

SLOVENSKI FILM NA EVROPSKEM ZEMLJEVIDU

ali zaključki ob moji prvi sedemletki

nerina t. kocjančič

1995–1997

Filmski sklad je začel operativno delovati na začetku leta 1995, ko se je na Miklošičevi 38 oblikovala prva skupina zaposlenih. Na razpis za vodjo promocije in trženja sva se prijavila dva kandidata, izbrana sem bila jaz. Ob vodji promocije in trženja – kot edini zaposleni osebi na svojem oddelku – je seznam zaposlenih, poleg direktorja in tajnice, obsegal še vodjo pravne službe. Za začetek ne preveč pretenciozno, skromno, kot odsev nacionalne kinematografije, ki je v letu 1994 producirala en sam film. V tem prispevku se bom ukvarjala predvsem z zgodovino in dejavnostjo svojega "oddelka" in ne toliko s produkcijo, čeprav načrtovanje promocije ne more potekati brez "načrtne" produkcije. Lahko rečem, da na začetku, sedaj že "daljnega" leta 1995 ali pred skoraj osmimi leti, ni bilo ničesar. Vključno s produkcijo, ki je od osamosvojitve pridobila skromne štiri (4) filme. Državni producent Viba film je doživel stečaj in se preoblikoval v filmski studio, po evropskem vzoru so se ustanovile prve neodvisne producentske skupine. Ko uporabim besedo "ničesar", s tem mislim na popoln izpad prenosa izkušenj, podatkov ali vsaj imen, ki so pri nastopanju in lobiranju na prizorišču evropskih festivalov in trgov nujno potrebni. Tudi če so pred tem povezave obstajale, so bile uporabljene izključno v osebne interese in ne v interese nacionalne kinematografije, poleg tega pa se v bivši Jugoslaviji promocija filma ni krojila v Sloveniji, temveč v Beogradu, v inštituciji, imenovani Jugoslavija film. Slovenski filmski ustvarjalci lahko še tako vneto trdijo, da jugoslovanski film ni nikoli obstajal in da so ta film sestavljale posamezne republiške kinematografije. Toda za večino evropskih filmskih profesionalcev je obstajal zgolj jugoslovanski film, zgodbo o slovenskem filmu pa smo zanje šele morali sestaviti. In tako sem svoj del zgodbe začela z zbiranjem naslovov filmskih festivalov; pošiljala sem jim pisma, v katerih sem jih seznanjala z našim obstojem in jih prosila za povratne informacije. Po podatkih Evropskega audiovizualnega observatorija je bilo leta 1994 cca. 220 festivalov, njihovo število pa je do leta 1997 že doseglo število 700! V pionirskih časih ukvarjanja s filmsko promocijo se s takimi številkami nisem ukvarjala, moja osrednja skrb in tudi skrb filmskih ustvarjalcev je bila uvrstitev slovenskih filmov na čim več festivalov, kjer naj bi jih videlo čim več gledalcev, s tem pa bi se širilo tudi vedenje o slovenskem filmu. Zgodba o tem, da le malo festivalov služi nadaljnji distribuciji in prodaji filma, čeprav naj bi bil to naravni potek festivalske filmske zgodbe o uspehu, je nastopila nekaj let pozneje, potem, ko niso imeli izključne pravice do izbire naših filmov samo festivali, temveč smo po nekaj festivalsko uspešnih filmih tudi sami začeli izbirati tiste festivale, za katere smo ugotovili, da najbolj koristijo slovenski produkciji. Do leta 1996 – in tudi brez skladove promocijske strategije – so bili na festivalu v Karlovih Varih, v sekciji Vzhodno od zahoda, prikazani filmi *Ko zaprem oči* Francija Slaka, *Carmen* Metoda Pevca in *Radio Doc* Mirana Zupaniča. *Ko zaprem oči* je bil tudi prvi slovenski film, ki je bil nominiran kot nacionalni kandidat za tujejezičnega oskarja. Film *Carmen* je leta 1996 na festivalu v Valenciji dobil dve nagradi: za najboljšo žensko vlogo in fotografijo.

