

Svenska Filminstitutet
Box 27126, 102 52 Stockholm
Besök: Filmhuset, Borgvägen 1
Telefon: 08-665 11 00
Fax: 08-661 18 20
www.sfi.se



Svenska Filminstitutets digitala agenda

**Antagen av Filminstitutets styrelse den 18
september 2012.**

1. Bakgrund

Filmen är på många sätt ett spjutspetsområde för den digitala tekniken. På 1980-talet började digital teknik användas, framför allt vid efterbearbetning av film och för special effects. Världens första helt digitalt postproducerade film var den svenska långfilmen *Zingo* som premiärvisades år 1991. Postproduktionen är sedan många år helt digitaliserad och alltfler filmer spelas nu också in digitalt, vilket gjorts möjligt av att den senaste generationens digitala kameror tagits i bruk.

Som en följd av att film numera inte bara redigeras utan också spelas in digitalt var det bara en tidsfråga innan film också kom att distribueras digitalt. År 2013 blir av allt att döma det sista året för analog biografvisning. Annan distribution av film blev digital redan under 1990-talet och numera blir i stort sett all nyproducerad film förr eller senare digitalt tillgänglig på nätet via VOD eller andra tjänster, dock i många fall i form av olovlig distribution.

När väl produktionen och distributionen digitaliserats föreligger inte film längre på filmbas, vilket får konsekvenser för bevarandet och det långsiktiga arkiverandet av film. Under 2012 bygger Svenska Filminstitutet därför upp ett robotiserat bandsystem för långsiktigt digitalt bevarande.

En drygt två decennier lång förändring från analog till digital filmbransch fullbordas därmed. Att mot den bakgrunden sammanställa en digital agenda för filmens område och Filminstitutets verksamhet kan tyckas väl senkommet. Men även om den digitala teknikens infrastruktur snart är på plats måste en rad anpassningar genomföras som kräver ekonomisk uppbackning och strategisk/teknisk kompetens.

Filmens största digitala utmaning är upphovsrättslig, ekonomisk och samma som för övriga innehållsproducenter: det har visat sig vara svårt att ta betalt av publiken i de digitala kanalerna, man talar om "analog dollars and digital pennies". I takt med digitaliseringen innebär detta en omdaning av det ekonomiska systemet för produktion och distribution, både med avseende på finansiering och publikintäkter. Denna förändring är minst lika omvälvande som tidigare tekniska revolutioner som televisionen och videospelaren, om inte större. Detta är en viktig utgångspunkt för denna digitala agenda.

Därtill är utvecklingen på det digitala området snabb och nya förändringar kan förväntas. En digital agenda bör därför genomsyras av flexibilitet inför denna dynamik.

2. Syfte

År 2011 antog den svenska regeringen en *Digital agenda för Sverige*. Den utgör en sammanhållen strategi med tydliga mål och åtgärder som syftar till att samla alla goda krafter runt om i landet för att utnyttja befintliga resurser på ett smartare sätt. Den övergripande ambitionen är att Sverige skall bli bäst i världen på att använda digitaliseringens möjligheter.

Syftet med Filminstitutets digitala agenda är att samla alla pågående aktiviteter i en sammanhållen strategi för att ta till vara alla de möjligheter digitaliseringen erbjuder

inom filmens område. Visionen är att bli det ledande Filminstitutet i Europa på digitaliseringsområdet i syfte att stärka och utveckla den nationella filmpolitiken i alla avseenden.

Använder vi tekniken rätt kan

- nya möjligheter tas till vara för att utveckla filmen som konststart, bland annat genom att nya uttryck, genrer och format blir möjliga,
- nya finansieringskällor för produktion av film komplettera de som nu finns,
- den nya svenska filmen snabbt bli tillgänglig för alla,
- nya distributionssätt etableras som har potential att både öka publikens intresse och filmskaparnas möjligheter till intäkter,
- utbudet av ny film på biograf i hela landet breddas,
- olika målgruppers intresse för film på biograf bättre tillgodoses,
- nya möjligheter skapas för publiken att bli medskapare,
- det svenska filmarvet bli tillgängligt för alla,
- film i ökad utsträckning brukas för upplevelser men också för att fördjupa insikterna i 1900-talets omdaning av vårt samhälle,
- yttrandemöjligheten vidgas genom eget skapande/filmande och genom självorganiserade nätverk av enskilda, amatörer och professionella filmskapare.

