

Joakim Welwert, FIVK01

Lunds Universitet
Språk och litteraturcentrum
Filmvetenskap
Handledare: Olof Hedling
2016-01-07

Joakim Welwert
FIVK01
joakim_welwert@hotmail.com

The Room Built by Fans

En studie av fankulturen och memes kring filmen *The Room*

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	Sida 3
2. Ämne, syfte, problemformulering och frågeställning.....	Sida 6
3. Material och källor.....	Sida 6
4. Forskningsläge.....	Sida 8
5. Teori och metod.....	Sida 11
6. Disposition.....	Sida 13
7. <i>The Rooms</i> handling.....	Sida 13
8. Youtube-recensenterna.....	Sida 14
8.1 Youtube-recensenternas avslutande tankar.....	Sida 15
9. Varför uppskattas <i>The Room</i> ?.....	Sida 16
9.1 New Sincerity och Smart Audience	Sida 15
9.2 Camp-filmer.....	Sida 19
9.3 <i>The Room</i> , en kultfilm och Wiseau, en kultauteur.....	Sida 20
9.4 Jenkins om fanproduktion och Sandvoss om fangemenskap	Sida 22
9.5 Paratexter.....	Sida 24
9.6 <i>The Room Tribute</i>	Sida 25
10. <i>The Room</i> som ett meme.....	Sida 26
11. Avslutning.....	Sida 29
12. Källor.....	Sida 32

1. Inledning

Imagine a movie so incomprehensible that you find yourself compelled to watch it over and over again. You become desperate to learn how (if) on earth it was conceived: Who made it, and for what purpose?¹

Citatet togs från boken *The Disaster Artist: My life inside The Room* (2013), en bok baserad på Greg Sesters upplevelser under inspelningen av filmen *The Room* (Tommy Wiseau, 2003). Sestero var lineproducer till *The Room* och skådespelare i filmen, han var även assistent till Tommy Wiseau. Wiseau, mannen som producerade, skrev manus till, regisserade och spelade huvudrollen i *The Room*. En film kallad: ”*The greatest bad movie ever made*” och ”*The Citizen Kane of bad movies*”.²

The Room är en oberoende filmproduktion från 2003. Under inspelningen av *The Room* lade Wiseau personligen ut 6 000 000 dollar på produktionen. *The Room* blev hans passionsprojekt. Pengarna tror man att Wiseau tjänade ihop på att bland annat importera och sälja koreanska läderjackor till USA. Wiseaus 6 000 000 dollar spenderades bland annat på en 35 mm filmkamera och en high-definition kamera för ungefär 250 000 dollar. Sedan spelade Wiseau in *The Room* med båda kamerorna endast för att vara den första filmskaparen att ha gjort detta, trots att det var en dålig idé eftersom att inspelningskvaliteten blir olika beroende på vilken sorts kamera man använder.³ Wiseau tvingades byta filmteam under inspelningen eftersom de inte höll med om hans idéer. En skådespelare, Dan Jijigain, som spelade karaktären Chris-R i *The Room* sade i en intervju att det kunde vara helt olika människor olika dagar under inspelningen. Wiseau sade i en intervju att han hade backups till alla skådespelarna och bestämde sig senare för vem av dem som var bäst.⁴ Wiseau betalade av skådespelare han

¹ Greg Sestero & Tom Bissell, *The Disaster Artist: My life inside The Room, the geatest bad movie ever made*. 2014, New York, Simon & Schuster Paperbacks s. xiii

² Matt Foy, ”*The Performance Cult of The Room: Embodied Audiencing and Movie Riffing as Shared Sense-making*”, 2012, Kaleidoscope: A Graduate Journal Of Qualitative Communication Research, 11, p. 1, hämtat från <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=3&sid=2ca67bad-f4eb-4401-9ae4-140683de6149%40sessionmgr114&hid=111&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=95941949&db=edo>, hämtad 4 oktober 2015.

³ Greg Sestero & Tom Bissell, *The Disaster Artist: My life inside The Room, the geatest bad movie ever made*, s. 26

⁴ Derek Godin, ”*Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era*”, 2013, Networked Digital Library of Theses & Dissertations, hämtat från <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=5&sid=2ca67bad-f4eb-4401-9ae4-140683de6149%40sessionmgr114&hid=111&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=edsndl.oai.union.ndltd.org.LACETR.oai.collectionscanada.gc.ca.QMG.977766&db=edsndl> hämtad 6 oktober 2015.

inte var nöjd med under *The Rooms* produktion för att bli av med dem.⁵ Något som förmodligen kostade mycket pengar.

Wiseau är ingen kompetent filmskapare och hans inkompetens lyser igenom *The Room*. Det mesta i *The Room* är amatörmässigt eller dåligt. Scener är ur fokus, manuset är dåligt skrivet. Vilket gör att karaktärerna i *The Room* kan agera helt utan motivering och helt plötsligt dyka upp i en scen bara för att gå några sekunder senare.⁶ Skådespeleriet är väldigt dåligt, Wiseau själv levererar repliker som att han inte ens försöker skådespela.

När *The Room* hade premiär blev filmen utskrattad av både publiken och kritikerna. Nöjestidningen *Variety*s reportern Scott Foundas ratade *The Room* totalt, han påstod att *The Room* endast gjorts för att få Tommy Wiseau att framstå som en människa. Han påpekade att biobesökarna gick efter 20 minuter och ville ha sina pengar tillbaka.⁷ *The Room* floppade totalt, filmen tjänade in 1 900 dollar första veckan, ungefär 0,00032% av sin produktionsbudget.⁸

En åskådare som såg filmen var Michael Rousselet och enligt artikeln *THE CRAZY CULT OF THE ROOM* av Clark Collis i *Entertainment Weekly* var Rousselet katalysatorn till *The Rooms* fanskara. Rousselet såg *The Room* och tyckte filmen var otroligt rolig. Rousselet tvingade med sina kompisar till nästa föreställning, de såg filmen fyra gånger på en vecka och vid det fjärde visningstillfället var det över hundra människor i salongen.⁹ *The Room* blev ett fenomen i Los Angeles, filmen började få regelbundna midnattsvisningar en gång i månaden på Laemmle's Sunset 5 Theatre, sedan på Regent Theatre i Westwood. Visningarna i Los Angeles fortsatte och sedan när det nationella amerikanska radioprogrammet *May, Day to Day*, på *National Public Radio* pratade om *The Room* spreds filmen över hela landet och därefter fortsatte filmen att spridas på en internationell nivå.¹⁰

⁵ Greg Sestero & Tom Bissell, *The Disaster Artist: My life inside The Room, the greatest bad movie ever made*, s. 62

⁶ Alex Baldinger, "This 'Room' is so bad, it's good", Washington Post, The, n.d., Regional Business News, 2009, hämtat från <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=d0913855-0e0a-49de-ac54-2930fe233648%40sessionmgr4003&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=WPT119436124409&db=bwh>, hämtad 3 oktober 2015.

⁷ Derek Godin, "Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era", hämtad 6 oktober 2015.

Matt Foy, "The Performance Cult of The Room: Embodied Audiencing and Movie Riffing as Shared Sense-making", hämtad 4 oktober 2015

⁸ Derek Godin, "Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era", hämtad 6 oktober 2015.

⁹ Clark Collis, "THE CRAZY CULT OF THE ROOM", *Entertainment Weekly*, 1026, pp. 32-37, 2008, hämtad från <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=b05e5a1a-7366-40f7-85cc-eb9e6f6a2e93%40sessionmgr4005&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=35821717&db=a9h>, hämtad 5 december 2015.

¹⁰ Dimitrios, Pavlounis "Sincerely Celebrating Failure: Tommy Wiseau's The Room and the Search for Sincerity", 2012, *Spectator: The University Of Southern California Journal Of Film & Television*, 32, 1, p. 24,

Likt *The Rocky Horror Picture Show* (Jim Sharman, 1975), är *The Room* en film med ett lågt anseende som nu har en lojal publik och börjar få en kultstatus. Publiken skrattar och jublar åt den dåliga dialogen och de horribla skådespelarinsatserna. I *The Rooms* fall är det populärt att kasta plastskeidar på filmduken under scener i filmen då ett foto av en sked syns på ett bord. Publiken kastar även en amerikansk fotboll emellan varandra.¹¹

Något som är intressant med regissören Wiseau är mystiken kring honom, ingen vet hur gammal han är, var han egentligen kommer ifrån eller hur han tjänar pengar. Wiseau har sagt att pengarna till *The Room* kommer från klädesimport och försäljning men även sagt att pengarna inte kommer därifrån. Ingen vet säkert. Han vägrar även svara på frågor om hur gammal han är. Han säger ofta att han kommer från USA, men hans brytning, accent och uttal gör det svårt att tro. Hans personlighet och mystik tros ha hjälpt *The Room* att bli ett stort fenomen.¹²

The Room har även börjat blivit ett internationellt fenomen, filmen har visats över hela världen. I Köpenhamn har *The Room* visats första fredagen varje månad under några år. Fans har gjort Youtube-videor för att imitera eller göra narr av *The Room*, det finns tusentals *The Room*-relaterade meme-videor på internet. Det finns till och med ett 16-bit online-spel baserat på *The Room*.¹³ Greg Sesters bok *The Disaster Artist: My life inside The Room* kommer att bli en film regisserad av James Franco.¹⁴ Wiseau har nu ändrat sig och säger att *The Room* är dåligt gjord med mening, allt är avsiktligt gjort, enligt Wiseau är *The Room* en ”dark comedy”, något som inte många fans tror på.¹⁵

The Room har tack vare sina fans fått en kultstatus. Men hur kunde en film som är så horribelt dålig, misslyckad och som har fått så mycket dålig kritik, ha många fans? Hur har fansen påverkat *The Room* över internet? Dessa frågor kommer jag att försöka svara på i min uppsats.

Supplemental, hämtat från

<http://fiarf.chadwyck.com.ludwig.lub.lu.se/fulltext/indexFullText.do?id=004/0405226&area=index&fromToC=yes&jid=006/0000381>, hämtad 4 oktober 2015.

¹¹ Matt Foy, “*The Performance Cult of The Room: Embodied Audiencing and Movie Riffing as Shared Sense-making*”, hämtad 4 oktober 2015.

¹² Derek Godin, “*Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era*”, hämtad 6 oktober 2015.

¹³ Dimitrios Pavlounis, “*Sincerely Celebrating Failure: Tommy Wiseau's The Room and the Search for Sincerity*”, hämtad 4 oktober 2015.

¹⁴<http://www.imdb.com/title/tt3521126/> hämtad 12/12-15 sökord: Imdb The Disaster Artist

¹⁵ Dimitrios Pavlounis, “*Sincerely Celebrating Failure: Tommy Wiseau's The Room and the Search for Sincerity*”, hämtad 4 oktober 2015.