1997–2001

Festivali so bili obveščeni; velikih nismo kdo ve kako pretresli, saj smo se pojavili v trenutku, ko kinematografije srednje in vzhodne

Evrope niso bile najbolj aktualne, ampak so svoj festivalski pohod začele azijske države. Takratni upravni odbor sklada je predlagal, da bi se redno pojavljali tudi na enem izmed filmskih sejmov. Izbran je bil berlinski, najbolj primeren za majhno, vzhajajočo kinematografijo in leta 1997 tudi cenovno bolj ustrezen kot npr. sejem v Cannesu. Pa smo šli. Leta 1997 prvič in potem vsako leto, z izjemo leta 2000, ko berlinski sejem po selitvi na novo lokacijo ni premogel zadosti prostora in stojnice nismo mogli najeti. Na naši prvi sejmski stojnici sem se prepričala, da se moramo na zemljevid evropskih kinematografij šele vpisati. Ljudje so si ogledovali napis Slovenia, njihovi obrazi so postajali začudeni, potem pa so prihajali in spraševali, ali smo del bivše češkoslovaške, nekateri so povpraševali po Slavoniji, ki je bila takrat aktualna na televizijski postaji CNN, predvsem za filmske ljudi iz ameriške celine pa bi lahko bili karkoli. Tako sem na stojnici, s pomočjo kolegice iz RTV Slovenija, ki se na naši nacionalki edina ukvarja s promocijo in trženjem televizijske produkcije, opravljala tudi promocijo države. Ob predstavitvi na stojnici smo imeli tudi projekcije najnovejših filmov v sejmskih kinodvoranah, ki so namenjene predvsem kupcem, vendar nanje zahajajo tudi festivalski selektorji. Nam se kupčija seveda ni zgodila, se je pa s sejmsko projekcijo filma *Ekspres*, *Ekspres* Igorja Šterka začela njegova uspešna festivalska pot, ki je napovedala obdobje uspešnih in nagrajenih predstavitev slovenskih filmov na mednarodnih festivalih. Na berlinski sejmski projekciji je imel *Ekspres*, *Ekspres* video projekcijo, kar pa ni zmotilo selektorja festivala iz Mannheima, ki ga je predlagal za tekmovalni program. Za film smo sicer imeli večje ambicije, saj smo ga prijavili tudi v Cannes. Takrat seveda nismo imeli nikogar, ki bi nam povedal, da je običajna festivalska prijava v Cannesu strel v temo. Da moraš imeti nekoga, ki bo film ne samo priporočal, ampak ga bo tudi zagovarjal in poskušal čimbolje uvrstiti. O najpomembnejšem in tudi najbolj prestižnem festivalu govori tudi izjava njegovega direktorja v novembrski reviji *Screen International* (2002), ko za naslednji festival v letu 2003 že napoveduje, da bo med 500 filmi, za katere meni, da jih bo videl, zavrnjenih kar 450! Vendar so festivalski napor, kljub temu da se v Cannes še nismo uvrstili, v petih letih obrodili dobre sadove, ki so leta 2001 doživeli svoj vrhunec z nagrado na festivalu v Benetkah – levom prihodnosti za film *Kruh in mleko* Jana Cvitkoviča.

2002–?

Za levom v letu 2001 smo v letu 2002 doživeli tri festivalske uspehe, ki se ponašajo s pridevnikom prvič: uvrstitev filma *Varuh meje* Maje Weiss v program Panorama je prva poosamosvojitvena uvrstitev slovenskega celovečernega filma v uradni program Berlinale, uvrstitev filma *Ljubljana* Igorja Šterka v tekmovalni program Rotterdama je prva slovenska uvrstitev v tekmovalni del tega festivala, *Slepa pega* Hanne A. W. Slak pa je prvi celovečerni film v zgodovini slovenskega filma, ki se je pojavil v programu festivala v Locarnu. Po sedmih letih nam torej manjka samo uvrstitev na festival v Cannesu, ob njej pa bi bilo mogoče smiselno razmišljati tudi o stojnici na tem sejmu. Pred uvrstitvijo je to nesmiselno, saj se v Cannesu predvsem sklepajo posli, prisotnost na dragem sejmu pa ne more biti zgolj promocijska predstavitev določene kinematografije. Brez filma na festivalskem programu bi bilo torej zanimanje za slovenski film v Cannesu enako ničli. To smo lahko

