TRYK-BØLGEN

EN METODE TIL KULTURELLE AFTRYK

MADE BY US_2021
Af Katrin Quist-Møller
/
Med støtte fra:

DEN DANSKE FILMSKOLE
National Film School of Denmark

FONDEN FOR ENTREPRENØRSKAB
MEDLEM AF JA WORLDWIDE

INDHOLDSFORTEGNELSE

INDLEDNING . . . . . **s_3**
Sammenfatning

TRYKBØLGEN – EN PRAKTISK METODE . . . . . **s_10**
Antagelser
Modellen: Trykbølgen

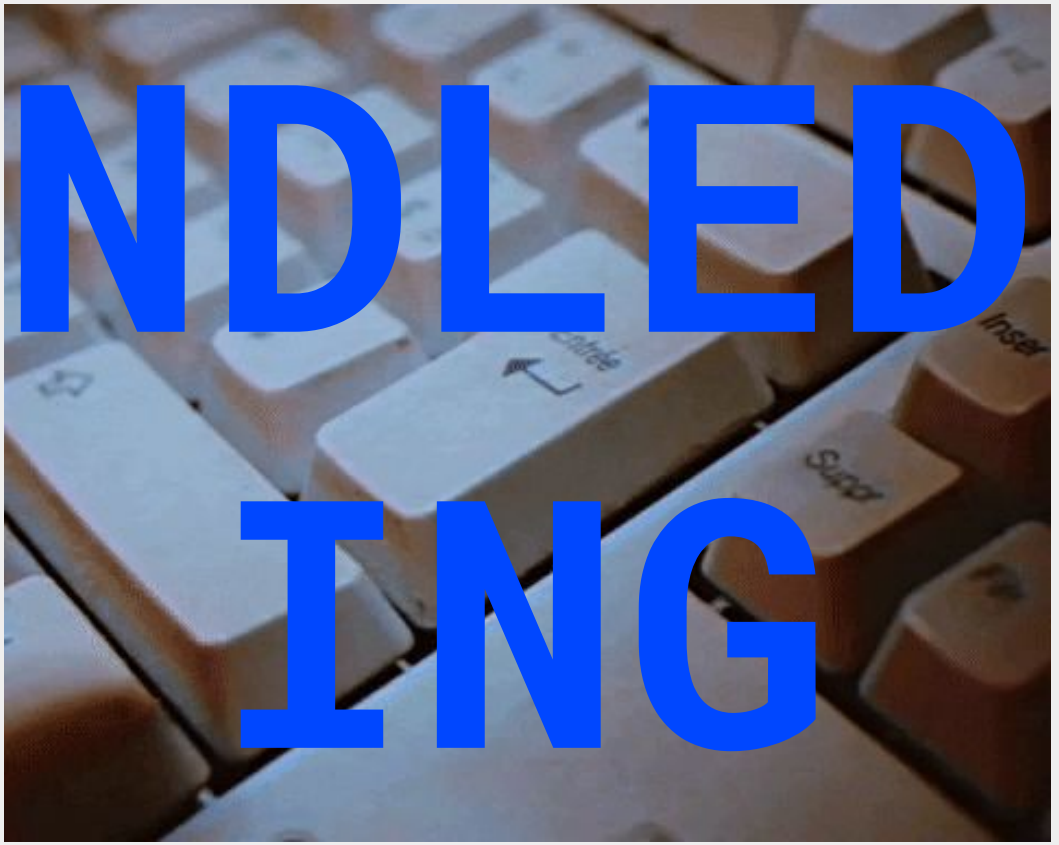
EVALUERING . . . . . **s_36**
Processen
De seks vigtigste erfaringer
Case study: Det radikale kunstneriske eksperiment

FAGBESKRIVELSE . . . . . **s_60**

UNDERVISNINGSFORLØB . . . . . **s_64**
2. semester
3+4 semester
6+7+8 semester

BILAG . . . . . **s_74**
Bilag #1: Et case Study

INDLEDNING



Made By Us har på Filmskolens opdrag og med støtte fra Fonden for Entreprenørskab gennemført et projekt, der sætter dimittender fra Filmskolen i stand til at arbejde kreativt med filmens værdipotentiale. Dimittenderne skal kunne se mulighederne og måden, hvorpå de kan bidrage til, at filmkunsten får gennemslagskraft og betydning – hvad enten det er i form af et kunstnerisk, politisk, socialt eller økonomisk aftryk.

Fremtidige dimittender fra Filmskolen skal altså evne at tænke deres film i en kontekst, hvor den 'blander sig' med det omgivende samfund over en længere periode. Det kræver, at eleverne fra start forstår sig selv som fortællere *i kraft af* sit publikum. Det er fortællerens opgave at nå sit publikum med en historie, så der opstår 'et møde', 'en samtale', 'en følelsesmæssig resonans' mellem fortæller og publikum. Uden publikum ingen fortæller. Groft sagt skal filmen ud af osteklokken og ind på markedspladsen, hvor den skal sætte sit aftryk.

SAMME NFAT NING

Verden vil have og har brug for gode historier, man kan spejle sig i, blive fascineret og tryllebundet af. Potentialet for filmens udbredelse er følgende stort. Det kræver dog et målrettet arbejde at indfri det fulde potentiale.

Trykbølgen er en model og en metode til at sætte kulturelle aftryk, der er udviklet med kunsten for øje. Selvom flere forhold i metoden kan sammenlignes med positioneringsstrategi i bred forstand, har kunsten sin egen berettigelse og virke. Der skal værnes om den kunstneriske dimension, fordi det netop er denne, der skaber en unik plads og et langt liv for filmen. Trykbølgen er skabt med det formål at hjælpe kunsten på vej i en omverden, der er loadet med andre muligheder og tilbud, som den skal konkurrere med. Metoden har med andre ord til hensigt at skærpe filmfortællerens evne til at nå sit publikum, så der sættes et aftryk.

"Det, som næsten var allermest spændende, var at høre folk pludselig begynde at tale om krænkelseskultur og mobning. Det var tematikker vi ikke selv har haft fokus på - men som endte med at blive det, de fleste talte om. Så at få en bevidsthed om, hvilke samtaler filmen starter hos et publikum, er jo et genialt positioneringsværktøj!".

Producerelev hold 1923.

Trykbølgen er også et bud på at give producer og instruktør en fælles rorpind, der styrer mod den kunstneriske vision, i arbejdet med omverdenen. Samarbejdspartnere og publikum skal kunne inddrages under hele filmens udvikling, uden at man mister retning og styring. Kun sådan kan man i sidste ende slippe historien fri til publikum, der kan tage historien til sig og gøre den til sin egen.

Trykbølgen er et værktøj, der tjener kunstneren, kunsten og publikum.

EN PRAKTISK METODE

ANT AGEL SER

Vi har hos Made By Us over en længere periode arbejdet med skabelse og udbredelse af historieuniverser. Det har været naturligt for os at forsøge at sætte tydelige aftryk i vores omverden med afsæt i den hensigt, der har ligget til grund for historien, og det er med tiden blevet til et mantra, at vi for alt i verden skal slippe universerne fri, så de kan få et langt liv, som andre end os selv kan bidrage til og identificere sig med.

Indeværende metode er således en videreudvikling, kvalificering og konkretisering af det arbejde, vi hos Made By Us har kredset om og dedikeret mange af vores arbejdstimer på.

Metoden bygger på følgende 2 antagelser:

1.

Det er i filmskaberens interesse at sætte et aftryk i sin omverden af den ene eller anden karakter. Smalt eller bredt er ikke afgørende. Men at der er skabt en færdig film, indebærer et udtryk for en idé, en drivkraft, som er kommet et sted fra, og som vil nogen noget. Dette 'noget' kan anvendes til at arbejde målrettet med både de kunstneriske og kommunikative processer omkring filmen.

