

Oberoende medieproduktion och offentligt deltagande

*Vilken roll spelar den oberoende medieproduktionen i dagens kulturliv? Har läget blivit bättre eller sämre för oberoende kulturaktörer? Varför är det viktigt att de får plats på den offentliga arenan? **Jetta Huttunen** analyserar hur offentligheten och mediekulturen kopplas till varandra.*

I mars 2017 skrev Iltalehti om superhjältefilmen *Rendels* distributionskontrakt. Filmen har sålts till nästan trettio länder. I Mexiko och Latinamerika kommer den att kunna ses på 650 vita dukar. Som en nyhet om finsk film är detta uppseendeväckande och ännu mera uppseendeväckande blir nyheten eftersom det är frågan om en så kallad oberoende filmproduktion (*independent film*), vilket betyder att filmen har gjorts utan det traditionella filmproduktionssystemets stödformer och finansiering.

Antalet filmer som producerats utanför det etablerade systemet har ökat, och dessa filmer syns allt mer i offentligheten. Genom filmfestivaler, DVD- och nätmarknaden har den internationella marknaden öppnat sig för mindre produktioner. Distribueringsföretagen har också börjat intressera sig för inhemska oberoende filmproduktioner.

Den alternativa eller oberoende kulturproduktionen är ett urgammalt fenomen som inte har uppstått på grund av den senaste tidens samverkande medieformer, det man brukar kallar mediekonvergens, eller genom digitalt nätverkande. Digitaliseringen och samverkande medieformer har ändå erbjudit oberoende produktioner helt nya sätt att få synlighet och att hitta en publik.

I dagens medielandskap finns det många olika typer av oberoende mediaproduktioner. De kan vara *Little pet shop*-videor, tekniskt utvecklade kortfilmer på Vimeo och fiktion i långt format som förverkligas av amatörer och som laddas upp på nätet. Gemensamt för de här produktionerna är att de skapas på ett självständigt sätt, oberoende av medielandskapets etablerade aktörer.

Det är alltså i allt högre grad småskaliga producenter och självständiga aktörer – exempelvis konsumenter som skapar sina egna verk och delar dessa via olika medier – som sätter sin prägel på mediekulturen. Den här produktionen är ofta alternativ i den meningen att den utmanar traditionellt innehåll och traditionella produktionssätt. På samma gång

diversifierar den självständiga medieproduktionen mediekulturens fält genom att innehållet representerar en annan form av estetik och nya produktionssätt.

Hur har då denna process förändrat den självständiga produktionen och utgivningen? Och har användarnas delaktighet i olika medier ökat genom denna förändring? Jag vill här reflektera över huruvida offentligheten har förändrats och, om den har det, om det på ett betydande sätt har påverkat deltagandet i självständiga medieproduktioner och genom det möjligheterna till samhälleligt deltagande mera allmänt.

Offentligt och privat

Samhället och mediekulturen är idag så tätt relaterade, att det ena inte längre går att skilja från det andra. Man har börjat tala om mediesamhället, och man har också börjat beskriva den västerländska människans relation till samhället genom just medierna. Det här fenomenet är dock inte historiskt sett något nytt: enligt **Jürgen Habermas** började det västerländska samhället (speciellt medelklassen på väg uppåt) redan under 1800-talet definiera sig genom medierna – d.v.s. pressen. Under den här tiden uppstod en uppdelning mellan den privata och den offentliga sfären. Hemmet och familjen definierades som tillhörande den privata sfären, medan offentligheten kom att ses som den plats, där samhälleliga diskussioner förs. Offentligheten företrädde av medierna i form av pressen.