doživeli na lanskem sejmu v Berlinu, ko smo z *Varuhom meje* prvič sodelovali tudi v festivalskem programu. Zanimanje za slovenski film se je podvojilo predvsem za filmske kupce, ki so bili v preteklih letih med najbolj redkimi obiskovalci naše stojnice in tudi sejmskih projekcij. Šele z uvrstitvijo slovenskega filma v tekmovalni program Cannesa bomo na stojnici že drugi dan po projekciji morda sklepali kupčije. Tako so stvari npr. potekale na stojnici danskega filmskega inštituta, dan po projekciji "dogmatskega" filma *Mifune* v tekmovalnem programu Berlinale.

Slovenski film na evropskem trgu

Seveda pa na zgodbo o težavah pri distribuciji slovenskih filmov v Evropi ne vpliva samo domače promocijsko znanje in lobiranje, temveč tudi širši evropski okvir filmske distribucije. Evropske distribucijske hiše so finančno šibke, kar pomeni, da v zadnjih letih lahko sledimo naslednjim negativnim trendom:

1. bankrotu ali zapiranju distribucijskih hiš, ki so se ukvarjale z distribucijo manjših, neodvisnih filmov (Jane Balfour, Christa Saredi, Orfeo Films ...);
2. nezmožnosti plačevanja t.i. *minimum guarantee* producentu za odkup filma (distributer producentu filma vnaprej ne plača nobene, niti najmanjše vsote, ampak sledita dogovoru, po katerem delitev sredstev poteka šele po začetku distribucije in poplačilu stroškov);
3. dogovori o distribuciji potekajo počasi, saj distributerji ne želijo tvegati in se šele na osnovi pridobljene podpore za distribucijo s strani evropskih podpornih mehanizmov, kot sta Media+ in Eurouimages, odločijo za distribucijo filma na njihovem nacionalnem teritoriju. O vztrajnosti, ki jo mora imeti tisti, ki prodaja film, smo se lahko najprej poučili pri filmu *Ekspres Ekspres*, pri katerem sta od uvrstitve filma na festival v Mannheimu (1997) do začetka distribucije v Nemčiji (konec leta 1999) minili dve leti. Nemški distributer Neuvisionen seveda ni ponudil nobenega predhodnega odkupa, ampak na to takrat nihče še pomislil ni. Delovalo bi skoraj bogokletno, glede na to, da nam ob tej priložnosti sploh ni uspelo izvedeti, kateri je bil zadnji slovenski film, ki se mu je zgodila distribucija v kaki evropski državi. V Nemčiji je sicer obstajal neki distributer, ki je na Filmski sklad poslal račun za skladiščenje kopije filma *Do konca in naprej* (1990) Jureta Pervanje, kasneje pa tudi cel kup za odpis namenjenih kaset slovenskih filmov s podnapisi. Razen tega, da je imel določene stroške s slovenskim filmom, nam očitno ni hotel povedati ničesar drugega.

Ekspres, ekspres je tako edini slovenski film, ki je v obdobju 1996–2002 uspel z distribucijo v vsaj eni evropski državi. Tako je Slovenija dobila tudi svojega "statističnega" zastopnika v poročilu Evropskega audiovizualnega observatorija, ki so ga pripravili za posvet z naslovom The Film and Television Sector in the European Union and Third Countries (Madrid, 18–19 April 2002). V tem poročilu lahko preberemo, da je v obdobju 1996–2002 komercialno distribucijo v vsaj eni državi Unije pridobilo 42 filmov iz srednje in vzhodne Evrope. Vseh 42 filmov je imelo 2,2 milijona gledalcev, kar pomeni 0,054% delež tržišča. Največ filmov v distribuciji je imela Češka, to je 13, Poljska 9, Madžarska 7, Latvija in Romunija po tri (3) filme.

