

35mm NOSTALGI

# FILMEN

*- en god medarbetare*

35mm NOSTALGI

Pris Kr. 2:75

*Mezäta*

*Den här lilla broschyren är närmast avsedd som en kortfattad handbok om beställningsfilm. Den har utarbetats av AB Europa Film.*

*En detaljerad innehållsförteckning finner Ni på nästa sida.*



## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

	Sid.
Filmen i industriens tjänst .....	3
<i>av Rektor Harald Nordström, Industriens Upplysningstjänst</i>	
Beställningsfilm — definition av begreppet och en redogörelse för terminologien .....	6
Hur Bofors använder filmen i sin försäljning .....	8
<i>av Ingenjör Gustaf Hansson, AB Bofors</i>	
Den kommersiella filmen och dess olika typer: Annonssfilm — Kommersiell kortfilm — Demonstrationsfilm — Instruktionsfilm — Propagandafilm — Arkivfilm .....	9
Filmen i exportens tjänst.....	24
Vad kostar en film? — En svår fråga, som inte blir besvarad .....	25
Hur SJ utnyttjar filmen i sin verksamhet .....	26
<i>av Byråchefen Martin Blomberg</i>	
Den ideella och kulturella filmens uttrycksmedel..	27
Visningsmöjligheterna — som äro betydligt större än de flesta föreställa sig.....	30
Normalfilm eller Smalfilm? .....	34
Vad bör en beställare fordra av filmproducenten?..	35
Koncentrat i 7 punkter .....	40
<i>Lästid en minut</i>	
Hur en film kommer till — fotomontage i fyra akter	41



## Filmen i industriens tjänst

*av Rektor Harald Nordström*

I sitt ur många synpunkter intressanta arbete »Industrial publicity» (1944) påpekar C. J. Shaw, att filmen hittills i alltför ringa utsträckning kommit till användning inom engelsk industri. »Bland våra själsförmögenheter intar synsinnets utan all tvekan främsta platsen, men vi ha inte på långt när i industriens vida rike verkligen utnyttjat dess stora möjligheter».

Samma omdöme kan väl med visst fog gälla även svensk industri och svenskt näringsliv överhuvudtaget. Visserligen har här — liksom i England — en tämligen klar omsvängning i industriens inställning till filmen ägt rum under senare år. Åtskilliga företag ha målmedvetet tagit filmen i sin tjänst för olika ändamål. Inte så få nya industrifilmer av betydande värde ha skapats — inte minst under krigsåren. Men — för att ånyo citera Shaw — »vilka väldiga vidder är det inte som ännu återstå!»

Och dessa vidder ligga både innan-

för fabriksportarna och utanför. Både när det gäller internt utbildningsarbete och när fråga blir om en utåt till de direkta konsumenterna eller till den stora allmänheten riktad verksamhet kan filmen vara ett ytterst betydelsefullt redskap i industriens tjänst.

Inom olika allmänna skolformer har man mer och mer börjat inse värdet av filmen som en integrerande del av undervisningen i skilda ämnen — geografi, naturvetenskap, språk osv. När det gäller yrkesutbildningen synes man däremot i tämligen ringa grad ha gjort klart för sig, vilket utomordentligt komplement filmen där kan vara till den muntliga vägledningen. Förresten inte bara komplement, utan i vissa fall rentav ensam undervisare. Väl har man i en del yrkesutbildningsanstalter regelbundet brukat film vid undervisningen, i varje fall i så pass stor omfattning som man haft tillgång till lämpligt material. Men vid



den utbildning av lärlingar eller den omskolning av äldre som bedrivs inom företagen är filmen en tämligen sällan sedd gäst. Detta är ägnat att förvåna. Det finns väl knappast något område, där det är så tacksamt att demonstrera genom film som just inom det tekniska. Arbetsprocesser kunna med filmkamerans hjälp belysas långt allsidigare än vad som är möjligt genom muntlig framställning eller med ritningar. Invecklade konstruktioner få sin förklaring på ett både ingående och närgående sätt. Levande kunskap är det filmen förmår bibringa, och en kunskap som går i folk, där boken eller ordet inte nå fram.

Det förefaller, som om man skulle kunna räkna med en icke föraktlig tidsvinst vid utbildningen av nyanställda, ifall man låte filmen få en plats vid sidan om den muntliga eller bokliga undervisningen. Men då är det nödvändigt, att man tar filmen på allvar och även tillser att eleverna så göra. Alltför länge har filmen i undervisningen av många betraktats som ett slags påbröd bara, något till underhållning allenast. Den inställningen måste ge vika för uppfattningen av filmen som likaberättigad med övriga undervisningsmedel. Detta kan inte ske utan arbete. Det gäller att just utifrån filmens speciella företräden på vissa punkter i instruktionsverksamheten systematiskt genomgå kursplanerna och sedan skaffa fram ett fullvärdigt material att användas i rätta ögonblicket. Ett välförsett förråd av undervisningsfilmer har sin självklara

plats bredvid annat åskådningsmaterial.

Om sålunda detaljfilmen eller demonstrationsfilmen har sin mycket viktiga uppgift i det interna arbetet, kan emellertid den större områden kringspännande industrifilmen vara av icke ringare värde där. Det har ofta sagts, men det tål att upprepas, att specialiseringen i det nutida industriarbetet lätt försvagar möjligheten till utblick över sammanhanget. Man sysslar med sin lilla specialitet, sin lilla detalj, men vart den sedan går, vilken uppgift den har i helheten, därom vet man föga. Här kan filmen ge ett starkt berikande inslag i arbetstillvaron genom att låta specialarbetaren följa tillverkningen vidare. Filmen har möjlighet att visa helheten genom detaljerna, kan klargöra vägen från råvara till färdig produkt och därvid ge besked inte bara om den egentliga arbetsprocessen, utan också om den ekonomiska och tekniska planering, som man på många håll tycks förbise, därför att den så föga syns utåt. Filmen behöver heller inte stanna vid slutprodukten. Den kan följa dess väg vidare och sålunda sätta in både den enskildes och företagets arbete i det verkligt stora sammanhanget just nu. Den har samtidigt möjlighet att knyta samman nuet med det förgångna, en sak som här icke må förgätas. Också tillbakablick ger klarsyn.

Det är att hoppas, att den nya inställning till filmens möjligheter för internt bruk, som kunnat spåras under senare år, snart skall bli allmän. Fil-

men är sannemligen för god att brukas blott vid jubileumsfester och sedan arkiveras. Den skall vara ett levande och livgivande inslag i arbetet inom företagen. Men den skall också tjäna det externa arbetet.

Klart är, att åtskilliga av de filmer, som ett företag iordningställer för instruktion av sina anställda, utan alltför stora omarbetningar kunna användas också i försäljningsarbetet. Både på hemmafronten och på exportmarknaden äger filmen många alljämt utnyttjade möjligheter. Här om skrives på annat håll i denna broschyr.

Men också när fråga blir om det allmännare upplysningsarbete kring svensk industri, som numera i starkt växande omfattning bedrivs, har filmen sin uppgift. Ofta kan man även här begagna det material, som sammanställts för internt bruk, fast naturligtvis inte alltid direkt, men ej sällan utan alltför ingående omredigering: Vi behöva sådana filmer. Många sådana filmer!

Svensk industri står just nu på ett alldeles särskilt sätt i blickpunkten. Folk har börjat inse, att svensk industri är en grundpelare framför andra i svenskt näringsliv. Dess arbete, dess problem, dess framtid angå inte bara dem som inom densamma sträva med stora frågor eller med små detaljer, utan äro ting som varenda en har att ta ställning till och intressera sig för. Men då måste också industrien själva se till, att portarna öppnas och att möjligheterna till begripande ökas. Detta

kan ske på olika vägar: det tryckta ordet och det talade, ökat intresse från företagets sida för det gemensamma studiearbetet kring industrifrågor som bedrivs i cirklar och grupper, närmare anknytning mellan press och industri osv. Men även filmen kan här göra tjänst, det må inte glömmas. Redan gjorda erfarenheter av vad den betyder som komplement till och fördjupning av genom föreläsningar förmedlad kunskap om svensk industri eller som direkt vägvisare mana till fortsättning. Två ting krävas emellertid för en sådan utvidgning av »industriupplysning» genom film. Det ena är, att tillgången på filmer från industrien väsentligt ökas. Det andra, att man verkligen vinnlägger sig om att utnyttja de visningsmöjligheter som finnas — de äro i själva verket långt större än man i allmänhet tycks ha gjort klart för sig — och skapa nya. Också en närmare kontakt på detta område mellan företagen och föreningslivet i vårt land och inte minst med bildningsorganisationerna — både föreläsningföreningar och studiecirklar — skall förvisso visa sig vara av värde och ge klara resultat. Även samgående med strävandena för en vidgad yrkesvägledning kan här rekommenderas.

Att skapa filmer från det industriella arbetets mångskiftande fält, att väl bruka dem inom företagen och att sprida dem till allt vidare kretsar är ingen ringa uppgift. Den kräver kostnad och hård strävan. Men säkert lönar den sig.





