

AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE

FILMOVÁ A TELEVIZNÍ FAKULTA

Filmové, televizní a fotografické umění a nová média

Produkce

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Filmový debut v mezinárodní koprodukci

Bc. Michal Kráčmer

Vedoucí práce: Mgr. Marta Švecová

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Přidělovaný akademický titul: MgA.

Praha, 2019

ACADEMY OF PERFORMING ARTS IN PRAGUE

FILM AND TV SCHOOL

Film, television and photographic art and new media

Production

MASTER THESIS

Film debut as an international co-production

Bc. Michal Kráčmer

Supervisor: Mgr. Marta Švecová

Reviewer:

Date of defense:

Academic degree: Master degree

Prague, 2019

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem magisterskou práci na téma

Filmový debut v mezinárodní koprodukci

vypracoval samostatně pod odborným vedením vedoucího práce a s použitím uvedené literatury a pramenů.

Praha, dne 17. 5. 2019

.....

podpis diplomanta

Upozornění

Využití a společenské uplatnění výsledků diplomové práce, nebo jakékoliv nakládání s nimi je možné pouze na základě licenční smlouvy tj. souhlasu autora a AMU v Praze.

Evidenční list

Uživatel stvrzuje svým podpisem, že tuto práci použil pouze ke studijním účelům a prohlašuje, že jí vždy řádně uvede mezi použitými prameny.

Jméno	Instituce	Datum	Podpis

Abstrakt

Filmový celovečerní debut je specifická disciplína ve filmovém průmyslu. Každý autor ji může zažít jen jednou za život a často rozhoduje o celé kariéře nejen režiséra, ale celého tvůrčího štábu nebo obsazení. Je to tedy nesmírně zásadní tvar v kariéře tvůrce.

V této práci analyzuji vhodnost pojetí debutového filmu jakožto mezinárodní koprodukce. Čím dál častěji totiž vznikají debutové celovečerní filmy nejen jakožto mezinárodní koprodukce, ale také jako absolventské práce studentů filmových škol. Právě toto spojení školního a mezinárodního profesionálního prostředí přináší spousty specifických aspektů a problematických ploch. Tyto aspekty a potenciální problémy jsou právě analýzou této práce. Práce také obsahuje výzkum potřeb začínajících filmových profesionálů v regionu střední Evropy.

V závěrečném zhodnocení se pokusím zodpovědět otázku, zda by se filmové školní prostředí mělo více otevřít mezinárodnímu prostředí anebo naopak více se uzavřít a nechat studenty věnovat se dlouhometrážní tvorbě až v čistě profesionálním prostředí.

Abstract

A film feature debut is a specific subject within the film industry. Each author can experience his or her debut only once per lifetime and often it determines the future career not only of the director, but also the whole creative crew or cast. Thus it is a crucial moment in each creator's career.

In this thesis I analyze whether it is suitable to produce a debut film as an international co-production. It is happening more and more often that that debut feature films are produced as an international co-productions and also as school films. And this connection of school and international professional environment brings a lot of specific aspects and problems. These aspects and problems are the analysis of this thesis. There is also a research on needs of beginning film professionals from the region of Central Europe.

In the final provisions I try to answer the question whether the school environment should open more to the international one or on contrary to close and let the students produce feature films in the professional world after graduation.

Klíčová slova

film, debut, mezinárodní koprodukce, školní dílo, přístup na trh

Key words

film, debut, international co-production, school work, access to the market

Poděkování

Velice rád bych chtěl na tomto místě poděkovat několika osobám za jejich vytrvalou podporu mé osoby během studií, tedy především mé matce Magdaleně Kráčmerové a mému bratrovi Stanislavovi Kráčmerovi.

Dále bych chtěl poděkovat panu doc. RNDr. Ivanu Tomkovi, CSc., který se nechal ukecat a velmi mi pomohl při realizaci Výzkumu potřeb a problémů začínajících profesionálů ve filmovém průmyslu v rámci zemí regionu střední Evropy. Bez něj bych nejen nemohl udělat výzkum a tuto práci, ale také by mi chybělo dost informací pro moji dnešní kariéru.

Velim bych chtěl také poděkovat vedoucí mé práce Mgr. Martě Švecové za optimismus a podnětné poznámky během psaní této práce a při studiu na FAMU.

V neposlední řadě bych chtěl poděkovat panu Mgr. Jaromíru Kallistovi za podporu během výroby filmu *Můj neznámý voják* a stejný dík patří režisérce filmu *Anně Kryvenko*, za to, že se mnou ten europudding vydržela.

Dík také patří má kamarádce a kolegyni Veronice Kůhrové, se kterou společně vyrábíme všechny filmy a stejně tomu bylo i v případě *Mého neznámého vojína*.

Obsah

1.	Úvod do problematiky debutových filmů	1
A.	Motivace – proč se zabývat debutovými filmy	1
B.	Definice debutového filmu	3
C.	Východisko analýzy	3
D.	Teze práce	4
2.	Vymezení základních pojmů a pravidel	5
A.	Debut vs. školní film a koprodukce	5
B.	Právní rámec filmové výroby v ČR a koprodukcí	6
C.	Vnímání debutů v rámci evropského a českého filmového průmyslu	9
D.	Jednotlivé motivace „hráčů“ ve výrobě a distribuci filmu	10
E.	Přehled možných cílů v distribuci filmu	11
F.	Výhody a nevýhody mezinárodních koprodukcí	11
G.	Základní přehled podpory debutů v ČR a mezinárodně	14
3.	Výzkum potřeb a problémů začínajících profesionálů ve filmovém průmyslu v rámci zemí regionu střední Evropy	16
A.	Výchozí situace trhu	16
B.	Metodika výzkumu	17
C.	Vlastní výzkum – začínající profesionálové	18
I.	Demografické údaje a problémy	18
II.	Specifikace projektů respondentů	23
III.	Očekávání debutantů	25
D.	Vlastní výzkum – zavedení profesionálové	26
I.	Kritéria výběru projektu pro spolupráci	26
II.	Sféry podpory debutantů	27
III.	Typické chyby a problémy debutantů	27

E.	Porovnání očekávání obou skupin výzkumu	28
I.	Umělecká vize.....	28
II.	Financování.....	29
III.	Prezentace	30
IV.	Distribuce.....	31
F.	Očekávání a znalost trhu debutantů.....	32
G.	Ekonomicko-teoretický pohled na podporu debutů.....	33
I.	Film jako zboží a průmysl.....	33
II.	Úspory z rozsahu.....	34
III.	Infant industry	35
IV.	Investice do vývoje	36
V.	Modely filmového podnikání.....	37
4.	Případová studie – film Můj neznámý voják	39
A.	Popis filmu.....	39
I.	Ranná fáze vývoje.....	39
II.	Finální tvar filmu	40
B.	Vývoj filmu z různých aspektů.....	41
I.	Vývoj režijně-scénaristický.....	41
II.	Vývoj rozpočtu.....	42
III.	Finanční vývoj a vývoj koprodukce.....	42
IV.	Prezentace filmu během vývoje a výroby	43
C.	Distribuce.....	44
I.	Světová premiéra	44
II.	Kinodistribuce a TV release.....	45
III.	Festivalové uvedení	45
5.	Závěr.....	46

A.	Shrnutí výzkumu potřeb a problémů začínajících profesionálů ve filmovém průmyslu v rámci zemí regionu střední Evropy	46
B.	Shrnutí případové studie	48
C.	Závěrečné úvahy a doporučení	48
6.	Seznam použitých zdrojů	49
7.	Přílohy	52
A.	Rozhovory se zavedenými profesionály	52
B.	Dotazník pro začínající profesionály	117
C.	Scénář pro hloubkové rozhovory	133
D.	Finanční plán filmu Můj neznámý voják	138
E.	Body v evropské koprodukcí pro film Můj neznámý voják	140
F.	Scénář k filmu Můj neznámý voják	142

1. Úvod do problematiky debutových filmů

A. Motivace – proč se zabývat debutovými filmy

Výroba filmů je velmi specifická lidská činnost v porovnání s ostatními sférami. Když odhlédneme od zemědělské produkce či výroby lodí a podíváme se na porovnatelné obory (zábavní průmysl či umělecká tvorba), zjistíme, že filmová branže je odlišná především v prohibitivních nákladech na výrobu a omezenou možností distribuce, kdy kina i televize mají jen omezený počet slotů za rok. Tato dvě specifika přirozeně dělají filmový průmysl velmi kompetitivním a těžko přístupným. Jakým konkrétním úskalím tedy musejí začínající profesionálové čelit? A jak jim lze prakticky pomoci uspět na trhu zemí střední Evropy? Jak ovlivňuje práci debutanta stále sílící trend mezinárodních koprodukcí?