2. Ämne, syfte, problemformulering och frågeställning

Syftet med uppsatsen kommer vara att undersöka fankulturen och Youtube-memes kring filmen *The Room* (2003). Uppsatsen kommer att försöka belysa hur *The Room* uppfattas, kopieras och härmas av sina fans på internet. Uppsatsen kommer också undersöka varför fansen uppskattar filmen, samt hur internet hjälper *The Room*-fanbasen att växa och spridas. Jag kommer att fokusera min analys på Youtube-klipp från videodelningssiten Youtube.com om *The Room*-fans har skapat.¹⁶ Det är Youtube.com som *The Rooms* fans främst använder sig av när de lägger upp *The Room*-memes på internet. Fanteorier och meme-teorier kommer att appliceras på *The Room*-fansen samt Youtube-klippen som de skapat. Min första personliga kontakt med *The Room* var på Youtube.com, genom *Nostalgia Critics* recension av *The Room*. *Nostalgia Critics* *The Room*-recension kommer diskuteras senare i uppsatsen under punkt 8.1: Youtube-recensenternas avslutande tankar. Enligt min åsikt är inte *The Room* en bra film, men *The Room* är en enormt underhållande film. Alla jag visat filmen för har uppskattat den. *The Room* är en väldigt speciell film för mig, främst på grund av de roliga stunder jag kunnat dela med andra tack vare *The Room*. Jag skulle inte kalla mig ett riktigt *The Room*-fan, jag har aldrig producerat något material eller gått på en midnattsvisning. Men med denna uppsats hoppas jag utöver att besvara mina frågeställningar kunna sprida vidare *The Room* till någon som ännu inte hört talas om filmen.

Mina frågeställningar kommer vara: Hur har fans genom bland annat internet och memes påverkat *The Room*? Hur kunde en film som *The Room* bli populär?

3. Material och källor

För att djupare kunna förstå fankulturer kommer jag att använda mig av källor som *Fan Cultures* (2002) av Matt Hills. I *Fan Cultures* skriver Hills om olika fanteorier och applicerar det på olika fanskaror. *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts* (2010) av Jonathan Gray. I *Show Sold Separately* fokuserar Gray på att beskriva begreppet paratexter och hur paratexter påverkar media användare. *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture* (2006) av Henry Jenkins. *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture* handlar om hur olika fankulturer har utvecklats och växer, fokus ligger på att betona internets betydelse för fankulturer. *Fans: The Mirror of Consumption* (2005) av Cornel Sandvoss. *Fans: The Mirror of Consumption* beskriver hur fans konsumerar media och hur fankulturer utvecklas.

¹⁶ <https://www.youtube.com/> , hämtad 29/12-15 sökord: Youtube.com

För att djupare förstå just *The Rooms* fans kommer jag att använda mig av följande artiklar och texter:

Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era (2013) av Derek Godin. Godin gör i texten en jämförelse mellan *The Rooms* fankultur och *Snakes on a Planes* (David R. Ellis, 2006). *Sincerely Celebrating Failure: Tommy Wiseau's The Room and the Search for Sincerity* (2012) av Dimitrios Paviounis. Paviounis applicerar begreppen New Sincerity och Smart Audience på *The Rooms* fans. *THE CRAZY CULT OF THE ROOM* (2008) av Clark Collins. Artikeln beskriver hur *The Rooms* fanskara först började. *The Performance Cult of The Room: Embodied Audiencing and Movie Riffing as Shared Sense-making* (2012) av Matt Foy. Foy applicerar etnografiska teorier på *The Rooms* fans. *This 'Room' is so bad, it's good* (2009) av Alex Baldinger. Baldinger beskriver *The Rooms* handling och hur absurd filmens framgång är. *Tommy Wiseau: Cult hero, Hollywood mystique* (2010) av Trapper Schoepp. Texten är en intervju mellan skribenten och Tommy Wiseau, i intervjun förklarar Wiseau vissa av valen han gjorde under inspelningen av *The Room*. Texterna kommer att diskuteras senare under punkt 4, forskningsläget.

För att undersöka memes och internets betydelse på *The Room* har jag valt att använda mig av följande källor: *Memes in digital culture* (2014) av Limor Shifman, atikeln *An anatomy of a YouTube meme* (2012) också av Limor Shifman. Shifman undersöker memes ur ett socialt perspektiv.

Sedan kommer även Youtube-videon *Darth Tommy Wiseau - Episode I : The Room / Star Wars mash-up* att analyseras. Denna Youtube-videon är en av de populärare memesen som baseras och imiterar på *The Room*, samtidigt som den tar upp intertextualitet, ett begrepp som kommer diskutera senare i uppgiften vid punkt 10: *The Room* som ett meme.¹⁷ Därför valdes den ut för en kortare analys.

Jag kommer även att titta på Youtube-recensioner av *The Room* för att applicera fanteorier samt meme-teorier på dessa recensioner. Jag har valt att titta på de Youtube-videorecensioner som har flest visningar. Dessa Youtube-klipp är även de första som kommer upp som resultat för mig när jag söker på ”*The Room* Review” på Youtube. Jag är väl medveten om att sökresultat kan variera för andra samt att det finns många andra *The Room*-recensioner på Youtube. Det kan till och med finnas *The Room*-recensioner med mer visningar på andra internetsidor, ett urval måste dock göras, de andra är bortom denna uppsats.

¹⁷ https://www.youtube.com/watch?v=pW_xdftOspA , hämtad 01/12-15, sökord Darth Tommy Wiseau

Följande Youtube-recensioner har valts ut: *Channel Awsomes* video, *Nostalgia Critic: The Room Review*, 1 495 446 visningar.¹⁸ *Nostalgia Critics* recension går främst igenom *The Rooms* handling.¹⁹ *Chris Stuckmanns* video, *The Room - Hilariocity Review*, 280 211 visningar.²⁰ I recensionen försöker Stuckmann applicera sin självskapade term: *Hilariocity* på *The Room*.²¹ *Fanboyflicks* video, *Have YOU seen The Room???*, 247 165 visningar.²² *Fanboyflicks* försöker i sin recension bevisa hur absurd *The Rooms* handling är.²³ Och *I Hate Everythings* video, *The Room - The Search for The Worst – IHE*, 174 352 visningar.²⁴ *I Hate Everythings* recension är mest fokuserad på karaktärerna i *The Room*.²⁵

The Disaster Artist: My life inside The Room (2013) av Greg Sestero och Tom Bissell kommer användas som en källa. Greg Sestero som spelade karaktären Mark i *The Room* har tillsammans med Tom Bissell skrivit en bok om sina upplevelser under inspelningen av *The Room*. Det är en kommersiell bok. Den ska var sanningshederlig men Sestero och Bissell kan ha överdrivit vissa saker för att förbättra försäljningen av boken.

Ett avsnitt av Sveriges televisions kulturprogram *Kobra* från mars 2014 som handlar om pranks innehåller ett inslag om *The Room*. Programmet försöker förmedla tanken att *The Room* är ett prank, ett skämt, de försöker förmedla tanken om att någon annan än regissören Tommy Wiseau står bakom verket. En intressant premiss, men inte en tanke jag själv delar, trots detta innehåller programmet intressanta intervjuer med fans av *The Room* och kan därför användas, trots att det kanske inte inriktar sig på att förmedla förhållandet mellan *The Room* och dess fans i första hand.²⁶

4. Forskningsläge

Många författare har skrivit om fankulturer bland annat några av de författare jag har använt mig av i min uppsats, Henry Jenkins och Cornel Sandvoss. När det gäller memes finns det också mycket skrivet om dem. Dawkins har skrivit om memes i en biologisk definition. Det finns

¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=gsgIq7cxhJk> , hämtad 15/10-15 sökord Youtube The Room Review

¹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=Tri9i3WtXLC> hämtad 17/10-15 sökord Nostalgia Critic The Room

²⁰ https://www.youtube.com/watch?v=tXqFXqs_8I4 , hämtad 15/10-15, sökord YouTube The Room Review

²¹ https://www.youtube.com/watch?v=tXqFXqs_8I4 hämtad: 17/10-15, Sökord: The Room Hilariocity Review

²² <https://www.youtube.com/watch?v=JwGvPWRcnQk> , hämtad 15/10-15, sökord Youtube The Room Review

²³ <https://www.youtube.com/watch?v=JwGvPWRcnQk> hämtad 17/10-15, sökord Youtube Fanboyflicks The Room

²⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=k-T4p6XFCUc> , hämtad 15/10-15, sökord YouTube The Room Review

²⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=k-T4p6XFCUc> hämtad 17/10-15 sökord I Hate Everything The Room

²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=PGR3ReqHwg>, hämtad 15/10-15, sökord YouTube Kobra The Room, minut 20:15-28:10

även en del texter skrivna om de sociala aspekterna på memes. De sociala aspekterna av memes har jag valt att fokusera på.

Det har även skrivits många artiklar om *The Room*, några av dessa kommer att användas i uppsatsen:

Artikeln: *Tommy Wiseau: Cult hero, Hollywood mystique* av Trapper Schoepp i *UWM Post* är en intervju med Wiseau. Där Wiseau svarar på vanligt ställda frågor om *The Room*.²⁷

Den tidigare nämnda artikeln *THE CRAZY CULT OF THE ROOM* av Clark Collins i *Entertainment Weekly*, handlar om *The Rooms* midnattsvisningar. Hur midnattsvisningarna började med att Michael Rousselet såg filmen med sina vänner. Artikeln tar också upp hur filmen nu uppskattas av några av Hollywoods många komiker.²⁸

Artikeln: *This "Room" is so bad, it's good* av Alex Baldinger i *The Washington Post* beskriver främst på ett komiskt sätt handlingen i *The Room* samt hur filmen kunde bli en sådan succé.²⁹

Sincerely celebrating failure: Tommy Wiseau's The room and the search for sincerity, skriven av Dimitrios Pavlounis handlar om förhållandet mellan *The Room* och dess fans. Pavlounis undersöker förhållandet som fansen har till filmen.³⁰

Pavlounis applicerar begreppet New Sincerity på *The Room* och dess fans. Ett begrepp som innebär att man ironiskt uppskattar det som är dåligt.³¹ Pavlounis förklarar att fansen tycker att filmen är dålig, trots detta har fansen en genuin uppskattning för *The Room*.

The Performance Cult of The Room: Embodied Audiencing and Movie Riffing as Shared Sense-making är skriven av Matt Foy. Foy applicerar olika etnografiska metoder när han utreder hur *The Room*-fansen uttrycker sig på visningar av *The Room*. Foy beskriver vad *The Room*-fansen gör under filmens visningar.³² Han nämner att publiken kastar plastskedar mot skärmen när en inramad sked syns i bild eller när publiken inte är nöjd med vad karaktärerna håller på med. Åskådare kastar amerikanska fotbollar emellan varandra. Foy beskriver också hur publiken kommenterar allt som händer, publiken hälsar på karaktärerna

²⁷ Trapper Schoepp, "Tommy Wiseau: Cult hero, Hollywood mystique", 2010, UWM Post (Milwaukee, WI), p. 10. hämtat från <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=545b5595-8fc0-44e7-88fd-d7e1bc2d1d95%40sessionmgr4003&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2I0ZQ%3d%3d#AN=65720451&db=bwh>, hämtad 3 Oktober 2015.

²⁸ Clark Collis, "THE CRAZY CULT OF THE ROOM", hämtad 5 december 2015.

²⁹ Alex Baldinger, "This 'Room' is so bad, it's good", hämtad 3 oktober 2015.

³⁰ Dimitrios Pavlounis, "Sincerely Celebrating Failure: Tommy Wiseau's The Room and the Search for Sincerity", hämtad 4 oktober 2015.