Iz spodnje tabele, ki prikazuje dvajset filmov z največ gledalci, je razvidno, da so filmske koprodukcije v boljšem položaju kot čisti nacionalni filmi. Čehi imajo na lestvici le en "čisti" nacionalni film, Poljaki in Latvijci po dva, Slovenci enega. V poročilu je seveda prišlo tudi do neljube statistične napake. Poročilo se namreč ukvarja tudi z distribucijo filmov iz mediteranskih držav, kjer je Slovenija ponovno zastopana z *Ekspresom*, ni pa zabeležena pri koprodukcijskem filmu *Nikogaršnja zemlja*! Film Danisa Tanovića, ki naj bi bil tudi naš ponos, naš prvi košček oskarja, nastopa zgolj kot bosansko-francosko-belgijska koprodukcija s 318.957 gledalci. Olajševalna okoliščina za statistiko je verjetno dejstvo, da smo pri *Nikogaršnji zemlji* zapisani kot manjšinski koproducenti in je Bosna glavna nosilka nacionalnosti filma. Pri vseh koprodukcijskih filmih v zgornji tabeli so srednje in vzhodnoevropske države večinski producenti.

Na evropskem filmskem trgu so v omenjenem obdobju prevladovali ameriški filmi, v razponu od 66% do 77%, nacionalni filmi na domačem tržišču so dosegli 15%–20%, evropski filmi zunaj lastnih trgov 8%–10% tržni delež, filmi iz držav zunaj evropske unije in ostalega sveta pa 1%–4% tržni delež. Poročilo glede distribucije filmov iz našega konca Evrope potegne naslednji pesimistični zaključek: Film iz držav srednje in vzhodne Evrope so praktično izginili z ekranov Evropske unije. Filmski distributerji iz držav evropske unije se pritožujejo nad zaprtostjo filmskega tržišča Združenih držav za evropske filme. V letu 1995 je bil delež evropskih filmov na tem tržišču 2,7%, leta 1999 6,7% in leta 2001 5,02%. Toda poročilo nam prikaže še bolj porazen rezultat za zahodnoevropsko tržišče, saj je to za filme, ki ne prihajajo iz Združenih držav, Kanade,

Originalni naslov	Angleški naslov	Nacionalnost	Leto produkcije	Režiser	Skupno št. gledalcev v EU
Kolya	Kolya	CZ/FR/GB	1996	Jan Šverak	1 427 523
A napfény ize	Sunshine	HU/DE/AT/CA	1999	Istvan Szabo	235 150
Hurà na medveda		CZ/DE	2000	Dana Vavrova	98 750
Munk, Lemmy and cie		LV	1997	Janis Cinermanis / N. Skapan	78 522
Historie Milosne		PL	1997	Jerzy Stuhr	77 115
Animals		LV	2001	N. Skapan / J. Cimermanis	53 859
Terminus paradis	Terminus paradis	RO/FR	1998	Lucian Pintilie	35 878
Pan Tadeusz	Pan Tadeusz	PL/FR	1999	Andrezj Wajda	32 780
Ogniem i mieczem		PL	1999	Jerzy Hoffman	32 542
Jezerni kralovna		CZ/DE	1998	Vaclav Vorlicek	22 733
Bandyta	Brute	PL/DE/FR	1997	Maciej Dejczer	18 634
Prea târziu	Too Late	RO/FR	1996	Lucian Pintilie	17 622
Ptak ohnivak		CZ/DE	1997	Vaclav Vorlicek	11 342
Lea		CZ/DE	1996	Ivan Fila	11 070
Navrat idiota	The Return of the Idiot	CZ/DE	1999	Saša Gedeon	8 824
Ekspres, Ekspres	Express Express	SI	1997	Igor Šterk	6 858
Spiklenci slasti		CZ/CH/GB	1996	Jan Švankmajer	6 238
Knoflikari	The Buttoners	CZ	1997	Petr Zelenka	5 894
Asfalt Tango	Asphalt Tango	RO/FR	1996	Nae Caranfil	5 552
Marian, zigeunerleven		CZ/FR	1996	Petr Vaclav	4 570

