellige aktører som krevde oppmerksomhet, en uventilert lokasjon som opparbeidet svette og stress, og aktører som synlig var slitne og ville hjem. Samtidig måtte jeg fokusere hjernen min på filmens helhetlige bilde, og passe på at vi fikk alle bildene fortellingen krevde. Dette var de tøffeste innspillingsdagene jeg har vært med på før, men jeg overlevde. Produksjonen fikk som sagt etter hvert ekstra tilskudd innvilget fra Cultiva Ekspress, og dermed kunne bildene vi fikk denne dagen reddes til tross for dårlig green-screen arbeid. Heldigvis lærer man av sine feil, om man er villig til å innrømme at man har feilet.

De visuelle effektene vi bruker i *Innsikt* har viktige funksjoner som aktivt jobber for å underbygge universets troverdighet. Maskinen vil jeg si projiserer mystikk og mørke, den bærer preg av vitenskap, men også noe levende, nesten som om den er en egen karakter i fortellingen. Resten av de visuelle effektene vi bruker er der for å skape et bilde av en fremtidig verden som har gjort noen teknologiske fremskritt. Små innovative tekniske løsninger som stadig underbygger troverdighet. Filmen nevner bevisst aldri hvilket årstall vi er i, men teknologien vi får se er en pekepinn på at det skal være fremtidsbasert. Da jeg oppdaget at vi ble nødt til å bruke

en VFX-artist på filmen vår, var fortsatt målet å skape minst mulig arbeid for den som kom til å ta på seg arbeidet. For å oppnå dette, var det viktig å tenke på kamerabevegelsene jeg brukte på de bildene jeg visste ville trenge noe ekstra. Derfor er de fleste VFX-bildene enten statisk eller preget av rolige tilter eller panoreringer til en side, da dette vil resultere i mindre sporingsarbeid. Mindre arbeid, betyr mindre å betale, og slikt var det viktig for vår mikrobudsjettsproduksjon å tenke til enhver tid. Til slutt ble VFX-artisten den høyst betalte spilleren i hele produksjon og post-produksjonen av *Innsikt*, med et noe rabatterert honorar på 10 000 kroner inkludert merverdiavgift.

Filmens liv (Del 4)

Alle filmer lever et liv etter ferdigstilling, om det er månedsvis med tilskuerfylte visninger i kinosaler over hele verden, eller om det er å ligge i et mørkt lager på en harddisk å samle støv, så vil filmen leve et liv. I dette kapitlet ønsker jeg kort å kikke på og drøfte reisen en film kan oppleve i dagens konkurransedyktige digitaliserte marked, og i tillegg sammenligne reisen til en lavbudsjettfilm kontra høybudsjett. Jeg ønsker selv at filmen vår skal få et godt liv etter at den er ferdigstilt, men jeg mistenker at den har en tøff reise foran seg.

Hva er en god film?

«Film blir ofte beskrevet som et møte mellom ulike kunstarter, som musikk, skuespill og fotografi. Samtidig finnes det noe som film og bare film kan gjøre, og opplevelser som bare film kan gi oss, noe vi kan betegne som genuint filmatisk.» (Gjelsvik, 2013, s. 18)

Film er et medium jeg elsker, nettopp fordi det er en såpass stor sammensetning av flere forskjellige kunstarter, men på en og samme tid blir det sin helt egne kunstform. Man kan bruke film til å vise frem andre kunster, og man kan bruke andre kunster til å utvikle filmkunst. I tillegg er filmen noe som aldri kan perfektioneres, fordi den alltid vil bli mottatt subjektivt av tilskueren. Det vil si at som filmskaper, har man alltid rom til å forbedre seg og utforske nye veier og valg i filmskappingsprosessen, som gjør at ingen dager på jobb er like. I tillegg får man jobbet i lag sammen med store grupper mennesker som puster og peser kunstneriske og tekniske løsninger dagen lang. Egentlig er det ganske utrolig at filmens regissør ofte får nesten all æren fra publikum, for skapelsen av en film. Rulleteksten lister opp hundrevis av mennesker som har hjulpet en film bli det den er, men likevel får en eller to mennesker stempelet som skaperne. Ofte er det faktisk ikke regissøren som har skrevet ideen til filmfortellingen, slik var tilfellet med både Tolkiens bok og *Vertigo* (1958) regissert av Alfred Hitchcock, likevel blir regissøren nesten alltid betraktet som kunstneren bak filmen (Gjelsvik, 2013, s. 19). «Hva er en god film?», er et spørsmål som ikke bare varierer hos hvem man spør, men også når man spør og hva man spør etter (Gjelsvik, 2013, s. 38). Et menneskes bevissthet, tanker og meninger er noe som stadig forandrer seg. Da jeg var ti år yngre enn det jeg er nå, forgudet jeg en rekke filmer som jeg den dag i dag, nesten ikke liker lengre. Vår persepsjon av verden og verdens kunst er stadig på en reise, og den påvirkes kontinuerlig av miljøet vi lever i, læren vi tar inn og opplevelsene vi gjennomgår som konstant former oss til nye mennesker. En film som lages i vår nåtid kan