I det följande görs en beskrivning av förutsättningar och möjligheter för olika verksamhetsområden.

3. Ett nytt läge

Den digitala utvecklingen ändrar i grunden förutsättningarna för kommunikation och utbytet av tankar människor emellan. På filmens område växer en helt ny struktur fram. Ett tidigare begränsat sändar-mottagarperspektiv byts mot ett gränslöst flöde av film och rörliga bilder. Mottagandet sker där mottagaren befinner sig och på tid som mottagaren själv väljer. Att producera och distribuera film, något som tidigare var förbehållet ett begränsat antal professionellt verkande och helintegrerade bolag, blir nu möjligt för var och en. Nätet erbjuder en distributionsväg antingen till en väl selekterad publik eller till en masspublik. Utmaningen är att inte försvinna i det hastigt växande utbudet och att utveckla effektivare former att ta betalt.

I detta radikalt förändrade medielandskap skall Filminstitutet verka för mångfald, kvalitet och tillgänglighet.

3.1 Den digitala infrastrukturen

Biografen

Den digitala biografstrukturen växer snabbt fram och görs möjlig genom privata investeringar. Av det följer att de ekonomiskt starka digitaliseras i ett första skede. De biografier som har sämre lönsamhet eller som bedrivs med stöd av offentliga medel digitaliseras i bästa fall i ett senare skede eller då offentligt stöd är att tillgå.

När ett tillräckligt stort antal biografier digitaliserats kommer den analoga filmdistributionen att upphöra. Detta beräknas inträffa vid årsskiftet 2012-2013. Därmed blir biografstrukturen helt digital – analoga biografier får då ingen film att visa.

Den strategiska utmaningen är att se till att

- biografier över hela landet snabbt digitaliseras,
- regeringens beslutade medel för digitalisering av biograferna snabbt blir tillgängliga för att undvika utslagning av biografier.

Den kollektiva upplevelsen av film har en sprängkraft som den enskilda konsumtionen inte kan mäta sig med. Viljan att film skall bidra till att fördjupa demokratin, utmana makten och invanda föreställningar – förutsätter den kollektiva upplevelsen. Mot den bakgrunden kommer biografen även i den digitala eran att vara filmens främsta rum.

Den digitala förändringen öppnar för radikalt annorlunda sätt att bedriva biografverksamhet. Men risken finns att stor blir större, att marknadens inneboende kraft mot likformighet slår ut politikens och publikens önskan om mångfald.

Den strategiska utmaningen är att se till att

- digitaliseringens möjligheter med avseende på mångfald och kvalitet på biograferna tas till vara genom nya sätt att använda Filminstitutets olika stöd, bl a stödet till paralleldistribution,
- ett brett utbud av såväl ny som äldre film blir tillgängligt för den lokala biografen.

Digitaliseringen skapar möjligheter för visning av film för alla människor. Det finns dock grupper i samhället som har små möjligheter att ta del av film på bio med god behållning. Några av dessa grupper är de 120 000 personer i Sverige som har olika grad av synskada, samt andra grupper med läs- och skrivsvårigheter, t. ex. dyslektiker.

Den strategiska utmaningen är att

- genom särskilda medel från regeringen utveckla en teknisk lösning för paketering, utsändning, överföring och mottagning av ljudspår med syntolkning och uppläst textremsa. Detta för att ge möjlighet till ett ökat antal filmföreställningar på digitala biografier för synskadade samt att skapa liknande förutsättningar för andra grupper med särskilda behov t ex dyslektiker och långsamläsande.

En särskild satsning görs för att öka tillgängligheten till filmvisning på biograf för synskadade genom att tillsammans med Post- och telestyrelsen (PTS) ta fram en modell för syntolkning av film.

Säkert digitalt bevarande

År 2012 är det första året då ny svensk långfilm enbart kommer att existera i digitalt format. Den första filmen av detta slag är *Nobels testamente* som hade premiär i februari 2012. I slutet av året kommer sannolikt majoriteten av ny svensk film att enbart föreligga i digitalt format.