Avstralije ali Japonske, še bolj neprodorno zaprto kot severnoameriško tržišče za evropske filme. Poročilo najde vzroke za porazni položaj v kulturni in jezikovni razdrobljenosti evropskega filmskega tržišča, prevladi ameriškega filma in odsotnosti vsakršne evropske distribucijske strukture. Obenem pa vse "druge" filmske industrije medsebojno tekmujejo za gledalce, ki pa so omejeni na milijon do dva potencialnih cinefilov, pripravljenih na spremljanje filma v tujem jeziku in prevzemanju percepcije, ki se razlikuje od prevladujoče hollywoodske ali nacionalne kode.

Prihodnost slovenskega filma na evropskem trgu

Bitka za košček filmskega tržišča je torej trda in neusmiljena, vedno bolj bodo uspevali predvsem tisti, ki bodo pobirali pomembne festivalske nagrade. Če bo film zanimiv za evropskega distributerja, se bo ta potrudil za pridobitev sredstev za distribucijo s strani evropskih podpornih struktur, če pa bo pridobil ameriškega distributerja, bo ta v distribucijo vložil sredstva, ki bodo lahko tudi večja od produkcijskih sredstev in bodo že zaradi tega omogočila uspešno distribucijo. Tak primer je bil britansko-francoski film *Billy Elliot* (2001), pri katerem je bil vložek ameriškega distributerja UIP za 4 milijone dolarjev višji od produkcijskega vložka filma. Film je iztržil 100 milijonov dolarjev in s tem vložena promocijska sredstva povečal za 25-krat.

Slovenskemu filmu je v prihodnosti verjetno bližja prva opcija, kar se je v novembru prvič zgodilo filmu *Kruh in mleko* Jana Cvitkoviča. Francoski distributer Atika Films je za distribucijo *Kruha in mleka* dobil 6000 EUR podpore s strani Eurimagesa za distribucijo filma v Franciji. Zgodilo se je leto in pol po tistem, ko je film prejel nagrado leva prihodnosti v Benetkah, kar tudi v tem primeru potrjuje počasno mletje evropske distribucije. Kljub temu pa se je zgodil pomemben tržni premik, kar nam glede na pesimistične izvlečke poročila Evropskega avdiovizualnega observatorija lahko vpliva upanje v bolj odprto evropsko distribucijsko prihodnost. Kakšno pa je stanje našega promocijskega znanja in sposobnost lobiranja? V naši mali slovenski vasi je prisotna težnja, da se vsakdo ukvarja z vsemi fazami filmskega ustvarjanja. Nasveti glede trendov v aktualni distribuciji so vsekakor koristni za tiste, ki pišejo scenarije, vendar pa je npr. trženje filma eno najbolj težavskih poslov v celem filmskem procesu. Zato se bo z njim zelo težko ukvarjal producent filma, končno pa tudi tisti, ki se ukvarja s promocijo nacionalnih filmov na festivalih in retrospektivah. Slovenska filmska produkcija je premajhna, da bi se z njenim trženjem ukvarjala posebna struktura. Pred leti smo razmišljali o nekakšni skupni agenciji, ki bi skrbela za trženje slovenske filmske in televizijske produkcije. Kajti uspešni filmski prodajalci morajo v enem letu obdelati vsaj dva televizijska in tri filmske markete. V tem trenutku je bolj kot domača agencija za trženje realno naše članstvo v Media+, znotraj katere se bomo vključili v European Film Promotion in bili z njihovo pomočjo prisotni na vseh glavnih sejmihi. Skupaj s producenti uspešnih in prodornih bodočih slovenskih filmov pa si moramo še vedno prizadevati za pridobitev uspešnih distributerjev, kot so npr. Celluloid Dreams, Fortissimo ipd. In bodimo optimistični: ko se bo zgodila pomembna koprodukcija, mogoče doživimo tudi Američane in njihove promocijske malhe ...