neglisjeres og oppnå nesten ingen oppmerksomhet fra verdens befolkning, men plutselig om femti år kan den samme filmen bli oppdaget på ny, og vokse til å bli en kultklassiker. Det samme med filmer som blir store i sin samtid, kan plutselig føles gamle eller glemmes helt bort i fremtiden (Gjelsvik, 2013, s. 19).

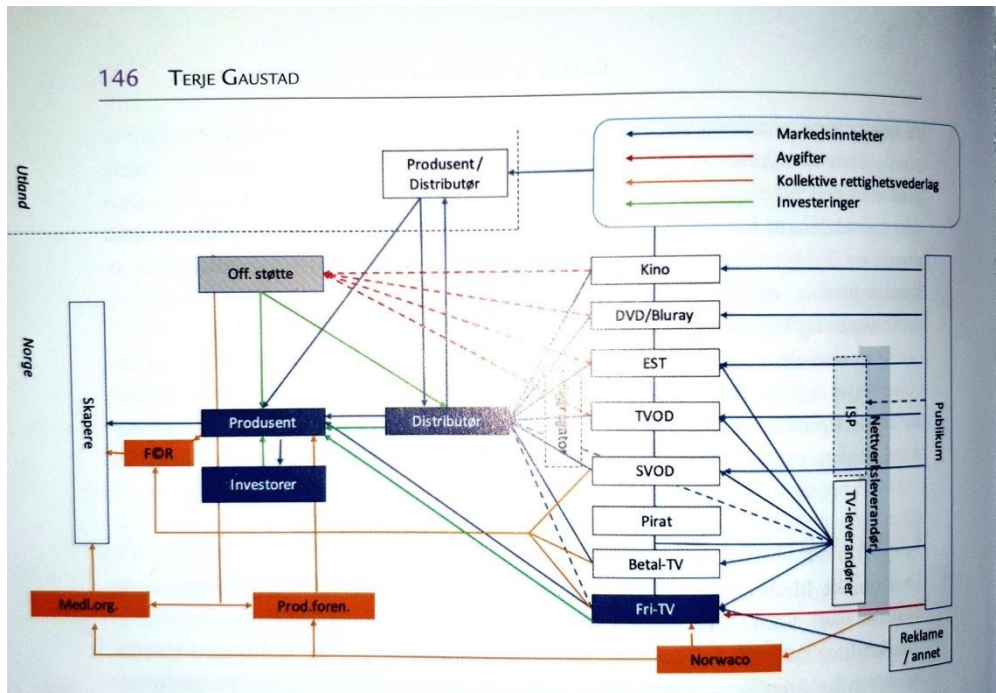
De fleste som ser på film, er nok ikke særlig opptatt av kamerabevegelser eller nye måter å fortelle filmatisk på. Det viktigste for den generelle seeren av filmen, er menneskene (Gjelsvik, 2013, s. 68). Mennesker som møter problemstillinger i livene sine som vi selv kanskje identifiserer oss med. Mennesker som opplever sterke følelser og indre tanker, som vi selv har følt og kjent på. Identifikasjon, eller karakterengasjement som den britiske filmteoretikeren Murray Smith omtaler det, er kjernen til tilskuerens forhold til film (Gjelsvik, 2013, s. 73). Om man ikke klarer å identifisere seg med en karakter i filmfortellingen, blir sjansene mindre for at filmen klarer å engasjere seeren, spesielt om filmen er karakter- og handlingsbasert (Gjelsvik, 2013, s. 73). Jeg synes det er utrolig morsomt og fascinerende hvordan vi mennesker alltid, kanskje noe underbevisst, søker oss selv gjennom kunsten og gjennom andre mennesker, men det er jo også ganske forståelig. Jeg vet jo i bunn og grunn egentlig best hvordan hjernen og sinnet mitt operer. Jeg kan aldri si sikkert hvordan en annen person tenker og føler, men gjennom filmen kan jeg trekke likheter og ulikheter hos andre mennesker og meg selv. En av kunstens mange oppgaver er jo å forene menneskers forståelse av livet, av sine egne liv, livene til de rundt oss, og det forente livet vi alle deler sammen.