I dagens mediekultur är uppdelningen mellan den privata och den offentliga sfären inte längre absolut. Allt är – om vi så vill – en del av offentligheten. Enskilda personer har möjlighet att offentliggöra varenda handling och varenda åsikt i någon form av medium. Det finns inte heller längre så kallade portvakter som stakar ut gränserna för hur den egna produktionen förs fram i offentligheten. De traditionella medierna, d.v.s. tidningar, TV-kanaler eller offentliga med-

iebolag såsom YLE, kontrollerar visserligen sin egen publicering, men kanaler för självständiga och konsumentdrivna produktioner finns exempelvis på Youtube, i bloggar eller på Facebook.

Den självständiga medieproduktionens typiska drag är kreativ frihet och oberoende i relation till det etablerade produktions- och delningssystemets normer och krav. Digitaliseringen och samverkande medieformer har möjliggjort att de oberoende småproducenterna kan producera sina verk för en allt större publik. I det nutida medielandskapet är det lättare än det varit förut för kulturproduktioner i marginalen att bryta sig in i offentligheten. Offentligheten är dock fortfarande ett fält som regleras hårt av de kommersiella eller de samhällseliga aktörerna.

Från deltagande till styrning av offentligheten

Då det självständigt producerade innehållet – oavsett om det är en film, en videoblogg eller en kattvideo – publiceras möts det av offentlighetens synliga och osynliga maktstrukturer. Offentligheten är den sfär, där självständigheten utsätts för en egentlig prövning; det är först i offentligheten som den självständiga aktören möter sin publik, institutioner och mediehusens portvakter. De som gör oberoende film, som till exempel *Rendels* regissör **Jesse Haaja**, får finna sig i att

Offentligheten skapar normer för verksamheten som de som publicerar material tar till sig, men de är på samma gång aktivt med och definierar dessa. **Sari Östman** visar i sin avhandling om vårt offentliggörande av våra egna liv på nätet att nätoffentlighetens normer reglerar denna verksamhet, men att de som ”publicerar sina liv” genom att omfatta dessa normer lär sig att behärska och styra sitt eget publicerande och sin egen offentlighet.

För aktören kan deltagande i mediekulturen också ha negativa konsekvenser. Många självständiga producenter upplever att de förlorar kontrollen över upphovsrätten till sina verk. Detta gäller exempelvis fotografier som kan användas och spridas mot upphovsmannens vilja som en följd av hur aktörer såsom Facebook fungerar. De kommersiella sociala medierna samlar till på köpet uppgifter om oss som kan säljas eller förmedlas till en tredje part i marknadsförings- och segmenteringssyfte. I mediekulturen finns det en allt högre grad av direktkontroll och övervakning. Ju medvetnare konsumenten/brukaren blir om hur de sociala medierna påverkar oss, desto mer vill hen begränsa sitt eget deltagande och sin egen delaktighet i olika tjänster.

Småproducenterna och de aktörer som skapar självständigt medieinnehåll är mycket medvetna om medievärldens strukturer och maktförhållanden, och de vill själva staka ut sina egna relationer på mediefältet. Detta utstakande sker ofta på gränsen mellan det offentliga och det privata.

Aktörer vars medievana är på den nivå att de kan utvärdera omgivningen för sin egen verksamhet kritiskt och kan delta selektivt använder sig också av icke-deltagande som metod. Ju mer omfattande deltagandet i mediekulturen blir, såsom då de egna verken publiceras och då man förhandlar om dem med den etablerade kulturen, desto mera hotad blir aktörernas självständighet. Också kritiskt deltagande eller vägran att delta är alltså metoder att förhålla sig till deltagande. En småskalig producent kan välja att visa sin film på indie-filmfestival, och kan helt välja bort att använda sig av den inhemska biograf-

distribueringen. En ung person som videobloggar kan skräddarsy sin Youtube-kanal så att bara prenumeranter eller någon annan form av begränsad publik kan se den.