Filminstitutet har redan träffat överenskommelse med producenterna om specifikationer för digitalt bevarandematerial av ny svensk film. Därutöver har Filminstitutet köpt in bandrobotar och annan utrustning för långsiktigt digitalt bevarande.

Frågan om bevarandet av digitala visningskopior av utländsk film som visas på biograf är fortfarande oklar och samtal pågår mellan Filminstitutet och filmdistributörerna om hur detta skall lösas.

Den strategiska utmaningen är att

- i samverkan med filmbranschen etablera system för säkert digitalt bevarande för att möjliggöra filmers vidareexploatering och för att säkra möjligheterna för kommande generationer att få del av den nutida svenska filmen.

3.2 Det digitala redaktörskapet

Allt kan i den digitala världen i princip göras tillgängligt för alla. Men verkligheten och den mänskliga förmågan sätter gränser. Därför måste urval göras – urval av vad som skall produceras professionellt, urval av äldre film som skall göras tillgängligt digitalt, urval av aktörer som skall skapa levande mötesplatser för visning av film och för samtal om film.

Den nya filmen

Den nya filmen är digital. Men det är i kraft av berättelsens innehåll och kvalitet som den når fram till en publik och som den förmår förmedla en insikt eller upplevelse. Det är kvaliteten i vid mening som är central i produktionen.

Men filmkonsten vilar på konstnärliga och tekniska förutsättningar. Tekniska innovationer och språng har alltid färgat av sig på filmens gestaltande förmåga – stumfilm till ljudfilm, svart/vit film till färgfilm, filmkamerans utveckling och utvecklingen av special effects. Den digitala tekniken skapar förutsättningar för en helt ny och annorlunda visuell gestaltning bl.a. genom 3-D filmen. Drivkraften i utveckling är strävan att finna teknik som svarar mot konstnärliga eller berättarmässiga förutsättningar.

Digitaliseringen har också stor potential för ökad mångfald, då priset för produktion och distribution minskar radikalt. Detta öppnar för nya former av film och nya kategorier av filmskapare.

Den strategiska utmaningen är att

- ta vara på den digitala teknikens gestaltande möjligheter,
- stödja filmbranschens strävan till innovativt filmskapande,
- realisera potentialen till ökad mångfald.

Filmbransch och spelbransch i samverkan

Det nya filmavtalet har ambitiösa målformuleringar inte bara när det gäller produktionen av ny svensk film av olika slag, utan också när det gäller utveckling, produktion och distribution genom nya medier.

Målformuleringarna pekar på behovet av ett fördjupat samarbete mellan filmbranschen och spelbranschen. Spelbranschen ligger i den digitala utvecklingens framkant och kunskaper från detta område borde komma filmbranschen till del.

I grunden är dock filmens och spelens roll hos människan olika, de representerar två skilda och uråldriga nöjen: berättelsen och leken. Det finns ett spänningsfält mellan det narrativa och det interaktiva. Insikten om uttryckens särart bör prägla samverkan mellan branscherna.

Den strategiska utmaningen är att

- skapa gemensamma mötesplatser mellan spelbransch och filmbransch,
- stödja projekt som bygger på samverkan mellan de båda branscherna.

Filmarvet till alla

Filminstitutets samlingar består av film på filmbas. Övergången till digital distribution och visning innebär att arkivets filmer på filmbas måste digitaliseras för att i framtiden överhuvudtaget kunna visas på andra biografer än Filminstitutets egna. Under 2012 inleds arbetet med att framställa digitala kopior i hög upplösning av filmer i arkivets samlingar. I Filminstitutets budgetunderlag äskas medel för att kunna påbörja en digitalisering i större skala, med sikte på att inom de kommande två-tre decennierna digitalisera samtliga 2 500 svenska långfilmer och 6 000 svenska kortfilmer i sådan kvalitet som möjliggör framtida digitala biografvisningar.

Det svenska filmarvet är omfattande. Allt kan inte digitaliseras samtidigt. Ett urval måste göras på ett sätt som samlat bidrar till att öka intresset för den svenska filmens historia och svarar mot intresset från publik och filmägare. Tack vara Filminstitutets satsningar på området får filmägarna tillgång till material för dvd/bluray-utgivning, tv-försäljning, VOD-tjänster m.m.