2.

Filmfortælleren er kun noget i kraft af sit publikum. Dagens modtagere er dygtige og meget dramaturgisk habile afkodere. De er ikke ukritiske, og involverer sig kun, når historien er relevant for deres liv. Implikationen af denne antagelse er selvfølgelig, at det er nødvendigt at forholde sig til, hvad man vil fortælle til hvem, og at man følgende fortæller på en måde, der er så tilpas relevant og interessant at publikum gribes og fastholdes af den gode historie.

MODELL EN: TRYKBØLGEN

Modellen er ikke udtømmende for arbejdet med at etablere film i markedet. Den er et bud på, hvordan man kan sikre sammenhæng mellem hensigten bag filmen, filmen og filmens omverden. Mellem Kunstneren, kunsten og publikum.

Modellen er desuden udtryk for processen. Den viser, hvordan man systematisk arbejder sig fra toppen mod bunden frem mod at optimere filmens aftryk ved hjælp af flere kommunikationsformer, *Trykbølgen*.

Formulering af fælles hensigt / **HENSIGT + UDTRYK** / Visionen i fokus

↓

Identifikation af vigtigste indsigter / **INDSIGT + INDTRYK** / Publikum i fokus

↓

Identifikation af værdifællesskaber / **UDSIGT + AFTRYK** / Mødet i fokus

↓

AKTIVITETER/AMBASSADØRER	**MARKEDSFØRING**	**PR**
Aktiviteter og samarbejder der medskaber og sætter aftryk	Poster Trailer Merchandise m.v.	Presse Anmeldelser Særvisninger

DEN FÆLLES HENSIGTSERKLÆRING

HENSIGT OG UDTRYK

Historier starter som bekendt mange steder fra: Maven, en oplevelse, barndommen, fantasien. Hvorfor historien skal ud, er der ikke altid et svar på. Det gør hverken historien værre eller bedre. Nogle af de bedste historier er blevet til, alene fordi de bare måtte ud. De er et udtryk og en evne til at fortælle, så publikum fascineres og fastholdes. Den drivkraft skal der for alt i verden ikke laves om på.

Når vi hér foreslår at formulere en hensigtserklæring, er det fordi vi har erfaret, at den bidrager positivt til at skærpe filmens aftryk. Derudover får instruktør, producer og manuskriptforfatter med hensigtserklæringen et ledelsesværktøj og et fyrtårn, som både bidrager til at sætte retning og til at at skabe samarbejder rundt om filmen. Hensigtserklæringen er en formulering af 'The Big Why', som alle før eller siden har brug for i processen, og som man altid kan vende snuden mod, når båden gynger.

En hensigtserklæring bør laves allerede under filmens udvikling. Den skal være formuleret enkelt og klart, helst en enkelt sætning.
Hensigtserklæringen er således en komprimeret formulering af hensigten bag historien og et nedkog af alle de mange tanker, der har sat projektet på benene, som sender alle i samme retning på det samme værdigrundlag.

Når vi lægger op til en enkel formulering af hensigten bag filmen, skyldes det bl.a., at det frigiver energi i form af nye idéer og fælles retning, når når alt overflødigt skæres fra. Herudover er det alt andet lige lettere for andre, der ikke er så direkte involveret i filmens skabelse at forstå, hvad det hele går ud på, og hvilket potentiale der ligger i historien, der fortælles. Ikke mindst hvis man er en samarbejdspartner, der ligger økonomi i projektet, er det vigtigt tydeligt at kunne se, hvad der arbejdes i retning af, og hvad det værdimæssige potentiale er. Det være sig i form at et bedre image, et styrket brand, øget omsætning mv.

"Everything should be made as simple as possible. But not simpler". Alfred Einstein.

Det er vores erfaring, at netop denne disciplin er svær for mange. Det synes begrænsende for filmens udvikling og proces, og det er sjældent noget, der står klart for filmskaberen til en begyndelse.

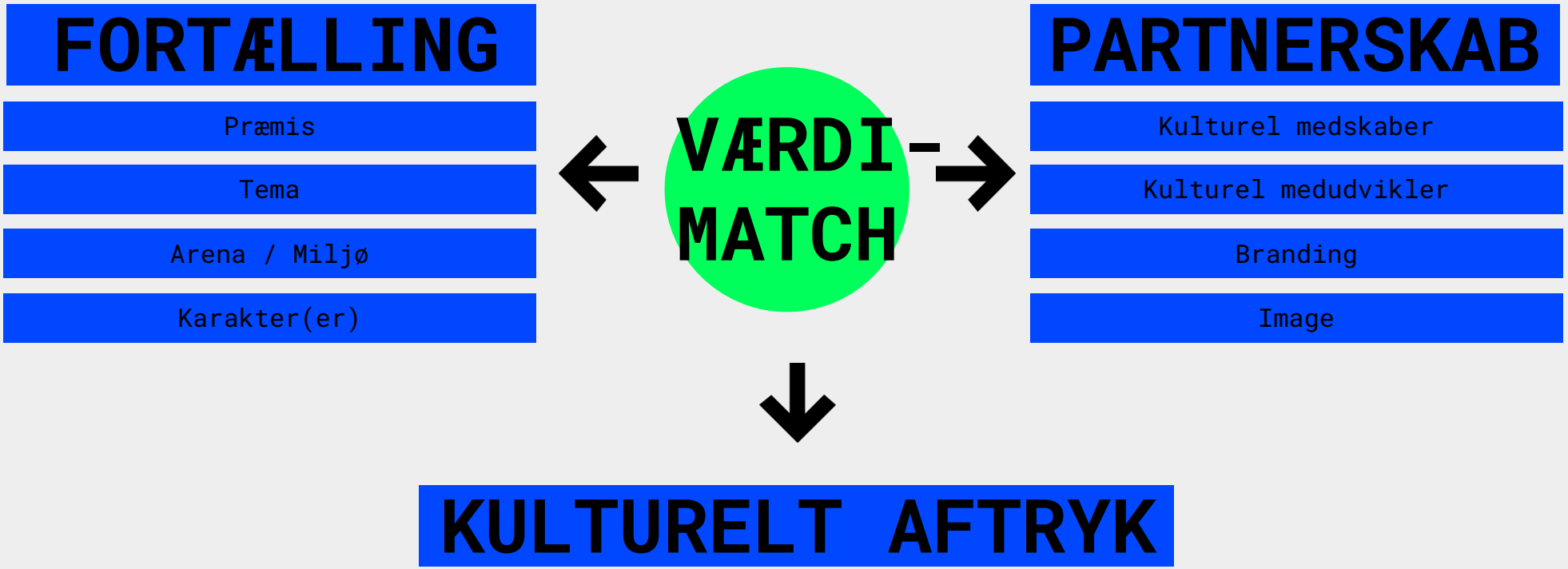
Metodisk anvender vi derfor 5 grundlæggende spørgsmål, der hjælper til at klargøre hensigten bag filmen:

Hvorfor bliver denne historie fortalt?
Hvad har motiveret historien?
Hvordan er historien relevant for min verden, for min omverden og for hele verden?
Hvad forfølger vi, når vi beder om at samskabe med andre?
Hvordan kan hensigten formuleres i én sætning?

De bedste hensigtserklæringer er udfordrende i sig selv. De har ophæng i temaet, i arenaen eller i historiens hovedkarakter og udfordrer vores måde at tænke på. I bedste fald får de os til at tænke: 'That's fucking insane'. Jo mere inspirerende og næsten provokerende hensigten er formuleret, jo lettere bliver det for andre at involvere sig og tage stilling.