³¹ Ibid

³² Matt Foy, "The Performance Cult of The Room: Embodied Audiencing and Movie Riffing as Shared Sense-making", hämtad 4 oktober 2015.

som kommer in i scener. De skriker elaka kommentarer mot karaktären Lisa, *The Rooms* förmodade antagonist.³³

Texten *Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era* av Derek Godin jämför hur fankulturer genom internet påverkar filmerna *Snakes on a Plane* (David R. Ellis, 2006) och *The Room*. Texten undersöker de båda filmernas produktion, reception, premiärer och fansens online-aktivitet.³⁴

I *Buzz bombs* skriver Godin bland annat om begreppet paratexter. Paratexter är saker som medföljer originaltexten, paratexter till en film kan vara recensioner, posters med mera.³⁵

Godin diskuterar om *The Room* är en kultfilm och om Wiseau är en kultauteur. Godin menar att *The Room* är en kultfilm enligt Mathijs och Mendik kriterier från deras bok, *The Cult Film Reader* (2008).³⁶

Godin beskriver skillnaderna mellan *Snakes on a Plane* (David R. Ellis, 2006) och *The Room*. Godin går in på hur *The Room* lyckats att behålla sina fans bättre genom åren än vad *Snakes on a Plane* har. Godin beskriver vad fankulturer gör för material på internet och utanför internet för både *Snakes on a Plane* och *The Room*.³⁷

Detta gör att Godins analys, som dock är mycket bra, blir lite ytlig eftersom Godin ofta letar skillnader mellan *Snakes on a Plane* och *The Room*. Vilket gör att Godin inte kan gå in på djupet i *The Rooms* fankultur. Han visar mer på skillnaderna mellan filmerna. Även om Godin beskriver *The Rooms* produktion, marknadsföring och hur fankulturen tog form går han inte in på djupet när han analyserar *The Rooms* fankultur. Godin analyserar inte några av de många memes och videos som fan till *The Room* ligger bakom. Det är här Godin och min egen text kommer att skilja sig åt. Jag kommer att göra ett djupdyk i *The Rooms* fankultur, genom att titta på *The Room*-memes och *The Room*-paratexter främst från Youtube.com. Utöver det ska jag även applicera fanteorier som Godin inte använder i sin analys bland annat kommer jag använda begreppen: New Sincerity, Smart Audience, Shifmans memeteorier samt applicera begreppet paratexter på ett annorlunda sätt jämfört med Godin.

³³ Matt Foy, "The Performance Cult of The Room: Embodied Audiencing and Movie Riffing as Shared Sense-making", hämtad 4 oktober 2015.

³⁴ Derek Godin, "Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era", hämtad 6 oktober 2015.

³⁵ Ibid

³⁶ Ibid

³⁷ Derek Godin, "Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era", hämtad 6 oktober 2015.

5. Teori och metod

Jag kommer att utgå ifrån filmen *The Room* för att förstå och undersöka paratexter och memes som gjorts på den. Fanskapade Youtube-videor som kopierar och härmar *The Room* och Youtube-recensioner som kommenterar på *The Room* kommer att ha stor betydelse i undersökningen.

När jag analyserar memes kommer ovanstående litteratur om memes av Limor Shifman att användas. Richard Dawkins var först med att skriva om memes. Dawkins använde termen för att beskriva hur små delar av kultur spreds från person till person genom imitation. Saker som klädestrender och religion går Dawkins in på. Shifman menar att man kan analysera memes från ett socialt perspektiv, utan att behöva gå in på den biologiska definitionen av memes.³⁸ Limor Shifman skriver i *Memes in Digital Culture* (2014): ”The ideas of replication, adaptation, and fitness to a certain environment can be analysed from a purely sociocultural perspective.”³⁹

Under undersökningen av memes kommer jag att förhålla mig till memes som sociala fenomen och använda Limor Shifmans *Memes in Digital Culture*. Jag kommer inte gå in på Dawkins version av memes, den biologiska definitionen av memes. Det är bortom denna uppsats.

Jag kommer också att kort beskriva *The Rooms* handling. Genom att göra detta hoppas jag också kunna belysa för de som inte ännu sett *The Room* hur absurd dess handling är, hur inkompetenta skådespelarna är samt hur dåligt manuset är.

För att undersöka *The Rooms* fanbas och förstå filmens fankultur kommer *The Disaster Artist: My life inside The Room*, litteratur om fans och fankultur var användbart. Samt avsnittet av Sveriges Televisions kulturprogram *Kobra* och självklart filmen *The Room*. Jag kommer även titta på Youtube-recensionerna av *The Room* samt videon Youtube-videon *Darth Tommy Wiseau - Episode I : The Room / Star Wars mash-up* och analysera dem och applicera teorier på dessa videor.

När jag skriver om paratexter kommer Derek Godins text *Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era* och Jonathan Grays bok *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts* vara användbara. Båda skribenterna nämner att begreppet paratext skapades av litteraturteoretikern Gerard Genette som använde begreppet för att beskriva det material som ackompanjerande en litterär text.⁴⁰ Godin beskriver

³⁸ Limor Shifman, *Memes in digital culture*, 2014, Cambridge, Mass.: MIT Press, sida 12

³⁹ Limor Shifman, *Memes in digital culture*, s.12

⁴⁰ Jonathan Gray, *Show Sold Separately*, 2010, New York, New York University press, s. 25

hur paratexter innefattar allt det som har att göra med en originaltext. En originaltext är till exempel en bok eller en film, paratexter är något som ackompanjerar originaltexten, men inte är med i originaltexten, till exempel en poster till en film.⁴¹

Begreppet New Sincerity introducerades av kritikern Jim Collins i boken *Film Theory Goes to the Movies* (1993).⁴² Pavlounis förklarar begreppet New Sincerity i sin text, *Sincerely Celebrating Failure*: "It is about sincerely appreciating things that are too over-the-top to be taken literally".⁴³

Fanstudier har växt fram ur media och kommunikationsvetenskapen. Den litteratur som jag kommer använda för att undersöka fankulturer är skriven av Henry Jenkins, Professor i Communication, Journalism och Cinematic Arts vid University of Southern California.⁴⁴ Samt Cornel Sandvoss, Professor i Media och Journalism vid University of Huddersfield.⁴⁵ De båda har skrivit ett antal böcker om fankulturer.

För att beskriva begreppet kultfilm kommer jag använda mig av *Oxford Dictionary of Film Studies* (2012) av Annette Kuhn och Guy Westwell samt Godins text *Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era*. Begreppet syftar till att beskriva en film med speciell typ av publik som uppskattar filmen enormt och gärna ser om den igen och igen med andra. Begreppet kultfilm började växa fram efter andra världskriget.⁴⁶

Begreppet kultauteur beskrivs av Godins i texten *Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era* och i *Fan cultures* (2002) av Matt Hills. Till en början syftade begreppet på regissörer som inte hyllats eller uppmärksammats tillräckligt för att deras filmer inte passat in i mainstream-Hollywood. Definitionen av en kultauteur är förändrad och begreppet kultauteur syftar idag på regissörer som är större än filmerna de skapat. De bär filmen på sina axlar.⁴⁷

⁴¹ Derek Godin, "Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era", hämtad 6 oktober 2015.

⁴² Dimitrios Pavlounis, "Sincerely Celebrating Failure: Tommy Wiseau's *The Room* and the Search for Sincerity", hämtad 4 oktober 2015.

⁴³ Ibid

⁴⁴ <http://annenbergl.usc.edu/faculty/communication-journalism/henry-jenkins> hämtad 15/12-15 sökord: Henry Jenkins

⁴⁵ <https://www.hud.ac.uk/ourstaff/profile/index.php?staffuid=smuscos> hämtad 15/12-15 sökord: Cornel Sandvoss

⁴⁶ Annette Kuhn & Guy Westwell, *Oxford Dictionary of Film Studies*, 2012, Oxford, Oxford University Press, s. 105 f.

⁴⁷ Derek Godin, "Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era", hämtad 6 oktober 2015.

6. Disposition

Först kommer *The Rooms* handling att beskrivas. Sedan kommer kort Youtube-recensenterna som har gjort recensioner på *The Room* att introduceras. Därefter kommer Youtube-recensenternas avslutande tankar om *The Room* från deras recensioner att redovisas. Deras tankar kommer sedan att analyseras med hjälp av begreppet New Sincerity, ett begrepp som Pavlounis använde i sin text *Sincerely celebrating failure: Tommy Wiseau's The room and the search for sincerity*. Därefter kommer anledningar varför *The Room* lyckats uppnå sin popularitet att redogöras för. Detta kommer att göras genom att använda begrepp som campteorin som diskuteras av Godin i texten *Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era*. Sedan appliceras begreppet kultauteur på Tommy Wiseau och begreppet kultfilm på *The Room*. Kultauteur teorin och kultfilmsteorin diskuteras av Godin i *Buzz Bombs*. Kultfilmsteorin diskuteras även i *Oxford Dictionary of Film Studies* av Annette Kuhn och Guy Westwell. Efter det appliceras det som Jenkins skriver om fanproduktion och vad Sandvoss skriver om fangemenskap på *The Rooms* fanskara. Därefter kommer begreppet paratexter att redovisas och appliceras på *The Room*-fanskapat material. Begreppet paratexter diskuteras av Godin i *Buzz Bombs* samt av Jonathan Gray i boken *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. Därefter förklaras det vad *The Room Tribute* är. Sedan kommer jag att gå igenom memes med hjälp av Shifmans meme-teorier och applicerar teorierna på *The Rooms* fanskapade material. Därefter kommer Youtube-videon *Darth Tommy Wiseau - Episode I: The Room / Star Wars mash-up* att analyseras genom att använda begreppet intertextualitet. Uppsatsen avslutas med en slutsats där jag kommer att redovisa vad jag kommit fram till.

7. Handlingen

Jag kommer nu att beskriva *The Rooms* handling. Något att hålla i åtanke för den som inte sett *The Room* innan man börjar att läsa är att *The Room* har en väldigt simpel handling men filmen har nästan helt oförståeliga sidospår. Jag kommer till min bästa förmåga att göra *The Rooms* handling så begriplig som möjligt. Mycket av *The Rooms* charm ligger i manusets brister och Wiseaus inkompetens som manusskrivare samt hans skådespelarinsats. Det som gör *The Room* underhållande är inkompetensen som alla inblandade visar upp.⁴⁸ *The Room* är också fylld med sidospår som inte leder någonstans. Fansen uppskattar dessa sidospår, de tillför inget till

⁴⁸ Matt Foy, "The Performance Cult of The Room: Embodied Audiencing and Movie Riffing as Shared Sense-making", hämtad 4 oktober 2015.

handlingen och är med främst för att Wiseau vill ha med relevanta samhällsproblem i *The Room*.⁴⁹ När han får frågan i intervjuer om varför dessa sidospår inte nämns igen i filmen svarar Wiseau att människor som har problem, sjukdomar, drogproblem eller andra problem inte gillar att man nämner deras problem alltför ofta.⁵⁰ På grund av dessa anledningar blir det otroligt svårt att beskriva handlingen för någon som inte sett filmen eller känner till något om den.

The Room handlar om en bankir, Johnny (Tommy Wiseau) som snart ska gifta sig med sin fästmö Lisa (Juliette Danielle). Lisa vill inte gifta sig med Johnny, trots att han är givmild och trevlig. Lisa ligger med Johnnys bästa vän, Mark (Greg Sestero). Lisa hittar på en historia att Johnny slår henne för att hon ska ha en anledning att slippa gifta sig. Lisa ordnar sedan en överraskningsfest till Johnny, efter festen får Johnny reda på att Lisa lämnar honom för Mark och Johnny tar därefter livet av sig. Det är *The Rooms* handling i stora drag.