V této práci nahlížím na filmové debuty hned z několika hledisek. Přirozeně mě filmový debut, jakožto studenta posledního ročníku katedry Produkce na FAMU, zajímá nejvíce, jelikož se pohybuji v prostředí, kdy moji spolužáci, a tedy i spolupracovníci, svůj vlastní debut točí, ale i já sám mám vlastní debut již za sebou a částečně o tom je i tato diplomová práce. Vzhledem k tomu, že již během studií jsem si s kolegyní Veronikou Kúhrovou založil vlastní filmovou produkční společnost a již 2 režijní debuty jsme úspěšně vyrobily a odpremiérovali, nahlížím na téma této práce také již jako profesionál – producent. A v neposlední řadě působím posledních 5 let také jako učitel filmové produkce na soukromé filmové škole v Praze, a tak mám k tomuto tématu vztah i jako pedagog, který by rád zlepšil podmínky začátku filmové kariéry svých studentů.

Tato práce sestává ze 2 základních analýz. První je „Výzkum potřeb a problémů začínajících profesionálů ve filmovém průmyslu v rámci zemí regionu CEE“, což je výzkum, který proběhl na Akademii múzických umění v Praze, a který byl podpořen z prostředků účelové podpory na specifický vysokoškolský výzkum, kterou poskytlo MŠMT v roce 2015. Tento výzkum provedl doc. RNDr. Ivan Tomek, CSc. a Bc. Michal Kráčmer v roce 2014 a 2015. Na základě provedeného sběru dat od již zavedených a také začínajících filmových profesionálů z regionu střední Evropy jsem v této práci provedl analýzu těchto dat, základní výsledky a návrhy na zlepšení situace, která z analýzy vyplývají. Druhou analýzou je případová studie filmu Můj neznámý voják, což je můj producentský debut a režijní debut Anny Kryvenko. Tento film není zvolen náhodou, protože je to i moje magisterská práce, a film je také unikátním

případem na půdě filmové školy – univerzity, protože byl vyráběn v koprodukcí 8 koproducentů ze 3 evropských zemí a byl podpořen nejprestižnějším panevropským fondem na výrobu filmů – Eurimages.

Hlavním momentem, proč se zabývat debutovými filmy, budiž umělecká filmová reflexe mladých lidí (autorů, umělců). Z aktuální rešerše trhu vyplývá, že v letech 2010 – 2014 prošlo v ČR kino distribucí celkem 132 hraných celovečerních snímků s českou výrobní majoritou (zdroj UFD ČR)¹. Z toho bylo 35 debutů, ale už jenom 17 filmů bylo debutem režisérů mladších 35 let („debut“). Jinými slovy jen průměrně 3 celovečerní hrané filmy ročně jsou v české distribuci vyrobeny debutujícím režisérem mladším 35 let (cca 12 %). To se někomu může dokonce zdát jako dobrý údaj, nicméně je nutno vzít v úvahu hned několik aspektů. Prvním je, že počet debutů nic neříká o tom, do kolika kinosálů či kin byl film nasazen a kolik diváků ho vidělo. Často se totiž debuty nasazují do velmi omezeného počtu kin na krátkou dobu uvedení. Kdybychom věkovou hranici snížili na 25 let, tak je v distribuci už jen v průměru 1 snímek ročně. Pokud film nevyhrál nějaké významné ocenění, moc diváků ani nemá šanci film vidět. Nakonec jsme si jisti, že běžný konzument kino představení ani nebude znát název debutujících titulů natož pak jméno režiséra². Jak ale chce společnost reflektovat názory a starosti či slasti nejmladší generace, když ji ani nepustí k výrobním zdrojům a relevantní distribuci?

Další motivací ke studiu trhu ve vztahu k začínajícím profesionálům je poznat hlavní mechanismy organizace trhu a pomocí nich najít prostor pro zlepšení situace na trhu. Především najít způsoby, jak odstranit bariéry ke vstupu na trh, jak rozbít oligopolní struktury fungující na trhu, či jak zlepšit institucionální rámec filmového průmyslu.

S tím souvisí druhá analýza v této práci – případová studie filmu Můj neznámý voják. Jedním ze způsobů, jak získat více prostředků na výrobu filmu, je právě sdružení prostředků v rámci koprodukce. Jaká úskalí, ale tato metoda skýtá? Je vhodná pro začínající profesionály?

¹ „Premiéry v českých kinech od roku 2000,“ UFD, <http://www.ufd.cz/prehledy-statistiky/premiery-v-ceskych-kinech>, získáno 1. 5. 2019

² důvodem, že na české filmy lidé chodí kvůli autorům, je až na 4. místě výzkumu - viz Audiovizuální trh v ČR, Reprezentativní pohled na současnou populaci, str. 37, výzkum zpracovaný pro APA, http://www.asociaceproducentu.cz/img/prispevky/VYZKUM_AUDIOVIZUALNIHO_TRHU_PREZ.pdf, získáno 1.5.2019

Nakonec každý může vytvořit svůj debut pouze jednou za život, a tím může definovat svou kariéru. Jde tedy o extrémně citlivou věc pro každého filmového tvůrce.

B. Definice debutového filmu

Pro potřeby této práce si definujeme debutový film jako první celovečerní³ film autora, který má plánovanou distribuci primárně v kinech (ať už v rámci klasické kinodistribuce nebo na festivalech). Dále se soustředíme na debutový film pouze z hlediska 3 filmových profesí – režiséra, producenta a scénáristy. Pro ostatní filmové profese (kameraman, střihač, zvukař, atd.) není pro jejich další kariéru filmový celovečerní debut natolik určující, aby jim jeho absence nebo negativní ohlasy znemožnily další kariéru či naopak o pozitivní ohlasy nastartovaly.

Z hlediska typu filmu budeme zkoumat vlastně 2 typy – hrané filmy a dokumentární. Má to 2 důvody. První důvod je ten, že nejčastějším a zároveň také velmi drahým typem filmu (z hlediska výroby) je v distribuční nabídce hraný film. Tedy hrané filmy jsou předmětem výzkumu v první části analýzy (bariéry přístupu na trh). V druhé části analýzy (případová studie) je zkoumaný film dokumentární, resp. experimentální. Rozdílnost typů filmů v analýzách nám nevadí, protože důležité momenty jsou pro všechny filmy stejné, tedy způsoby financování i distribuce. Odlišný je způsob výroby a vývoje, ale to nemá vliv na zkoumaná hlediska a ani na závěry a doporučení vycházející z analýz.

C. Východisko analýzy

Z jakých úhlů pohledu zkoumáme debutové filmy bylo již výše naznačeno nebo řečeno, ale zde tyto aspekty shrneme.