Når man stiller seg selv spørsmålet «hva er en god film?», må flere ting vurderes som; skuespillerprestasjoner, regi, manus, musikkvalg, lydbildet, verdiene, og kvaliteten filmen opparbeider. I tillegg må man skille filmene som betraktes som kunst og de som betraktes som underholdning (Gjelsvik, 2013, s. 19). Jeg ville likevel argumentert for at all film egentlig burde betraktes som kunst, selv superhelt-filmer laget på hundre-millioners-budsjett er kunst. Fokuset til skaperne av høybudsjettsfilmer ligger nok i å holde oppmerksomhet og underholde tilskueren, da de fort er noe herdet av ideen om at filmens formål først og fremst er å skape profitt. Og jeg er enig i at profitt ikke burde være drivet man har til å skape kunst, kunsten burde stamme fra hjertet, og fra et ønske om å forene og hjelpe andre mennesker se hva du selv som kunster har sett. Men, jeg mener også at kunst kan defineres som å skape noe konkret ut ifra noe abstrakt, som for eksempel en film ut ifra en ide. Å starte med ingenting, ta tak i en ide fra løse luften,

skrive den ned, tenke på hva du vil skape, hvilket verktøy skal du skape med, og skap. Dette er kunst i mine øyne, og det føles ut som magi, kanskje fordi det er magi. «Hva er en god film?», jeg tror ikke det finnes noen fasit på dette spørsmålet. Vi er alle annerledes, og vi er alle annerledes igjen om 1 eller 5 eller 10 år, så hvorfor skal vi stemple noen filmer som bedre enn andre. Man burde heller bare sette pris på de filmene man liker akkurat nå, og ikke generalisere hvilke filmer man skal like resten av livet.

Tilgjengelighet og synlighet

For at mennesker i det hele tatt skal kunne lage seg en mening om en film, må de først og fremst få muligheten til å se filmen. For å kunne se en film, må du først vite at den eksisterer, ergo den må synliggjøres et sted du retter oppmerksomheten din i ditt daglige liv. Dette går under markedsføringsdelen. Når filmen har blitt synliggjort, må den bli gjort tilgjengelig, og man må vite hvilke kanaler den er tilgjengelig på, om man skal kunne se filmen. Den digitale verden har hatt stor betydning for hvordan vi markedsfører filmen, sosiale medier har helt klart gjort det enklere å skape oppmerksomhet rundt en film, men det har i tillegg gjort det vanskeligere å kontrollere hva som formidles (Gran & Olsen, 2021, s. 148). Da sosiale medier består av flere personifiserte plattformer, hvor hvem som helst kan dele ærlige eller uærlige meninger om alt og ingenting. Og dårlige publikumsreaksjoner kan spre seg nærmest globalt over natta. Dermed er det utrolig viktig for distributørene å forsøke å treffe målgruppen til filmen først, for at de første publikumsreaksjonene skal bli positive, og slik at de som sannsynligvis vil like filmen får sett den, uten at de først herdes av de negative reaksjonene til andre som ikke er i målgruppen (Gran & Olsen, 2021, s. 148). Publikumsmarkedet er den viktigste målgruppen å nå ut til, men det er også dette markedet som krever de største ressursene å nå frem til. Om distributørene skulle lykkes i å skape oppmerksomhet og etterspørsel blant publikum, vil filmen være langt mer interessant for visningskanalene (Gran & Olsen, 2021, s. 148).



(Fig 20 (Gran & Olsen, 2021, s. 146))

Her ser vi en liten oversikt over verdisystemet i norsk filmbransje (Fig 20). Jeg ønsker å fokusere på visningskanalene som er listet opp til høyre for distributør. Disse forklarer alle de forskjellige markedskanalene som gir publikum direkte tilgang til visning av filmen. Her kan vi grovt dele visningsleddene inn i to kategorier; kino og hjemmevideokanaler (Gran & Olsen, 2021, s. 148). Først og fremst ønsker man som regel å vise filmen sin på kino. Til tross for det digitale markedet og de utallige strømmetjenestene som tillater oss å se så mye film vi bare ønsker i våre egne hjem, er vi fortsatt svært glade i å gå på kino. Personlig synes jeg kino er noe helt unikt, og det skaper en god følelse inni meg som kun atmosfæren i en kinosal klarer å gjenskape. Filmene kan derimot ikke bli værende på kino for alltid, da det ikke ville vært økonomisk gunstig, i tillegg til at det stadig kommer nye filmer som skal vises, og kinovisninger opererer med faste tidspunkt. Dermed reiser filmen videre til hjemmevideomarkedet. Før i tiden ville neste ledd vært videosjapper og DVD/Blu-ray markedet, men siden strømmetjenestenes oppgang, har disse fysiske diskene mistet sin praktikalitet. Det som skiller strømmetjenestene fra de gamle videobutikkene og innkjøp av fysiske DVD-plater, er at «hylleplassen» aldri går tom (Gran & Olsen, 2021, s. 148). Alle filmene ligger på internett, og trenger ikke lenger å ta opp plass i hjemmet. Selv om det helt klart hadde sin sjarm det og, men heldigvis kan man fortsatt få tak i DVD og Blu-ray om man fortsatt ønsker det. Etter kinoen blir som regel filmen tilgjengelig som