Det er altså ikke blot et spørgsmål om at formulere en hensigt i retning af: 'At sætte gang i tankerne hos publikum'. Det er evident, det ligger i filmens natur, og det peger ikke ind i selve filmens præmis, tema, miljø eller hovedkarakter. Derfor vil det heller ikke være særlig sandsynligt, at der er mange, der på den baggrund føler sig motiveret til at involvere sig. Hvis hensigten derimod lyder: 'Ingen skal nogensinde skamme sig over, hvor de kommer fra', som en elev fra manuskriptforfatter linjen skrev, er det nemt at se, hvor pilen peger hen. Samtidig ligger der et stort kreativt mulighedsrum at arbejde ud fra i hensigten. Den er interessant og uventet. Den dækker over mange følelser og ikke mindst et helt lands fordomme om hinanden på godt og ondt – nok mest på ondt. Der er noget at tale om, der er noget at gøre ved det.

EN HENSIGTSERKLÆRING



Filmens evne til at sætte et kulturelt udtryk hænger altså sammen med, om andre end filmskaberne kan se sig selv i hensigten. Og når der skal skabes samarbejder rundt om filmen, er hensigten det fælles ophæng, man taler ud fra. Vil vi det samme? Deler vi samme mål og værdier? Er det noget, vi kan få andre til at interessere sig for?

Optimalt evner filmens hensigt og udtryk at ramme alle relevansniveauer for modtageren. Det skal føles relevant for modtageren og dennes omverden. Og det skal give mening for resten af verden.

Giver filmen relevans for modtageren, skaber det identifikation. Giver filmen relevans for modtagerens nære omverden, skaber det engagement. Giver filmen relevans for den store verden omkring os, skaber det omtale. Dette forløser en synergieffekt. Eller sagt med andre ord:

Giver filmen identifikation, giver den engagement. Giver den engagement, giver den omtale. Og giver den omtale giver den identifikation.

Relevansoplevelsen afhænger selvfølgelig også af, at historien er godt fortalt. De syv arketypiske historier har potentiale for både kunst og dillanteri. Pointen er, at kunsten ligger i at gøre sin fortællekunst så vild og voldsom, at ethvert emne indenfor de syv arketypiske fortællinger er brugbart og får publikums opmærksomhed - jo flere jo bedre. Beatles optrådte i Hamborg i laaang tid. Hver aften. Længe. Bandet opnåede en ekvilibrisme, der betød at de evnede det banale på et højt kunstnerisk plan. Kan man det, er man både vedkommende for mange og en succesfuld og sand kunstner.

INDSIGTER

INDSIGT OG INDTRYK

Et vigtigt element i modellen er publikum, modtagerne.
Dagens modtagere er aktive i deres forbrug af medier. De forholder sig til det, de ser og hører, ud fra deres egne mål og behov i livet, og er det relevant, vil de hellere end gerne involvere sig aktivt. I samtaler, kollektive møder, festivaler osv. Simpelthen fordi de gerne vil forbindes og indgå i et fællesskab, hvor de deler samme mål, behov eller værdier.

Selvom vi med denne anskuelse af modtagerforholdet generelt går ud fra, at folks adfærd er målrettet, betyder det ikke, at den synlige adfærd er hensigtsmæssig i forhold til de objektive interesser. Til eksempel siger de fleste, at de vil gøre en aktiv indsats for at redde klimaet. Mange napper alligevel flyet til New York og glemmer klimademonstrationen. Det skyldes det forhold, at alle mennesker fungerer indenfor en række begrænsninger bestemt af den sociale, kulturelle og økonomiske kapital, som den enkelte er i besiddelse af.

Vigtigst er det at forstå, at når man vil arbejde målrettet med filmens aftryk, kræver det at man accepterer antagelsen om, at film forbruges på lige fod med alt andet forbrug i jagten på at få tilfredsstillet sine behov bedst muligt (for den mindst mulige indsats). Biografen er til eksempel en behagelig og vidunderlig kontekst for filmfortællingen, som de fleste kan se værdien i. Men der sker også en bevægelse i retning af filmstreaming i stuen, som åbenbart er mere attraktiv for mange. Det er derfor nødvendigt at forstå, hvad der driver mennesker, og hvilken kontekst der for en specifik modtagergruppe er rigtig for filmen. For nogle biografen, nogle bilen, andre stuen og andre igen klimademonstrationen.

De film der evner at sætte et aftryk i omverdenen, er de film der tapper ind i en indsigt om modtageren og dennes behov. Desværre er det ikke sjældent, at man møder modtagerbeskrivelser á la: 'Danskere i alderen 20-50 år'. Beskrivelser der i bedste fald er ligegyldige, i værste fald er demotiverende og spænder ben for aktiviteter og samarbejder, der ville kunne styrke filmens udbredelse. Det er ikke tilstrækkeligt at kende til rå, demografiske data og segmentering. Det er nødvendigt at søge om bag det synlige og interessere sig for folks liv.

"…The task is not so much to see what no one yet has seen, but to think what nobody yet has thought about that which everybody sees". Shopenhauer

Indsigter definerer vi som nye, brugbare perspektiver på relationen mellem filmens tema/karakterer/miljø/præmis og dens publikum. Det handler om at anskue dét, der synes selvfølgeligt på en ny måde. Det kræver grundig research, men ofte en research der alligevel laves i forbindelse med filmens tilblivelse. At fokusere på indsigter, der kan nå folk rent følelsesmæssigt, som belyser livet på nye måder, og som kan skabe relationer mellem mennesker, dét er opgaven. Det sker ved at gå rundt om filmens tema/miljø/karakterer og stille de rette spørgsmål. Herved åbnes der i vid udstrækning også mulighed for, at filmens dramatiske og kreative potentiale bliver skærpet.

Kort sagt drejer det sig om at gøre det usynlige synligt og at lytte, både til det sagte og det usagte. Her fra identificeres de vigtigste indsigter, der videre danner udgangspunkt for den mentale som fysiske samtale, der aktiveres i mødet mellem filmen og publikum. Det er vores opgave at få samtalen til at fungere gennem godt fortalte historier – broen er hensigten.

UDBREDELSE OG KULTURELLE AFTRYK

UDSIGT OG AFTRYK

Formuleringen af en hensigtserklæring og modtagerindsigter er en løbende proces, som skaber fundamentet for filmens positionering på markedet og det følgende aftryk, filmen sætter. Ligesom det er udgangspunkt for indgåelsen af givtige samarbejder, der kan bidrage til filmens udbredelse og måske i sidste ende skabelsen af et større univers rundt.

Det er i denne, modellens sidste fase, hvor filmen får sit liv. Det er her filmen kommunikeres til markedet og for alvor sættes fri! Derfor er det helt afgørende, at instruktør og producer holder fast i hensigten med filmen. Alle koncepter og medfølgende kommunikation, der udvikles rundt om filmen skal afspejle hensigten, så publikum får en sammenhængende oplevelse af fortællingen og kan tappe ind i den fra flere forskellige kanter.

Det er i den sammenhæng vigtigt at gøre sig klart, hvilke medier der er relevante for at nå sit publikum, og hvad man bruger det enkelte medier til. Trailers og posters er f.eks. gode til at skabe kendskab og indlede 'samtalen' med publikum. De er omvendt ikke særligt gode medier til en længevarende og uddybende samtale, som vil kunne forlænge filmens liv udover den første visning. Her vil det være vigtigere at skabe aktiviteter efter filmen er set, der kan give publikum mulighed for at trække tråde til deres eget liv og gøre det til deres egen historie.