Några av de sidospår som finns med i *The Room* och inte tillför något till handlingen och inte heller följs upp på något sätt är till exempel: Johnny och Mark räddar Denny (Philip Haldiman), Johnnys granne, från den hämndbenägna knarklangaren Chris-R (Dan Janjigian) som Denny är skyldig pengar. Lisa och hennes mamma, Claudette (Carolyn Minnott), har många samtal, bland annat kommer det fram att Claudette har bröstcancer. Claudettes bröstcancer nämns inte mer än en gång.

8. Youtube-recensenterna

Istället för att gå igenom deras recensioner bit för bit kommer jag att ge lite bakgrundsinformation till Youtube-recensenterna.

Nostalgia Critic laddar upp videos på Youtube där han recenserar filmer på sin kanal *Channel Awesome*. När *Nostalgia Critic* recenserar en film brukar han gå igenom filmens handling från början till slut.⁵¹

Fanboyflicks är en Youtube-recensent som fokuserar på att recensera dåliga filmer. *Fanboyflicks* *The Room* recension är hans mest lyckade video visningsmässigt med ungefär 100 000 mer visningar än alla andra hans videos.⁵² Han inleder sin *The Room* recension med att säga att det är den recensionen han fått efterfrågad mest.⁵³

⁴⁹ Clark Collis, "THE CRAZY CULT OF THE ROOM", hämtad 5 december 2015.

⁵⁰ Trapper Schoepp, "Tommy Wiseau: Cult hero, Hollywood mystique", hämtad 3 Oktober 2015.

⁵¹ <https://www.youtube.com/watch?v=Tri9i3WtXLc> hämtad 17/10-15 sökord Nostalgia Critic *The Room*

⁵² <https://www.youtube.com/user/FanboyFlicks/videos> hämtad 17/10-15, sökord Youtube Fanboyflicks videos

⁵³ <https://www.youtube.com/watch?v=JwGvPWRcnQk> hämtad 17/10-15, sökord Youtube Fanboyflicks *The Room*

I Hate Everything är en Youtube-kanal som går igenom olika saker som han hatar. I sin serie kallad *The Search for the Worst* går *I Hate Everything* igenom de 100 sämst rankade filmerna på IMDBs 100 sämsta filmerna lista för att hitta ”The worst of the worst”.⁵⁴ för att hitta ”The worst of the worst”.⁵⁵ När *I Hate Everything* recenserar filmer, främst genom att påpeka hur dumma och dålig filmerna han går igenom är, samtidigt som han skrattar åt filmerna han pratar om. Till skillnad från tidigare recensenter går inte *I Hate Everything* igenom hela *The Rooms* handling, han fokuserar mer på vad han finner irriterade eller dåligt med *The Room*. Fokus ligger på att kommentera karaktärer och scener som *I Hate Everything* tycker är roligast. Han gör en mer övergripande recension av filmen.⁵⁶

Chris Stuckmann recenserar också filmer på Youtube. Hans *The Room* recension hamnar under ett segment som han kallar *Hilariocity Review* där Stuckmann går igenom filmer som är så dåliga att de är bra. Stuckmann använder *Batman & Robin* (Joel Schumacher, 1997) som exempel. "It is such an atrocity that it is hilarious",⁵⁷ därav ordet "Hilariocity".⁵⁸ Stuckmann fokuserar också på att visa upp de scener som han tycker är roligast. Han inleder sin recension precis som *Fanboyflicks* genom att säga att *The Room* recensionen är mycket efterfrågad.⁵⁹

8.1 Youtube-recensenter Avslutande Tankar om *The Room*

Nostalgia Critic avslutar sin recension av *The Room* med att säga att *The Room* är ett mirakel. Han har aldrig sett skådespeleri så genomgående dåligt eller ett lika dåligt manus innan. *Nostalgia Critic* tycker ändå att man verkligen bör se *The Room*.⁶⁰ *Nostalgia Critic* säger: "It [*The Room*] truly is one of those movies you have to see to believe."⁶¹ *Nostalgia Critic* är övertygad om att ingen skulle kunna göra en film som *The Room* avsiktligt. Det är bara Tommy Wiseau som skulle kunna göra en film som *The Room*. Vill man se något som är hemskt dåligt, men ändå underhållande bör man se *The Room*, avslutar *Nostalgia Critic*.⁶²

Fanboyflicks avslutar sin recension med att konstatera att handlingen i *The Room* är otroligt simpel och egentligen kan summeras i fyra meningar: Johnny älskar Lisa. Lisa

⁵⁴ <http://www.imdb.com/chart/bottom> hämtad 17/10-15, sökord IMDB botton 100

⁵⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=k-T4p6XFCUc> hämtad 17/10-15 sökord *I Hate Everything The Room*

⁵⁶ Ibid

⁵⁷ https://www.youtube.com/watch?v=tXqFXqs_8I4 hämtad 17/10-15, sökord *The Room* hilariocity review

⁵⁸ Ibid

⁵⁹ Ibid

⁶⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=Tri9i3WtXLc> hämtad 17/10-15 sökord *Nostalgia Critic The Room*

⁶¹ Ibid

⁶² Ibid

vänstrar med Mark, Johnnys bästa vän. Johnny får reda på detta. Johnny begår självmord.⁶³ Resten är bara scener som är med för att fylla ut tiden och ett slöseri med tid menar han.⁶⁴

I Hate Everything börjar med att säga att *The Room* är: "The worst thing in the history of anything ever."⁶⁵ *I Hate Everything* tycker *The Room* är en dålig film men trots det är *The Room* ibland så dålig att man bara skrattar åt den.⁶⁶ Han anmärker att Wiseau inte kan ta sig igenom en enda scen utan att hälsa på någon eller skratta, helt utan anledning.⁶⁷ Men han tycker ändå att *The Room* är "Fucking Glorious".⁶⁸

Chris Stuckmann tycker att *The Room* är en fascinerande film eftersom att den är rolig konstant.⁶⁹ Stuckmann säger: "Do you want an amazing time watching a horrible movie, *The Room* is one of the best worst movies ever made."⁷⁰ Han ger *The Room* ett F i betyg men ett A+ på *Hilariocity*-skalan.⁷¹

9. Varför uppskattas *The Room*?

9.1 New Sincerity och Smart Audience

Något som är genomgående i recensionerna av *The Room* är att alla Youtube-recensenterna driver med filmen, men de avslutar allihop med att säga att de faktiskt uppskattar *The Room*. De tycker att det är en dålig film, men en film som alla borde se. Samtidigt som de gör narr av *The Room* hyllar de den. De faller alla under begreppet som Pavlounis använder i sin text, New Sincerity.⁷² Pavlounis skriver:

It is about sincerely appreciating things that are too over-the-top to be taken literally.(...)[T]he New Sincerity is concerned with rethinking evaluative language and challenging the traditional meanings of success and failure altogether.⁷³

⁶³ <https://www.youtube.com/watch?v=JwGvPWRcnQk> hämtad 15/10-15, sökord *The Room* Fanboyflicks

⁶⁴ Ibid

⁶⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=k-T4p6XFCUc> hämtad 17/10-15 sökord *I Hate Everything The Room*

⁶⁶ Ibid

⁶⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=k-T4p6XFCUc> hämtad 17/10-15 sökord *I Hate Everything The Room*

⁶⁸ Ibid

⁶⁹ https://www.youtube.com/watch?v=tXqFXqs_8I4 hämtad 17/10-15, sökord *The Room* hilariocity review

⁷⁰ Ibid

⁷¹ Ibid

⁷² Dimitrios Pavlounis, "Sincerely Celebrating Failure: Tommy Wiseau's *The Room* and the Search for Sincerity", hämtad 4 oktober 2015.

⁷³ Ibid

Pavlounis menar att *The Room* fansen hela tiden försöker framställa *The Room* som en dålig film. Många av *The Rooms* fans tycker det är okej att man som åskådare skrattar åt *The Room* för att filmen är ett totalt misslyckande. Trots att regissören, Tommy Wiseau säger att *The Room* är avsiktligt dåligt gjord. De flesta av fansen tar inte Wiseaus uttalande om att *The Room* är avsiktligt dåligt gjord på allvar. Om *The Room* är avsiktligt dålig skulle uppskattningen för *The Room* minska, anmärker Pavlounis eftersom det är Wiseaus inkompetens som regissör och skådespelare som fansen skrattar åt.⁷⁴

Trots att fansen främst skrattar åt *The Room* finns det en genuin uppskattning för filmen bland dem, menar Pavlounis. Under scenen i *The Room* då Johnny (Tommy Wiseau) yttrar meningen: "If everybody loved each other, the world would be a better place." Skriver Pavlounis:

Instead of responding to this moment of sincerity with howling laughter, many audiences burst into applause or break out into chants of "Yes We Can"(...) "[O]ne of those rare moments when irony and sincerity collide, neither quite dominating the other."⁷⁵

Under samma scen klipper Youtube-recensenten *I Hate Everything* in en tår vid Dennys (Philip Haldiman) öga.⁷⁶ Något som talar för att även Youtube-recensenterna känner något genuint när Johnny yttrar meningen. I ett avsnitt av Sveriges Televisions kulturprogram, *Kobra*, intervjuas ett fan som ska se på en midnattsvisning av *The Room*. Han nämner: "There is so much sincerity, more sincerity in what you see in really good films. There is just not the talent and the execution behind it."⁷⁷ Youtube-recensenterna visar också en uppskattning för *The Room*, precis som fansen som går och ser *The Room* på filmens visningar.

The Room mottas med mycket uppskattning av fansen. Det finns de fans som genuint uppskattar *The Room* och inte bara hånar filmen.⁷⁸ Till exempel de som går på midnattsvisningarna och skapar *The Room*-memes. Sedan finns det personer som inte förstår charmen med *The Room*, de som hånar Wiseau eller ställer ironiska frågor till Wiseau på

⁷⁴ Dimitrios Pavlounis, "Sincerely Celebrating Failure: Tommy Wiseau's *The Room* and the Search for Sincerity", hämtad 4 oktober 2015.