digitale kjøpe- og leievideotjenester (EST/TVOD), som vil si at man betaler en spesifikk sum kun for å se en film, og man kan kjøpe filmen på nett, eller leie den i en gitt tidsperiode (Gran & Olsen, 2021, s. 148). Deretter kan filmen bli tilgjengelig hos strømmetjenester som er abonnementsbaserte (SVOD), og det vil si at man har tilgang til en stor rekke filmer og TV-serier til en satt månedspris. I tillegg har vi fortsatt betal- og fri-TV-kanaler, som helt klart ikke er like populært som det en gang var før strømmetjenestenes tid. Og til slutt må det nevnes at det finnes forskjellige pirattjenester der ute, hvor det finnes tilgang på filmer og TV-serier helt gratis. Det er ulovlig å laste ned eller strøme fra disse kanalene, men det representerer likevel en markeds kanal i verdisystemet, som blir brukt (Gran & Olsen, 2021, s. 148).

Spørsmålet jeg stiller meg selv nå er: «Hvordan skal *Innsikt* bli synlig og tilgjengelig for et større publikum?». Generelt er tilbudet av norsk film ganske begrenset på de globale strømmetjenestene som er mest populære. Man konkurrerer mot et helt hav av høybudsjettsfilmer med eksklusive lisensavtaler, som gjør at tilbudet blir fragmentert mellom tjenestene. Mangel på algoritmisk tilgjengelighet gjør i tillegg at filmen din fort kan bli vanskelig å oppdage, da det finnes mange flere filmer hos en strømmetjeneste enn det man eksponeres for på forsiden (Gran & Olsen, 2021, s. 158). *Innsikt* er en kunstfilm skapt på mikrobudsjett, så den vil neppe bli tatt imot med åpne armer fra kinoene. Det vi kan håpe på, er at filmen blir populær blant publikumet vi får vist den til, og at ordet sprer seg til de riktige folkene. Samtidig må vi forsøke å få den distribuert ut til forskjellige visningssteder, sannsynligvis foruten noen av visningskanalene oppgitt i den norske filmbransjens verdisystem, men heller satse på lokale kultursteder som en startstrek. Deretter prøve å få filmen inn på filmfestivaler for å øke synligheten nasjonalt, og kanskje til og med internasjonalt.

Planen for *Innsikt*

Jeg vet at det er urealistisk å forvente at en film med norsk tale, som er brygget på et mikrobudsjett, skal klare å oppnå særlig stor suksess på global skala. Det er kanskje til og med urealistisk å forvente at den vil oppnå særlig store seertall her i Norge. Vi lever i et svært konkurransedyktig samfunn, som inneholder tilsynelatende uendelig med valg av filmer og serier man kan kikke på. Produksjonen vår har ingen penger igjen i budsjettet, til å betale for å markedsføre og synliggjøre filmen vår, slik at flest mulig mennesker kan få vite at den eksisterer. Det finnes uten tvil mange utrolig gode filmer i denne verden, som nesten ingen har sett, nettopp

fordi det er kostbart å gjøre filmen sin tilgjengelig. Og selv om man har råd til å gjøre den tilgjengelig, er det fortsatt ingen garanti at forbrukerne vil velge å se filmen din. Det er jo så mange valg, og det tar tid å se en hel spillefilm.