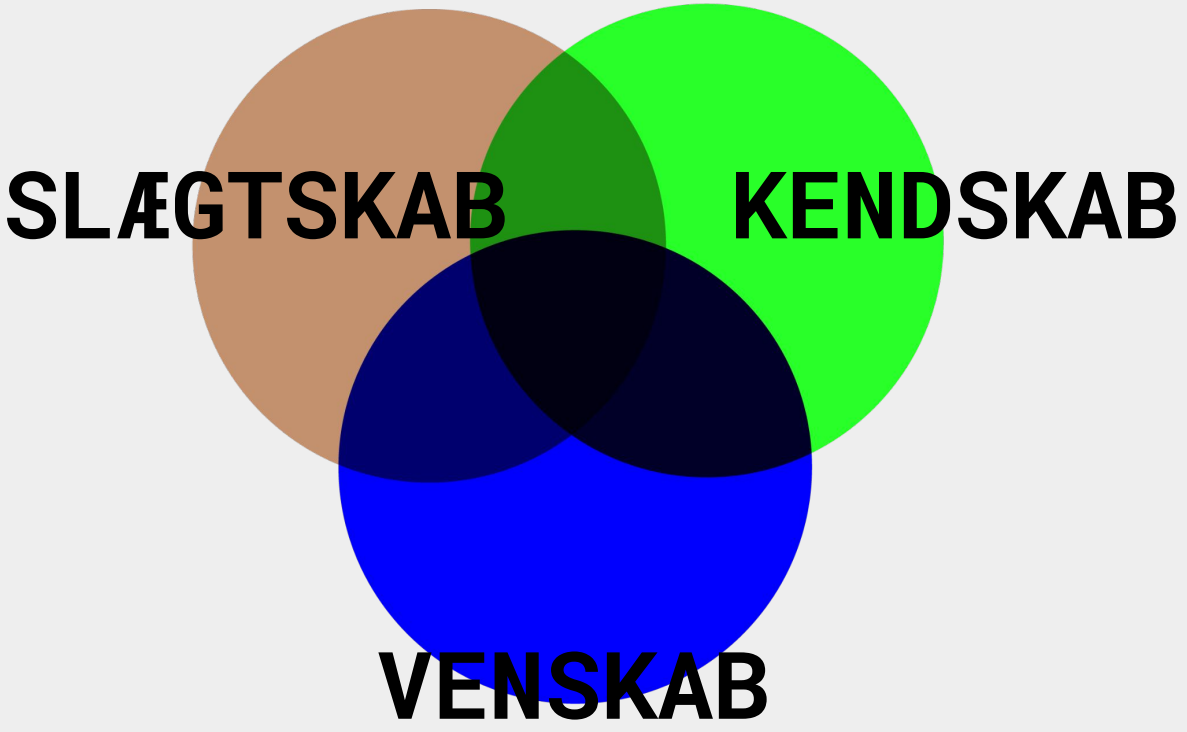
Til eksempel er børnetv-serien, John Dillermand (år 2020), siden lanceringen blevet til en bogserie, et digitalt spil og en dukke. John Dillermand er yderligere blevet til en folke-aktivisme, der har gjort ham til rød- og hvidstribede kager, vejafspærringer, kostumer, snemænd, en sandskulptur og en figur i byens gadekær.

Andre film lægger op til en helt anden type aftryk uden af den grund at være mindre stærke. Spillefilmen Vores mand i Amerika (år 2020) udmøntede sig f.eks. i 25 lokale samtaler om at være rebelsk og at tage sagen i egen hånd, lige som filmens historiske hovedkarakter, Henrik Kauffmann. Herved blev en del af danmarkshistorien bragt ind på de danske kaffeborde samtidig med, at der blev skubbet til danskernes handlekraft. Og så er der de film, hvor en Martini i foyéen måske er den mest relevante måde at aktivere sit publikum på.

Uanset medievalget er det vigtigste, at der skabes en sammenhæng til hensigten og mellem de forskellige typer initiativer.

Sammenhæng på tværs af medier optimerer aftrykket.

Endeligt kan aktivismen over tid udvikle sig til en reel tilknytning mellem publikum og filmen/universet: ***Kendskab, venskab, slægtskab.***



Jo flere relevante medier og ikke mindst jo flere ambassadører, der kan aktiveres omkring filmen, jo længere levetid vil den få, og jo større aftryk vil den sætte. Det er klart, at en vis grad af kendskab til markedet, man lancerer filmen i, vil bidrage positivt til positioneringen af filmen og valg af medier. Der er groft sagt stor forskel på, hvilke medier der er mest oplagte afhængig af, om man arbejder med en hensigt, der taler ind i en bioteknisk eller en social-psykologisk diskurs. Eller begge dele for den sags skyld. Eller om man møder sit publikum første gang i et S-tog eller på Instagram. Det er et mediestrategisk kapitel for sig, som ikke skal berøres yderligere her. Blot skal det nævnes, at jo tydeligere hensigten står og jo bedre indsigt man har i sin modtagergruppe, sit publikum, jo bedre vil man kunne pege på de rette steder at udkomme med filmen. Og ikke mindst vil man have bedre forudsætninger for at skabe fælles værdi mellem film og publikum. Både på kort og lang sigt.

Alt dette forudsat at fortællingen er i centrum. Det er fortællingen, der skaber samtalen til sit publikum. Er historien godt fortalt, glemmer publikum hurtigt mediet.

Det kan se ud som om hele den kommunikative del af modellen først falder, når filmen er færdig. Sådan kan det være, men pointen er, at det bør være et strategisk valg. Ofte vil der ligge fine muligheder i at synliggøre og udfolde filmens potentiale, inden filmen er færdig.
Måske ligger der oplagte samarbejder, der kan indgås allerede i filmens udviklingsfase, som kan afføde indledende tematiske artikler eller opslag på sociale medier. Måske er afsættet for filmen en musikalsk komposition, som kan opføres og spilles live som optakt til filmen i samarbejde med et symfoniorkester. Måske produceres filmen under særlige vilkår eller i et særligt område, der kan skabe lokale samarbejder, som resulterer i en række events på byens torv. Eller noget helt fjerde. Pointen er, at der oftest ligger muligheder for at synliggøre den kunstneriske hensigt helt fra start, og at disse muligheder bør udvælges under hensyn til hensigt og indsigter.

EVALU
ERING

Det har været vores ambition at skabe en metode, der er fuldt forenelig med den øvrige måde, som Filmskolens elever arbejder på. Vi har derfor valgt en erfaringsbaseret tilgang, som i høj grad er foregået løbende i samspil med eleverne. Det vil sige, at vi har introduceret eleverne for tanker og systematikker, som vi har bedt dem forholde sig til og forsøge at bringe i spil i deres arbejde med filmen på det stadie, de har været på.

Det har været et givende og indsigtsfuldt år, der har vist os, at eleverne på Filmskolen både er parate til at skabe stærke samarbejder på tværs af faggrene under filmens tilblivelse. De interesserer sig for at være del af deres omverden og for at indgå i forskellige typer eksterne samarbejder omkring filmen. Dét, i sig selv er vi ikke i tvivl om, er en kæmpe gave til dansk filmkunst i de kommende år.

PRO
CES
SEN

I perioden november 2020 – september 2021 har vi afprøvet forskellige konstellationer og forløb på Filmskolen:

Fiktion midtvejsfilmen: Producere, instruktører og manuskriptforfattere.
Et længere, sammenhængende forløb fra oktober 2020 til august 2021 på midtvejsfilmen. Fra begyndelsen af filmens tilblivelse til der lå en færdig film klar til at møde sin omverden.

Fiktion afgangsfilm: Producer og manuskriptforfatter.
Vi har fulgt og løbende sparret med holdet frem mod afgangsfilmen (en tv-serie).

Animation afgangsprojekt: Producere og instruktører.
Et komprimeret forløb over en uge som optakt til produktionen af deres afgangsprojekt.