V obou částech analýzy zkoumáme kvalitativní aspekty debutových filmů. V této práci nejde o to zjistit, kolik stojí debutový film nebo kolik peněz průměrně vydělá v distribuci. V této práci zkoumám především to, jaké bariéry jsou na audiovizuálním trhu stavěny pro debutové filmy, jak tyto bariéry vnímají debutanti (začínající profesionálové), a jak tyto bariéry vnímají zavedení profesionálové. To je primární fokus první části analýzy.

³ celovečerní stopáží rozumíme takový film, který má 75 a více minut; je to nejčastější rozlišení, především z hlediska kinodistribuce; ve fázi výroby se často můžeme setkat se stopáží 60 a více minut, ta je distribučně spíše ale televizním formátem, nikoli kinodistribučním

Ve druhé analýze se soustředíme na konkrétní problematiku zahraničních koprodukcí, tedy, jak v praxi aspekty koprodukcí ovlivňují práci na filmu a výsledný film. To vychází z aspektů, které identifikujeme teoreticky v nadcházející úvodní části, kde se vymezují základní pojmy a pravidla.

D. Teze práce

Nyní si můžeme položit hlavní teze této práce. První z nich se vztahuje k první analýze. Tedy výchozí tezí prvního výzkumu je existence závažných až prohibitivních překážek k přístupu na trh celovečerních hraných filmů začínajícím profesionálům v rámci regionu zemí střední Evropy.

Tezí druhého výzkumu je, že mezinárodní koprodukce jsou vhodným nástrojem financování pro filmy od určitého limitu celkového rozpočtu filmu a pro zavedené profesionály, spíše než pro začínající profesionály kvůli legislativní, účetní, finanční a jazykové náročnosti.

A třetí tezí této práce je, že školní filmy by se neměly tolik otevírat diktátu trhu a měly by splňovat kritéria pro krátký film⁴.

⁴ krátký film se obvykle definuje stopáží do 30 minut

2. Vymezení základních pojmů a pravidel

A. Debut vs. školní film a koprodukce

Debutový film jsem již definoval výše (str. 3).

Školním filmem rozumíme takové audiovizuální dílo, které vzniklo jako součást výuky na filmové škole, standartně na půdě filmové vysoké školy.

Podstatné je pochopit, že se často děje kombinace obou výše zmíněných, tedy, že se studenti filmových škol v rámci výuky pokoušejí vyvinout, vyrobit a distribuovat svůj celovečerní debut. Této speciální kategorii se bude věnovat většina analýz a komentářů níže.

Pojem „koprodukce“ můžeme vysvětlit např. pomocí citace z Malého labyrintu filmu: „Společná výroba filmů, na níž se podílí několik partnerů: buď dvě či více produkčních firem (např. koprodukce některého filmového studia a televize) nebo dvě či více kinematografií různých států. Stále se zvyšující náklady filmů spolu s možností využití atraktivních exteriérů, technických kapacit nebo získání herce, režiséra či kameramana mezinárodního věhlasu, vedou ke spojení uměleckých sil, finančních prostředků i výrobních kapacit několika partnerů. ...“⁵

Dále bych definoval pojem „koproducent“ pomocí Evropské úmluvy o filmové koprodukci: „termín *koproducenti* znamená kinematografické produkční společnosti nebo výrobci mající sídlo ve Smluvních stranách této Konvence a jsou vázáni koprodukční smlouvou“.⁶

Speciálním případem tedy je mezinárodní koprodukce. Tedy, že se na společné výrobě jednoho filmu domluví subjekty ze dvou a více na sobě nezávislých států. Samozřejmě v rámci jednoho státu může film koprodukovat více subjektů, nejčastěji hlavní produkční společnost a provozovatel celoplošného televizního vysílání (dále zkráceně televize).

⁵ Bernard, J., Frýdlová, P.: Malý labyrint filmu, Praha: Albatros, 1988, s. 249.

⁶ European Convention on Cinematographic Co-production, Council of Europe, 1992, Chapter I, Article 3, paragraph b, z angličtiny volně přeložil Michal Kráčmer, <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/090000168007bd2d>, získáno 1. 5. 2019

B. Právní rámec filmové výroby v ČR a koprodukcí

Začneme důležitými právními předpisy České republiky. Hlavním zdrojem pro oblast audiovizuální tvorby a filmy je Zákon č. 496/2012 Sb., neboli Zákon o audiovizuální tvorbě⁷ a Zákon č. 121/2000 Sb., neboli Autorský zákon⁸.

Autorský zákon definuje zásadní pojmy jako Autor, Autorské dílo, Školní dílo, Audiovizuální dílo, Práva výrobce zvukově obrazového záznamu a další. Pro nás jsou zásadní následující poznatky:

- Film je autorské dílo (v 99,9% případů)
- Film je audiovizuální dílo
- Jediným autorem audiovizuálního díla (filmu) je režisér
- Existuje výrobce zvukově obrazového záznamu a má daná práva; takový výrobce se nazývá ve filmové branži producentem (nebo v případě koprodukce koproducentem)
- Autor školního díla má právo „Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.“⁹

Poslední bod umožňuje studentům/autorům filmových škol nakládat s díly, která vytvořili ve škole, jak chtějí, za předpokladu, že (zjednodušeně řečeno) jejich jednání nepoškodí školu. To znamená, že studenti mohou uzavírat licenční smlouvy se soukromými (ne-školními) subjekty a vlastně tak vyrábět svoje filmy mimo školu, i když je vyvinuly ve škole. To také umožňuje případně vytvořit koprodukcí soukromé společnosti a školy na výrobu školního filmu.

Zákon o audiovizuální tvorbě zase definuje další základní pojmy jako Kinematografické dílo, Kinematografické představení, Koproducent, České audiovizuální dílo nebo Distributor. Pro nás je zásadní, že české audiovizuální dílo je audiovizuální dílo:

⁷ Zákon č. 496/2012 Sb., Zákon o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuální tvorbě), účinnost od 01.01.2013, <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-496>, získáno dne 1. 5. 2019

⁸ Zákon č. 121/2000 Sb., Zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), účinnost od 01.12.2000, <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>, získáno dne 1. 5. 2019

⁹ Autorský zákon, Hlava 1, Díl 7, par. 60, <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>, získáno dne 1. 5. 2019

„1. na jehož výrobě se výrobce nebo koproducent, který má místo podnikání, místo trvalého pobytu nebo sídlo na území České republiky, podílel v rozsahu alespoň 10 % financování celkových výrobních nákladů, nebo

2. na jehož výrobě se koproducent s místem podnikání, místem trvalého pobytu nebo sídlem na území České republiky podílel společně s koproducentem, který nemá místo podnikání, místo trvalého pobytu nebo sídlo na území České republiky, a toto audiovizuální dílo vyhovuje podmínkám Evropské úmluvy o filmové koprodukci (dále jen „Úmluva“)⁵) nebo jiné mezinárodní smlouvy o filmové koprodukci, kterou je Česká republika vázána (dále jen „mezinárodní smlouva o filmové koprodukci“), bez ohledu na to, jak se na financování jeho výrobních nákladů podílel,“¹⁰

Tím se přeneseme na mezinárodní legislativu, což je primárně Evropská úmluva o filmové koprodukci buď z roku 1992¹¹ nebo novější z roku 2017¹². Vzhledem k tomu, že stále více států přechází na novější úmluvu, budeme se primárně věnovat této. Pro naše účely jsou nejpodstatnější tyto aspekty:

- Státy, která Úmluvu podepsaly, se jí mohou řídit v případě, že koprodukční společnosti pocházejí ze 3 a více signatářských států nebo pokud film koprodukuje společnosti ze 2 států, ale tyto 2 státy mezi sebou nemají bilaterální dohodu o filmových koprodukcích, pak se také mohou řídit touto Úmluvou
- Pokud film koprodukuje společnosti ze 3 a více států, pak každý z nich musí mít finanční podíl na celkových nákladech na výrobu filmu alespoň 5%, nejvýše však 80%. Pokud film koprodukuje společnosti ze 2 států, pak minoritní koproducent musí mít minimálně 10% finanční podíl na celkových nákladech na výrobu filmu a majoritní maximálně 90%.
- Aby se film kvalifikoval jako koprodukce podle Úmluvy, musím splnit tzv. bodový systém, kde film musí získat alespoň 16 bodů z 21. V systému se hodnotí bodově elementy jako režisér, herci, kameraman, scénárista, skladatel hudby, místo postprodukce a jiné a to z hlediska toho, jestli tito lidé pocházejí nebo tyto

¹⁰ Zákon o audiovizí, Hlava 1, par. 2, (1) e, <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-496>, získáno dne 1. 5. 2019

¹¹ European Convention on Cinematographic Co-production, Council of Europe, 1992, <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/090000168007bd2d>, získáno 1. 5. 2019

¹² Council of Europe Convention on Cinematographic Co-Production (revised), Council of Europe, 2017, <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/220>, získáno 1. 5. 2019

aktivity se dějí na území států, které jsou signatáři Úmluvy. Pokud jsou tyto lidé z jiné země nebo se tyto aktivity odehrávají na jiném území (nejčastěji mimo Evropu), pak body film nedostane a pokud nedosáhne 16 bodů, nemůže se film koprodukovat podle Úmluvy (hrané, animované a dokumentární filmy mají každý jiný bodový systém).

- Aby se film kvalifikoval jako koprodukce podle Úmluvy, musí koprodukční společnosti z každého státu získat tzv. koprodukční statut od národního správce a musí o něj požádat nejpozději měsíc před zahájením natáčení.
- Počet kreativních a technických členů štábu filmu musí odpovídat procentuálnímu finančnímu příspěví daného koproducenta na celkových nákladech na výrobu filmu. Pokud tedy např. koproducent vložil do společné výroby 10% prostředků, musí pocházet 10% členů štábu z dané země koproducenta.

Dále typicky každý filmový fond, který poskytuje dotaci na podporu výroby filmu, má další podmínky, které producent musí splnit. Nejčastější podmínkou je utratit minimální procento z udělené dotace na území daného státu nebo regionu. To může být 50% i méně (např. ČR a Státní fond kinematografie¹³ nebo ve Francii Aide aux cinémas du monde¹⁴) nebo minimálně 80% a více (např. SR a Audiovizuální fond¹⁵) nebo dokonce více než 100% (téměř všechny regionální fondy v Evropě – např. Medienboard Berlin Brandenburg¹⁶ v Německu).

Když teď zkombinujeme výše zmíněná pravidla, vychází nám následující podmínky pro mezinárodní koprodukcí:

- Část natáčení nebo postprodukce musí být vykonána v jiné zemi
- Část štábu a herců nebo protagonistů musí pocházet z jiné země
- Část získaných peněz musí být utracena v jiné zemi

¹³ Statut Státního fondu kinematografie, SFK, ve znění účinném k 3. 5. 2017, 7.6.10.1, <https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/Honza/Zm%C4%9Bna%20Statutu%20St%C3%A1tn%C3%ADho%20fondu%20kinematografie%20ze%20dne%203.%20kv%C4%9Bta%202017.pdf>, získáno 1.5.2019

¹⁴ Aide aux cinémas du monde, CNC, Spending obligations, https://www.cnc.fr/web/en/funds/aide-aux-cinemas-du-monde_190870, získáno 1.5.2019

¹⁵ Štruktúra podpornej činnosti Audiovizuálneho fondu na rok 2019, VP AVF č. 5/2018 v znení zo 16. 4. 2019, 3. Programy podpornej činnosti Audiovizuálneho fondu, Program 1, Osobitné priority v podprograme 1.5, http://www.avf.sk/Libraries/Struktury/Struktura_podpornej_cinnosti_2019.sflb.ashx, získáno 1.5.2019

¹⁶ Funding Films, Medienboard Berlin Brandenburg, <https://www.medienboard.de/en/film-funding/funding-films/>, získáno 1.5.2019

- Aby film dosáhl na zahraniční podporu, musí být považován nejprve za české kinematografické dílo, producent musí uzavřít koprodukční smlouvu se svými koproducenty, požádat o předběžný koprodukční status a to vše předtím, než se začne natáčet

Poznámka na konec oddílu: samozřejmě lze koprodukovat filmy i v mezinárodní koprodukcí bez aplikace Úmluvy nebo jiných legislativních pravidel. Nicméně v tom případě nemůže producent či koproducent dosáhnout téměř jistě na žádnou veřejnou podporu ani v ČR, ani v zahraničí. Také nemá garantována další práva kromě těch v Autorském zákoně nebo v Zákoně o audiovizí (na území ČR) a film také nemusí dostat certifikát původu, což může ztěžovat následnou distribuci (např. kvůli kvótám o povinnosti vysílat evropská či česká audiovizuální díla).

C. Vnímání debutů v rámci evropského a českého filmového průmyslu

V této části vycházím z vlastní zkušenosti, ale také z rozhovorů se zavedenými profesionály, což je součást analýzy další části této práce.

Musíme ale hned na úvod rozlišit 3 hlediska. Debut z pohledu: debutanta, filmového průmyslu a diváka. Z hlediska diváka je naprosto jedno, jestli diváci koukají na debut či nikoli, oni prostě očekávají film¹⁷. Z hlediska debutanta se jedná nepochybně o milník v jeho nebo její kariéře, protože debutový film může každý natočit pouze jednou za život. A podle reakcí z distribuce může vaši kariéru pohřbit nebo naopak dovést do závratných výšin.

Vzniká zde tím také nerovnováha v očekávání a v motivaci debutový film vlastně dělat. Zatímco debutant/autor očekává, že mu debut pomůže nastartovat kariéru, filmoví profesionálové neočekávají od debutu zpravidla nic více než to, že při nejlepším bude mít

¹⁷ důvod, že by na film diváci šli kvůli tomu, že je to debut spadá až pod „jiné“ na posledním místě všech důvodů výzkumu - viz Audiovizuální trh v ČR, Reprezentativní pohled na současnou populaci, str. 37, výzkum zpracovaný pro APA, http://www.asociaceproducentu.cz/img/prispevky/VYZKUM_AUDIOVIZUALNIHO_TRHU_PREZ.pdf, získáno 1.5.2019

dobrou festivalovou premiéru a další festivalové uvedení¹⁸. Více o rozporu těchto očekávání je uvedeno v analýze v další části této práce.

D. Jednotlivé motivace „hráčů“ ve výrobě a distribuci filmu

Pro přehled bych zde chtěl stručně vypsát „pragmatické“ motivace jednotlivých hráčů z hlediska debutového filmu. Myslím si, že to je zásadní moment, který může pomoci pochopit některou problematiku nejen debutových filmů. Motivace vycházejí z podstaty těchto profesí – některé jsou soukromé firmy, a tak z podstaty ekonomie chtějí maximalizovat svůj zisk. Motivace debutantů vychází primárně z mojí zkušenosti s debutanty nejen v ČR, ale i v zahraničí.