⁷⁵ Dimitrios Pavlounis, "Sincerely Celebrating Failure: Tommy Wiseau's *The Room* and the Search for Sincerity", hämtad 4 oktober 2015

⁷⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=k-T4p6XFCUc> hämtad 17/10-15 sökord *I Hate Everything The Room*

⁷⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=PGR3ReqHwg> hämtad 19/10-15, sökord Youtube *Kobra The Room*

⁷⁸ Dimitrios Pavlounis, "Sincerely Celebrating Failure: Tommy Wiseau's *The Room* and the Search for Sincerity", hämtad 4 oktober 2015

visningar, dessa personer buar publiken ut under frågestunderna.⁷⁹ Inte alla som ser *The Room* kommer att uppskatta filmen. Pavlounis använder sig av Jeffery Sconces text: *Irony, nihilism and the new American 'smart' film* (2002) och menar att *The Room* skapar en *Smart Audience*. Begreppet beskrivs av Pavlounis: en Smart Audience är en publik som uppskattar det som är annorlunda, det som inte är mainstream Hollywood, Pavlounis förklarar:

(...) Sconce argues that irony has become a dominant cinematic sensibility. Existing between the art house and the multiplex, these films define themselves in opposition to mainstream Hollywood by adopting classical narrative strategies but changing the tone in ways that critique bourgeois culture. The result is a group of films that display 'dispassion, disengagement, and disinterest' and split their audiences into those that 'get it' and those that do not.⁸⁰

Applicerar man Smart Audience på *The Rooms* fans skulle det innebära att de inte som förstår hur *The Room* ska uppfattas, de som ser *The Room* endast som en dålig film inte riktigt förstår charmen med filmen. *The Room* är något annorlunda från mainstreamfilmer.⁸¹ Men i *The Rooms* fall appliceras Smart Audience tvärtom från hur Sconce beskriver begreppet i sin text. Pavlounis vänder på Sconces Smart Audience begrepp och förklarar:

The Room, it seems, creates the inverse of Sconce's bifurcated "smart" audience. In this case, those who do not "get it" are those who treat the film purely ironically and refuse to express any sincere enjoyment. (...) The Room, in effect, oscillates between a Fortress of Irony and a Fortress of Sincerity. Even if audience reception is marked in part by continued ironic distance, fan response suggests a simultaneous proximity to earnest moments in the film and to Wiseau himself.⁸²

Personer som bara skrattar åt *The Room* ser endast filmen som ett misslyckande, de som ser helt ironiskt på *The Room* uppskattar, enligt fansen, inte *The Room* för vad den egentligen är. De

⁷⁹ Dimitrios Pavlounis, "Sincerely Celebrating Failure: Tommy Wiseau's *The Room* and the Search for Sincerity", hämtad 4 oktober 2015

⁸⁰ Ibid

⁸¹ Ibid

⁸² Ibid

som förstår *The Room* är de fans som ser att det finns ärlighet och allvar i *The Room*. De som ser den passionen som Wiseau visar upp för sitt filmprojekt. De blir *The Rooms* Smart Audience. Vanligtvis brukar begreppet användas tvärtom, de som ser ironiskt på något är de som är en Smart Audience, de som förstår. Pavlounis vänder på Sconces begrepp och menar att det finns scener i *The Room* som verkligen är rörande för publiken:

James MacDowell saying it best: “I can honestly say that I deeply love this movie in no less a sense than I deeply love, say, *Vertigo*.” Importantly, MacDowell clarifies that he thinks the movie is bad, but 'bad' in very special and very strange ways.⁸³

9.2 Camp-filmer

Godin skriver i sin text *Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era* att *The Room* är ett passionsprojekt som gått fel. Godin använder sig av Stevensons camp-teorier:

Stevenson goes on to say that all great camp films are “the product of pure passion, on whatever grand or pathetic scale, somehow gone strangely awry” and that “pure camp is created against all odds by the naive, stubborn director who in the cynical, hardball, bottom line movie business can still foolishly dream he is creating a masterpiece without money, technical sophistication or (orthodox) talent.”⁸⁴

Campfilmer är filmer som ses som osofistikerade, filmer med bristande självmedvetenhet. Godin argumenterar för att *The Room* är en camp-film eftersom att *The Room* passar camp-films-mallen. Ingenting verkar ha gått bra under inspelningen och Wiseau fortsatte trots detta att kämpa med filmen. Godin menar att detta har hjälpt till att få *The Room* att lyckas. Fansen uppfattar *The Room* som något annorlunda från Hollywoods storbudgetfilmer. De ser Wiseaus passion bakom *The Room*. Det gör att *The Room* känns mer autentisk än *Snakes on a Plane* (David R. Ellis, 2006) som Godin använder i sin jämförelse.⁸⁵ Godin menar eftersom *Snakes on a Plane* gjordes av en Hollywoodstudio, New Line Cinema, blir den mindre autentisk.

⁸³ Dimitrios Pavlounis, “*Sincerely Celebrating Failure: Tommy Wiseau's The Room and the Search for Sincerity*”, hämtad 4 oktober 2015.

⁸⁴ Derek Godin, “*Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era*”, hämtad 6 oktober 2015.

⁸⁵ Ibid

Snakes on a Plane har därför svårare att få fans än *The Room*, menar Godin.⁸⁶ Godin påpekar att *The Room* knappt har haft någon reklamkampanj, förutom en billboard i Hollywood som stod vid hörnan vid Highland Avenue and Fountain Street mellan 2003 och 2008.⁸⁷ *Snakes on a Plane* försökte självmant skapa sig en kultstatus genom sin reklamkampanj, något som inte fungerar, understryker Godin.⁸⁸ Godin menar att *The Room* är en kultfilm, *The Room* har regelbundna visningar och en hängiven publik. *Snakes on a Plane* är inte en kultfilm, enligt Godin.⁸⁹ *The Room* har alltså en fördel genom att vara en mer autentisk film där man kan se Wiseaus passion bakom det tekniskt misslyckade projektet. Något som har bidragit till *The Rooms* framgång.

9.3 *The Room*, en kultfilm och Wiseau, en kultauteur

Godin menar att *The Room* är en kultfilm eftersom *The Room* har regelbundna visningar långt efter sin premiär samt en aktiv publik som sätter sina värderingar emot rådande kanonuppfattning. Kultfilmer kan inte uppfattas som bra eller dåliga, de utmanar normalt kronologiskt berättande och skapar en känsla av nostalgi. Kultfilmer har ofta misslyckade produktioner, speciella skådespelare och underliga regissörer.⁹⁰ I Oxford Dictionary of Film Studies definierar man kultfilm(cult film) som:

A term denoting an eclectic group of films defined post hoc in terms of their consumption by dedicated and devoted groups of filmgoers who engage in repeat viewing, celebratory enthusiasm, and performative interaction (memorizing dialogue, practising gestures, wearing costumes etc.) The emergence of a cult film audience is related to the rise of niche markets in the US and elsewhere (...) and also to the introduction of the ‘midnight movie’, a phenomenon popular with young audiences(...) Cult films are usually regarded as transgressive and/or oppositional to mainstream taste. This challenge to conventional filmmaking and viewing practices comes in the form of celebration of poor craftsmanship (...).⁹¹

⁸⁶ Derek Godin, “Buzz Bombs: *The Room*, *Snakes on a Plane* and Cult Audiences in the Internet Era”, hämtad 6 oktober 2015

⁸⁷ Ibid

⁸⁸ Ibid

⁸⁹ Ibid

⁹⁰ Ibid

⁹¹ Annette Kuhn & Guy Westwell, *Oxford Dictionary of Film Studies*, 2012, s. 105 f.

Godin förklarar sedan att *The Room* har nått sin framgång mycket tack vare regissören, Wiseau. Godin beskriver Wiseau som en kultauteur (cult-auteur). Kultauteurer bär sina filmer på sitt namn, Wiseau bär *The Room* på sina axlar genom han är aktiv på twitter, han kommer på visningar och gör intervjuer.⁹² Att Wiseau dyker upp på visningar uppskattas av fansen. Trots att Wiseau vill bevara sin image och sin mystik tar han emot frågor från sina fans. Men han vägrar att svara på frågor om sin ålder eller om pengar.⁹³ Matt Hills skriver i *Fan cultures* (2002) om hur kultfilmer och kultserier kan ses av sina fans om och om igen. Hills använder *Star Wars* (George Lucas, 1977) som exempel.⁹⁴ Hills förklarar varför fans vill se om kultfilmer och serier om och om igen:

Perhaps the answer is that these programmes were made by enthusiasts who believed passionately in their work, and the energy of their belief is transmitted to a select audience sympathetic to the theme and themselves hungry for an enthusiasm.⁹⁵

Om Wiseau ses som en kultauteur cementeras *The Room* kultstatus ännu mer, vilket lockar ännu fler fans till *The Rooms* fanskara. Något annat som höjer *The Rooms* kultstatus är filmens midnattsvisningar, där Wiseau och andra medverkande ibland dyker upp. *The Room* visas nu regelbundet i många delar av världen, bland annat varje månad i Köpenhamn. Foy noterar i sin text *The Performance Cult of The Room: Embodied Audiencing and Movie Riffing as Shared Sense-making* att man endast behöver googla *The Room* för att få fram var nästa midnattsvisning kommer att ske.⁹⁶ En artikel från *The A.V. Club* kallade *The Room* den första riktiga efterträdaren till *The Rocky Picture Show* som länge varit ett känt kultfenomen.⁹⁷

I ett avsnitt av Sveriges Televisions kulturprogram, *Kobra*, intervjuas fans från en midnattsvisning av *The Room*. Två fans som intervjuas förklarar att *The Room* är lite som deras bibel (förmodligen är *The Room* något som de uppskattar väldigt mycket, kanske menar

⁹² Derek Godin, "Buzz Bombs: *The Room*, *Snakes on a Plane* and *Cult Audiences in the Internet Era*", hämtad 6 oktober 2015.

⁹³ Trapper Schoepp, "Tommy Wiseau: *Cult hero, Hollywood mystique*", hämtad 3 Oktober 2015.

⁹⁴ Matt Hills, *Fan cultures*, 2002, London: Routledge, s.132

⁹⁵ Ibid

⁹⁶ Matt Foy, "The Performance Cult of *The Room*: *Embodied Audiencing and Movie Riffing as Shared Sense-making*", hämtad 4 oktober 2015.

⁹⁷ Scott Tobias, "The Room The New Cult Canon", 2009, hämtat från: <http://www.avclub.com/article/ithe-roomi-25723> hämtad 19/10-15.

de att filmen är helig för dem), samt att den ena av dem tagit med sig sin syster på visningen, (som förmodligen inte sett filmen innan).⁹⁸

Några *The Room*-fans från Sverige har sett *The Room* på en visning i Köpenhamn. De förklarar i sitt Youtube-videoklipp, *Biosnack: The Room*, av MonteFjanton, att de tog med sig en vän som tidigare inte sett *The Room*.⁹⁹ Det verkar som att midnattsvisningarna samlar tidigare *The Room*-fans samtidigt som de skapar nya fans genom en mun-till-mun ryktesspridning.¹⁰⁰ *The Room* kan ses som en kultfilm, mycket tack vare att Wiseau kan ses som en kultauteur. Wiseau hade en enorm passion när han spelade in *The Room*. Detta noteras i *The Disaster Artist* och i de flesta Youtube-recensioner. Wiseaus passion kan ses som en av faktorerna till att *The Room* har många fans. Fansen i sin tur har gett *The Room* en kultstatus genom att de är lojala och aktiva fans.

9.4 Jenkins om Fan produktion och Sandvoss om fangemenskap

Henry Jenkins skriver i *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture* att man blir ett fan av något genom att delta och producera något nytt:¹⁰¹

One becomes a "fan" not by being a regular viewer of a particular program but by translating that viewing into some kind of cultural activity, by sharing feelings and thoughts about the program content with friends, by joining a "community" of other fans who share common interests. For fans, consumption naturally sparks production, reading generates writing, until the terms seem logically inseparable...¹⁰²

Fans skapar alltid fan-producerat material till texter de uppskattar. Dessa texter får andra fans intresserade, Jenkins skriver också att fans skriver texter för att få andra fans uppskattning.¹⁰³ Jenkins teorier kan appliceras på *The Rooms* fanbase. Fansen går på midnattsvisningar där de kastar skedar, fotbollar och hälsar på karaktärer, som beskrivet i Foy's text.¹⁰⁴ De tar med sina vänner till midnattsvisningarna och genom ryktesspridning ökar intresset för *The Room*.

⁹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=PGrR3ReqHwg> hämtad 19/10-15, sökord Youtube Kobra *The Room*

⁹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=hhPd-DhgeGo> hämtad 19/10-15, sökord Youtube biosnack *The Room*

¹⁰⁰ Derek Godin, "*Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era*", hämtad 6 oktober 2015..