Fiktion afgangsprojekt: Manuskriptforfatterne.
Vi har introduceret manuskriptforfatterne for vores tanker og haft løbende konsultationer med dem frem mod deres afgang.

Metoden er altså afprøvet i forskellige holdkonstellationer, genrer og med forskellig intensitet for at vurdere metodens forskellige eventuelle afhængigheder, timing og ikke mindst hvem på holdet, der skal drive og tage ejerskab af metoden.

Overordnet er metoden inddelt i 3 faser, som har afspejlet forløbet med holdene. Det er dog kun fiktionsholdene på midtvejsforløbet, som vi har gennemført alle 3 faser i dybden med. De øvrige forløb har været mere komprimerede i tid og har været fokuseret omkring det tidspunkt i deres filmiske udvikling, som vi har mødt dem i.

Fælles for forløbene har været, at de er startet op med en generel introduktion af tankegangen og metoden bag Trykbølgen. Her fra er eleverne blevet bedt om at forholde sig et enkelt element af metoden, som de enten har fremlagt for gruppen eller til os under en konsultation. Siden har holdene arbejdet sig videre ned gennem metoden med producerne som den primære driver og i tæt kontakt til instruktøren.

3+4 semester: 3 dage.

Dag 2: Indsigter:

Fælles introduktion til begrebet 'indsigter', medtagerforståelse og samtalen. Eleverne arbejder derefter med identificering og formulering af indsigter, som kan motivere og sætte retning for filmens kulturelle aftryk *og* for den enkeltes faglighed.

Eleverne skal herefter selv researche sig frem til vigtige indsigter, der kan bidrage til at målrette arbejdet med filmens udbredelse. Det vægtes, at eleverne gennem deres research møder/taler med repræsentanter fra målgruppen og mulige samarbejdspartnere for derigennem at nå frem til de indsigter, som de kan læne sig op ad, i det videre arbejde. (Se bilag 2).

Producer, instruktør og manus arbejder sammen omkring filmes hensigt, mens foto, lyd, klip arbejder mere målrettet med at skabe indsigter i, hvordan de kan udfolde deres specifikke faglighed.

Vi har gennem denne tilgang afsøgt relevansen og mulighederne for, at en metode allerede på det tidlige udviklingsstadie af filmen også kan anvendes som inspiration til konkret research undervejs i udviklingen og til at skærpe og målrette projektets dramatiske og tematiske potentiale. Simpelthen fordi det vil sikre den dybere sammenhæng mellem den kunstneriske vision og filmens udbredelse og aftryk.

Det har været essentielt for os, at metoden ikke står i kontrast til den kunstneriske integritet og udvikling, men netop fodrer og hjælper filmens tilblivelse i retning af kunne påvirke, inspirere, provokere, forandre, skabe betydning eller forståelse i omverdenen.

Herunder har vi afsøgt sprogligheden omkring feltet. Vi indskriver os i en lang filmkunstnerisk og kreativ tradition, der har arbejdet med et sprog og nogle termer, som har bundfældet sig i alle afkroge af det filmfaglige miljø, og ikke mindst på DFI. Vi har set det som en forudsætning, at metoden kan indgå i denne sproglighed, og at den trækker på samme værdier, der ligger indlejret i det nuværende filmfaglige miljø. Men det har også været vores ambition at introducere nye begreber, som peger ind i det forhold, at filmen indgår i en større kontekst, der involverer andre mennesker; en omverden.

Slutteligt har det været vigtigt for os, at metoden evner at samle holdet omkring filmen. Den skal være et redskab til at lede holdet kreativt til en samlet vision, som alle kan se sig selv bidrage til, og som sikrer, at de forskellige fagligheder omkring filmen kan bidrage til filmens udbredelse.

DE 6 VIGTIGSTE ERFARINGER:

#1: KUNSTEN I FOKUS

Det kræver dyb respekt for den spirende, kunstneriske idé at bringe et omverdensperspektiv i spil allerede i filmens udvikling. Vi er under forløbet stødt på udsagn som:

- *'Det er lidt forstyrrende for mig at begynde at tænke på, hvor filmen skal ende allerede nu'.*
- *'Ødelægger man ikke oplevelsen ved at formulerer hensigten med filmen?'.*

Udsagnene peger på, at der blandt eleverne og i branchen er et modsætningsforhold mellem at bedrive filmkunst og at arbejde målrettet til et publikum. Det lader til, at der arbejdes med en opfattelse af, at kunsten skal skabes i en flydende, uafhængig tilstand. Derfor vil forsøg på at indramme og målrette stå i vejen.
Erkendelsen er essentiel for at kunne møde eleverne med en tilgang, der motiverer dem til at skærpe deres idé og tanker. Heldigvis er de fleste af eleverne jo også født ind i generation, hvor dét at dele sine opfattelser med andre og at eksperimentere med formater og platforme er en selvfølge.

Eleverne VIL gerne, men de mangler metoden.

#2: RUMMELIGE BEGREBER

Denne erfaring er en del af den første, fordi succesen af metoden i høj grad afhænger af sproget, der dannes omkring den. Der er ikke nogen tvivl om, at de fleste gerne vil sætte et aftryk i omverdenen, men det er omvendt de færreste, der anser det for at være noget, de selv kan påvirke, og som de anser for at være en del af deres område.

Årsagen er både strukturel (i dag er det oftest distributøren, der tager sig af filmens videre liv, når den er færdig) og sproglig. Lige præcis udbredelsen af filmens liv trækker på et sprog, der anvendes indenfor business og marketing, herunder: Målgrupper, markedsføring, effekt, entreprenørskab, kommercielle samarbejder, sponsorater osv.

Begreberne har sin rod i en helt andet tradition end filmkunstens, og derfor oplever mange af eleverne, at det ikke har med dem at gøre, og at det står i skærende kontrast til deres fokus. Det kan næsten ses som en usagt værdikamp, hvor man fra kunstens side i værste fald ser ned på den kommercielle kontekst, som de fleste film ender med at indskrive sig i på den ene eller anden måde.

I denne erkendelse og fordi kunsten kan være et formål i sig selv, er det nødvendigt at skabe et selvstændigt sprog og begrebsapparat for metoden, der forholder sig langt mere åbent til processen, og som kan skubbe på udviklingen fremfor at begrænse den. Metoden anvender derfor begreber, som i højere grad trækker på og har rod i humanistiske værdier.

Vores erfaring er, at rummelige og mindre kommercielt orienterede begreber giver plads og samtidig udfordrer i forbindelse med metoden. En 'hensigt' er til eksempel et mere elastisk ord end 'strategisk målsætning', og der er brug for denne elasticitet, så der er plads til udvikling og undersøgelse. Ligesom 'mennesker' er mere rummeligt end 'målgrupper'. Man kan foranlediges til at tro, at arbejdet på denne konto bliver mere upræcist. Det er ikke tilfældet. Ved at benytte rummelige begreber, bliver arbejdet med filmen mere præcist og samtidig mere udforskende.

#3: ENKEL-HED

Filmbranchens visuelle orientering betyder, at mange ord ofte mudrer billedet. Vi kan se, at jo enklere og mere konkret, vi kan fremstille metoden, jo bedre evner eleverne at bringe den i anvendelse. Der skal være et spillerum og en fleksibilitet i metoden, så den kan rumme meget forskelligartede filmiske projekter og meget forskellige instruktører.

Vores metodiske tilgang har i udgangspunktet været meget billedligt fortalt, og det skal den fortsat være.

Vi har af samme grund været omkring ord som: Udtryk, indtryk, aftryk som beskrivelse for metoden, som vi har døbt Trykbølgen. Det er nemt at huske og beskrive forholdet mellem filmen, modtageren og omverdenen.