Režisér (debutant): očekává nastartování kariéry a rozšíření svého jména ve filmovém průmyslu (zvýšení kreditu) – někdy o čekává i signifikantní peníze z výroby filmu

Scénárista (debutant): má stejná očekávání jako režisér-debutant

Scénárista (zavedený): očekává standartní finanční odměnu a baví ho možnost spolupráce s někým novým

Producent (debutant): má stejná očekávání jako režisér-debutant

Producent (zavedený): očekává zvýšení kreditu dobrou festivalovou premiérou (nebo v případě čistě komerčních filmů velký zisk) a investuje do filmu především proto, aby pokračoval s režisérem na dalších jeho projektech, ze kterých bude mít větší kredit a také adekvátní finanční ohodnocení

Sales agent (debutant): chce zvýšit svůj kredit a navázat nové kontakty díky filmu s dobrou premiérou (ať už komerční nebo artovou), peníze hrají druhou roli

¹⁸ kdyby producent měl za cíl finanční zisk, nemusel by riskovat spoluprací s debutantem, a mohl by přizvat na spolupráci zkušenějšího kolegu, se kterým již pracoval

Sales agent (zavedený): jde buď o kredit nebo o peníze; zavedení sales potřebují mít každý rok nový titul s dobrou premiérou (kvůli důvěryhodnosti katalogu a možnosti dalšího prodeje), jinak jsou motivováni čistě finančně

Distributor (jedno či debutant nebo zavedený): čistě finanční motivace

Festival: záleží na fokusu, ale nejčastěji chtějí inovovat a přinášet neotřelé způsoby filmového vyprávění

E. Přehled možných cílů v distribuci filmu

Toto hledisko je spíše z pohledu producenta (nebo koproducentů) debutu – ale logicky se vztahuje na celý štáb.

- Zvýšení kreditu ve filmovém průmyslu
- Finanční zisk z distribuce
- Finanční zisk z výroby
- Film vhodný pro filmové festivaly
- Film vhodný do klasické kinodistribuce
- Film vhodný pro prodej do zahraničí (kromě festivalů)
- Sláva
- Zisk ocenění
- Získání prostředků na další film/seriál/atp.
- Film vhodný pro prodej do TV
- Film vhodný pro on-line distribuci

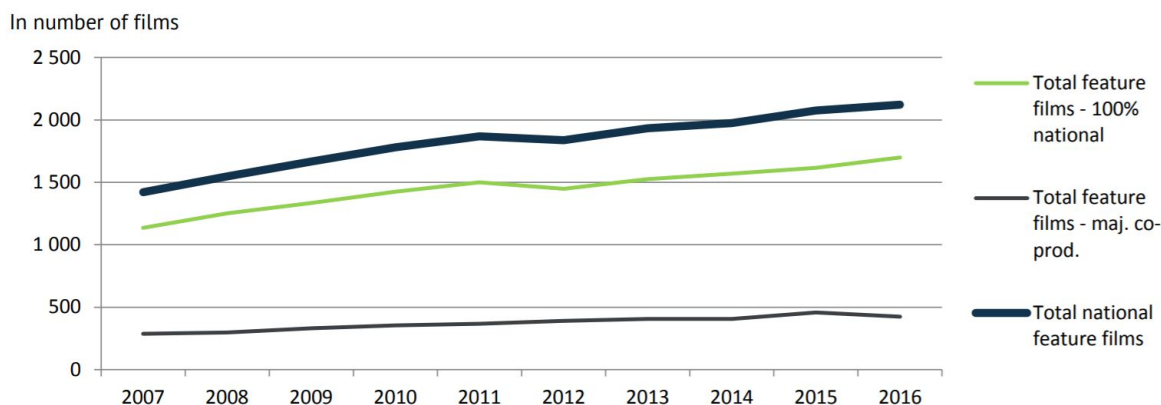
F. Výhody a nevýhody mezinárodních koprodukcí

Než přejdeme k základním výhodám či nevýhodám mezinárodních koprodukcí, chtěl bych pro srovnání ukázat, jak moc důležitý tento fenomén je. Budeme vycházet ze statistik European Audiovisual Observatory (dále jako EAO)¹⁹.

¹⁹ European Audiovisual Observatory, <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/>, získáno 1.5.2019

Následující tabulka ukazuje vývoj celkového počtu vyrobených celovečerních filmů v Evropě pro roky 2007 – 2016 (hrané, dokumentární i animované)²⁰:

Figure 1. Evolution of production volume in Europe by type of production (total, 100% national and majority co-production), 2007-2016



Source: National film centers, European Audiovisual Observatory elaboration.

Vidíme, že jak roste celkový počet filmů (tmavá, tlustá linka; v roce 2007 něco pod 1500, tak v roce 2016 již cca 2100 filmů), tak roste i počet majoritních koprodukcí (tenká šedá linka; v roce 2007 cca 300 filmů za rok, v roce 2016 skoro 500 filmů za rok). Stále ale převládá výroba filmů v čistě domácím prostředí (zelená linka; v roce 2007 cca 1200 filmů, v roce 2016 cca 1700 filmů).

Výhody a nevýhody mezinárodních koprodukcí jsem poskládal částečně z vlastní zkušenosti a částečně již z právní podstaty nebo nalezených faktů.

Výhody

- přístup k větším výrobním prostředkům (nejčastěji finančním)
- přístup na nové trhy²¹

²⁰ The legal framework for international co-productions, kap. 1.1, EAO, IRIS Plus, 2018, <https://rm.coe.int/iris-plus-2018-3-the-legal-framework-for-international-co-productions/168090369b>, získáno 1.5.2019

²¹ to vyplývá např. z pravidel pro udělení grantů, kdy daný fond podmiňuje přidělení minoritní dotace na výrobu filmu tím, že minoritní koproducent si ponechá vlastní stát jako exkluzivní teritorium v rámci distribuce; což automaticky zvětšuje distribuční potenciál daného koprodukčního filmu – viz Štruktúra podpornej činnosti Audiovizuálneho fondu na rok 2019, VP AVF č. 5/2018 v znení zo 16. 4. 2019, 3. Programy podpornej činnosti Audiovizuálneho fondu, Program 1, Osobitné priority v podprograme 1.5, http://www.avf.sk/Libraries/Struktury/Struktura_podpornej_cinnosti_2019.sflb.ashx, získáno 1.5.2019

- lepší distribuce filmu²²
- rozšíření kontaktů mimo domácí teritorium
- sdílení zkušeností

Nevýhody

- administrativní náročnost²³
- finanční náročnost (překlady, právní náklady, finanční poradenství, účetnictví)
- ztráta kontroly nad výrobou filmu
- ztráta kontroly nad finálním tvarem filmu
- komplikovanost rozhodování
- spolupráce v cizím jazyce
- spolupráce s neznámými lidmi

V souvislosti s nevýhodami mezinárodních koprodukcí (obzvláště v Evropě) se mluví o tzv. Europuddingu²⁴. Hlavním ideálem filmových koprodukcí je „... dosáhnout větší jednoty mezi členskými zeměmi Rady Evropy, především kvůli ochraně a propagovat ideály a principy vycházející ze společného dědictví; ... podporovat kulturní diverzitu v různých evropských zemích je jedním z cílů Evropské Kulturní Úmluvy;“²⁵ Nicméně v realitě producenti touží primárně po první výhodě koprodukcí, tedy aby měli přístup k větším finančním zdrojům (přirozeně ne jen kvůli chamtivosti, ale prostě proto, aby bylo možné vyrobit finančně náročnější filmy). Tím pádem vzniká také mnoho „umělých“ koprodukcí a vzniká právě výše zmíněný Europudding. Aby film splňoval kritéria Úmluvy, obsazují se místa ve štábu uměle dosazenými tvůrci nebo dokonce neexistujícími, aby film prošel bodovým testem a dosáhl tak na koprodukční status, který mu umožňuje čerpat veřejné finance z jiného státu.