Electrolux

Hermods  
PLXMatador  
Kockums  
Jod-KalikloraTRIANGEL  
KAFFÉ

## BESTÄLLNINGSFILMEN

*En översikt över dess olika former och möjligheter*

Termen beställningsfilm användes som en sammanfattande beteckning för alla de olika typer av film, som spelats in på initiativ av andra än inspelningsbolaget och som inte i första hand ha underhållande syfte.

Beställningsfilmen är — som filmen överhuvudtaget — oerhört mångsidig och mångskiftande. Det går därför knappast att dra några absolut bestämda gränser mellan olika arter av beställningsfilm, liksom det faller sig svårt att få fram en terminologi, som helt fyller kraven på överskådlighet och logisk klarhet. För att dock få en viss reda i begreppen har här gjorts ett försök till en indelning, som vi hoppas skall visa sig praktiskt användbar.

Först har beställningsfilmen delats upp i två huvudgrupper: kommersiell film och ideell film, och därefter har ytterligare uppdelning skett.

### Den kommersiella beställningsfilmen

Den kommersiella beställningsfilmen har till uppgift att tjäna näringslivet som reklam- och propagandaförmedlare, för demonstrations- och instruktionsarbete, i goodwillskapande syfte, som ett led i upplysningsarbetet eller för arkivändamål. Den kan lämpligen grupperas i följande underavdelningar:

- ANNONSFILMEN . . . . . längd vanligen 33 m (72 sek.). Visas före det ordinarie programmet på biograferna.
- KORTFILMEN . . . . . längd ca 300 m (11 min.). Föregår den ordinarie spelfilmen som fyllnad.
- DEMONSTRATIONSFILMEN av varierande längd. Visas vanligen internt av beställaren eller genom producentens försorg.
- INSTRUKTIONSFILMEN av varierande längd. Visas vanligen internt av beställaren.
- PROPAGANDAFILMEN längd vanligen 1000—3000 m (37—110 min.). Visas genom beställarens försorg.
- ARKIVFILMEN . . . . . av varierande längd.

### Den ideella beställningsfilmen

Den ideella beställningsfilmen eller, om man hellre vill, *idéfilmen*, tar i första hand sikte på det ideella, kulturella, sociala och politiska arbetet i vårt land. Den omfattar följande typer:

- KORTFILMEN . . . . . längd omkring 300 m. Vanligen av propagandakaraktär. Visas som fyllnad på biograferna.
- INSTRUKTIONSFILMEN av varierande längd och skiftande karaktär.
- PROPAGANDAFILMEN av varierande längd. Ofta av spelfilmskaraktär.
- ARKIVFILMEN . . . . . av varierande längd.





*Gustaf Hansson*

Såsom reklamchef vid AB Bofors har jag sedan åtskilliga år tillbaka haft tillfälle att följa industrifilmens utveckling. Bofors hör till de företag, som redan på ett tidigt stadium utnyttjade filmen för försäljning och andra kommersiella ändamål och vi ha redan hunnit med ett 20-tal filmer, berörande olika grenar av vår tillverkning, främst naturligtvis på det artilleritekniska området. För

Bofors' del erbjuder produktionens anpassning efter fredliga förhållanden givetvis stora svårigheter. Vi ha emellertid trots den oerhörda belastningen ifråga om krigsmaterial redan nu lyckats åstadkomma en viss omställning för civil produktion både ifråga om stål och den mycket omfattande kemiska tillverkningen vid Nobelkrut. Det står dock klart för oss, att ytterligare ansträngningar krävas för att bemästra fredskrisen, och av allt att döma komma vi att i ännu större omfattning taga filmen till hjälp för att finna avsättning för i första hand vår svällande civila produktion.

Under de senare åren ha vi i allmänhet låtit taga upp våra filmer i normalbredd för att sedan efter behov kopiera ned dem till

### *Hur Bofors använder filmen i sin försäljning*

smalfilm. Vi ha funnit, att detta förfaringsätt lämnar en bättre produkt och ger större möjligheter öppna för visning.

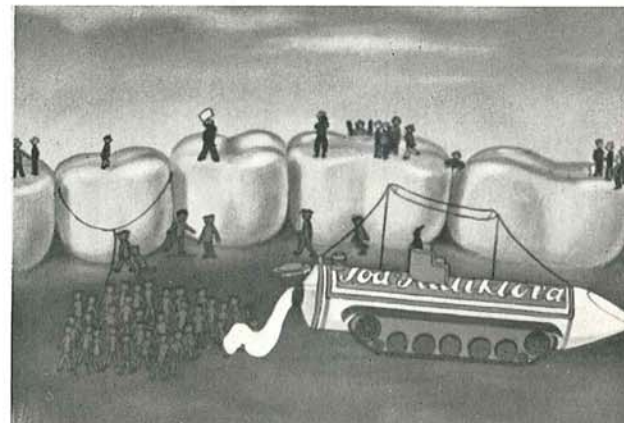
## ANNONSFILMEN

Med annonsfilm menar man de tablåer, som visas på biograferna före föreställningens början. Vanligen visas 5—6 dylika filmer om vardera 33 m:s längd, vilket motsvarar 72 sekunder per film. Annonsfilmen lämpar sig särskilt väl för riksannonserade märkesvaror eller goodwillannonsering.

Annonsfilmen vädjar till den stora allmänheten — det får man aldrig förbise. Ju större kontakt med publiken, desto större effekt, desto högre reklamvärde. Publiken är inställd på underhållning. Annonsfilmen måste därför vara underhållande: — rolig, intressant eller spännande.

### *Annonsfilmen lämpar sig bäst för riksannonser*

Den kostsamma distributionsapparaten för annonsfilm gör, att den bäst lämpar sig för riksannonser. Härvid tillämpas s. k. serievisning, dvs. 3—6







annonsfilmer för en och samma vara eller varugrupp får cirkulera mellan de olika biograferna över hela landet. En av filmerna visas då varannan eller var fjärde vecka på var och en av de avtalade biograferna under hela säsongen och visningskostnaden per föreställning uppgår till ca 70 öre.

Bearbetningen av publiken blir på detta sätt mycket intensiv och f. n. använda ett trettiotal riksannonsörer denna reklamform. Europa Film, som är det största företaget i denna bransch, disponerar över 300 utvalda biografer för visning av annonsfilm.

*För att spela in en 33-mtrs annonsfilm fordras vanligen ca 50 personers medverkan; skådespelare och statister, ateljé- och laboratoriepersonal, m. fl. För musikupptagningen får man ibland räkna med en orkester på upp till 40 man.*

## DEN KOMMERSIELLA KORTFILMEN

Kortfilm kallas på biografspråk för fyllnad, därför att den fyller ut programmet, om huvudfilmen inte tar hela speltiden i anspråk. Den lämpligaste formen för den kommersiella kortfilmen är nog dokumentärfilmen. Den är tacksammast ur filmatisk synpunkt och fångar i mycket hög grad publikens intresse.

Om kortfilmen har kommersiell prägel, så är det självklart, att någon direkt reklam inte får förekomma, eftersom filmen ingår i det ordinarie underhållningsprogrammet. Det är självklart, att denna inskränkning verkar hämmande på den kommersiella kortfilmens möjligheter. Under alla förhållanden gör man klokt i att hålla distinktionen mellan kortfilm och reklamfilm klar. Dessutom bör man räkna med ett par andra faktorer:

För det första måste det råda en viss överensstämmelse i längd och innehåll mellan kortfilmen och den spelfilm, till vilken den skall utgöra fyllnad. Detta



Kortfilmen visar ofta intressanta tillverkningsdetaljer, som dock inte ses ur fackmannasynpunkt.



minskar helt naturligt kortfilmens möjligheter på de ordinarie biografprogrammen, samtidigt som rörelsefriheten vid uppbyggandet av kortfilmen i viss mån beskäres.

För det andra är det inte möjligt för inspelningsbolaget att lämna garanti för att kortfilmen skall komma att visas under bestämd tid. Kortfilmen står eller faller med den spelfilm, till vilken den kopplas. Den blir kvar på repertoaren precis lika lång tid som spelfilmen finns där.

För det tredje äro möjligheterna att placera kortfilmer av denna typ relativt begränsade, eftersom de helt bero på det antal lämpliga spelfilmer, som släppas ut.