¹⁰¹ Henry Jenkins, *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture*, 2006, New York : New York University Press

¹⁰² Henry Jenkins, *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture*, s. 41

¹⁰³ Henry Jenkins, *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture*, s.55

¹⁰⁴ Matt Foy, "*The Performance Cult of The Room: Embodied Audiencing and Movie Riffing as Shared Sense-making*", hämtad 4 oktober 2015.

Andra fans skapar Youtube-videor, Youtube-recensioner och *The Room*-memes. *The Room* har en aktiv fanskara som verkar växa hela tiden.

Sandvoss tar upp hur fans skapar en samhörighet mellan varandra:

Fans create community or 'a sense of belonging together' not with actual shared experience but with the expectation of shared experience. It begins the moment a person reaches out to Springsteen [eller något annat] as he or she becomes a fan and reaches fruition in the ways in which they reach out to each other for good conversation and debate. In the end this sense of belonging together is part and parcel of fans 'social world'. It shapes the tenor and the quality of fans' interactions not only with each other but also with other non-fans like family members, friends and co-workers.¹⁰⁵

Att vara ett fan av något är otroligt viktigt för fans, gemenskapen som fanskaror skapar mellan varandra är otroligt stark. Under midnattsvisningarna samlas människor som uppskattar *The Room* helhjärtat, de kan repliker och vet när de bör kasta skedar på skärmen. Att vara ett fan av något kan påverka personers vardagsliv och deras sociala liv. Internet är något som hjälper fanskaror att växa och hålla kontakten, detta skriver också Sandvoss om:

I share my fandom with other fans on the internet and I think this has made me more of a fan because it made me realize I wasn't the only one. I can call a few of these people friends, even though I've never met them in the flesh, but we have this interest in common to talk and send e-mails...I can safely say I have good contacts in America, Canada, Europe and even Brazil now...something I would never imagined before.¹⁰⁶

Detsamma gäller för *The Rooms* fans, internet skapar en plats där fans kan lägga upp videos, där de kopierar och härmar eller kommenterar filmen. Därigenom startar de en dialog eller visar sin uppskattning för *The Room* för andra fans. Genom att *The Rooms* fans lägger upp fanskat material på internet kan de komma i kontakt med andra av *The Rooms* fans. Personer som inte varit i kontakt med filmen innan kan nu stöta på videos med mera tack vare internet. Samtidigt som en gemenskap kan bildas med andra fans.

¹⁰⁵ Cornel Sandvoss, *Fans: The Mirror of Consumption*, 2005, Oxford: Polity Press, s.55

¹⁰⁶ Cornel Sandvoss, *Fans: The Mirror of Consumption*, s. 56

9.5 Paratexter

Något annat som gör att *The Room* får nya fans är filmens paratexter. Ett koncept som nämns av Godin i *Buzz bombs*. Paratexter tillför något till originaltexten. I *The Rooms* fall är texten själva filmen. Godin menar att Tommy Wiseaus personlighet är en paratext till *The Room* eftersom Wiseau ofta kommer på *The Rooms* visningar över hela världen. Godin förklarar att även *The Rooms* hemsida är en paratext till filmen, eftersom hemsidan är väldigt dåligt gjord. Datum för *The Rooms* visningar på hemsidan har inte uppdaterats, datum för gamla visningar ligger kvar. Vissa sidor på *The Rooms* hemsida är svåra att läsa tack vare underligt typsnitt eller att färgen på texten är samma som bakgrunden på hemsidan. Den dåliga kontinuiteten behålls, menar Godin. Det märks att skaparen bakom både *The Rooms* hemsida och filmen saknar kompetens.¹⁰⁷ Andra paratexter till *The Room* är till exempel: Greg Sesteros bok *The Disaster Artist: My life inside The Room*. Killarna från *MonteFjanton*-videon som varit på en *The Room*-visning förklarar hur mycket roligare det är att se *The Room* efter att man läst Sesteros bok.¹⁰⁸ Eftersom boken noggrant förklarar hur *The Rooms* produktion gick till.

Jag vill argumentera för att Youtube-recensionerna av *The Room* samt andra *The Room* Youtube-videor är paratexter till filmen. Eftersom paratexter förbereder oss på vilken typ av film vi kommer att se och hur vi kommer uppfatta filmen. När man ser en recension får man en bild av filmen. Gray skriver i *Show Sold Separately* om paratexters påverkan:

To choose to watch a movie, (...) we may factor in the following: the actors, the production personnel, the quality of previews, reviews, interviews (...) Thus, in effect, it is these texts that create and manage our faith, and we consume them on our way to consuming the "film itself" Gerard Genette entitled such texts "paratexts", texts that prepare us for other texts. They form, he [Genette] notes, the "threshold" between the inside and the outside of a text, (...) a text cannot exist without paratexts.¹⁰⁹

Fanskapat material har därigenom en stor påverkan på hur många människor som kommer i kontakt med en film. *The Room* har mycket fanskapat material runt sig, mycket av det fanskapade material kan ses som paratexter till *The Room*, enligt mig. Vilket i sin tur sprider vidare *The Room* och får in nya fans till filmen. Paratexter kan till och med vara det enda som

¹⁰⁷ Derek Godin, "*Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era*", hämtad 6 oktober 2015.

¹⁰⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=hhPd-DhgeGo> hämtad 19/10-15, sökord Youtube biosnack *The Room*

¹⁰⁹ Jonathan Gray, *Show Sold Separately*, 2010, New York, New York University press, s. 25

människor använder när de bildar sina uppfattningar om saker och ting. Gray använder sig av Cronenbergs film *Crash* (Cronenberg, 1996) som handlar om individer som blir sexuellt upphetsade av bilkrascher. Filmen är kontroversiell och fick mycket motståndare. Det visade sig att många av de som motsatte sig filmen inte hade sett den och lät *Crash*s paratexter tala för den.¹¹⁰ På samma sätt skulle *The Rooms* paratexter kunna tala för *The Room*. Eftersom *The Room* inte hade en stor reklamkampanj,¹¹¹ blir mycket fanskapat material istället *The Rooms* paratexter. Samtliga Youtube-videor, internetmemes, *The Room Tribute* spelet med mera skapar aktivt en bild av *The Room* för utomstående och fans likaså. Det är mycket möjligt att någon kommer i kontakt med en Youtube-recension eller meme-video av *The Room* innan de kommer i kontakt med filmen, originaltexten.

9.6 The Room Tribute

Det finns även ett 16-bitsspel som är baserat på *The Room*. Spelet heter *The Room Tribute* och finns att spela fritt på *Newgrounds* hemsida.¹¹² Det är skapat av Tom Fulp, Johnny Utah och Chris O'Neill och de uppger: "This[*The Room Tribute*] is a totally unofficial game med simply out of our undying love of the movie."¹¹³ I *The Room Tribute* spelar man som Johnny och spelar igenom hela *The Rooms* handlagen. Med ett par undantag, man får inte spela de scener som Johnny inte är med i.

Men man får som spelare spela scener som inte är med i filmen. Man får gå och handla alla saker som Johnny ger till Lisa i *The Room*, den röda klänningen, rosorna. Man får även inhandla kassettbandspelaren som Johnny använder för att spela in telefonkonversationer mellan Lisa och Mark för att bevisa Lisas otrohet. Man får se hur Denny bor, det visar sig att han bor i en städskrub. Spelet är även fullt av referenser till *The Room*, Johnny har 6 000 000 dollar i sin plånbok, lika mycket pengar som produktionen av filmen kostade. Man får se vad som händer med karaktären Peter (Kyle Vogt) som bara försvinner i filmen, i spelet förklaras det att han blir påkörd och därför inte syns på Johnnys överraskningsfest. Hela dialoger från filmen finns med i spelet, spelet använder samma musik som filmen.¹¹⁴ *The Room Tribute* har spelats ungefär av 1 960 041 gånger och har ett betyg på 4,5 stjärnor av 5.¹¹⁵ Vilket bör

¹¹⁰ Jonathan Gray, *Show Sold Separately*, s. 37

¹¹¹ Derek Godin, "Buzz Bombs: *The Room*, *Snakes on a Plane* and Cult Audiences in the Internet Era", hämtad 6 oktober 2015

¹¹² <http://www.newgrounds.com/portal/view/547307> hämtad 19/10-15, Sökord: *The Room* tribute game

¹¹³ Ibid

¹¹⁴ Ibid

¹¹⁵ Ibid

innebära att det är ett populärt spel.¹¹⁶ *The Room Tribute* kan ses som en paratext till *The Room*. Spelet fyller igen luckorna som filmen lämnar fansen med, spelet kan också ses som ett meme eftersom att spelet imiterar och kommenterar på filmen.¹¹⁷

10. The Room som ett meme

I *Memes in Digital Culture* skriver Limor Shifman om internetmemes. Shifman går igenom att termen skapades av Dawkins.¹¹⁸

Shifman förklarar sedan vad ett internetmeme är:

I define an internet meme as: (a) a group of digital items sharing common characteristics of content, form, and/or stance, which (b) were created with awareness of each other, and (c) were circulated, imitated, and/or transformed via the internet by many users.¹¹⁹

Enligt Shifmans kriterier av vad ett internetmeme är, kan termen internetmeme appliceras på Youtube-recensionerna av *The Room*. De är olika videos som bygger på samma originaltext. Recensionerna är ganska lika varandra i form av innehåll, de tar upp ungefär samma saker och struktureras på samma sätt. Många av dem nämner att andra recensenter har gjort recensioner på *The Room* innan, vilket pekar på att de har skapat sina videos i förhållande till varandra. Recensionerna cirkulerar runt internet, de sprids tack vare dubbeluppladdningar, delningar, recensionerna används när andra Youtubers pratar om *The Room*.

Nästan samtliga scener av *The Room* verkar finnas på Youtube, vilket gör att varje del av *The Room* skulle kunna ses som ett internetmeme. Det som skulle förklara varför det finns så många versioner och memes skapade från *The Room* enligt Shifman är att dåliga texter skapar en bra grund för memes.¹²⁰ Shifman menar att tack vare att deltagaraktivitet är avgörande i den nuvarande digitala kulturen leder dåliga texter, med luckor att fylla i, till ökad deltagaraktivitet. Fans blir på sätt och vis inbjudna till att fylla i luckorna för att kunna skapa en förståelse.¹²¹ *The Room Tribute* spelet och alla Youtube-recensenterna försöker desperat få ordning på händelserna i *The Room*. De försöker allihop att fylla i luckorna, samtidigt som de

¹¹⁶ <http://www.newgrounds.com/portal/view/547307> hämtad: 19/10-15, Sökord: *The Room* tribute game

¹¹⁷ Limor Shifman, *Memes in digital culture*, 2014, Cambridge, Mass.: MIT Press, s. 88

¹¹⁸ Limor Shifman, *Memes in digital culture*, 2014, Cambridge, Mass.: MIT Press

¹¹⁹ Limor Shifman, *Memes in digital culture*, s.41

¹²⁰ Limor Shifman, *Memes in digital culture*, s. 86

¹²¹ Limor Shifman, *Memes in digital culture*, s. 86ff

hånar Wiseau för hans inkompetens. Wiseaus inkompetens hjälper också *The Room* att spridas som ett meme menar Shifman: “[U]nfinished, unpolished, amateur-looking, and even weird videos invites people to fill in the gaps, address the puzzles, or mock its creator.”¹²²

Shifman skriver också att humor-memes är de memes som lättast sprids. Delar man ett roligt meme får man kanske någon annan att le samtidigt som man ses som en rolig och positiv person. Detta gör att det oftast är roliga, humor-memes som sprids på olika sociala plattformar. *The Room* är en humoristisk film, avsiktligt eller oavsiktligt. *The Room* sprids därför enklare eftersom klipp av filmen blir roliga memes.¹²³

I en artikel, *An anatomy of a YouTube meme*, skriver Shifman att det är lättare för Youtube-användare att kopiera och härma en video som är simpel: ”While any video can be edited or re-mixed, only a simple one can be easily imitated.”¹²⁴ Shifman skriver också att Youtube-videor som innehåller repetition oftare blir memes:

Repetitiveness may have an important role in encouraging active user involvement in re-making video memes. The meme itself includes a persuasive demonstration of its own replicability and, thus, it contains encrypted instructions for others’ replication.¹²⁵

The Room är en simpel film. Den är enkelt filmad och dåligt skådespelad, vilket gör att det är lätt för individuella scener av *The Room* att spridas som Youtube-memes över internet. Repetitionen i *The Room* gör det lätt för Youtube-recensenter att ha något att klaga på, *The Room* replikeras av både recensenter och meme-skapare.