²² Z dat EAO vyplývá, že filmy vyrobené v mezinárodní koprodukci mají větší celosvětovou návštěvnost než filmy vyrobené v čistě domácí produkci; The legal framework for international co-productions, kap. 1.4, EAO, IRIS Plus, 2018, <https://rm.coe.int/iris-plus-2018-3-the-legal-framework-for-international-co-productions/168090369b>, získáno 1.5.2019

²³ vychází rovnou z požadavků Úmluvy o mezinárodních koprodukcích, kdy v příloze I jsou definované povinné dokumenty k získání koprodukčního statutu; Council of Europe Convention on Cinematographic Co-Production (revised), Preamble, Council of Europe, 2017, <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/220>, získáno 1. 5. 2019

²⁴ Mary Harrod, The Europeaness of European Cinema: Identity, Meaning, Globalization, Diplomová práce Debuty v mezinárodních koprodukcích, MgA. Kristýna Michálek Květová, 2018, AMU Praha

²⁵ Council of Europe Convention on Cinematographic Co-Production (revised), Preamble, Council of Europe, 2017, <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/220>, získáno 1. 5. 2019

G. Základní přehled podpory debutů v ČR a mezinárodně

Již dnes existuje síť specializovaných workshopů, koprodukčních trhů nebo finančních podpor určených debutujícím filmařům. A to jak v ČR tak i za hranicemi. Zároveň většina fondů, workshopů a koprodukčních trhů, které nejsou specificky určené pro debutanty, akceptují také debutové projekty. Tato práce nemá za cíl přinést celkovou mapu takových aktivity nebo možností, ale jen základně ukázat, že filmař-debutant má již teď možnost svůj film vyvinout nebo zafinancovat. To samozřejmě neznamená, že taková podpora je dostatečná nebo vyhovující.

V základu můžeme tyto aktivity rozdělit podle několika kritérií²⁶:

- druh aktivity (workshop, koprodukční trh, filmový fond)
- fáze projektu (psaní scénáře, vývoj filmu, financování, režijní aspekty, střih, distribuce)
- žánr, typ filmu (hraný, dokumentární, animovaný a fantastické filmy, sci-fi, atp.)
- štábová profese (režisér, scénárista, producent, skladatel, střihač, architekt)

V ČR zmiňme např. scénáristický workshop Midpoint určený právě začínajícím profesionálům – režisérům, scénáristům a producentům. Nebo pro dokumentaristy vhodný workshop Ex-orient (na vývoj) či dok.incubator (na střih). Tyto workshopy mají ale celosvětovou působnost. Dále Státní Fond Kinematografie podporuje specifickou výzvou na výrobu hrané debutové filmy jednou za rok, ale samozřejmě podporuje i dokumentární a animované debuty (jen ne ve speciálních výzvách).²⁷

V zahraničí můžeme vzpomenout na koprodukční trh Sofia Meetings (Bulharsko), který je určen pro režiséry 1., 2. a 3. filmů nebo workshop pro začínající producenty MAIA (Itálie).

²⁶ Diplomová práce „Debuty v mezinárodních koprodukcích“, str. 43, MgA. Kristýna Michálek Květová, 2018, AMU Praha

²⁷ Krátkodobá koncepce 2019, Státní Fond Kinematografie, https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/H/Koncepce/KK_2019_text-brezen.pdf, získáno 1.5.2019

Fatem je, že na to, aby se člověk mohl přihlásit a zúčastnit výše zmíněných workshopů, trhů a dalších aktivit potřebuje peníze – a rozhodně nezanedbatelné. Často účast na těchto workshopech stojí tisíce EUR, takže si je nemůže dovolit každý.

3. Výzkum potřeb a problémů začínajících profesionálů ve filmovém průmyslu v rámci zemí regionu střední Evropy

A. Výchozí situace trhu

V tomto výzkumu se zabýváme pouze vybraným segmentem trhu filmového průmyslu, tj. celovečerními hranými filmy, které jsou distribuovány v kinech, a které vykazují národní produkční majoritu zemí regionu střední Evropy (těmi jsou pro nás Německo, Rakousko, Česká republika, Slovensko, Maďarsko a Polsko). Důvodem, proč se zabývat jen hranou tvorbou a nikoli dokumentární, animovanou či krátkometrážní, je to, že každý tento segment má svoje specifika výroby i distribuce. Zároveň celovečerní hrané filmy tvoří největší trh dle tržeb i návštěvnosti (za důkaz budiž žebříček TOP 50 filmů²⁸ dle návštěvnosti Unie filmových distributorů ČR („UFD ČR“) za rok 2013: 39 hraných, 11 animovaných a žádný dokumentární film).

Troufáme si tvrdit, že doposud neexistuje žádná ucelená studie této problematiky v regionu zemí střední Evropy. Vznik takového výzkumu je tedy žádoucí nejen z výše zmíněných důvodů, ale také z prosté popisné potřeby. Pokud už se některé práce zabývají filmovým průmyslem, pak nejčastěji zkoumají kvantitativní ekonomické ukazatele (velikost trhu, počet návštěvníků kin v různých relacích, dopad filmových pobídek, atp.). Nenašli jsme žádnou studii, která by se zabývala filmovým průmyslem z pohledu přístupu na trh.

Na druhou stranu existuje několik studií, které mapují podobnou problematiku, ale na jiném území – především ve Spojených státech amerických (Hollywood) a např. Číně či Indii (Bollywood) nebo Nigérii (Nollywood). Fokus na začínající profesionály je však unikátní. Předmět tohoto výzkumu však není porovnání situací v jednotlivých zemích, ale popsání situace v regionu střední Evropy a podat návrhy na její případné vylepšení.

²⁸ „TOP 50 filmů za rok 2014,“ UFD, <http://www.ufd.cz/files/clanky/top50adm1412c.xls> , získáno 1. 5. 2019

B. Metodika výzkumu

Samotný výzkum seskládá ze 2 hlavních částí. V první části jsme se věnovali průzkumu trhu z hlediska již zavedených profesionálů ve všech odvětvích filmového průmyslu, tj. provedli jsme hloubkové rozhovory s producenty, sales agenty, distributory, reprezentanty fondů či festivalovými selektory, a to nejen ve zkoumaném teritoriu, ale také profesionály z evropských institucí či světových festivalů, přičemž hlavní kritérium bylo, aby se profesionálové nějakým způsobem debuty zabývali. V druhé části výzkumu jsme distribuovali dotazník mezi začínající filmové profesionály (debutující režiséři, scénáristi a producenti) ve zkoumaných zemích a oslovili jak stávající studenty filmových škol v regionu, tak jejich nedávné absolventy. Pokud to jen šlo, distribuovali jsme dotazník také mezi respondenty, kteří nestudovali na žádné filmové škole.

Výzkum proběhl kombinací kvalitativní a kvantitativní metodiky:

A. Cílová skupina začínajících profesionálů / studentů / tvůrců byla zkoumána kvantitativní výzkumnou technikou, tedy dotazníkem. Přitom byly sledovány dvě cílové skupiny:

I. Ti, kdo jsou aktuálně, nebo v nejbližších letech budou, v pozici, kdy začnou připravovat svůj první celovečerní hraný film

II. Ti, kdo již úspěšně zrealizovali své projekty, ale ještě si dobře pamatují, s jakými potížemi se setkávali.

Byla použita metodika on-line sběru dat, s využitím platformy a zapojení profesionální výzkumné agentury. Připravili jsme dotazník²⁹ (kombinující otevřené i uzavřené otázky) pro obě cílové skupiny současně důležitý motivační dopis/mail. Agentura následně dotazník naprogramovala a vytvořila individuální i skupinové linky pro respondenty. Skupinové linky byly připraveny - navíc proti projektu - proto, že některé participující instituce nechtěly předat mimo školu e-mailové adresy absolventů, ale oslovovaly je samy.

²⁹ dotazník je přílohou této práce

Oslovení respondenti sami pak v jimi zvolené době klikli na přístupový link a vyplnili dotazník. Ke zvýšení účasti na výzkumu proběhly dvě vlny upomínek.