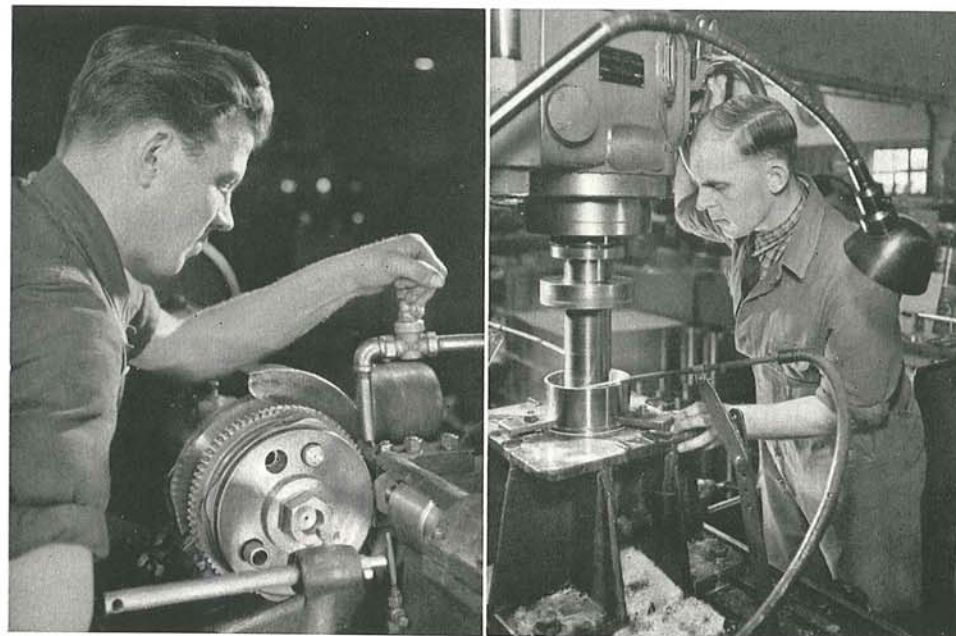
### *Kortfilmen som komplement till andra filmer*

Här må emellertid påpekas, att man — som i det följande närmare utredes — beträffande den kommersiella kortfilmens visningsmöjligheter inte bör räkna med enbart de ordinarie biografprogrammen. Det finns också andra vägar, på vilka kortfilmen kan nå ut till allmänheten, och då gärna i samband med och kompletterad av speciella demonstrations-, instruktions- och propagandafilmer.



Ståltillverkning är ett tacksamt ämne både ur publik- och filmatisk synpunkt.

## DEMONSTRATIONSFILMEN

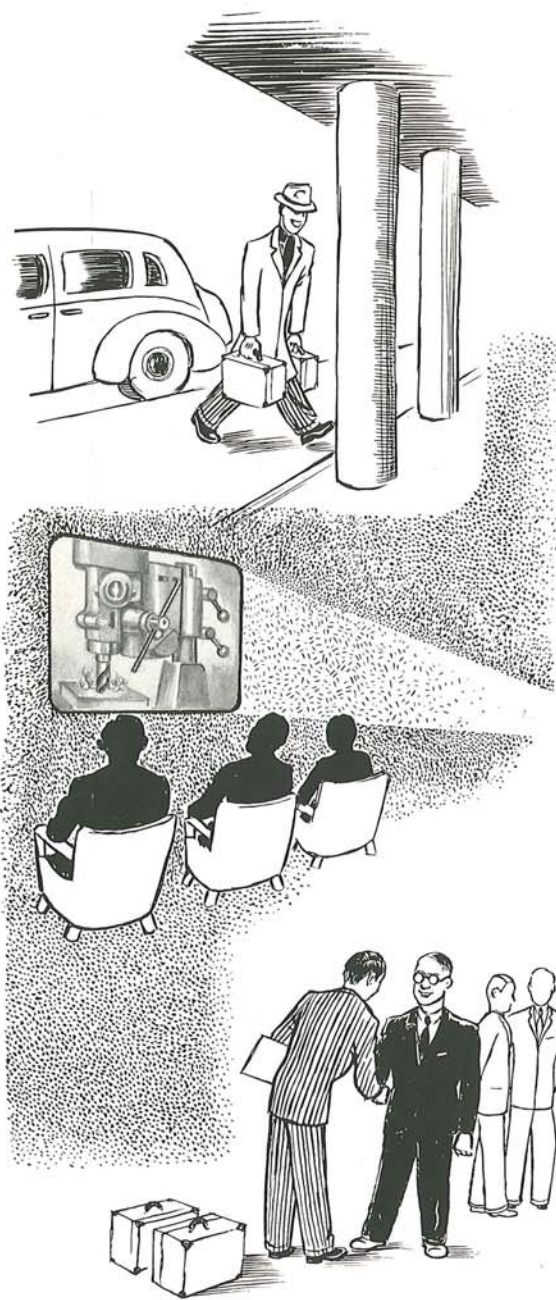


Demonstrationsfilmen arbetar med expressiva närbilder. Det gäller att skapa good will för produkten.

Det är många problem en försäljare av t. ex. verktygsmaskiner har att brottas med när han skall övertyga kunderna om de företräden som just hans fabrikat äger. Det är ytterst sällan han har möjlighet att på ett tidigt stadium visa maskinerna i arbete. I stället får han nöja sig med fotografier och illustrerade kataloger. Det blir en långsam och ofta osäker metod.

Här kan demonstrationsfilmen vara till stort gagn. Låt oss anta, att försäljaren sparat upp ett par spekulanter i ett litet samhälle. Den ene funderar på att köpa en supportsvärv och den andre en universalfräsmaskin. Ingen av dem känner nämnvärt till försäljarens fabrikat, men bägge skulle kanske kunna övertygas.

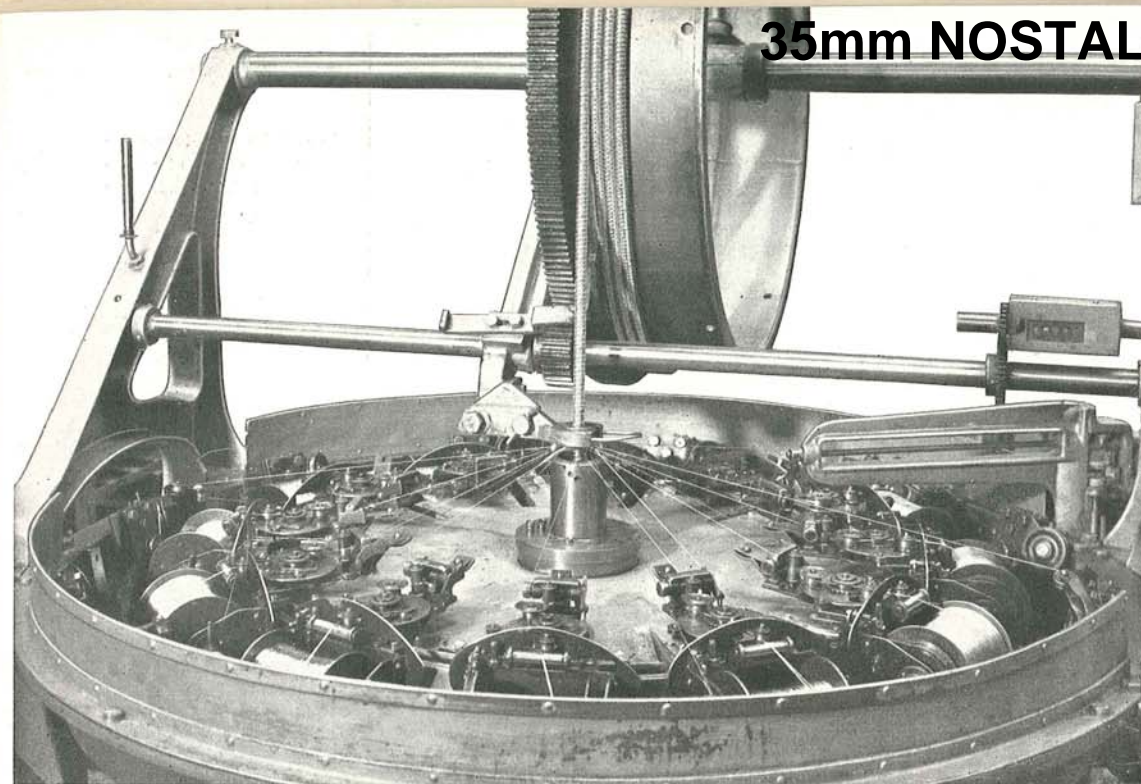




## En improviserad filmförevisning

En vacker dag kommer försäljaren till samhället i bil eller per buss med ett par inte alltför stora väskor. Han hyr en godtemplarlocal, skolsal e.d., bjuder in de bägge spekulanterna plus övriga intresserade och under kanske en timmes tid visar han en film, som skildrar tillverkningen av verktygsmaskiner, hur de arbeta, deras skötsel etc. Alla mer invecklade operationer ha filmats med ultrarapidkamera eller tecknats. Parallellt med bilderna förklarar en speaker vad som tilldrar sig och musik fyller ut, så att inga döda punkter uppstå.

När den improviserade föreställningen är slut ha de bägge spekulanterna fått ett gott grepp inte bara om maskinerna utan — vad som är lika mycket värt — om fabrikanter och dennes resurser när det gäller fabrikation av förnämliga maskiner. Nu är det inte längre så svårt att ta det avgörande steget mot köpbeslutet. Ett



Så lindas en kabel. (Liljeholmens Kabelfabrik)

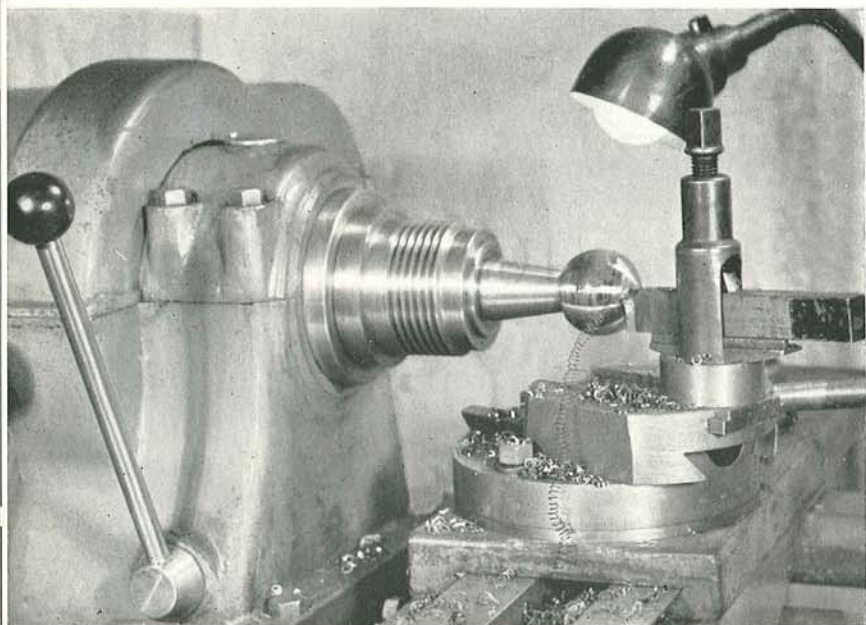
försäljningsarbete, som annars skulle tagit väsentligt längre tid och kanske varit omöjligt att slutföra, har gjorts av filmen.

