



**LUNDS**  
UNIVERSITET

150413

Sektionen Kommunikation  
Johan Nyman

## Att tänka på innan du beställer och producerar film

### Varför film?

Är film det bästa mediet för det du vill uppnå med din kommunikation?

Film är inte särskilt effektivt om du vill förmedla fakta. Om du däremot vill förmedla känslor och berätta med bilder så kan film vara effektivt. Tänk igenom varför film skulle skapa ett mervärde *innan du bestämmer dig för att sätta igång med produktionen*.

### Syftet med filmen?

Ska filmen hjälpa till att rekrytera fler studenter till en specifik kurs, underlätta för en student att klara ett laborationsmoment, dokumentera ett forskningsprojekt eller är filmen en teaser i en större övergripande kampanj?

Var tydlig med att beskriva syftet och effekten du vill uppnå med filmen *innan du sätter igång produktionen*.

### Vem ska titta?

Var noga med att under hela produktionen ha målgruppen i fokus. Filmens målgrupp avgör vilket tilltal filmen har, vilka bilder som väljs, vilka som blir intervjuade, hur lång filmen ska vara etc. Beskriv filmens målgrupp *innan du sätter igång produktionen*. Tänk också igenom hur du vill du att målgruppen ska reagera när de ser filmen.

### Var ska filmen visas?

Vilka kanaler ska användas för att nå din målgrupp? Vilka kanaler har du själv kontroll över? Ta fram en strategi för vilka kanaler som ska användas för att sprida filmen *innan du sätter igång med produktionen*. Om din plan är att distribuera videon i kanaler du inte själv kontrollerar, kontakta redaktören för respektive kanal och undersök möjligheten.

Film används sällan som en ”stand-alone” produkt. I ett pressmeddelande kan film vara ett komplement till ett skrivet pressutskick. Film kan samspela med text och bilder för att berätta om forskningsprojektet på projektets hemsida.

Oftast används youtube som videoplattform för att ladda upp material. Men det är ytterst osannolikt att du lyckas nå din målgrupp genom att endast ladda upp filmen på youtube eller någon annan videoplattform.

### **Filmens innehåll**

Även om det inte är du som ska producera filmen är det viktigt att du i ett tidigt skede funderar på filmens innehåll. Vilka personer ska intervjuas, vilka miljöer ska vara med etc. Testa gärna intervjupersonerna i förväg, kommer de att ”nå ut genom skärmen”. Om filmen ska vara på engelska, kolla om intervjupersonens engelska är tillräckligt bra.

### **Vem ska producera filmen?**

Finns resurserna att producera filmen ”inhouse”? Om resurserna finns inom universitetet så ska du välja det. *Undersök vilka möjligheter som finns innan du anlitar en extern producent.* Kanske finns det studenter som kan göra jobbet? Om du vill anlita någon extern producent finns det upphandlingsregler att följa. För att undersöka vilka olika typer av filmproducenter det finns att tillgå se <http://medarbetarwebben.lu.se/stod-och-verktyg/kommunikation-och-grafisk-profil/bild-och-film>

### **Filmens budget**

En film kan inte kosta hur lite som helst, men det finns ingen gräns för hur mycket en film kan kosta. Det är inte längden på filmen som avgör vilken kostnaden kommer bli. En timmes föreläsning är ofta betydligt billigare att producera än en minuts reklamfilm som ska visas på bio. Specificera vilken budget du har *innan du sätter igång produktionen.* Det som kostar mest i en filmproduktion är oftast för- och efterarbetet (planering och redigering). Ju tydligare du kan vara med syfte, innehåll, målgrupp, distribution desto mer ”bang for your buck”.

### **Organisation internt**

Ha en referensgrupp som sitter på fakta, pengar och inflytande. Tydliggör beslutsordning. Utse en projektledare, som har kontakt med producenten (se nedan).

### **Brief när du anlitar filmproducent**

*Innan du kontaktar en extern filmproducent* ska du ta fram en uppdragsbeskrivning., en *brief*. I brieven beskriver du kortfattat och konkret om uppdraget som ska genomföras - syfte, målgrupp, innehåll, budget. Vill du ha hjälp med att ta fram brief så hittar du kontaktperson här <http://medarbetarwebben.lu.se/stod-och-verktyg/kommunikation-och-grafisk-profil/bild-och-film>

### **Kontrakt med filmproducenten**

Se till att det skrivs ett kontrakt mellan beställare och den externa producenten där det tydligt framgår vad som ska levereras, hur arbetsprocessen ska gå till (ansvarsfördelning och hur ofta avstämningar ska göras t.ex.), budget, vem som äger det filmade materialet etc.

När du anlitar en student gäller givetvis samma sak. Skriv ett kontrakt mellan beställare och student innan produktionen påbörjas. Ofta underskattar man som beställare arbetstiden vad gäller för- och efterproduktion.

Spara kontraktet på ett lämpligt sätt, så att du alltid kan återvända till det som avtalats.

Ofta sker det förändringar under projektets gång och då är det viktigt att man tydligt kommunicerar de förändrade villkoren (t.ex, budgetförändringar, mer material som ska filmas etc).

### **En intern projektledare under produktionen**

Kontraktet fungerar som en ram som beskriver förutsättningarna. Sen gäller det att under filmproduktion vara flexibel. Viktigt att ha en nära dialog och göra regelbundna avstämningar med filmproducenten. Både beställare och filmproducent måste hitta smarta lösningar under produktionens gång.

När du anlitar en extern filmproducent är det viktigt att det utses *en* intern projektledare för filmprojektet. Denna person har kontakt med den externa filmproducenten.

Manus och filmmanér tas fram av filmproducenten, i samarbete med beställaren, innan filminspelningen sätts igång. Projektledaren ansvarar för att manus/synopsis är väl förankrat hos referensgruppen. Och att inspelningen hålls till avtalet manus. Den interna projektledaren ansvarar för att tidsplaner hålls och förvarnar alla inblandade om deras insatser (godkännande av manus, tid för inspelning, etc).

Den interna projektledaren ansvarar också för att stämma av och förankra filmprojektet internt. Om det är flera personer som tar kontakt med producenten blir det rörigt och kostnaden för filmprojektet stiger. Ju fler som ska tycka till om slutprodukten desto svårare blir det.

### **Efter produktion och distribution**

Spara avtal och filmat material på ett lämpligt sätt. I dagsläget finns ingen gemensam filmdatabas. När det finns på plats är tydlig och korrekt dokumentation av stort värde.