Celkem dotazníky vyplnilo k 20. 12. 2015 132 respondentů z oslovených cca 2 000 lidí.

B. Cílová skupina profesionálů byla zkoumána kvalitativní výzkumnou technikou, pomocí individuálních, především osobních (face to face) rozhovorů. Připravili jsme scénář³⁰ individuálních rozhovorů a proškolili členy týmu v této metodice, následně jsme oslovili konkrétní vybrané profesionály ze všech podskupin, dohodli s nimi termíny a následně získali odpovědi.

Celkem proběhlo 14 hloubkových individuálních rozhovorů.

Takto sebraná data pak byla statisticky i obsahově analyzována do části 3. této práce.

Veškerá sebraná data byla získána pod podmínkou anonymity.

C. Vlastní výzkum – začínající profesionálové

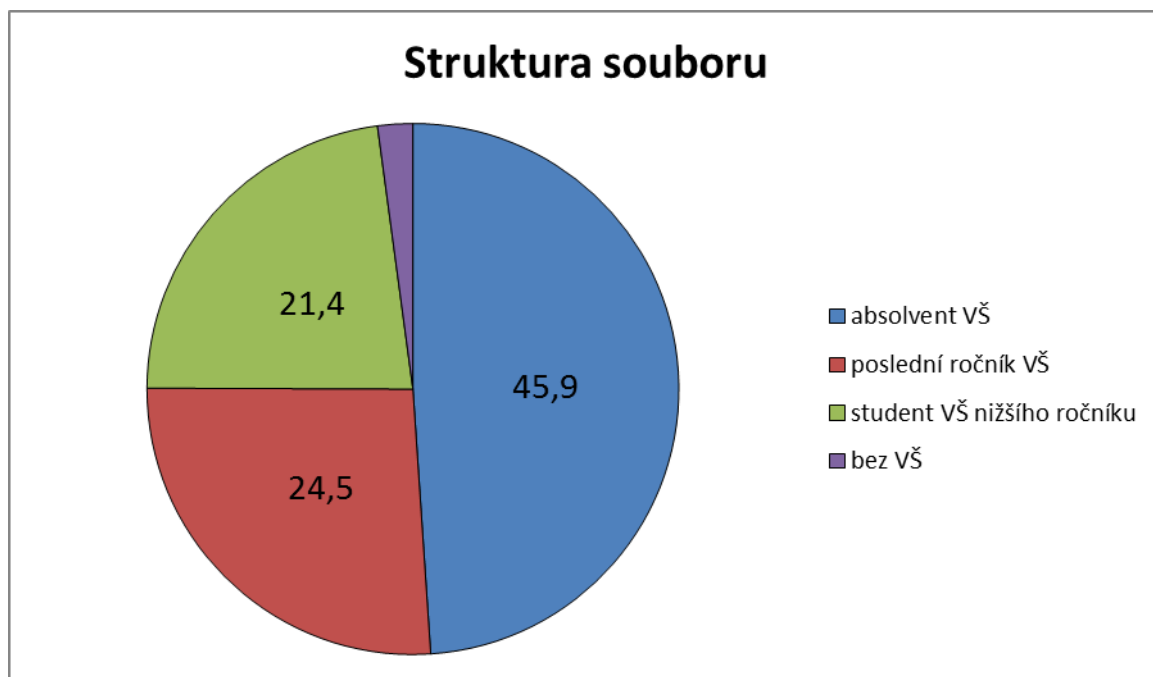
Nejprve začneme výzkumem mezi začínajícími profesionály. Ptali jsme se na 3 okruhy otázek. Jsou to základní identifikační údaje a aktuální problémy, informace o debutantském projektu a v neposlední řadě otázky ohledně znalostí trhu a očekávání.

I. Demografické údaje a problémy

Z demografických údajů je zřejmě nejzajímavější, že průměrný věk respondenta je 27 let. Lze tedy i předpokládat, že je to věk, kdy většina debutantů natočí svůj celovečerní debut (odchylka 2 roky).

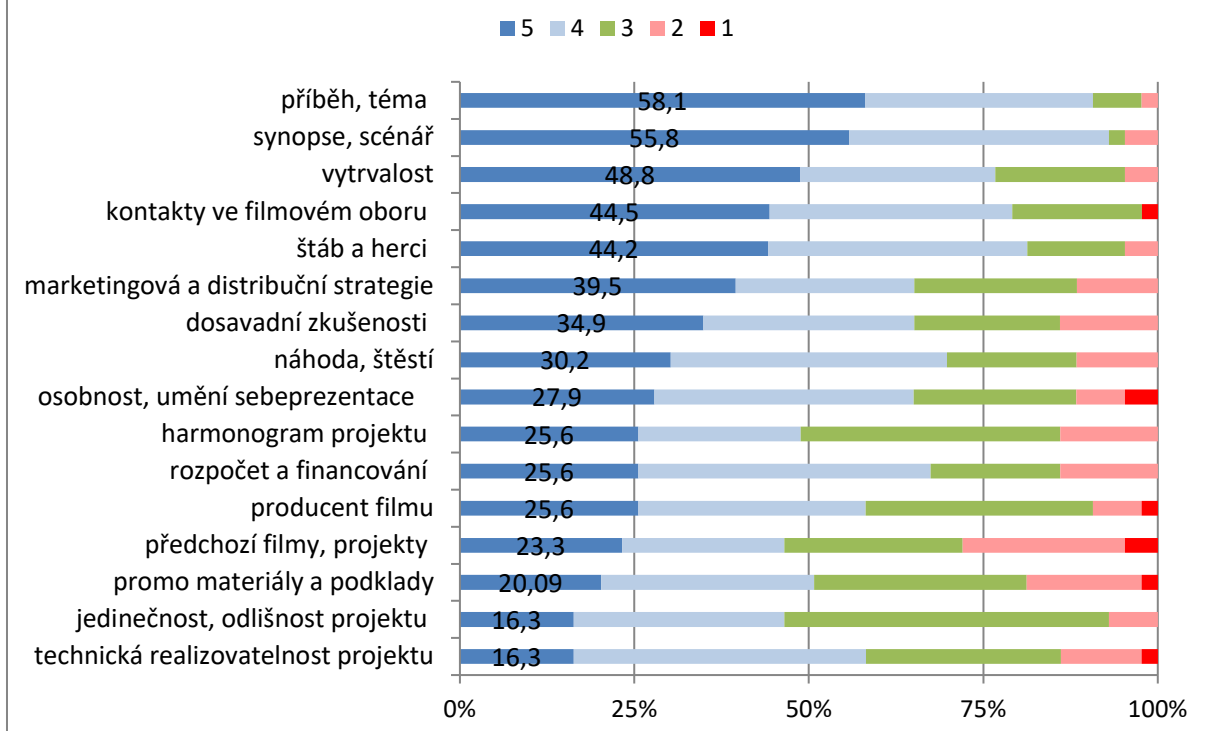
Drtivá většina má nebo dokončuje vysokoškolské vzdělání ve filmovém oboru.

³⁰ scénář je přílohou této práce



Drtivá většina respondentů považuje za klíčové k natočení úspěšného debutu vybrání dobrého tématu či námětu, což jde ruku v ruce s napsáním dobrého scénáře. Dále považují začínající filmaři jako velmi důležitý faktor mít konexe ve filmové branži, mít schopnost vytrvat a zvolit dobré herecké obsazení a štáb. Za nejméně podstatné považují kvalitu svých předchozích filmů (prací) a odlišení se od zbytku filmů na trhu, tj. mít nějakou unikátnost.

Co považují za klíčové pro natočení hraného celovečerního debutu?