En s. k. ljudbuss, d v s. en transportabel ljudkamera med alla tillbehör kostar ca 150.000 kr. Europa Film har två sådana bussar, system Tobis-Klang.

## Film för återförsäljare

Vid varudistribution genom återförsäljare kan man ha god nytta av demonstrationsfilmer. En del återförsäljare äro bra och andra sämre — det ligger i sakens natur. Men ofta nog är det helt enkelt bristande intresse för och kunskaper om varan, som gör att en återförsäljare säljer dåligt. En intressant och gärna underhållande demonstrationsfilm kan ofta driva upp intresset och därmed försäljningen hos en återförsäljare.





En enkel supportsvarv får en annan valör, när filmkameran demonstrerar dess arbete.

## Filmen måste tala åskådarens språk

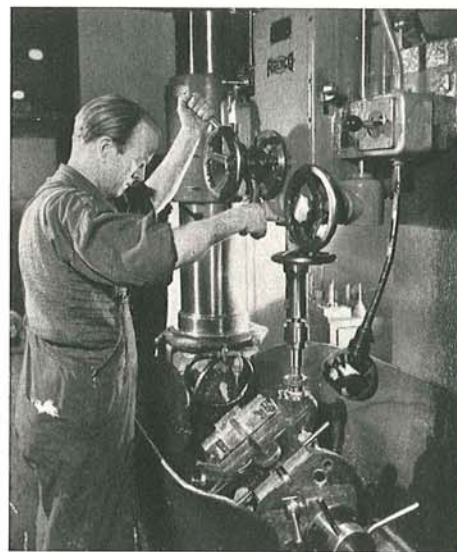
Det är typiskt för demonstrationsfilmen, att den i allmänhet inte talar ett direkt säljande språk. Det behövs ju inte heller — man har andra medel att påverka åskådaren. Dels genom ämnet i och för sig, dels genom att filmens uppläggning blir av underhållande karaktär. — Men naturligtvis är det viktigt att filmen talar ett språk, som åskådaren själv använder.

Gör man en film avsedd att visas för ingenjörer, byggmästare, arkitekter eller andra fackmän, så måste man se till, att språket blir just det tekniska tungomål, som respektive kategorier begagna. Här om någonsin måste

*Europa Films ateljéer förbruka vid full drift lika mycket ström som en mindre svensk stad.*

samarbetet mellan beställare och filmproducent vara intimt för att resultatet skall bli högklassigt.

## INSTRUKTIONSFILMEN

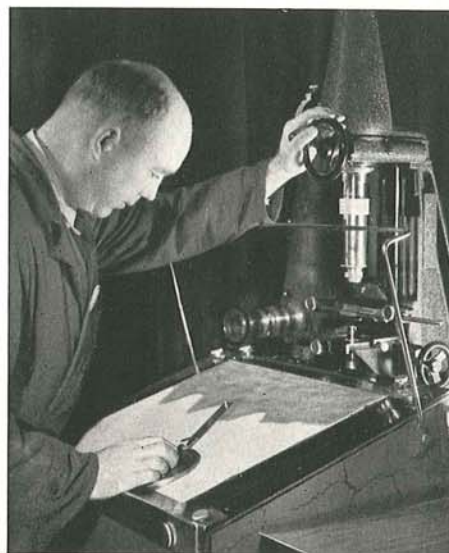


Ju mer försäljaren vet om varan, desto mer känner han för den och desto större bli hans möjligheter att sälja.

För många industriprodukter måste det avgörande försäljningsarbetet skötas av försäljare. Så snart det gäller motorer, elektrisk utrustning, bilar, traktorer och andra mer invecklade maskiner eller apparater, måste försäljaren vara ytterst väl förtrogen med varans konstruktion och användning och bör även känna till konkurrenternas fabrikat. Dessutom måste han naturligtvis behärska företagets speciella försäljningstekniska argument. För att bibringa försäljarna dessa kunskaper anlita många företag särskilda instruktörer och anordna kurser för försäljningsavdelningens personal.

### Utbildning av försäljare

Det är klart, att ett dylikt instruktionsarbete säkrast bygges upp av kursledare, som helt behärska sitt fack samtidigt som de äga förmågan att till andra meddela sin kunskap.







De större industriföretagen ha i mycket stor utsträckning skaffat sig egna lokaler för filmvisning och undervisning. Här en bild från L. M. Ericssons föreläsningssal med inbyggd smalfilmsprojektor. En sådan lokal kan användas för utbildning av både försäljare och arbetare och är bra att ha till hands när det gäller att visa företagets filmer för besökande.

Men även den bäste undervisare behöver åskådningsmaterial. Naturligtvis kan man komma en bra bit med hjälp av ritningar, ljusbilder och liknande. Men fråga är, om man inte når längst, ifall man därjämte har tillgång till film. Den instruktion eller undervisning, som meddelas i en film, kan alltid läggas så, att den motsvarar företagsledningens anspråk och intentioner. Här kunna alla krafter inom företaget samarbeta för att få

*Vid det amerikanska flygvapnet har man funnit att utbildningstiden i många fall kunnat förkortas med en tredjedel med filmen som komplement till undervisningen. Liknande erfarenheter ha gjorts på industriens område.*

fram ett resultat så nära fulländningen som möjligt. Samtidigheten mellan åskådningsmaterialet och texten, sådan som finns just vid filmen, är också av betydelse — det blir en undervisning, som på en gång väddar både till öga och öra.

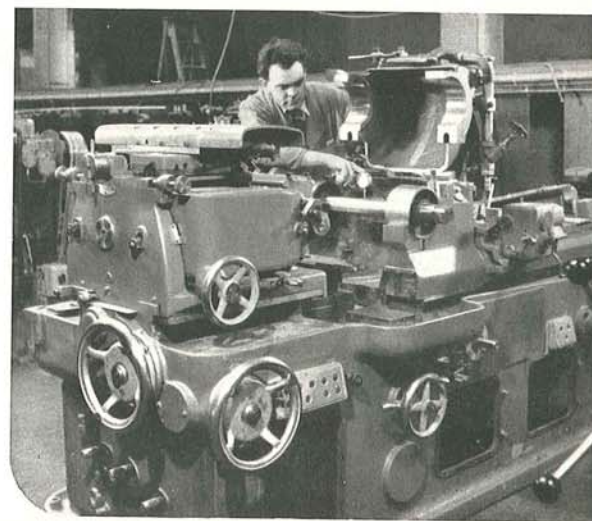
Instruktionsfilmen har också det försteget framför enbart muntlig undervisning, att den utan större kostnader eller besvär kan repeteras snart sagt hur ofta som helst. — Och — märk väl — filmen blir aldrig trött, har aldrig huvudvärk eller snuva.

### *Effektivt utnyttjande av maskiner och arbetskraft*

Instruktionsfilmen är emellertid användbar också för utbildning av andra kategorier än enbart försäljarna. Många företag anordna ju kurser för sina arbetare och arbetsledare för att effektivare kunna utnyttja maskinernas kapacitet och den mänskliga arbetskraften. Här har filmen visat sig vara ett verksamt medel. Gott om exempel kunna hämtas bl. a. från



Filmen underlättar instruktionsarbetet och ökar intresset för arbetet.





den skolning och omskolning av arbetskraft, som under krigsåren i enorm skala skett i U. S. A. Men skall filmen vid utbildning av denna art ge önskat resultat, måste den utformas så, att den får alla åskådarna uppmärksamma. Framställningen måste vara le-

vande, intressant och gärna med en roande poäng här och där. Gjord från denna utgångspunkt har filmen ett rent psykologiskt försprång framför den muntliga undervisningen och är i varje fall önskvärd som komplement till denna.