Den strategiska utmaningen är att

- se till att långsiktigt hållbar finansiering för digitalisering av det svenska filmarvet skapas,
- upprätta en prioriteringsordning inför digitaliseringen,

- se till att det digitaliserade filmarvet når publik på biograf och via VOD-tjänster genom nära samarbete med filmägarna,
- se till att även filmer vars rättighetsläge är oklart (t ex så kallade orphan works) digitaliseras och görs tillgängliga.

Kommunikation

Digitaliseringen har de senaste åren stöpt om hela kommunikationsområdet och skapat mängder av nya möjligheter. Även kommunikatörsrollen befinner sig generellt i snabb förändring, både vad gäller kompetenser, arbetsområde och roll i den organisation man är verksam i.

För Filminstitutet är kommunikation via webb, sociala medier och andra digitala vägar ett viktigt medel för att nå ut med information, föra dialog, göra kunskap tillgänglig, och marknadsföra våra publika verksamheter.

Webbplatsen sfi.se är en viktig kommunikationskanal för Filminstitutet, både mot olika enskilda målgrupper och mot den filmintresserade allmänheten. Här finns allt från information om Filminstitutets verksamhet till nyheter om svensk film och verktyg som sökbar biostatistik och filmhandledningar. Innehållet på sfi.se finns i både svensk och engelsk version.

Genom den likaledes tvåspråkiga Svensk Filmdatabas, som också är en del av sfi.se, tillgängliggörs i databasform information om hela det svenska filmarvet, både för en svensk och för en internationell publik.

I höst startar Filminstitutets nya programverksamhet Filmrummet. Som en del av Filmrummet kommer det successivt att byggas en närvaro på nätet för samtal, diskussion, fördjupning men också tillgänglighet. Filmrummet bygger på möten som oftast sker i Filmhuset, men genom webben kan de bli åtkomliga för människor i hela landet.

För att få större räckvidd och möjlighet till dialog med våra målgrupper är Filminstitutet aktivt närvarande på webben även i sociala medier. I skrivande stund finns sammanlagt tolv målgruppsinriktade Facebooksidor, sex Twitterkonton samt egna kanaler i Youtube, Vimeo och Flickr. Som exempel har Twitter visat sig vara ett effektivt verktyg för Utlandsavdelningen att nå ut till utländska filmköpare och journalister.

Vår tidning Swedish Film finns som app för Ipad och Android och har på de plattformarna utvecklats till ett kraftfullt redskap för information och PR om svensk film internationellt.

För den interna kommunikationen används självfallet också digitala kanaler såsom intranät. Här gäller det dock att hitta en balans mellan att bygga ut det digitala och att skapa möten i verkligheten. Vår strategi för hösten är att göra en enklare uppdatering av intranätet men i övrigt satsa mer på samtal och diskussioner mellan medarbetarna.

Den strategiska utmaningen är att

- prioritera bland alla möjligheter och använda de som är viktigast för just våra mål och syften,
- utveckla dialog och möten med hjälp av digital teknik,

- följa med i teknikutvecklingen, främst vad gäller webbplatserna.

Filmarkivet.se

Filmarkivet.se är en webbplats som tillgängliggör film ur Filminstitutets och Kungliga bibliotekets samlingar. Det rör sig främst om kortfilm, dokumentärfilm, reklamfilm och beställningsfilm – filmer som för en bred publik inte är möjligt att se på annat sätt. Ca 600 filmer är gratis och ständigt tillgängliga för en publik över hela världen.

Avsikten är att utveckla filmarkivet.se i flera olika avseenden, bland annat att

- öka antalet filmer med ca 300 per år
- initiera forskning om filmerna på filmarkivet.se
- koppla filmarkivet.se till olika relevanta målgrupper
- utveckla filmarkivet.se i folkbildande syfte och i skolans undervisning
- utveckla funktioner för att öka kommunikationen på sajten
- göra svensk långfilm tillgänglig på filmarkivet.se

Biblioteket/bildarkivet

Filminstitutets bibliotek har succesivt trätt in i den digitala eran. Tidskrifter finns numera både i pappersformat och som digital version. Antalet tillgängliga databaser för utbildning och forskning ökar kontinuerligt medan böckerna fortfarande är i pappersformat.