Många av *The Room* memesen som inte baseras på klipp av filmen baseras ofta på intertextualitet. Många Youtube-memes kombinerar någon annan känd film med *The Room* till exempel *Star Wars* (George Lucas, 1977). I videon *Darth Tommy Wiseau - Episode I : The Room / Star Wars mash-up* av Youtube-kanalen *noisyimp*. I Youtube-videon har skaparen, *noisyimp* tagit scener från *Star Wars* (George Lucas, 1977) och sedan dubbat en del av dialogen genom att lägga på dialog från *The Room*.¹²⁶ Darth Vader har förvandlats till Tommy Wiseau. Kort beskrivet står Darth Vader och säger Tommy Wiseaus repliker från *The*

¹²² Limor Shifman, *Memes in digital culture*, s. 88

¹²³ Limor Shifman, *Memes in digital culture*, s. 66

¹²⁴ Limor Shifman, "An anatomy of a YouTube meme", 2012, *New Media & Society*, vol. 14, nr. 2, pp. 187-203. hämtat från <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=fd72a4b2-f62c-49f7-8e54-06a258fea470%40sessionmgr4002&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=2012-07734-001&db=psyh>, hämtad 15 oktober 2015, s. 11

¹²⁵ Limor Shifman, "An anatomy of a YouTube meme", hämtad 15 oktober 2015, s. 11

¹²⁶ https://www.youtube.com/watch?v=pW_xdftOspA, hämtad 01/12-15, sökord: Darth Tommy Wiseau

Room till Stormtroopers.¹²⁷ Internetmemes bygger på intertextualitet enligt Shifman:

”Another fundamental attribute of Internet memes is intertextuality: memes often relate to each other in complex, creative, and surprising ways.”¹²⁸

Johnathan Gray definierar vad intertextualitet är i *Show sold separately*:

[I]ntertextuality refers to instances wherein a film or a program refers to and builds some of its meaning off another film or program, and intertext to the referenced film or program. (...) As Laurent Jenny notes, it “introduces a new way of reading which destroys the linearity of a text”, instead of opening the text up to new meanings from outside, so that often much of (our understanding of) a text will be constructed outside of the text.¹²⁹

Internetmemes bygger en förståelse mellan två eller flera texter samtidigt som intertextualiteten gör det möjligt att läsa texter, i klippet *Darth Tommy Wiseaus* fall ser man *The Room*-memes på ett annat, nytt sätt. *Darth Tommy Wiseau* är bara ett exempel på hur *The Room* har kopierats och härmats i mängder av Youtube-videor. Andra exempel av *The Room*-Youtubememes är: *What if Tommy Wiseau Directed Batman?* Av Youtubekanalerna *Patrick (H) Willems*. Videon gör en parodi av Batman-filmerna genom att få Batman-filmerna att se ut som *The Room*, de försöker få det se ut som Wiseau har regisserat Batman. Kvalitén på Batman-filmen har blivit mycket sämre och alla säger *The Room*-repliker.¹³⁰ Ett annat exempel på ett *The Room*-Youtubememe är *Her (Starring Tommy Wiseau of The Room)*. En parodi på *Her* (Spike Jonze, 2013) då memeskaparen *radioface0* har bytt ut Samanthas (Scarlett Johansson) röst mot Tommy Wiseaus *The Room*-repliker i trailern till *Her*.¹³¹ Nu pratar huvudkaraktären Theodore (Joaquin Phoenix) med Johnny (Tommy Wiseau) från *The Room* istället.¹³² Likt *Darth Tommy Wiseau* videon bygger även memet *Her (Starring Tommy Wiseau of The Room)* Youtube-meme på intertextualitet. Det finns många andra Youtube-memes av *The Room* vars analyser är bortom denna uppsats.

¹²⁷ https://www.youtube.com/watch?v=pW_xdfOspA, hämtad 01/12-15, sökord: Darth Tommy Wiseau

¹²⁸ Limor Shifman, *Memes in digital culture*, s. 2

¹²⁹ Jonathan Gray, *Show Sold Separately*, s. 117

¹³⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=89RP0oPEiv0> hämtad: 16/01-16, sökord: The Room Batman

¹³¹ <https://www.youtube.com/watch?v=Gg5Hj-xreRg> hämtad: 16/01-16, sökord: Her The Room

¹³² Ibid

Shifman skriver i *Memes in digital culture*: ”A single video is not an Internet meme but part of a meme – one manifestation of a group of texts that together can be described as the meme.”¹³³

Enligt Shifmans teori skulle *The Room* tack vare alla sina olika delar: långfilmen, Youtube-klippen, Youtube-recensionerna, internetmemesen, *The Room Tribute* spelet med mera, vilka tillsammans skulle kunna bilda ett stort meme, *The Room*, internetmemet. *The Room* skulle alltså i sin helhet kunna ses som ett internetmeme. Följer man Shifmans tankar om Youtube-memes finner man att de går att applicera på *The Room*. Teoretiskt sätt vore det möjligt att argumentera för att hela filmen *The Room* är ett stort internetmeme. Filmen sprids mycket tack vare imitationer, kopior med mera. De flesta Youtube-videor av *The Room* är mindre klipp av filmen som finns uppladdade av många olika Yotubekanaler. På detta sätt faller *The Rooms* uppdelade videos in i Shifmans två första kategorier av vad ett internetmeme är: ”(a) a group of digital items sharing common characteristics of content, form, and/or stance, which (b) were created with awareness if each other”¹³⁴

Det är innehåll av samma form som har skapats i förhållande till filmen och de andra klipp av filmen, samt recensioner, andra memes med mera. Det tredje kriteriet Shifman använder sig av: ”(c) were circulated, imitated, and/or transformed via the internet by many users”,¹³⁵ uppfylls tack vare spridningen av klipp. *The Room* sprids också enklare tack vare filmens enkelhet samt repetitionen filmen innehåller.

Det går troligtvis att applicera Shifmans meme-teorier på många filmer. Men få filmer finns i sin helhet i form av olika klipp på Youtube på samma vis som *The Room* gör. Detta gör *The Room* speciell, filmen i sin helhet skulle kunna ses som ett stort internetmeme. *The Room* är enligt mig både en film och ett internetmeme.

11. Avslutning

I min uppsats har jag försökt att svara på följande två frågor. Hur kunde en film som *The Room* bli populär? Hur har fans genom bland annat internet och memes påverkat *The Room*?

I uppsatsen har jag lagt fram argument till varför *The Room* blivit populär trots att det är en dålig film. Genom att använda begrepp som New Sincerity på Youtube-recensioner och på intervjuer med *The Room*-fans vid midnattsvisningar, har jag visat upp den

¹³³ Limor Shifman, *Memes in digital culture*, 2014, Cambridge, Mass. : MIT Press.. S. 56

¹³⁴ Limor Shifman, *Memes in digital culture*, s. 41

¹³⁵ Limor Shifman, *Memes in digital culture*, s. 41

uppskattning för *The Room* som fansen har för filmen. Något annat som förklarar fansens uppskattning för *The Room* är Jeffery Sconces begrepp Smart Audience, *The Rooms* fans har sökt sig till något annorlunda och har uppskattat det som inte är mainstream. De som säger att det endast finns personer som ironiskt uppskattar *The Room* motbevisas av New Sincerity. De motbevisas av den enorma uppskattning som *The Room*-fans visar när de lägger upp *The Room*-memes och går på midnattsvisningar. Andra begrepp som jag har använt för att förklara fansens uppskattning för *The Room* är begrepp som kultauteur. Tommy Wiseau är en kultauteur. Man skulle kunna argumentera för att Wiseau inte är en kultauteur och han bara fått den statusen endast för att *The Room* blivit en kultfilm. De båda begreppen hänger ihop med varandra, men om inte Wiseau är en kultauteur skulle inte fansen uppskatta honom på samma sätt. De uppskattar när han kommer på visningarna och försvarar Wiseau från ironiska kommentarer genom att bua ut frågeställarna. Fansen ser också den passionen Wiseau har lagt ner på *The Room* när de ser filmen. Det går även att se *The Room* som en Campfilm, ett passionsprojekt som gått fel detta förklarar också *The Rooms* popularitet. Tack vare att fansen går på midnattsvisningarna har fansen gett *The Room* en kultstatus, något som också gjort att *The Room* blivit ännu populärare. På dessa midnattsvisningar samt på internet kan fans skapa en gemenskap och visa sin uppskattning för *The Room*.

The Rooms fans har påverkat *The Room* mycket genom att använda internet. De flesta av *The Rooms* paratexter finns på nätet. Här finns de paratexter som Godin pratar om till exempel: *The Rooms* hemsida och Wiseaus twitterkonto. Sedan finns det andra ting som jag personligen argumenterat för är paratexter: Youtube-recensionerna, Youtube-memesen baserade på *The Room*, *The Room Tribute* och alla klipp av filmen. Det är mycket möjligt att internetanvändare kommer i kontakt med dessa paratexter innan de kommer i kontakt med *The Room*. Paratexterna förbereder personer för hur de kommer uppleva *The Room*. Därigenom hjälper fanskapat material, dessa paratexter att sprida *The Room* över internet. Enligt Jenkins teorier blir man inte ett fan förrän man skapat något eller gjort något kreativt. När personer gör något kreativt blir de fans, internet har fungerat som plattformen där *The Rooms* fans lagt upp sina kreationer. I synnerhet Youtube där till exempel: *Darth Tommy Wiseau - Episode I : The Room / Star Wars mash-up* finns att se.

Nästan samtliga scener av *The Room* finns tillgängliga på Youtube. Tillsammans med recensionerna, andra Youtube-memes av *The Room*, *The Room Tribute* har jag argumenterat för hur enligt Shifmans teorier hela *The Room* skulle kunna ses som ett stort internetmeme. Många av *The Rooms* paratexter är memes och tillsammans bildar många memes ett stort meme tillsammans, enligt Shifmans teorier. Att se på *The Room* som ett

internetmeme kan också enklare förklara filmens popularitet. Enligt Shifmans teorier sprids humor-memes enklare än andra memes, dåliga texter skapar bra memes. Detta gör att människor lättare sprider *The Room* meme-paratexter om man vill kalla dem för det, till andra och *The Room* sprids vidare över internet.