#4: STAY FLUID

Kunstens væsen er at være flydende og foranderlig i en længere periode, indtil den manifesterer sig i et 'værk'. Det er derfor nødvendigt, at metoden på samme måde kan være en løbende proces frem mod at sætte et aftryk i omverdenen.

Det er vores erfaring, at når vi tillader en åben tilgang, hvor ting kan formes og ændre sig, så indskriver vi os i den øvrige arbejdsmetode med filmens tilblivelse, og det er simpelthen befordrende for elevernes samarbejde og kreative udvikling. Det skaber et friere kreativt rum, der skærper både sammenhængskraft, empati og lyst på filmholdet.

At forblive flydende betyder ikke, at der ikke skal arbejdes struktureret og konkret. Det er væsentligt, at der kondenseres og formuleres en retning, som producer og instruktør er enige om ligger indenfor projektets rækkevidde. For netop i dette arbejde åbner det kreative felt sig.

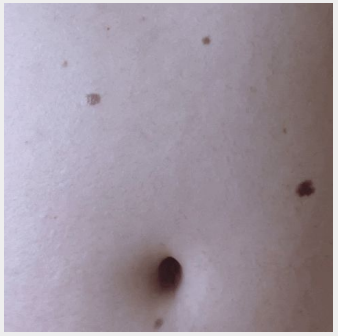
Instruktør og producer skal altså sammen sætte en klar ramme for arbejdet med omverdenen, som peger meget direkte ned i filmen, og som derfor også naturligt vil flytte sig med filmen.

#5: TIMING ER ALT

Metoden skal rumme håndgribelige måder at arbejde processuelt og ledelsesmæssigt med at tænke omverdenen ind. Skal det lykkes, skal det forankres i selve filmens tilblivelsesfase. Det er derfor nødvendigt, at metoden bringes i spil ret tideligt i filmens tilblivelse.

Vi har gennem forløbet erfaret, at metoden simpelthen kan blive bragt i spil for sent, fordi den bygger på en indledende bevidsthed hos instruktør, producer og manuskriptforfatter om, hvad filmen skal, og hvorfor den skal laves. Er eleverne for langt i deres udvikling er det tydeligt at mærke, at metoden har langt sværere ved at rodfæste sig hos særligt instruktørerne, der får for travlt med at fordybe sig i selve produktionen. Omvendt hvis metoden bliver introduceret for tideligt, er der ikke rigtigt noget at rive i, fordi historien dårligt har fundet sig selv.

Det er derfor alt afgørende, at eleverne introduceres for metoden, når idéen til en film er landet, og de første ord er nedfældet som treatment/synops. Metoden skal her fra løbende bringes i spil og være producers og instruktørs rorpind, som vil styrke den færdige films potentiale og evne til at sætte et aftryk i omverdenen.



#6: INSPIRATION TIL MAVEFORNEMMELSERNE

Det er kunstnerens vilkår at arbejde på mavefornemmelsen, på følelserne. Selv samme vilkår kan indimellem gøre det svært at skabe motiveret fremdrift i et filmisk holdprojekt. Det kræver en fælles forståelse af, hvad man skal, og at man løbende får tilført ikke bare nødvendig, men også ny viden, der kan inspirere og fodre kreativiteten.

Metodens 1. Fase, der omhandler filmens hensigt, har vist sig at bidrage positivt til at målrette det dramatiske og tematiske potentiale i filmen. Feltet for fortællingen åbnes op og præciseres, fordi elevernes indbyrdes samtaler om filmens hensigt peger direkte ned i historien, der fortælles – uanset genre. Metoden kan således også skabe fælles fodslag og sammenhold på hele holdet.

Metodens 2. fase omhandler at skaffe sig indsigter, som kan kvalificere filmes potentiale i omverdenen. Indsigterne kan i aller højeste grad også inspirere til, hvordan der kan arbejdes med filmens arena, temaer og karakterer. Når eleverne rækker ud i omverdenen har de alle uden undtagelse fået ny inspiration til projektet. Bevægelsen kan beskrives som en harmonika, der når den trækkes ud åbner op for nye indsigter, og som når den trækkes sammen lukker ned for indsigter for at skabe plads og fokus til at bearbejde indsigterne og implementere dem.

Metoden er altså ikke kun en ekstra anstrengelse, der skal gøres, den giver noget igen. Så snart researchen fokuseres i retning af indsigter, bliver de rigtige spørgsmål også stillet næsten helt af sig selv. Der udløses mere energi på hele holdet, der får en oplevelse af fællesskab, og der bliver stillet et tydeligt fyrtårn, som alle kan arbejde sig i retning af.

"Som konklusion kan man sige, at omverdensperspektivet blev et spor for vores film, som hjalp os med at blive mere bevidste om den film vi laver". Producerelev hold 1923.

CASY STUDY:

DET RADIKALE KUNSTNERISKE EKSPERIMENT

Vi har gennemført et forløb med anvendelse af metoden på midtvejsfilmene år 2020-2021, der samtidig blev årgangen, der for første gang arbejdede under overskriften 'Det radikale kunstneriske eksperiment'. Generelt har processerne derfor båret præg af at skulle udfordre gængse metoder rent filmisk. I relation til at sætte kulturelle aftryk har det naturligt haft betydning for, hvor langt eleverne kunne nå i praksis med udbredelsen af deres film. Når det er sagt, har eksperimentets karakter skabt et yderligere fokus på, hvad det indebærer at være tydelig omkring sin hensigt, hvis man vil nå ud til et defineret publikum.

Producere og instruktører har været anker for metodens anvendelse og er derfor dem, der er blevet undervist og fulgt løbende med konsultationer i testforløbet.

For flere af dem har det været udfordrende og indimellem grænseoverskridende at diskutere en hensigtserklæring tidligt i filmens forløb. Eleverne har haft brug for at være i en periode, hvor alle døre har kunne stå åbne, inden de lagde sig fast på en egentlig hensigt. Samtidig har de mange snakke givet producer og instruktør et indbyrdes værktøj, som de har kunne tale sammen ud fra. Det, der måske fremstod meget uklart og byggede på vage fornemmelser af en retning til en start, blev hurtigt lettere at indkredse og tale om, så alle omkring filmen fik en forståelse af, hvad filmen skulle kunne.

Det skal nævnes, at midtvejsfilmene blev til midt under corona lock down, hvilket har udfordret dem på alle tænkelige områder, og ikke mindst udbredelsen af deres film. I fællesskab med Filmskolen blev det derfor besluttet, at eleverne skulle gennemføre deres udbredelse i et nedskaleret omfang, men til gengæld blev de bedt om at forfatte 1-2 sides refleksion over deres proces og tanker om at sætte kulturelle aftryk.

ET EKSEMPEL:

Instruktøren havde tidligt en fornemmelse af, at filmens omdrejningspunkt skulle være ego'ets evne til at stå i vejen for sig selv.

Over en måned arbejdede manuskriptforfatter, instruktør og producer sig fra en hensigt, der fokuserede på at skabe en film fortalt i forskellige formsprog, der skulle kunne opleves som en helstøbt film, til at være en hensigt, der meget mere direkte rakte ud til andre mennesker:

"At være et spejl på mennesket, som man kan grine af for derigennem at aftabuisere de egoistiske sider af mennesket, så det ikke føles så skamfuldt", instruktørelev hold 1923.

Hensigten bygger på en dyb selvindsigt fra instruktørens side, som blev et centralt omdrejningspunkt for filmens udvikling og udbredelse. Og fordi filmen omhandler en almen side af mennesket, har der løbende budt sig nye indsigter til, når overvejelserne er gået på det aftryk holdet har ønsket at sætte.