Planen vår for *Innsikt* videre er først og fremst en lokal premiere på Cinemateket i Kristiansand, også kjent som Aladdin. Med hjelp fra Universitetet har vi leiet kinosal med plass til 172 tilskuere, den 21. mai. Visningen er åpen for alle som vil se, men først og fremst har vi prioritert å sende billetter til alle som har vært involvert i skapelsen og alle som har donert penger til Spleisen vår. Dette vil bli en dag for feiring, sammen med familie, venner og alle som har samarbeidet for å sikre gjennomførelsen av *Innsikt*. I tillegg vil det bli en mulighet for å invitere andre filmskapere her i byen, for å vise frem hvem vi er og arbeidet vi har gjort, og forhåpentligvis kan dette være billetten som sender oss dypere inn i filmindustrien. Etter filmvisningen er gjennomført, sitter vi igjen med en spillefilm, men likevel uten budsjett. Planen blir da å oppsøke filmfestivaler. Det kan koste litt penger å melde på filmen sin til flere forskjellige festivaler, men det er ikke veldig dyrt. Produksjonen sitter igjen med en del scenografi og kostymer, som vi planlegger å selge videre, slik at vi kan dekke kostnadene for påmelding. Problemet er at selv om man melder filmen sin på en filmfestival, er det ingen garanti for at filmen vil bli vist på festivalen. Den må i tillegg bli nominert av et dommerpanel, og man konkurrerer sannsynligvis imot flere andre filmskapere som har undergått sin egen reise og prosess. Grunnen til at jeg ønsker å vise filmen på filmfestivaler, er først og fremst fordi det er en arena som dyrker filmen som kunst. Menneskene som drar på filmfestivaler er ofte folk som genuint har kjærlighet for filmen som medium, og som forstår og setter pris på hvor krevende og magisk en filmprosess faktisk er. I tillegg er det en arena som kan gi filmen vår synlighet, det er en arena som skaper nettverksmuligheter og muligens fremtidige kollaborasjoner med andre filmskapere på nasjonal eller til og med internasjonal basis. Skulle man vært så heldig at man vant en pris eller to, ville dette vært et kvalitetsstempel man kunne lagt på filmcoveret, og som høyt sannsynlig vil imponere et større publikumsmarked. Vinner man priser, vil det fort bli lettere å distribuere filmen til ulike visningskanaler, og da kan det være at filmen muligens begynner å generere profitt. Intensjonen min var aldri å tjene penger på *Innsikt*, men det betyr ikke at jeg ikke ønsker at filmen skal oppnå profitt. Skulle vi vært så heldige å få muligheten til å selge filmen til en strømmetjeneste, betyr jo dette større synlighet og tilgjengelighet. *Innsikt* er en fortelling som kritiserer den teknologiske verdens syn på å forenkle valgene vi tar i vårt daglige

liv, og som påpeker hvor viktig det er å ta valg, selv om man ikke vet hva som vil forekomme. Menneskeheten kan ikke gro om vi alle går samme vei. Jeg synes dette er en viktig tematikk, som jeg ønsker å dele med de som trenger å høre det, og derfor ønsker jeg helt klart at filmen vår skal bli sett av så mange som mulig. Likevel er det kun tiden som vil avdekke fremtiden til *Innsikt*. Kanskje blir det en kultklassiker om femti år.

Konklusjon

Jeg kom i en samtale sammen med en gatekunstner her om dagen, som spesialiserte seg i spraymaling. Han fortalte meg at da han begynte å male, hadde han kun sju forskjellige fargepalletter å velge mellom. Nå den dag i dag har han tilgang på alle fargepallettene man skal kunne ønske seg, men han fortalte meg at han savnet begrensningene han en gang pleide å ha. Hvorfor det, spurte jeg. Svaret var at han savnet begrensningene fordi det ga ham inspirasjon til å være kreativ med det han hadde, samtidig som hvert prosjekt ble en personlig utfordring. Det var også mye lettere å velge farger, da det ikke var så mange å velge mellom som det er den dag i dag.