Interaktionen mellan den oberoende kulturproducenten och den övriga kulturproduktionens aktörer präglas av ständig förhandling. Om det finns en verklig växelverkan och dialog med kulturfältets mera etablerade aktörer, samt med de institutionella aktörerna, ökar möjligheterna att delta i kulturproduktionen. Deltagandet försvagas däremot om de aktörer som styr kulturproduktionen och medieutgivningen inte uppmärksammar den självständiga produktionen, eller placerar den oberoende produktionen i marginalen. Om

Samhället och mediekulturen är idag så tätt relaterade, att det ena inte längre går att skilja från det andra.

ständig förhandla om sin plats i offentligheten och sin relation till den etablerade kulturen. Verken befinner sig i offentligheten på de etablerade mediernas villkor och får mycket negativ uppmärksamhet t.ex. i form av filmrecensioner, som nästan utan undantag avfärdar indiefilmer, som anses vara dåliga eller smaklösa.

Var och en av oss är utrustad med en ”känsla för offentligheten” som styr våra val till exempel på nätet. Detta påstående stöds också av undersökningar av hur människor använder sociala medier. Individens publicering av livshändelser kontrolleras ofta av hen själv på ett strikt sätt, och publicerandet upplevs befinna sig utanför det riktiga privatlivet.

strukturerna skulle organiseras på ett mera jämlikt sätt, till exempel genom en mera jämlik fördelning av resurser också när det gäller mindre etablerade medieproducenter, skulle det gynna de oberoende aktörernas deltagande. Mera aktiva förhandlingskanaler mellan etablerade och icke-professionella aktörer skulle gynna växelverkan på filmindustrins fält som helhet, vilket i bästa fall skulle leda till att nya former av kreativ ekonomi inom inhemsk filmindustri kan uppstå.

Alternativa produktioner syns allt mer i offentligheten, och självständiga produktioner förvisas inte längre nödvändigtvis till marginalen. En viktig underström som vi kan urskilja just nu är att det etablerade systemet på ett långsamt sätt utvecklas så att de småskaliga producenterna kan delta i allt högre grad.

Självständig medieproduktion i offentligheten

Den oberoende medieproduktionen utmanar sin verksamhetsomgivning genom att föra fram nya aktörer och verksamhetsmodeller på mediekulturens arena. I produktionen av medieinnehåll sätts oberoendet på prov i offentligheten. Kontrollen över verkets form, stil och innehåll, samt den konstnärliga frihet och självständighet som kommer till uttryck under själva produktionen, kan vara hotad i en offentlighet som styrs av dominerande krafter. Om producenterna upplever att de befinner sig i den kulturella marginalen och i skuggan av den dominerande kulturen kan tröskeln för att ge ut verk vara hög. Därför stannar många kulturproducenter helt medvetet kvar i marginalen.

I kulturproduktionen och i offentligheten pågår en ständig maktkamp om hurudan konst, producerad av vem, som värdesätts och hur verk får synlighet. Alla aktörer lyder under samma samhällsliga maktstrukturer, men det finns flera olika sätt att inrätta en egen plats i kulturen. I kulturproduktionen och i offentligheten sker det kontinuerliga förändringar när det gäller maktbalansen, vilka har som följd att det öppnas nya möjligheter eller att tidigare möjligheter går förloerade för de självständiga aktörerna.

Verklighet i mediekulturen kan uppstå bara om offentlighetens maktstrukturer ger rum också åt självständiga produktioner. Offentligheten borde vara en plats där systemet och den individuella livsvärlden möts och förhandlar, och på det sättet skapar möjligheter för samhälleligt deltagande och en riktig demokrati att förverkligas. Medieproduktionens undervegetation blomstrar på nätet. Om de vackraste blommorna skjuter upp är detta ett steg framåt på väg mot en rikare och mera jämställd mediekultur och offentlighet.



Jetta Huttunen

är kulturproducent och doktorand i medieforskning. Hon är bosatt i Torneå.

Verklighet i mediekulturen kan uppstå bara om offentlighetens maktstrukturer ger rum också åt självständiga produktioner.