### Exempel på instruktionsfilmens användning vid ett industriföretag

#### ADMINISTRATIONEN *i informerande syfte*

- För kontorspersonal
- » lagerpersonal
- » nyanställda

#### TILLVERKNINGEN *i instruktions-syfte*

- För ingenjörer
- » tidsstudiemän
- » förmän
- » arbetare

#### FÖRSÄLJNINGEN *i instruktions-syfte*

- För försäljare
- » demonstratörer

#### *i informerande syfte*

- För försäljare
- » återförsäljare
- » demonstratörer
- » besökande
- » kunder och prospects

## PROPAGANDAFILMEN

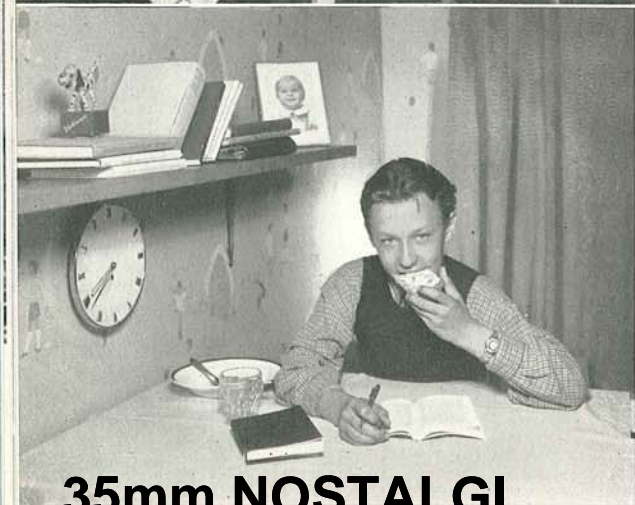


Med propagandafilm menar man i allmänhet en film av spelfilmskaraktär, som har till ändamål att propagera för en viss vara eller tjänst.

### Hur man eliminerar köpmotståndet

Precis som i spelfilmen kan man i den kommersiella propagandafilmen bygga upp en intrig, som håller åskådaren fängslad från första bilden till den sista och får honom att anamma





35mm NOSTALGI

medicinen med sylten. Man har m.a.o. möjlighet att servera propagandan, reklamen, instruktionen eller demonstrationen på ett både behagligt och effektivt sätt.

För att öka publikintresset utnyttjar man helst rutinerade och kända skådespelare, och detta är också med hänsyn till rollernas storleksordning nästan nödvändigt. Om man använder ovana krafter, skulle hela filmens värde kunna äventyras.

Det har visat sig, att välgjorda filmer av detta slag alltid dra publik och att kostnaderna stå i fördelaktig proportion till de resultat, som uppnås.

*En dansk propagandafilm för Oma margarin, som spelades in 1935 sågs av omkring 300.000 husmödrar och resulterade i en överväldigande framgång ifråga om försäljningen. Filmens huvudschlag blev så populär att den efter påtryckningar från allmänheten spelades i danska radion.*

En propagandafilm om knäckebröd intresserar varje husmor.

## ARKIVFILMEN

Det förekommer ofta, att jubilerande företag spela in arkivfilmer med uppgift att åt eftervärlden bevara bilden av de nuvarande anläggningarnas utseende och omfattning.

För att emellertid arkivfilmen också skall få en praktisk uppgift, bruka inspelningarna kombineras med framställning av t. ex. en instruktions- eller demonstrationsfilm, och på så sätt kan ett dubbelt syfte uppnås, utan att kostnaderna nämnvärt ökas.

Den översta bilden visar kungen på besök i Centrum Radios fabriker. — En typisk arkivbild. — Inspelning Europa Film.



Vid inspelning av Europa Films historiska film »Snapphanar» medverkade över 100 skådespelare och 2000 statister.



Ett område där filmen har en mycket stor uppgift att fylla är på exportmarknaden. Där existerar inte bara det vanliga köpmotstånd, man alltid har att övervinna, utan dessutom tillkommer den oberäknliga faktor som språket utgör. I detta fall har filmen en extra trumf på hand.

### En film som talar landets eget språk

En demonstrations- eller kommersiell kortfilm kan utan större svårighet förses med speakertal på ett eller flera främmande språk. När försäljaren eller återförsäljaren i det främmande landet vänder sig till en grupp av kundämnena, har han naturligtvis

en ovärderlig nytta av en film, som talar landets eget språk, för att inte nämna de tillfällen när underhandlingar om större anläggningar pågå, det må röra sig om telefonanläggningar, brobyggen, kraftverksbyggen, transformatorsinstallationer e.d. Det måste vara ett starkt stöd att med hjälp av olika filmer på ett levande sätt kunna visa en anläggnings tillblivelse och praktiska utnyttjande.

Ofta nog kan det löna sig att jämsides med en säljande film visa en kortfilm, som skildrar den bygd, där fabriken är belägen, samhället, naturen, befolkningen osv. Intresset för de mänskliga faktorerna i produktionen är lika stort överallt, men förbises alltför ofta.

### FILMEN i exportens tjänst

### VAD KOSTAR EN FILM?



"3 KILO HALVFRANSKA  
BAND..."

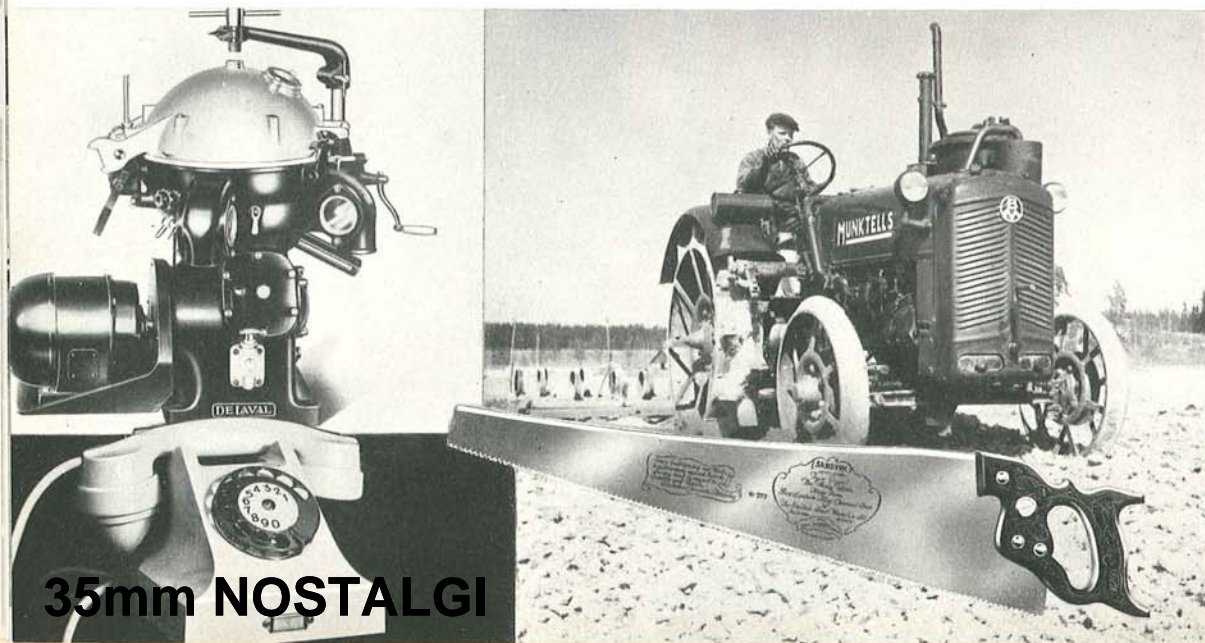
Ja, man skulle precis lika gärna kunna fråga: Vad kostar en bok? — Inte någon bestämd bok, utan en bok i största allmänhet. — Och frågan är naturligtvis i bägge fallen lika omöjlig att besvara.

Även om man — vilket långt ifrån alltid är fallet — skulle råka veta den blivande filmens längd, så finns det i alla fall massor av faktorer, som äro svårbedömliga eller okända. Belysningsförhållandena, väderleken vid exteriörtagningar, tagningarnas utsträckning i geografiskt avseende, omfattningen av ev. ateljébyggnader, ev. statister eller skådespelare, tricktagningarnas omfattning — där ha vi några av de element, som omöjliggöra

en ens ungefärlig kostnadsberäkning utan tillgång till synopsis eller manuskript.

På basis av en någorlunda utförlig synopsis kan man i allmänhet ange kostnaden med en variation av 25 % uppåt eller nedåt, men först när manuskriptet är fullt utarbetat kan man få fram den slutgiltiga kalkylen.

Strängt taget är ju inspelningskostnaden en fråga av sekundär betydelse. De primära frågorna äro: Vad kostar filmen plus kopior och visning per kontakt räknat, hur långvarig och hur intensiv blir denna kontakt samt hur mycket är kontakten värd?







## SJ och filmen

av Byråchefen Martin Blomberg

Inom Statens järnvägar har man tidigt haft klart för sig filmens stora värde både internt inom verket för personalens undervisning och instruering som utåt såsom ett utomordentligt medel att intressera allmänheten för vissa detaljer från Statens järnvägars omfattande verksamhet, exempelvis rörande rese- och transportmöjligheter, varigenom filmerna bli en länk mellan trafikanterna och Statens järnvägar och att sprida reklam för resor i vårt vackra land.

Statens järnvägars filmarkiv omfattar för närvarande nära 300 filmer. Vi bedriva en omfattande filmuthyrning; över 3000 kopior utlånas årligen, och det beräknas att över en miljon personer årligen se dessa filmer på biografen, vid möten, i skolor och vid privata visningar i hemmen.

26



I skolorna visas våra landskapsfilmer som komplement till geografiundervisningen.