På samme måte som denne gatekunstnerens tidligere stadiet, har spillefilmproduksjonen vår opplevd store begrensninger i den kunstneriske valgfriheten til å fortelle en filmfortelling. I denne masteroppgaven har jeg forsøkt å forske på om disse økonomiske begrensningene, også har bidratt til kunstneriske gevinster i produksjonen av vår spillefilm. For å svare på forskningsspørsmålet jeg har lagt fram, har det vært essensielt for meg å forstå budsjettets funksjon i filmindustrien, samt i min egen kunstneriske prosess. Jeg har lært at kvalitetsfilm ikke nødvendigvis er synonymt med millionbudsjett, da det finnes flere mikro- og lavbudsjettsfilmer som har oppnådd massiv suksess i billettluke og blant publikum på verdensbasis. Derimot har jeg i tillegg lært at høybudsjettsfilmene eksklusivt er de filmene som desidert tjener høyest profitt, ikke alltid i forhold til budsjett og inntjening, men likevel de største summene. Dette kommer også av at et høyt budsjett i seg selv, er et stempel som gjør at man kan selge filmen sin for enda mer penger. Mikrobudsjettsfilmer som oppnår stor økonomisk suksess, begynner i tillegg å bli et sjeldnere fenomen enn det det var før, grunnet at de produseres i mye høyere grad den dag i dag. Dette betyr derimot ikke at mikrobudsjettsfilmer ikke kan være filmer preget av filmatisk kvalitet, det betyr egentlig bare at slike filmer ikke er gunstige for produsenter og distributører å markedsføre, da det er høyere risiko for å tape penger ved visning. Tilsynelatende har filmer med gigantiske markedsføringsbudsjett blitt synonymt med filmer av kvalitet på internasjonal basis, men egentlig er det bare filmer som flest mulig typisk ønsker å se på kino, som superhelt filmer. Disse filmene har større underholdningsverdi, enn det de har kunstnerisk verdi, selv om all film etter min mening burde defineres som kunst.

Produksjonen av *Innsikt* hadde definitivt vært enklere å gjennomføre, om det hadde vært et større budsjett involvert. Vi kunne ansatt et større filmteam, og fordelt arbeidsoppgavene jevnt utover flere enn bare fire stykker. Vi kunne potensielt betalt oss selv og nøkkelaktørene under innspillingen, som ville økt vår status som filmskaper og holdningen aktørene fremviste fremfor oss under innspilling og planlegging. Det ville vært mer tid til å fokusere på det kunstneriske, foran det administrative. Valgfriheten ovenfor kostymer, sminke, lokasjoner, filmutstyr, profesjonelle aktører, og profesjonelle teknikere, ville vært langt mye bredere. Så er spørsmålet: Hvilke kunstneriske gevinster gir et lavt budsjett i produksjonen av en spillefilm? Svaret jeg har kommet frem til er flere ting. Jeg er en filmskaper, men jeg har aldri før begitt meg ut på en slik reise. Vi har laget en spillefilm med en startkapital på 0 kroner, og jeg har gjennomført syv forskjellige essensielle roller i denne produksjonen. I produksjonen har jeg lært mer om filmskappingsprosessen enn noensinne før i min karriere, og produktet i seg selv er et symbol på denne læringskurven. Begrensningene i valgfriheten det lave budsjettet har gitt oss, har også hjulpet oss ta de valgene vi har tatt. Hele denne prosessen har vært en lærepenge i hvordan man skal håndtere og skape, ut ifra det man har tilgjengelig. De kunstneriske gevinstene ligger i stor grad i prosessens evige strøm av problemer som måtte løses, hvor hvert problem var en dyrebar lærepenge for fremtiden. Gevinstene ligger i alle amatørskuespillerne som har fått muligheten til å være med på en spillefilmproduksjon, de kanskje ellers ikke ville blitt hyret til, om budsjettet hadde vært høyere. Og ikke minst ligger gevinstene i det overveldende samarbeidet og engasjementet denne filmen har skapt i lokalmiljøet her i Kristiansand. Engasjementet til menneskene som donerte penger gjennom Crowdfunding-kampanjen vår, ga oss muligheten til å realisere denne filmen, men det ga oss i tillegg en bekreftelse på at dette er en film folk vil se. Jeg har tro på filmfortellingen vår, og jeg har tro på at budsjettet vi ble nødt til å forholde oss til, var budsjettet denne filmen skulle bli skapt på. Og jeg gleder meg til å se hvilket liv den skal leve.

Etter denne 21 måneders lange filmprosessen, føler jeg meg klar til å skape hva som helst. Denne prosessen har drastisk økt selvtilliten min som filmskaper, og jeg føler meg klar for en hvilken som helst filmutfordring som skulle komme min vei. Jeg vet ikke om det vil bli noe lettere å finansiere fremtidige prosjekter, det vil tiden vise, men med min nybakte kompetanse rundt budsjett i filmindustrien, vil jeg ha langt mye mer kontroll i søknadsprosessene og filmproduksjonene fremover.