The Room är en simpel film med ett repetitivt manus som är lätt att göra narr av och därför skrattas det mycket åt *The Room* vilket har gjort att filmen lättare spridits som ett humor-meme. Trots att de flesta av memesen och videorna som imiterar eller kommenterar på *The Room* gör narr av filmen finns det en genuin uppskattning för *The Room* bland de som ligger bakom memesen som bevisas av New Sincerity begreppet.

I min uppsats har jag försökt visa att fans genuint kan uppskatta något som anses dåligt av andra. Jag har försökt bevisa hur memes kan ses som paratexter och hur paratexter och memes som har skapats av fans påverkat och hur människor uppfattat och uppskattat *The Room*. Jag har även försökt att visa hur viktigt internet, i synnerhet Youtube är för både memes och paratexter.

Källor:

Filmografi:

Originaltitel: *The Room*

Produktionsbolag: Wiseau Films

Produktionsland: USA

Producent: Tommy Wiseau

Premiärår: 2003

Regissör: Tommy Wiseau

Manus: Tommy Wiseau

Medverkande: Tommy Wiseau, Greg Sestero, Juliette Danielle, Philip Haldiman, Dan Janjigian

Nämnda filmer:

Originaltitel: *Crash*

Produktionsbolag: Alliance Communications Corporation Movie Network, Recorded Picture Company, Téléfilm Canada Distributors

Produktionsland: Kanada, Storbritannien

Premiärår: 1996

Regissör: David Cronenberg

Originaltitel: *Batman & Robin*

Produktionsbolag: Warner Bros., PolyGram Filmed Entertainment

Produktionsland: USA

Premiärår: 1997

Regissör: Joel Schumacher

Originaltitel: *Her*

Produktionsbolag: Annapurna Pictures

Produktionsland: USA

Premiärår: 2013

Regissör: Spike Jonze

Originaltitel: *The Rocky Horror Picture Show*

Produktionsbolag: Twentieth Century Fox Film Corporation, Michael White Productions

Produktionsland: USA

Joakim Welwert, FIVK01

Premiärår: 1975

Regissör: Jim Sharman

Originaltitel: *Snakes on a Plane*

Produktionsbolag: New Line Cinema, Mutual Film Company, Meradin Zweite Productions

Produktionsland: USA

Premiärår: 2006

Regissör: David R. Ellis

Original titel: *Star Wars (Stjärnornas krig)*

Produktionsbolag: Lucasfilm, Twentieth Century Fox Film Corporation

Produktionsland: USA

Premiärår: 1977

Regissör: George Lucas

Tryckta källor:

Gray, Jonathan, *Show Sold Separately*, 2010, New York University press

Jenkins, Henry, *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture*, 2006, New York University Press

Kuhn, Annette & Westwell, Guy, *Oxford Dictionary of Film Studies*, 2012, Oxford University Press

Sandvoss, Cornel, *Fans: The Mirror of Consumption*, 2005, Polity Press

Sestero, Greg & Bissell, Tom, *The Disaster Artist My life inside The Room, the geatest bad movie ever made*. 2014, Simon & Schuster Paperbacks

Shifman, Limor, *Memes in digital culture*, 2014, MIT Press

Otryckta källor:

USC Annenberg School for Communication and Journalism, Henry Jenkins, hämtat från:

<http://annenberg.usc.edu/faculty/communication-journalism/henry-jenkins> hämtad: 15/12-15

sökord: Henry Jenkins

Baldinger, Alex “*This 'Room' is so bad, it's good*”, Washington Post, The, n.d., Regional Business News, 2009, hämtat från: [http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=d0913855-0e0a-49de-ac54-](http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=d0913855-0e0a-49de-ac54-2930fe233648%40sessionmgr4003&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=WPT119436124409&db=bwh)

[2930fe233648%40sessionmgr4003&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=WPT119436124409&db=bwh](http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=d0913855-0e0a-49de-ac54-2930fe233648%40sessionmgr4003&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=WPT119436124409&db=bwh) ,hämtad: 3 oktober 2015.

Channel Awesome, ” *Nostalgia Critic: The Room Review*”, Youtube.com, 2015, hämtat från:

<https://www.youtube.com/watch?v=Tri9i3WtXLc> , hämtad: 15/10-15 sökord: The Room

Review Nostalgia Critic

Chris Stuckmann, ” *The Room - Hilariocity Review*”, Youtube.com, 2013, hämtat från:

https://www.youtube.com/watch?v=tXqFXqs_8I4 hämtad: 17/10-15, Sökord: *The Room*

Hilariocity Review

Collis, Clark ”*THE CRAZY CULT OF THE ROOM*”, Entertainment Weekly, 1026, pp. 32-37, 2008, hämtad från: [http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=b05e5a1a-7366-40f7-](http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=b05e5a1a-7366-40f7-85cc-eb9e6f6a2e93%40sessionmgr4005&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUm)

[85cc-eb9e6f6a2e93%40sessionmgr4005&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUm](http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=b05e5a1a-7366-40f7-85cc-eb9e6f6a2e93%40sessionmgr4005&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUm)
[c2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=35821717&db=a9h](http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=b05e5a1a-7366-40f7-85cc-eb9e6f6a2e93%40sessionmgr4005&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUm) ,hämtad: 5 december 2015.

Godin, Derek “*Buzz Bombs: The Room, Snakes on a Plane and Cult Audiences in the Internet Era*”, 2013, Networked Digital Library of Theses & Dissertations, hämtat från:

[http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=5&sid=2ca67bad-f4eb-4401-9ae4-](http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=5&sid=2ca67bad-f4eb-4401-9ae4-140683de6149%40sessionmgr114&hid=111&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUm)

[140683de6149%40sessionmgr114&hid=111&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUm](http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=5&sid=2ca67bad-f4eb-4401-9ae4-140683de6149%40sessionmgr114&hid=111&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUm)
[c2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=edsndl.oai.union.ndltd.org.LACETR.oai.collectionscanada.gc.ca.QMG.977766&db=edsndl](http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=5&sid=2ca67bad-f4eb-4401-9ae4-140683de6149%40sessionmgr114&hid=111&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUm) hämtad: 6 oktober 2015.

Joakim Welwert, FIVK01

Fanboyflicks, "Have YOU seen The Room???", Youtube.com, 2014, hämtat från:
<https://www.youtube.com/watch?v=JwGvPWRcnQk> hämtad: 17/10-15, Sökord: Youtube
Fanboyflicks The Room

Foy Matt, "The Performance Cult of The Room: Embodied Audiencing and Movie Riffing as Shared Sense-making", 2012, Kaleidoscope: A Graduate Journal Of Qualitative Communication Research, 11, p. 1, hämtat från:
<http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=3&sid=2ca67bad-f4eb-4401-9ae4-140683de6149%40sessionmgr114&hid=111&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=95941949&db=edo> , hämtad: 4 oktober 2015.

I Hate Everything, "The Room - The Search For The Worst - IHE", Youtube.com, 2014, hämtat från:
<https://www.youtube.com/watch?v=k-T4p6XFCUc> hämtad: 17/10-15 Sökord: I Hate
Everything The Room

IMDB, "Bottom 100 list", IMDB.com, uppslagspost hämtat från:
<http://www.imdb.com/chart/bottom> hämtad: 17/10-15, Sökord: IMDB botton 100

IMDB, "The Disaster Artist", IMDB.com, uppslagspost hämtat från:
<http://www.imdb.com/title/tt3521126/> hämtad: 12/12-15 Sökord: IMDB The Disaster Artist

MonteFjanton, "Biosnack: The Room", Youtube.com, 2014, hämtat från:
<https://www.youtube.com/watch?v=hhPd-DhgeGo> hämtad: 19/10-15, Sökord: Youtube
Biosnack The Room

noisyimp, "Darth Tommy Wiseau - Episode I : The Room / Star Wars mash-up", Youtube.com, 2010, hämtat från:
https://www.youtube.com/watch?v=pW_xdftOspA , hämtad: 01/12-15, Sökord: Darth
Tommy Wiseau

Patrick (H) Willems, "What if Tommy Wiseau Directed Batman?", Youtube.com, 2014, hämtat från: <https://www.youtube.com/watch?v=89RP0oPEiv0> ,hämtad: 16/01-16

Pavlounis, Dimitrios “*Sincerely Celebrating Failure: Tommy Wiseau's The Room and the Search for Sincerity*”, 2012, *Spectator: The University Of Southern California Journal Of Film & Television*, 32, 1, p. 24, Supplemental, hämtat från:

<http://fiag.chadwyck.com.ludwig.lub.lu.se/fulltext/indexFullText.do?id=004/0405226&area=index&fromToC=yes&jid=006/0000381> ,hämtad 4 oktober 2015.

Peter Griffin, “*Kobra: Pranks*”, Youtube.com, 2014, hämtat från:

<https://www.youtube.com/watch?v=PGrR3ReqHwg> hämtad: 15/10-15, sökord YouTube Kobra The Room

radioface0, “*Her (Starring Tommy Wiseau of The Room)*”, Youtube.com, 2014, hämtat från:

<https://www.youtube.com/watch?v=Gg5Hj-xreRg> , hämtad: 16/01-16

Schoepp, Trapper, “*Tommy Wiseau: Cult hero, Hollywood mystique*”, 2010, *UWM Post (Milwaukee, WI)*, p. 10. hämtat från:

<http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=545b5595-8fc0-44e7-88fd-d7e1bc2d1d95%40sessionmgr4003&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=65720451&db=bwh> , hämtad: 3 Oktober 2015.

Shifman, Limor “*An anatomy of a YouTube meme*”, 2012, *New Media & Society*, vol. 14, nr. 2, pp. 187-203. hämtat från: [http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=fd72a4b2-f62c-49f7-8e54-](http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=fd72a4b2-f62c-49f7-8e54-06a258fea470%40sessionmgr4002&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUm)

[06a258fea470%40sessionmgr4002&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUm](http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=fd72a4b2-f62c-49f7-8e54-06a258fea470%40sessionmgr4002&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUm)
[c2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=2012-07734-001&db=psyh](http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?sid=fd72a4b2-f62c-49f7-8e54-06a258fea470%40sessionmgr4002&vid=0&hid=4213&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUm) , hämtad: 15 oktober 2015

Tobias, Scott “*The Room The New Cult Canon*”, 2009, hämtat från:

<http://www.avclub.com/article/ithe-roomi-25723> , hämtad: 19/10-15

The Room Tribute, Newgrounds.com, 2010, hämtat från:

<http://www.newgrounds.com/portal/view/547307> hämtad: 19/10-15, Sökord The Room tribute game

Youtube.com, hämtat från:

Joakim Welwert, FIVK01

<https://www.youtube.com/> , hämtad: 29/12-15 sökord: Youtube.com

Youtube.com, hämtat från:

https://www.youtube.com/results?search_query=the+room+review , hämtad: 15/10-15,
sökord: Youtube The Room Review

Yotube.com, Fanboyflicks, Youtube.com, hämtat från:

<https://www.youtube.com/user/FanboyFlicks/videos> , hämtad: 17/10-15, Sökord: YouTube
Fanboyflicks videos

University of Huddersfield, 2015, hämtat från:

<https://www.hud.ac.uk/ourstaff/profile/index.php?staffuid=smuscos> hämtad: 15/12-15 sökord:
Cornel Sandvoss