Statens järnvägars filmverksamhet har också kulturhistoriskt värde, därigenom att filmning sker undan för undan av aktuella saker, såsom enskilda järnvägar vid deras övergång i statens ägo, av kongresser, invigningar, utländska gästbesök m. m. samt under kristiden filmningen av barntransporter, krigsfångeutväxling etc.

Kort sagt filmen är ett utmärkt medel för ett stort transportföretag.

## Den ideella beställningsfilmen

Användningen av filmen i idépropagandans tjänst är av tämligen gammalt datum. Både statsmakterna och olika sammanslutningar ha insett filmens oerhörda slagkraft som propagandamedel och även förstått att utnyttja den för sina intressen. Alldeles särskilt har detta varit fallet under andra världskriget. Särskilt ha vi att förvänta en ytterligare utveckling av filmen på det kulturella och sociala livets områden.

### KORTFILMEN

En typisk kortfilm av ideell karaktär är t. ex. Riksgäldskontorets »Det är vårt», som visar vad vi svenskar ha att värna och värdesätta i form av näringar, kultur och natur — ett tvärsnitt genom hela landet. Och så i slutet en mycket kort appell att lämna bidrag till det då aktuella försvarslånet.



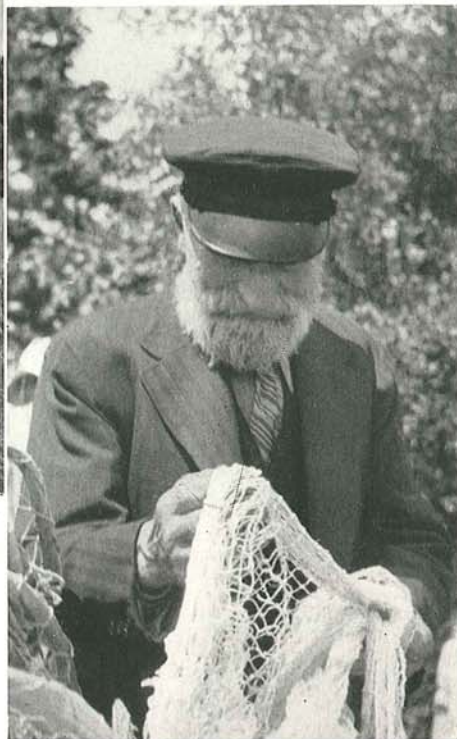
Förtexten till en på sin tid mycket uppmärksammas kortfilm av ideell karaktär.

27





Lantbruk och fiske är två exempel på näringar, där filmen kan bidra till bättre avkastning.



## INSTRUKTIONSFILMEN

I det föregående har talats om instruktionsfilmer, som avse att belysa viss kommersiell eller industriell verksamhet. Men det finns också områden, där det allmänna eller de särskilda organisationerna ha intresse av ett

effektiviserat arbete och sålunda med fördel kunna bruka filmen för instruktion eller undervisning. Så är fallet t. ex. när det gäller arbetarskydd, skogsskötsel, brandskydd, hembygdsvård etc. De stora nationalekonomiska och kulturella värden det här kan vara fråga om, motivera ofta många gånger om kostnaden för framställning av dylika filmer.

## PROPAGANDAFILMEN

Den kanske vanligaste typen av ideell propagandafilm är den s. k. valfilmen. En sådan film måste givetvis ha stort underhållningsvärde, så att folk verkligen går och ser den.

I många former trivs emellertid propagandafilmerna. Den kan propagandera för så fredliga saker som ökad användning av frukt, mjölk, honung etc., men den kan också vara av extremt politisk karaktär, såsom t. ex. de krigförande makternas propagandafilmer, av vilka många under och efter kriget visats på våra biografer.

Nedanstående bild är hämtad ur valfilmen »Landsbygdens framtid», som vill påvisa de vägar som stå öppna för att förhindra landsbygdens avfolkning. Filmen spelades in på normalfilm och visades i 60 kopior i normal och smalfilm över hela landet. — Produktion Europa Film.



## ARKIVFILMEN

Ur kulturell och historisk synpunkt är det naturligtvis av oskattbart värde att dagens ansikte bevaras. Riksdagen, den kommunala förvaltningen, landstingen och många andra institutioner ha redan tagit fasta på de möjligheter som filmen öppnar på detta område, inte minst när det gäller historiska tilldragelser: Kungajubileet 1938, det nordiska fyrmaktsmötet 1940 etc. Ett gott exempel på arkivfilm är »Hälsingebygd», inspelad på initiativ av Samfundet för Hembygdsvård.



En bild från det nordiska kungamötet, som kommer att gå till historien.





## BESTÄLLNINGSFILMENS VISNINGSMÖJLIGHETER

Vad som för en beställare av film betyder mer än allting annat är naturligtvis vilka möjligheter han har att visa filmen, och inte bara visa den, utan framför allt att visa den för rätt publik.

## Biograferna betyda inte allt

Vad man först och främst måste ha för ögonen är, att bioografernas visningsmöjligheter i samband med ordinarie föreställningar äro mycket starkt överskattade. Till och med när det gäller annonsfilm äro möjligheterna begränsade, eftersom det knappast finnes mer än ca 1000 bioografer i landet, som äro lämpliga och de annonsplatser som där stå till buds äro utnyttjade till närmare 100 %. Ifråga om kortfilmer av kommersiell typ är förhållandet ännu ogynnsammare av orsaker som tidigare berörts.

## Nya vägar för visning av beställningsfilm

De möjligheter som stå till buds utom ramen för bioografernas ordinarie föreställningar äro däremot oerhört underskattade. Här i landet ge ju bioograferna med få undantag endast 2 föreställningar per kväll och man kan därför många gånger utnyttja dagens timmar för förevisning av exempelvis propagandafilmer. På mindre platser kunna dessutom bioograferna användas för visning av beställningsfilm även på kvällarna i den mån ordinarie föreställningar inte äga rum varje kväll. I bägge fallen användes så gott som uteslutande normalfilm, eftersom man ju har apparaturen på platsen.

## Glöm inte smalfilmen!

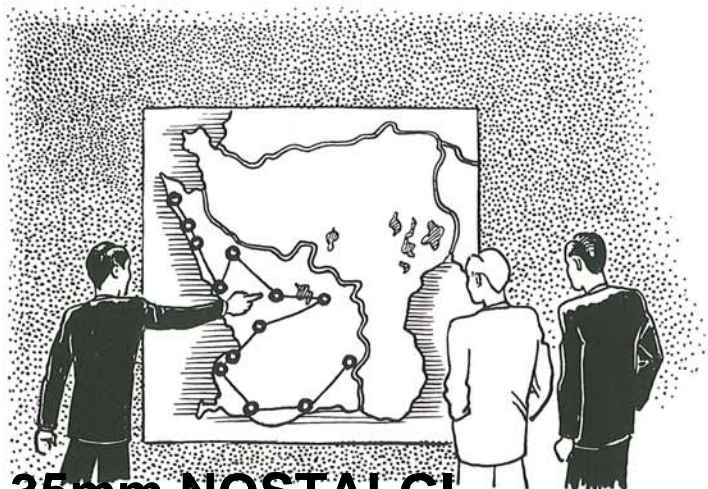
När det gäller visning i andra lokaler än bioografer är man i allmänhet hänvisad till 16 mm smalfilm, som ju alltid göres brandsäker. Efter nedkopiering till smalfilm kan en beställningsfilm visas i nästan vilken lokal som helst och kan nå praktiskt taget alla delar av landet.





Planering av en visningsturné med film.

Ett fotomontage från en permanent visningslokal, som årligen besöks av omkring 20.000 husmödrar.



35mm NOSTALGI



För att visa film behöver man emellertid inte bara en lokal, utan även ett auditorium. Man kan här gå fram efter tre huvudvägar:

- 1 **Permanent visningslokal.** Beställaren iordningställer en permanent lokal för visning av film och till denna lokal inbjudas lämpliga åskådargrupper. Visningen sker då helt i beställarens regi. I sådana fall användas om möjligt normalfilm.
- 2 **Visningsturnéer.** Beställaren organiserar själv eller i samarbete med ett större biografbolag en visningsturné över hela eller en del av landet. Oftast användes då normal- och smalfilm parallellt, varvid normalfilmen visas i biograflokaler och smalfilmen på mindre platser, där man icke har tillgång till sådana. Inbjudan till förevisningarna distribueras till lämpliga befolkningsgrupper, t. ex. husmödrar, skolbarn, industriarbetare etc. Någon entréavgift brukar vanligen inte upptas.
- 3 **Uthyrning.** Filmen uthyres genom inspelningsbolaget till t. ex. bildnings- och nykterhetsorganisationer, föreningar, sällskap, yrkessammanslutningar, skolor etc. för förevisning, vanligtvis i samband med föreläsning eller underhållning. Låt oss som exempel ta en film om emaljerade hushållskärl. Via husmodersföreningar, kvinnosammanslutningar etc. kan filmen nå exakt de befolkningsgrupper, som äro köpare, och som dessutom genom att hyra filmen deklarerat sitt intresse för saken. Vill man propagera för en vara eller en tjänst på lång sikt kan man genom skolfilmen påverka det uppväxande släktet.

Det är troligt att uthyrningsverksamheten kommer att visa sig vara det billigaste sättet att nå publicitet via filmen, och det är nog klokt att hålla ett öga på utvecklingen.