Arbetet med att digitalisera samlingar av stillbilder, affischer och manus pågår medan nytt säkerhetsmaterial till filmrelaterat material numera är i digital form.

Den strategiska utmaningen är att

- påskynda digitaliseringen av samlingarna för att säkra bevarandet och öka tillgängligheten,
- skapa en infrastruktur för att digitalt tillgängliggöra filmrelaterat material,
- komplettera utlåning av böcker med tillhandahållande av e-böcker.

Cinematket

Cinematkets uppdrag är att tillgängliggöra filmhistorien på biograf för allmänheten. När 35 mm-projektorerna successivt försvinner runt om i landet blir Cinematket snart en enda aktör som genom egna visningar i Filmhuset kan visa de 35 mm filmer som finns i arkivet. Filmhuset kommer troligtvis snart vara den enda biograf som både har digital och analog visningsutrustning och får därmed en helt unik ställning i landet. Därmed finns det skäl att använda begreppet Nationalbiograf – den främsta scenen i landet för visning av film – för Filmhusets biografer.

Den strategiska utmaningen är att

- behålla och stärka Filmhusets kompetens och teknik inom såväl analog som digital visningsteknik,
- utveckla digitala Cinematék över hela landet.

3.3 Andra angelägna förändringar

Film i VOD-tjänster

Största delen av filmtittandet sker i hemmet. Under lång tid har TV-kanalerna konkurrerat om tittarna med film. Under senare år har filmtittande allt mer förskjutits till VOD-kanalerna, inte minst vad gäller relativt ny film. Det har i sin tur lett till att DVD-marknaden tappar i värde.

I diskussionerna om ett nytt filmavtal inbjöds aktörer som visar film via olika nättjänster att ansluta sig till avtalet. Så kom dock ej att ske.

Den strategiska utmaningen är att

- utvidga kretsen av avtalsparter med de som visar film via olika nättjänster,
- verka för mångfald och kvalitet i nättjänsternas filmutbud.

Barn och ungdom

Den digitala tekniken bjuder oanade möjligheter till eget skapande i rörlig bild och till interaktivitet över nätet. På det sättet kan yttrandemöjligheten vidgas och delaktiviteten i samhället fördjupas. Regionala resurscentra för film arbetar för att stödja barn och ungdomars eget filmskapande och arrangerar mötesplatser för unga filmare.

Film och rörliga bilder har ett stort genomslag för hur vi uppfattar oss själva och det samhälle vi lever i. Det är därför viktigt att barn och ungdomar får tillgång till olika slags berättelser och uttryck med film och rörliga bilder, inte minst från andra delar av världen än t ex den anglosaxiska. Filminstitutet ska därför göra det möjligt för unga människor att få starka, rika och gemensamma filmupplevelser på biograf. Det gäller inte minst i skolan där också filmen blivit en del av den nya läroplanen (Lgr 11). Där står t ex att eleverna ska få kunskaper om genrer, berättartekniska och stilistiska drag i film och andra medier och att barn i årskurs 4-6 skall lära sig filma och redigera i datorprogram.

Eftersom Sveriges biografier snart är digitaliserade måste det finnas digitala 2K-kopior att tillgå vilket inte är fallet idag. Det är därför angeläget för Filminstitutet att snabbt öka tillgången till digitala kopior av barn- och ungdomsfilm, inte minst för skolbiovisningar.

Den strategiska utmaningen är att

- i samråd med filmbranschen bygga upp en liten men profilerad distribution för att tillgängliggöra digitala filmkopior av barn- och ungdomsfilm för skolbiovisning,
- inom ramen för det ordinarie stödarbetet och digitaliseringen av filmarvet satsa på att digitalisera barn- och ungdomsfilm för biografvisning,
- verka för att barn och unga skall kunna använda digitalt bildskapande som uttrycksmedel.

Intresse för ny svensk film i utlandet

En viktig uppgift för Filminstitutet är att sprida kunskap om svensk film i utlandet och främja exporten av svensk film. Den främsta målgruppen är filmfestivaler. En förutsättning för att välja ut en svensk film är att de har möjlighet att se den.

Den strategiska utmaningen är att

- etablera en säker webbtjänst där utländska festivaler ges tillgång till ny svensk film.