

Sluttrapport Extrastiftelsen for "Dypet" dokumentarfilm søknadsnummer: 2017/HE1-161937

Målsetting, målgruppe og bakgrunn for prosjektet (1000 tegn)

Vår overordna målsetting for filmen er at den skal skape større forståelse for, og åpenhet rundt psykiske utfordringer og psykisk helse hos menn.

Vårt mål for den kreative prosessen var å lage en film som på en sannferdig, åpen og nær måte skulle følge fotograf Thomas Morel og hans psykiske sykdom som han er åpen om. Med sin særegne teknikk når han fotograferer er han en perfektjonist, en perfektjonisme som driver han til store høyder og store nedturer. Vårt mål er å skulle lage en film der de visuelle kvalitetene var framtreddende, imponerende og gjennomgående.

Målgruppen er i hovedsak menn i alderen 16 til 39 år. Men filmen vil også være viktig for en utvida målgruppe: De som er pårørende til, venner av og i familie med menn eller kvinner med psykiske utfordringer.

Vår hovedmålgruppe for denne filmen er unge menn. Vi ønsker at unge menn skal se filmen og tenke at "om Thomas kan være åpen om at han slit, så kan jeg også være åpen om at jeg sliter".

Beskriv i hvilken grad oppsatte effektmål ble nådd (ref søknadsskjemaet) (1000 tegn)

Filmene er så langt vist på NRK (Desember 2017) og skal vises høsten 2018 på Nederlandske Avrotros. Vi har positiv respons fra Brasiliansk TV, SVT, YLE og DR, men avventer endelig svar. Prosjektet er presentert for flere tv kanaler på TV messe i Frankrike og vi er her i prosess med å vente på svar. I tillegg blir filmen presenter i september på Nordisk Panorama sitt TV marked i Malmø og til Nord Amerikanske innkjøpere under BIFF.

Filmene er vist på Dokumentarfilmfestivalen i Volda og på "On art" i Polen. Filmene distribueres av Det norske filminstitutt som tar seg av festivaler i utlandet. Vi avventer svar fra flere festivaler.

Vi har hatt et ønske om at filmene skal kunne brukes av interesseorganisasjoner og skoler. Vi har spurt Mental Helse hva de ønsker å bruke filmene til uten at vi har fått konkret tilbakemelding. Vi har kontaktet BIFF, Bergen internasjonale filmfestival og tilbudt de filmene i forbindelse med skolevisninger under årets festival. Her avventer vi også svar.

Antall personer i målgruppen nådd av prosjektet

Etter en visning og en reprise visning er den sett av 188 000 personer på NRK.

Vi har ikke endelige tall for etter-seing på nett tv. Men den er sett av ca 2 000 personer på festivalvisninger utover TV visninger. Avrotros viser filmene høsten 2018.

Prosjektgjennomføring/Metode (1200 tegn)

Å produsere dokumentarfilm er å dokumentere virkeligheten sett fra en særskilt vinkel. Dette krever tydelige valg og omfattende planlegging. Men siden en i en historiefortelling fra virkeligheten ikke kan forutsi hva som faktisk kommer til å skje har vi i Pandora Film funnet en balanse i måten vi jobber på, som er basert på grundig research og stor fleksibilitet i forhold til det som skjer i livene til de karakterene vi filmer. Hvilke episoder er viktig å hive seg rundt å være med på, og hvilke aktiviteter er ikke med å drive historien din fremover. Vi har fulgt Thomas i over tre år. Vi har kunne filme Thomas i lange perioder hvor han har vært svært langt nede og filmen har brukt lengre tid på ferdigstillelse fordi vi ønsket å vente på at Thomas skulle bli bedre. Hele høsten 2016 var han svært deprimert og jobbet svært lite. Dette påvirker fremdriften til en ferdig film. Vi har også brukt lang tid i klippet på å finne den rette balanse mellom historien til den perfekte fotografen og mannen med den psykiske sykdommen. Men med velvilje fra NRK så fikk vi de utsettelsene som var nødvendig før vi ferdigstilte filmen frem til visningen på NRK 13. Desember 2017.

Resultater og resultatvurdering (1000 tegn)

Det har vært viktig for oss å ivareta Thomas i prosessen med å lage filmen. Han har fått se klippet underveis. I tillegg har spesielt Regissør Ida fulgt opp Thomas underveis i prosessen. I tillegg har daglig leder i Pandora hatt samtaler med han om det presset som kan komme av en TV visning og hvordan takle det å få mye oppmerksomhet rundt egen person. I forkant av TV premieren hadde vi en egen premiere for de som Thomas ønsket skulle se filmen. Og vi hadde en person fra teamet vårt tilstede når filmen ble vist på TV for å kunne monitorere eventuelle kommentarer som kom til han på SoMe, SMS og mail underveis og etter visningen. Det var nesten bare positive tilbakemelding direkte til Thomas på at han hadde stått frem med sin historie. Han har i ettertid også fått brev med historier fra andre menn som fant trøst og støtte i å se filmen. Så vi måler resultatet fra filmen på alle de direkte positive tilbakemeldingene som Thomas har fått. Så vi er veldig fornøyd med dette resultatet.

Oppsummering og videre planer (600 tegn)

Vi er veldig fornøyd med de tilbakemeldingene som kom til Thomas. Han har fått personlige brev fra menn som nå skulle be om hjelp for de hadde sett at det hjalp for Thomas. Vi som produksjonsselskap ønsker oss at flere TV selskaper skal kjøpe inn filmen og få den vist fordi det er en viktig film. Og vi ønsker oss at det blir flere visninger på festivaler i utlandet. I tillegg så ønsker vi spesielt at BIFF skal vise den i høst og at vi kan lage et opplegg for ungdom rundt skolefilm visningene som er en viktig del av programmet til festivalen.

Produkter i prosjektet (for eksempel bøker, brosjyrer, filmer, nettsider med mer)

<https://tv.nrk.no/program/DVFO30006116/det-perfekte-bildet>

Dokumentaren er klippet i tre versjoner, 49 min til NRK, 52 min til Avrotros og en internasjonal festival versjon på 70 min.

Sluttrapport er avgitt av
Trude Refsahl
Produsent

trude@pandora.no
www.pandrafilm.no

pandora FILM as