## Normalfilm eller Smalfilm?

Det är alldeles givet att både normal- och smalfilm ha sina företräden och att de kunna — och böra — trivas sida vid sida.

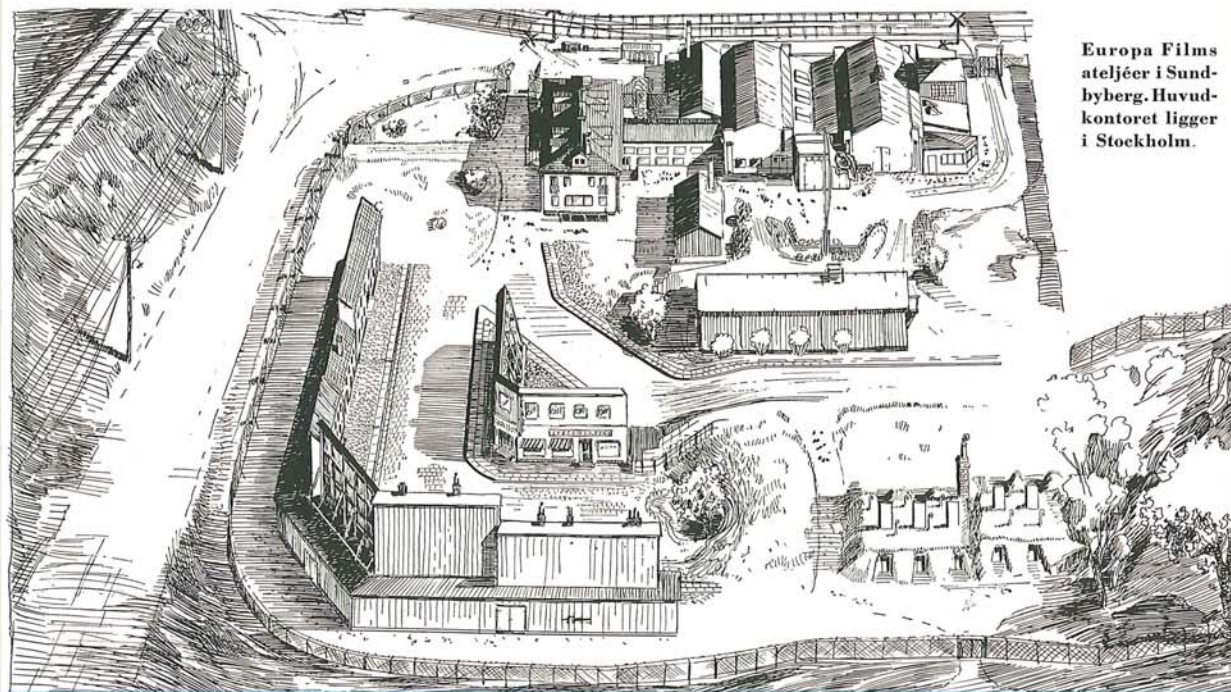
Detta gäller visningen. — Ifråga

Skillnaden mellan normalfilmens och smalfilmens projektmöjligheter är som synes rätt stor.



om inspelningen måste man i de flesta fall ge normalfilmen företräde. En inspelning i normalfilm ger en avsevärt bättre produkt och inspelningsapparaturen är här betydligt mer utvecklad, eftersom den följt spelfilmens utveckling. Således får man vid nedkopiering från normalfilm till smalfilm ett betydligt bättre ljud än vid direkt ljudupptagning på smalfilm. Laboratorieutrustningen för smalfilm möjliggör inte färdigställandet av något större antal förstklassiga kopior. Det numera vanligaste förfarandet är, att inspelningen göres i normalfilm och visningen sker både i normal- och smalfilm.

*Vid Europa Films och Hasse Ekmans inspelning av »Stopp, tänk på något annat» byggdes utanför ateljéerna upp ett litet stadsparti med ledning av fotografier från Grenoble. Ytterst få bland åskådarna anade att bilderna inte voro autentiska.*



Europa Films ateljéer i Sundbyberg. Huvudkontoret ligger i Stockholm.

## Vad bör en beställare fordra av filmproducenten?

I samma ögonblick som filmfrågan på ett eller annat sätt blir aktuell, det må gälla ett affärsföretag eller en

officiell institution, så kommer också en annan fråga på tapeten: — Vilket filmbolag ska vi vända oss till?





## Publiken har höga anspråk

I få länder är publiken så »film-minded» som i Sverige. Detta gäller framför allt spelfilmen, men också ifråga om beställningsfilm ha anspråken stigit högst avsevärt under de senare åren.

Det låter kanske egendomligt, men ett faktum är, att beställningsfilmen ställer minst lika höga, om inte högre, krav på filmproducenten, som när det gäller spelfilm — det är trots allt litet mera svängrum på den konstnärliga arenan. Ifråga om beställningsfilm blir det vanligen, oberoende av filmens syfte, en mera koncentrerad insats per filmmeter under hänsynstagande till flera faktorer än vid underhållningsfilm. I en beställningsfilm är det exempelvis ofta svårt att göra den riktiga avvägningen mellan å ena sidan de kommersiella resp. ideella momenten, å andra sidan de underhållande. Producenten är ju oftast mer eller mindre bunden av beställarens föreskrifter.

## Filmkameran är bara en av de många detaljerna

Hur man än ser saken, så är filmkameran bara en detalj i den stora

Bilder från inspelningar på Europa Films ateljéer.



apparat, som en filminspelning i själva verket är. Själva tagningen tar inte på långt när samma tid i anspråk som arbetet »bakom fronten»: manus, ateljébyggnader, framkallning, kopiering, läggning, mixing, klippning, eftersynkronisering etc.

## Tre oeftergivliga krav på filmproducenten

En beställare har rätt att ställa mycket stora krav på den filmproducent, som anförtros inspelningen av beställningsfilm.:

- 1) Filmproducenten måste ha goda resurser ifråga om ateljéer, teknici, apparatur, laboratorier, skådespelare m. m.
- 2) Filmproducenten bör ha betydande erfarenhet ifråga om tillverkning av såväl spelfilm som beställningsfilm.
- 3) Filmproducentens administrativa personal måste ha den utbildning som är nödvändig för att överföra beställarens intentioner till inspelningspersonalen samt förfoga över den expertis (kommersiell, kulturell etc.), som är nödvändig med hänsyn till filmens ändamål.

Några interiörer från Europa Films ateljéer.





»Skogen stod vintrig och tyst och kall runt kring den gamla kvarndammen. Snömassorna vilade tungt på stugans tak. Allt var vitt, ensligt och tyst. De enda ljud som hördes var sorlet av en rännil, som banade sig väg genom dammluckans murkna stockar och ett sakta stönande i trävirket. — Så med en gång var det som ...»



... och så här såg det ut på ateljéen, när uppställningen byggdes. Själva dammsprängningen togs med ultrarapidkamera, och man fick därigenom intryck av väldiga vattenmassor som vräkte sig fram. — Bilden ingår i en annonsfilm, som spelades in för Hemmets Journal, och som bl.a. gör reklam för följetongsromanen »Kvarnlyckan».



## KONCENTRAT I SJU PUNKTER

- Filmen har visat sig kunna lösa många av de problem, som tidigare ansetts olösliga.
- Film betyder samverkan mellan bild, rörelse och ljud. Denna kombination är filmens egenart och förklarar dess starka effekt på människors sinnen.
- Sverige är — näst efter U. S. A. — den mest filmkunniga och mest filmintresserade nationen i världen.
- En beställningsfilm behöver inte vara rolig men bör vara underhållande och måste vara intresseväckande.
- En filmbeställare har ingen anledning att nöja sig med en produkt som i tekniskt avseende är underlägsen en god spelfilm.
- En beställningsfilm är ingen metervara. Den är en produkt av många specialisters arbete och ett intimt samarbete mellan beställare och producent.
- Den mest primitiva människa kan ofta genom en bild fatta ett sammanhang, som det talade eller skrivna ordet aldrig skulle kunna förklara.





## Bild

1. Totalbild: En familj samlad till frukost utanför en villa. Det är sommar och solsken och hela familjen är lätt och luftigt klädd. Äldsta dottern, Gun, uppträder i shorts, äldste sonen, Rune i badbyxor. De två yngsta barnen i lekoveraller. Modern kommer in i bilden, bärande en bricka.

2. Modern ställer ifrån sig brickan och börjar placera ut karotter m.m. på bordet. Sonen Rune lutar sig tvärs över bordet med en klumpig gest.

## Ljud

Glad och sommarlätt musik. - Musik och dialog mixas.

Modern: Ja, ni får smörgåsar med er, så det blir bara gröt nu...

... och så äter vi middag när ni kommer hem. - Ni ska få något riktigt gott i dag.

Ett gott manus är den första förutsättningen för en högklassig film.