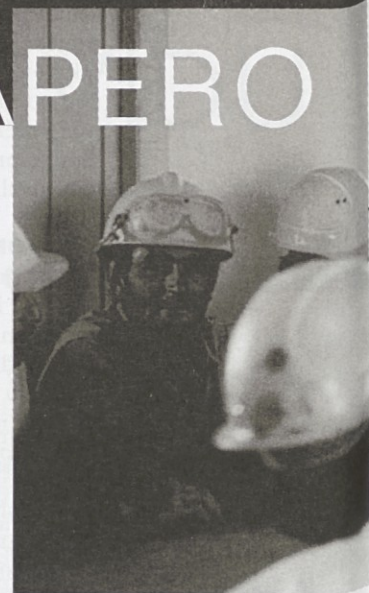
Tukaj pa se najbolj optimistične promocijske predstave združijo z načrtno produkcijo nadpovprečnih filmskih zgodb. •

ekranove perspektive

PABLO TRAPERO



Pablo Trapero



Svet žerjavov

Da je sodobni argentinski film v hitrem vzponu, priča tudi letošnji vodomec z Ljubljanskega filmskega festivala, ki ga je žirija podelila mlademu režiserju Juanu Villegasu in filmu *Sobota* (Sabado, 2001). Morda ne prav posrečen izbor, o čemer pričajo tudi *off-the-record* izjave nekaterih članov žirije, da je šlo pač za kompromis, še bolj pa zaradi dejstva, da v *Soboti* zelo težko najdemo elemente, ki definirajo novi – in zmagoviti – argentinski film, ki zadnja leta močno opozarja s svojo prodornostjo, socialno osveščenostjo in družbeno kritiko.

Struktura argentinskega filma, tradicionalno zasidranega v komercialni logiki industrije zabave, se radikalno spreminja. V zadnjih letih je namreč prišlo do globoke kulturne transformacije; v ospredje stopa mlada generacija filmarjev, ki se naslanja na rigorozni realistični dispozitiv in obdeluje problem argentinske mladine (ter družbe nasploh). A brez panike, ne gre za zgolj za prikaz sivega vsakdana in brezperspektivne usode "malega človeka". Argentinski režiserji iščejo drugačne izrazne poti, tudi ironične in igrive načine, da gledalcu približajo fundamentalno tragične stvari, od nezaposlenosti in socialne impotence, do kolapsa vlade, ki je Argentino pahnila v ekonomsko krizo brez primere. V tem pogledu je Villegasova *Sobota* malce bližje torišču mlade generacije, ki se je profilirala v filmskih šolah (predvsem na nacionalni šoli Universidad del Cine v Buenos Airesu) in ki v obubožanih razmerah skrbi za razmeroma visok tehnični nivo mladih režiserjev.

Novi argentinski film je opozoril nase že konec devetdesetih let, ko sta nastala dva, recimo jima "prelomna" filma, *Pizza, birra, fasso* (Pica, pivo, čiki, 1998) režiserjev Adriána Caetana in Bruna Stagnara, ter *Mala época* (Težki časi, 1998), nekakšen združni projekt, ki ga je podpisal študentski kolektiv filmske šole Manuela Antina. Oba sta bila posneta na 16mm trak in povečana na 35, angažirala sta neznane obraze in naturščike, kar bo v novem argentinskem filmu postala stalnica. *Težki časi* so uvedli še pomembno novost, interes za izkušnje notranjih migracij in imigrantov iz revnejših držav, Peruja, Bolivije in Paragvaja, s čimer se dotlej ni ukvarjal praktično nihče. Novo tendenco – portret južnoameriških ilegalcev v Argentini – bo v svojem prvem samostojnem filmu *Bolivia* (2001) nadaljeval tudi

simon popek