Fordi filmen er lavet som et kunstnerisk eksperiment har gruppens fokus naturligt været på at eksperimentere, og derfor har de skulle finde en balance mellem på den ene side at være tro mod det formmæssige eksperiment, de valgte, og på den anden side sikre, at filmen også havde en appel til omverdenen.

Som udbredelseseksperiment er filmen blevet vist til et tilfældigt udvalgt publikum i Empire Bio, som er blevet bedt om at reflektere over filmen umiddelbart efter de havde set den. (Se bilag 1 for uddybende beskrivelse af eksperimentet). Nedenstående reflektion viser fint, hvordan eleverne fandt en sammenhæng i deres arbejde, som forbandt filmen og dem selv med et publikum.

"Vi står tilbage med en oplevelse af, at folk bruger nogle af de samme ord og vendinger om filmens karakterer og tematikker, som vi selv har brugt undervejs i processen, men føler også at publikumssamtalerne har åbnet op for helt nye samtaleemner, som vi ikke selv have forestillet os ville være i centrum for filmen.
Det er sjældent, at vi på Filmskolen bliver eksponeret for et eksternt publikum, hvilket næsten kan gå ind og generere en reel frygt for et publikum. Med denne øvelse er vi både blevet klogere på vores films aftryk, men også blevet mere modige og sikre i vores eget virke".

Producerelev hold 1923.

Midtvejsfilmen giver ikke et fuldstændigt billede af, hvordan eleverne har arbejdet med metoden, og hvad den har bidraget med til deres proces hver især og sammen. Billedet er skabt med afsæt i en lidt skævvreden periode i elevernes uddannelse, men ikke desto mindre er det tydeligt, at metoden har bragt klaring, struktur og et blik for omverdenen til holdet.

FAGBESKRIVELSE

KUNSTNERISK ENTREPRENØRSKAB

Faget entreprenørskab beskæftiger sig med omverdensperspektivet i filmproduktion - hvordan iværksætter man sin kunstneriske stemme, så den får gennemslagskraft og betydning for andre. Faget vil gennemgå og introducere en metode og arbejdsredskaber, der kan anvendes til udvinding og udbredelse af den kunstneriske stemmes værdi både i en kulturel, en social og en økonomisk kontekst. Det er fagets hovedformål at gøre de studerende i stand til at etablere og videreudvikle bæredygtige karrierer efter endt uddannelse.

Ved afslutningen af faget skal den studerende:

Viden: Kunne demonstrere grundlæggende viden om og forståelse for kunstnerisk entreprenørskab i forhold til den filmiske fortællings relationer, betydninger og muligheder i samfundet.

Færdigheder: Kunne identificere og praktisere forskellige metodiske tilgange til udvikling og realisering af forskellige værdipotentialer knyttet til filmiske fortællinger.

Kompetencer: Være i stand til at iværksætte, udvikle og omsætte eget fagligt potentiale og talent til et professionelt arbejdsliv.

Faget dækker 3 ECTS svarende til 10 dages undervisning.

Entreprenørskabsfaget vil i relation til den konkrete film være drevet af producere, instruktører og manuskriptforfattere. Men det er vigtigt, at de øvrige funktioner på filmen kender til metoden og kan supplere de planlagte aktiviteter ud fra deres faglige ståsted. Entreprenørskabsfaget henvender sig til alle Filmskolens uddannelser og handler i denne tilgang i sit væsentligste om at kunne tage grebet på sin egen karriere og forstørre sit fag og arbejde op til en egen faglig vision.

Faget vil overordnet introducere Trykbølgen som metode og redskaber til identifikation af hensigtserklæring, indsigter og udbredelse. Faget vil herudover være bygget op af lige dele gruppearbejde mellem de forskellige faggrupper på deres konkrete film, arbejde med introducerede metoder og redskaber samt diskussioner i plenum.

UNDERVISNINGSFORLØB

Entreprenørskabsfaget udgør i studieordningerne samlet 10 dage i løbet af uddannelsen. På baggrund af de erfaringer, der er draget i metodeudviklingen, fordeles de ideelt set mellem 2. semester(2 dage), 3+4. semester(3 dage) og 6+7+8 semester(5 dage), hvor eleverne får mulighed for at afprøve og arbejde med modellen gennem øvelser og på egne og produktioner.
Hvor andet ikke er angivet foregår undervisningen på tværs af uddannelseslinjerne.

Det er vigtigt, at alle faggrupper kender til metoden og forstår sin rolle i den på forskellige tidspunkter af filmens udvikling og kan arbejde med den selvstændigt ud fra eget faglige ståsted. Derfor arbejder eleverne i udgangspunktet som samlet filmhold, hvor alle fagrupper indgår. Hvor dette ikke er muligt kan faget tilgås fagspecifikt.

Beskrivelse af undervisningsforløbene i de enkelte semestre er beskrevet på de følgende sider.

2. SEMESTER(COLAB 1)

2 semester: 2 sammenhængende dage.
Eleverne introduceres for metoden og instrueres i, hvordan de helt konkret kan arbejde med at tænke entreprenørskabsfaget ind som del af en filmisk produktion.

Dag 1: Intro & Hensigt:
Eleverne introduceres til omverdensperspektivet gennem udvalgte cases og til den metodiske tilgang, Trykbølgen, der fokuserer elevernes indsats i retning af skabe et kulturelt aftryk. Eleverne får øvelser omhandlende en hensigtserklæring, der forbereder arbejdet på dag 2. Hensigtserklæringen præsenteres i plenum.

Dag 2: Indsigter og udsigter:
Fælles introduktion til 'indsigter' og 'udsigter'. Eleverne arbejder derefter med identificering og formulering af indsigter, som kan motivere og sætte retning for filmens kulturelle aftryk *og* for den enkeltes faglighed.

Eleverne skal som øvelse lave en plan for, hvordan aftrykket skal sættes. Hvem ønsker de at involvere? Hvad er konceptet, de udfolder? Og hvordan ønsker de at udfolde det? (Se bilag 1).

3+4.SEMESTER (MIDTVEJ)

3+4 semester: 3 fordelte dage.
Ideelt set placeres 1 dag, når der ligger et 1 draft på manus. 2+3 dag efter optagelser. Eleverne kender her til metoden, men skal i forbindelse med midtvejsfilmen integrere den for første gang i en eksperimenterende ramme frem mod den afsluttende visning, hvor de forventes at have gjort sig overvejelser om filmens mulige aftryk. Undervisningen vil i højere grad have coachende karakter.

Dag 1: Hensigtserklæring:
Omverdensperspektivet genbesøges gennem udvalgte cases sammen med den metodiske tilgang og Trykbølgen.
Eleverne præsenteres for en øvelse, der hjælper dem til at arbejde forskellige formuleringer og vægtninger ind i hensigten. Fokus er at blive i stand til at udfordre sig selv og 'automat'-piloten, så de ender med en en hensigt, som andre vil kunne tappe ind i.

3+4 semester: 3 dage.

Eleverne arbejder videre med formuleringen af en 'hensigtserklæring i grupper med hele filmholdet. Det er instruktørens ansvar at sikre, at hensigten står mål med den kunstneriske vision, hvor det er et fælles ansvar, at alle fagligheder kan se sig selv i hensigtserklæringen, så faglighederne selv kan finde sin vej.

Eleverne fremlægger sidst på dagen deres hensigtserklæring og får lejlighed til at diskutere den igennem med hinanden og underviser. Det vægtes, at eleverne italesætter og begrunder den formulerede erklæring, og at de kan beskrive, hvordan de ser hensigten pege ind i den kunstneriske vision og i omverdenen.

3+4 semester: 3 dage.