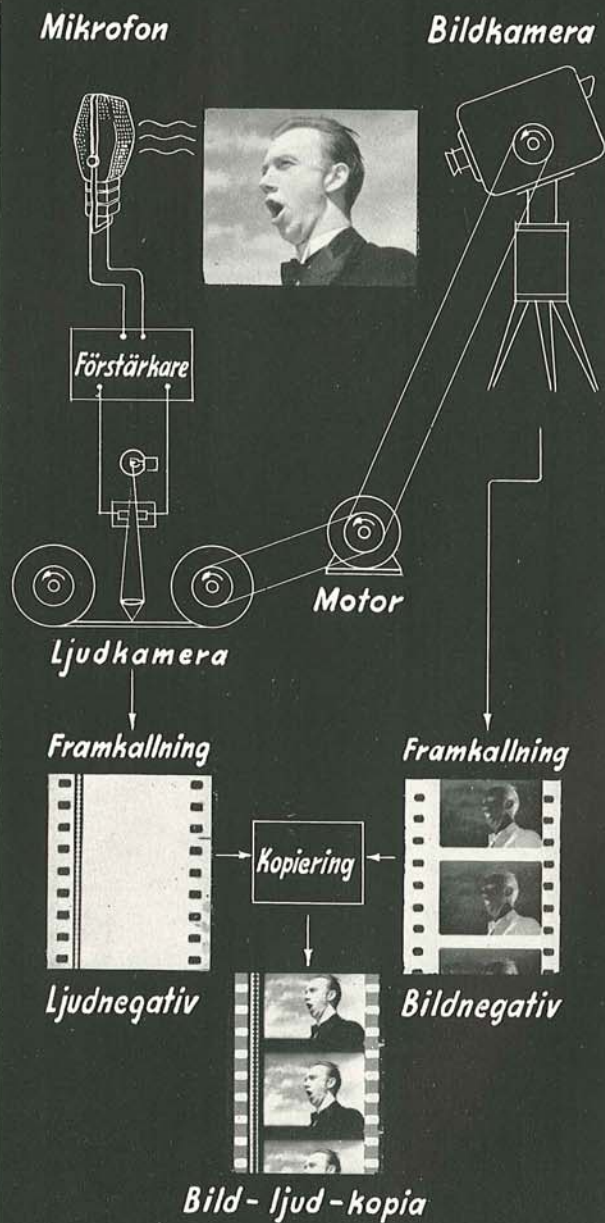


Så här många människor äro i rörelse bara vid själva tagningen. Sedan tillkommer framkallning, kopiering, klippning, eftersynkronisering, musikupptagning etc. - Filmkameran är trots allt bara en detalj...





## LJUDFILMSUPPTAGNING



En schematisk redogörelse för synkrontagningens principer. Observera, att bild- och ljudkamera måste gå med exakt samma hastighet för att bilden skall klaffa med ljudet.

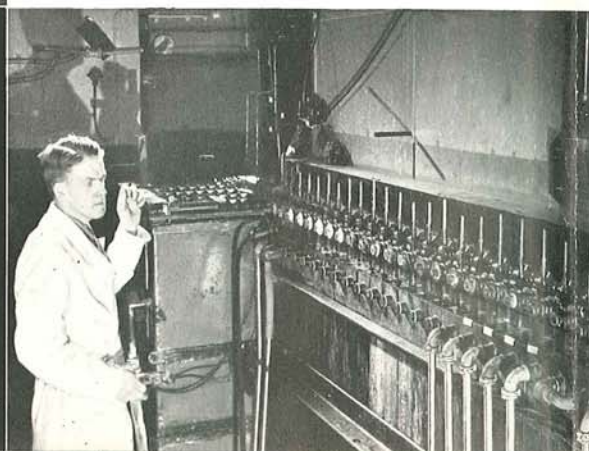


Här framkallas negativet

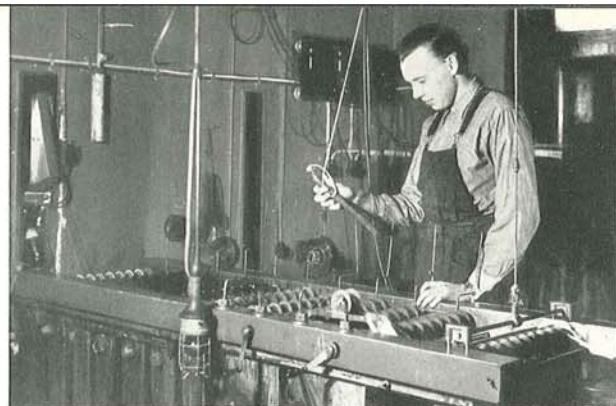
Ljudkameran är en invecklad apparat. Bilden visar ett Tobis-Klang-aggregat, det förnämsta i Sverige.

I ljudpulten regleras ljudet så att styrkan blir den rätta.

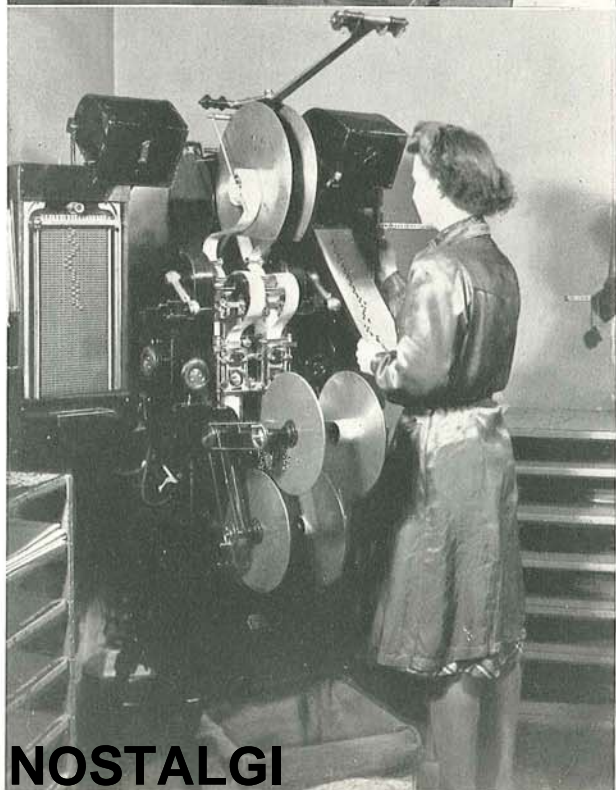
Framkallningen sker i en speciell maskin, som fordrar en verkligt fackmässig skötsel, så att bilderna få rätt svärta.







Kopian torkas i ett speciellt torkskåp.



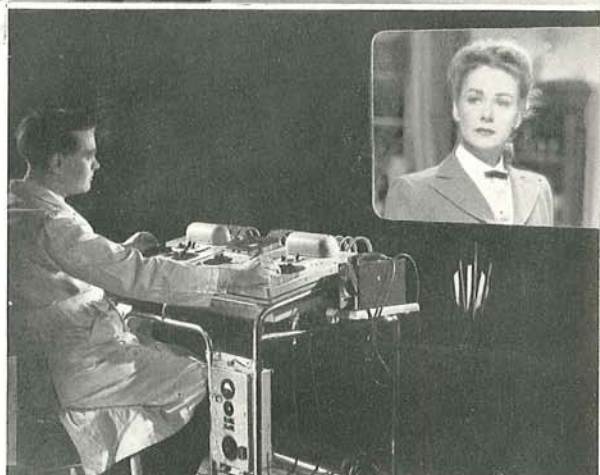
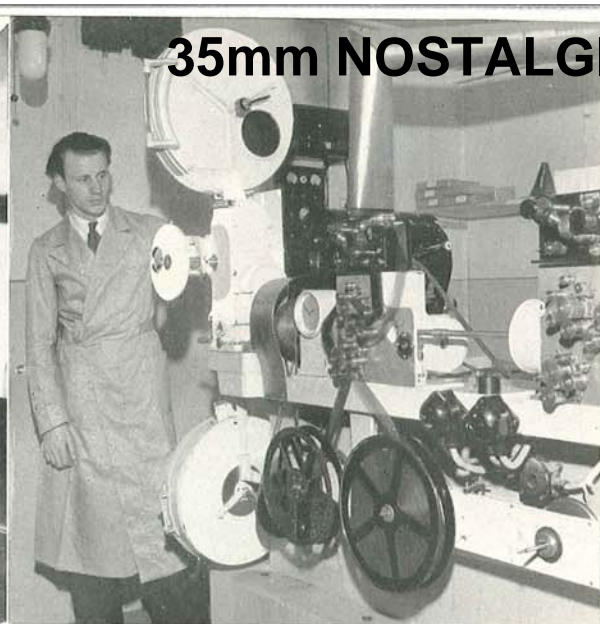
Ljudframkallningen är minst lika viktig. — Temperaturen i baden kontrolleras med jämna mellanrum.

Ljussättningen kräver långvarig praktik och utpräglat sinne för nyanser. Ljussättnings-schemat klipptes med en specialtång.

Vid kopieringen regleras ljussättningen automatiskt efter schemat.



Klippningen är en viktig procedur, som fordrar ett stort mått av filmatiskt kunnande och konstnärlig blick.



I mixaggregatet blandas tal, musik och ljudeffekter till en njutbar produkt.

I den s. k. mixpulten sker avvägningen mellan tal och musik.

Och så till sist premiären. — En lättadens suck, och så börjar man på ny kula.





35mm NOSTALGI



35mm NOSTALGI



**35mm NOSTALGI**

**35mm NOSTALGI**

**Pris Kr. 2:75**

*Mezäta*