Litteraturliste

Andersson, N. B. (2011). *FILMENS HJERTE – PRODUKSJONSKONTORET*. Bergen: Fagbokforlaget

Asmelash, L. (2022, 26. Februar). Mid-budget movies as we knew them are in decline. What does that mean for cinema? *CNN Entertainment*. Hentet fra URL:

<https://edition.cnn.com/2022/02/26/entertainment/mid-budget-movie-decline-cec/index.html>

Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (2015). *Kvalitative Metoder* (2. utgave). Danmark, København: Hans Reitzels Forlag

Brooker, C. (2011, 4. Desember). *Black Mirror* [Tv-serie]. Hentet fra:

www.netflix.com (<https://www.imdb.com/title/tt2085059/>)

Davoy, K. (2020, 18. August). The Tarantino Effect: Is it Harder for Low Budget Films to Become Hollywood Blockbusters? [Blogginnlegg]. Hentet fra URL:

<https://raindance.org/the-tarantino-effect-is-it-harder-for-low-budget-films-to-become-hollywood-blockbusters/>

Engelstad, A. (2015). *Film og Fortelling*. Bergen: Fagbokforlaget

Engelstad, E. (2013). En nødrakett for norsk filmkultur. *Wuxia 1*. Hentet fra:

<https://www.wuxia.no/essay2/en-ndrakett-for-norsk-filmkultur>

Filmweb. (2017, 15. Februar). Hvilke aldersgrenser har vi på kino? Hentet fra:

<https://kundeservice.filmweb.no/article/54-aldersgrenser-pa-kino>

Gjelsvik, A. (2013). *hva er FILM*. Oslo: Universitetsforlaget

Gronemeyer, A. (1998). *FILM – Cappelens kulturguider*. Oslo: J. W. Cappelens Forlag A.S

Gran, A.-B. & Olsen, B. E. (2021). *Kreativ Næring*. Oslo: Universitetsforlaget.

Heckman, C. (2022, 13. Februar). Film Production Budget — Low to High Budget Films Explained [Bloginnlegg]. Hentet fra URL: <https://www.studiobinder.com/blog/production-budget/>

History.com Editors. (2021, 28. Juli). "The Blair Witch Project" released in theaters. HISTORY. <https://www.history.com/this-day-in-history/blair-witch-project-released>

Horn, L. (2014, 30. June). Transformers' VFX Guru Explains Why Building CGI Bots Is Getting Harder. *Gizmodo*. Hentet fra URL: <https://www.gizmodo.com.au/2014/06/transformers-vfx-guru-explains-why-building-cgi-bots-is-getting-harder/>

Internet Movie Data Base. (2010, 29. Januar). Paranormal Activity. *IMDB.com*. Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt1179904/?ref=nm_sr_srs_g_3

Internet Movie Data Base. (1999, 22. Oktober). The Blair Witch Project. *IMDB.com*. Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt0185937/?ref=nm_sr_srs_g_0

Internet Movie Data Base. (1977, 10. Mai). Rocky. *IMDB.com*. Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt0075148/?ref=nm_sr_srs_g_0

Internet Movie Data Base. (1994, 9. November). Clerks. *IMDB.com*. Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt0109445/?ref=nm_sr_srs_g_0

Internet Movie Data Base. (2004, 26. desember). Saw. *IMDB.com*.

Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt0387564/?ref=nm_sr_srs_g_3

Internet Movie Data Base. (1983, 15. April). The Evil Dead. *IMDB.com*.

Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt0083907/?ref=nm_sr_srs_g_0

Internet Movie Data Base. (1980, 12. Mars). Mad Max. *IMDB.com*.

Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt0079501/?ref=nm_sr_srs_g_3

Internet Movie Data Base. (2015, 28. August). Bølgen. *IMDB.com*.

Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt3616916/?ref=nm_sr_srs_g_0

Internet Movie Data Base. (2018, 31. August). Skjelvet. *IMDB.com*.

Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt6523720/?ref=nm_sr_srs_g_0

Internet Movie Data Base. (2012, 24. August). Kon Tiki. *IMDB.com*.

Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt1613750/?ref=nm_sr_srs_g_0

Internet Movie Data Base. (2021, 15. Oktober). Verdens Verste Menneske. *IMDB.com*.

Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt10370710/?ref=nm_sr_srs_g_0

Internet Movie Data Base. (2009, 9. Januar). Død Snø. *IMDB.com*.

Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt1278340/?ref=nm_sr_srs_g_0

Internet Movie Data Base. (2008, 19. Desember). Max Manus. *IMDB.com*.

Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt1029235/?ref=nav_sr_srsrg_0

Internet Movie Data Base. (2005, 25. Mai). Primer. *IMDB.com*.