Dag 3: Aftryk og udsigt:

Eleverne skal lave en målrettet plan for, hvordan aftrykket skal sættes. Hvem ønsker de at involvere? Hvad er konceptet, de udfolder? Og hvordan ønsker de at udfolde det?

Arbejdet inddeles således, at hele holdet starter sammen om filmens aftryk for siden at arbejde selvstændigt på, hvordan de enkelte fagligheder vil kunne supplere indsatsen ud fra deres faglige ståsted.

Eleverne får udleveret en skabelon: 'Trykbølgen', som de skal udfolde som redskab til at fokusere indsatsen. (Se bilag 3).

6+7+8.SEMESTER (AFGANG)

6+7+8 semester: 5 fordelte dage.
Ideelt set placeres 1 dag, når der ligger et 1 draft på manus. 2+3 dag efter optagelser. 4+5 dag i forbindelse med post arbejdet på filmen.

Eleverne har i disse semestre arbejdet med metoden tidligere og skal nu arbejde mere selvstændigt med mulighed for konsultationer.

I dette forløb forventes eleverne at lave en gennemført plan for filmens aftryk, som afvikles offentligt, når filmen er færdig.

I dette semester vil eleverne starte sammen på tværs af faggrupper, men så snart der ligger en klar hensigtserklæring vil eleverne i højere grad skulle Arbejde selvstændigt og i mindre grupper. Producer og instruktør har det overordnede ansvar for at hensigtserklæringen står mål med det aftryk der skal sættes i omverdenen, mens lyd, foto og klip har ansvar for at skabe afledte aftryk ud fra deres faglige ståsted.

6+7+8 semester: 5 dage.

Dag 1: Hensigtserklæring:

Eleverne skal under hensyn til den kunstneriske vision skabe en hensigtserklæring,der skal danne udgangspunkt for det videre arbejde med Trykbølgen.

Det vægtes, at alle faggrupper har en begyndende idé til, hvordan de kan skabe aftryk, hvordan de kan arbejde med hensigtserklæringen i relation til deres specifikke faglighed.

6+7+8 semester: 5 dage.

Dag 2+3: Indsigter:

Eleverne arbejder med identificering og formulering af indsigter, som kan motivere og sætte retning for filmens kulturelle aftryk *og* for den enkeltes faglighed.

Eleverne skal selv researche sig frem til vigtige indsigter, der kan bidrage til at målrette arbejdet med filmens udbredelse. Det vægtes, at eleverne gennem deres research møder/taler med repræsentanter fra målgruppen og mulige samarbejdspartnere for derigennem at nå frem til de indsigter, som de kan læne sig op ad, i det videre arbejde. (Se bilag 2).

Producer, instruktør og manus arbejder sammen om at skabe indsigter, der afspejler filmes hensigt, mens foto, lyd, klip arbejder mere målrettet med at skabe indsigter i, hvordan de kan udfolde deres specifikke faglighed.

6+7+8 semester: 5 dage.

Dag 4+5: Aftryk og udsigt:

Eleverne skal lave en målrettet plan for, hvordan aftrykket skal sættes. Hvem ønsker de at involvere? Hvad er konceptet, de udfolder? Og hvordan ønsker de at udfolde det?

Arbejdet inddeles således, at hele holdet starter sammen om filmens aftryk for siden at arbejde selvstændigt på, hvordan de enkelte fagligheder skal sættes sit aftryk i forbindelse med filmen.

Holdenes samlede plan fremlægges den sidste dag i plenum med henblik på at få så mange reaktioner og in-put til den, inden den iværksættes.

BILAG

#1: Et case Study

Producer og instruktør beskriver i nedenstående, hvordan de arbejdede med at skabe et kulturelt aftryk:

”Vi vil gerne få et indblik i den samtale der opstår blandt et ”almindeligt” publikum, der ikke arbejder indenfor filmbranchen, lige efter de har set vores film og forhåbentlig blive klogere på, hvilken resonans ÅRETS SIDSTE DAG skaber hos folk, der ikke ser den i en filmfaglig kontekst.
For at få et så åbent indtryk som muligt, er det vigtigt, at vi ikke aktivt deltager i samtalen, men blot rammesætter en situation, hvor vi kan være observatører. I modsætning til en traditionel testvisning vil vi ikke liste en masse spørgsmål op med lukkede svarmuligheder, men i stedet opstille samtaleområder med mikrofoner på efter visningen, hvor forskellige publikumsgrupper kan samles og tale om filmet med afsæt i et åbent spørgsmål: *Hvilke personlige indtryk efterlader filmen hos dig?*

Lørdag d. 4. september afholdte vi en lukket testvisning med et publikum bestående af følgende segmenter:

Unge i alderen 20-30 (både mænd og kvinder)

Ældre i aldersgruppen 50-70 (kun kvinder)

Noget af publikum ankom i grupper, som derfor kendte hinanden i forvejen, og nogle ankom alene uden ledsager, og kendte derfor ingen. Fra holdet var instruktør, producer og tonemester til stede under visningen af filmen.
Vi havde opstillet 3 mikrofon stationer i biografsalen, og efter visningen blev publikum med det samme inddelt i 3 grupper (1 gruppe ved hver mikrofon) ud fra følgende paramentre:

1. En gruppe af kvinder der kendte hinanden i forvejen og var på samme alder
2. En gruppe af mænd der kendte hinanden i forvejen og var på samme alder
3. En gruppe af kvinder i blandede aldersgrupper, der ikke kendte hinanden i forvejen

Under deres samtaler forlod holdet biografen, og kom tilbage efter 20 minutter, hvorefter alle blev placeret i en ny gruppe med mennesker, de ikke havde talt om før, hvor de havde en samtale i om filmen i yderligere 20 minutter.

Efter arrangementets afslutning stod vi tilbage med 90 minutters optagede samtaler, hvor et publikum havde reflekteret over vores film, som instruktør og producer lyttede igennem sammen. Vores intention havde først været at transskribere materialet, men ved at høre folks tonalitet og tempo i tale om filmen, fik vi også en større følelsesmæssig indsigt i det refleksionsrum, som filmen har skabt.

Aftryk

Den største erfaring vi har gjort os ved at benytte denne metode, har været, hvor meget et publikum vægter identifikation, når de taler om en filmoplevelse. Folk reflekterede over, hvordan de kunne identificere sig med filmens 4 hovedkarakterer, og begyndte at bringe tematikker som krænkelseskultur og mobning på banen. Tematikker som vi ikke selv har brugt som omdrejningspunkt for filmen i vores udvikling, men som udelukkende blev fremkaldt for os, fordi publikum selv fik lov til at tale sig ind i det.

(...)

Dette er blot få eksempler fra en lang række erfaringer, men den største erfaring vi har gjort os med øvelsen, er, at vi reelt set føler, at vi har fået en unik indsigt i, hvordan et "normalt" publikum taler om vores film. Indtil videre har vi primært været målt på det processuelle og metodiske lag i vores filmen, så at få et helt rendyrket publikums indtryk som dette, har føltes som en måde at afmystificere filmens publikum på. Vi står tilbage med en oplevelse af, at folk bruger nogle af de samme ord og vendinger om filmens karakterer og tematikker, som vi selv har brugt undervejs i processen, men føler også at publikumssamtalerne har åbnet op for helt nye samtaleemner, som vi ikke selv have forestillet os ville være i centrum for filmen.

Det er sjældent, at vi på Filmskolen bliver eksponeret for et eksternt publikum, hvilket næsten kan gå ind og generere en reel frygt for et publikum. Med denne øvelse er vi både blevet klogere på vores films aftryk, men også blevet mere modige og sikre i vores eget virke.

I fremtiden vil vi bruge samtale-metoden som led i både klippe-processen og som et indledende skridt i positioneringsarbejdet".

MADE
BY US