Hentet fra URL: https://www.imdb.com/title/tt0390384/?ref=nav_sr_srsrg_0

Kamsvåg, G. (2021, 16. Mai). «Krigsseileren» – Kristoffer Joner i hovedrollen og 100 millioner i budsjett. *CINEMA*. Hentet fra URL: <https://cine.no/2021/05/16/krigsseileren-kristoffer-joner-i-hovedrollen-og-100-millioner-i-budsjett/>

Kenneally, C. (Regissør). (2012). *Side by Side*. [Dokumentarfilm]. USA: Company Films

Kickstarter.com. (2016, 28. Mai). Kung Fury. *KICKSTARTER*. Hentet fra URL:

https://www.kickstarter.com/projects/kungfury/kung-fury?ref=nav_search&result=project&term=kung%20fury

Krogh, T. (2014). *HERMENEUTIKK Om å forstå og fortolke*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS

Lucena, A. (2015, 9. November). Short film 'Kung Fury' shows the power of crowdfunding. *The Michigan Daily*. Hentet fra URL: <https://www.michigandaily.com/arts/kung-fury-and-crowdfunding-notebook/>

Malterud, N., Lai, T., Nyrmes, A., & Thorsen, F. (2015). Forskning og utviklingsarbeid.

Oslo: Nasjonalt råd for kunstnerisk utviklingsarbeid, Univeristets-høgskolerådet.

Hentet fra URL: [https://www.uhr.no/_f/p1/i276102cc-6251-4224-81d0-2029453909f3/2015-](https://www.uhr.no/_f/p1/i276102cc-6251-4224-81d0-2029453909f3/2015-forskning_og_utviklingsarbeid_innen_fagomr_det_kunst.pdf)

[forskning_og_utviklingsarbeid_innen_fagomr_det_kunst.pdf](https://www.uhr.no/_f/p1/i276102cc-6251-4224-81d0-2029453909f3/2015-forskning_og_utviklingsarbeid_innen_fagomr_det_kunst.pdf)

Mueller, A. (2021. 01. December). Why Movies Cost So Much To Make. *Investopedia*.

Hentet fra URL: <https://www.investopedia.com/financial-edge/0611/why-movies-cost-so-much-to-make.aspx>

NHI.no. (2020, 24. Juni). *Abortloven*. NHI.NO. Hentet fra URL:

<https://nhi.no/familie/seksualitet-og-prevensjon/sex/abortloven/>

Niklaus, L. (Februar 22, 2020). Why is CGI so Expensive? *Mount CG*. Hentet fra URL:

<https://mountcg.com/why-is-cgi-so-expensive/>

Nordseth. (2011, 04. Mars). Her er filmen han risikerer hus og hjem for. *Dagbladet*. Hentet fra:

<https://www.dagbladet.no/kultur/her-er-filmen-han-risikerer-hus-og-hjem-for/63889941>

Pearson, E. (2019, 27. September). The Basics to Making a Low Budget Film [Blogginnlegg].

Hentet fra URL: <https://topsheet.io/blog/basics-to-making-a-low-budget-film>

Moore, S. (2019, 13. April). Why Film Budgets Are Important, Beyond The Cost Of Production. *Forbes*.

Hentet fra URL: <https://www.forbes.com/sites/schuylermoore/2019/04/13/the-importance-of-film-budgets/?sh=25cd35c427f5>

Redaksjon. (2020, 30. August). Norsk filmkonsulent beskyldes for sensur i Danmark. *CINEMA*.

Hentet fra URL: <https://cine.no/2020/08/30/norsk-filmkonsulent-beskyldes-for-sensur-i-danmark/>

Svendsen, Trond Olav; Emilsen, Ann-Sofi S. (8. Oktober 2019): *Dogme95 i Store norske leksikon på snl.no*.

Hentet 17. november 2021 fra: <https://snl.no/Dogme95>

Svendsen, Trond Olav; Emilsen, Ann-Sofi S.: Quentin Tarantino i Store norske leksikon på snl.no.
Hentet 13. april 2022 fra https://snl.no/Quentin_Tarantino

Sørnorsk Filmsenter AS. (1.1.2017). Retningslinjer for Tilskudd.

Hentet fra <https://sornorskfilm.no/sok-tilskudd/regelverk-for-tilskudd/>

Thompson, K. & Bordwell, D. (2010). FILM HISTORY: AN INTRODUCTION, THIRD EDITION.
New York: McGraw-Hill Education.

Ward, T. (2017, 29. August). The Amazing Story Of The Making Of 'Rocky'. FORBES.
<https://www.forbes.com/sites/tomward/2017/08/29/the-amazing-story-of-the-making-of-rocky/?sh=19d8d610560b>

Østern, T.P. (2017). Å forske med kunsten som metodologisk praksis med aesthesis som mandat. Journal for Research in Arts and Sports Education, 1(5). Hentet fra: <https://doi.org/10.23865/jased.v1.982>