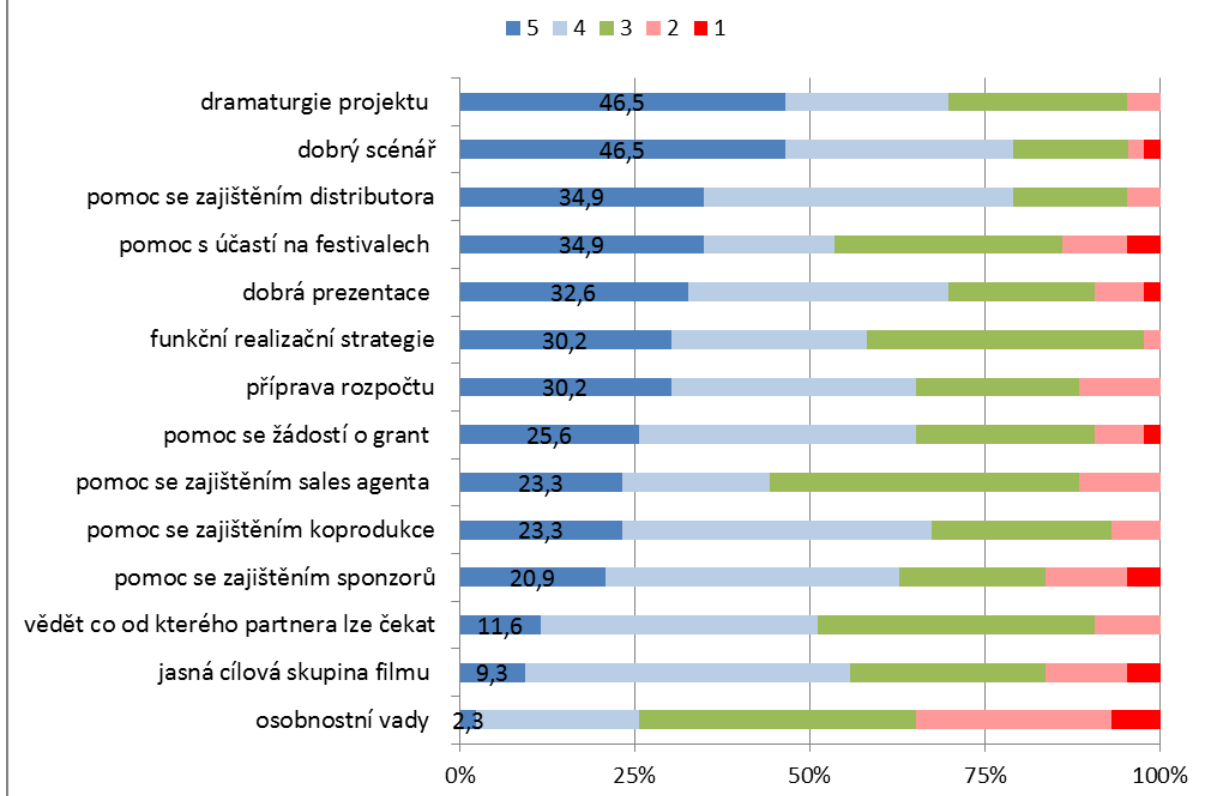


Zároveň spatřují největší potřebu v pomoci s vývojem scénáře a dramaturgií. Dále začínající filmaři pociťují potřebu pomoci se zajištěním distributora, s účastí na festivalech a s přípravou prezentace (pitche³¹) projektu. Naopak jen velmi okrajově se staví k osobnostním vadám autora, tedy to podle začínajících filmařů není problém, stejně jako pomoc s určením cílové skupiny a uspokojení jejího očekávání.

Následující graf ukazuje sestupně, v čem vidí debutanti největší potřebu pomoci nebo podpory.

³¹ anglicky „to pitch“ znamená přeneseně něco (rychle a stručně) odprezentovat

V jaké oblasti vidí zejména potřebu pomoci?



Díličními otázkami a nejdůležitějšími odpověďmi (potřeba největší podpory) byly:

- Podpora s přihlašováním na filmové festivaly
 - Obsahová podpora (festivalová strategie)
 - Získání kontaktů na relevantní filmové profesionály
- Podpora s grantovými přihláškami
 - Obsahová podpora (co kde a jak vyplnit)
 - Získání kontaktů na relevantní filmové profesionály
- Podpora se zajištěním koprodukce
 - Obsahová podpora (příprava projektu na koprodukcii)
 - Finanční podpora (náklady na hledání partnerů, právní náklady, atp.)
- Podpora se zajištěním sponzorů
 - Získání kontaktů na relevantní subjekty a lidi
- Podpora se zajištěním distributora
 - Pomoc s uzavřením distribuční smlouvy
 - Získání kontaktů na relevantní filmové profesionály
- Podpora se zajištěním sales agenta
 - Získání kontaktů na relevantní filmové profesionály

K doplnění obecných otázek a odpovědí posloužila možnost zanechat konkrétnější psanou odpověď týkající se problémů, které debutanti pocítují. Zeptali jsme se, jaké oni sami vidí největší překážky v realizaci celého filmového projektu. Polovina respondentů (nezávisle na území, ze kterého pocházejí) uvedla, že měla extrémní problém s podfinancováním svého projektu. Druhá polovina se k problému nevyjádřila podrobně. Problémy s financováním mají dvojí charakter. První se týká rozpočtu na výrobu filmu, druhý vývoje filmu. V prvním případě respondenti konstatovali, že mají velký problém přesvědčit decision-makers³² v institucích (vč. TV) o tom, že jejich projekt a oni sami stojí za to, aby do nich bylo investováno. Nemálo z respondentů popisuje dokonce ponižování z nedostatku zkušeností nebo absolutní nedůvěry. Kvůli těmto předsudkům bojují s velmi nízkými rozpočty svých filmů, a buď film nerealizují vůbec, nebo musejí čekat dlouhá léta na naději jiných zdrojů. Druhý případ se týká vývoje scénáře. Ve vývoji vidí velká spousta respondentů problém ten, že jsou nuceni mít normální práci, která jim vydělá peníze na každodenní živobytí, ale tím jim již nezbývá čas na to, aby se mohli věnovat psaní a vývoje scénáře. Jeden respondent doslova napsal: „peníze vytvářejí peníze, ale když nemáte peníze na počátku, nemůžete další vytvořit“. Problémem také je to, že jsou debutanti odkázáni na velmi malý počet zdrojů, a tím jsou velmi závislí na rozhodnutích pár institucí.

V neposlední řadě pocítují respondenti problém v obsahovém vývoji scénáře. Potřebují také pomoc právě s vývojem obsahu – dramaturgií.

Co se týče distribuce, uvádělo hodně respondentů problémy se získáním pozornosti od distributorů. Spousta z nich si nakonec film distribuovala sama. Kromě nezájmu se také respondenti potýkají s extrémně malými finančními možnostmi na financování propagace a samotné distribuce filmu.

Respondenti také uvedli, že by bylo vhodné pomoci debutantům s tvorbou rozpočtu. Především vidí, že nakonec projekt stál mnohem více peněz, než očekávali a hodilo by se jim znát všechny položky, které budou muset zaplatit (včetně distribuce). Zároveň se někteří zamýšlejí nad alokací peněz v rámci rozpočtu. Je podle nich velmi důležité si rozmyslet, do čeho přesně by měli autoři (producenti) peníze vložit, jelikož tak mohou ovlivnit kvalitu celého filmu. Také cítí, že je důležité se naučit pracovat s věcným plněním a dalšími formami financování. V

³² z angličtiny decision-maker, doslova „vykonavatel rozhodnutí“

neposlední řadě vidí potenciál v tom, jaký business model producent zvolí, protože to ovlivní všechno – od platů štábu po rentabilitu distribuce.

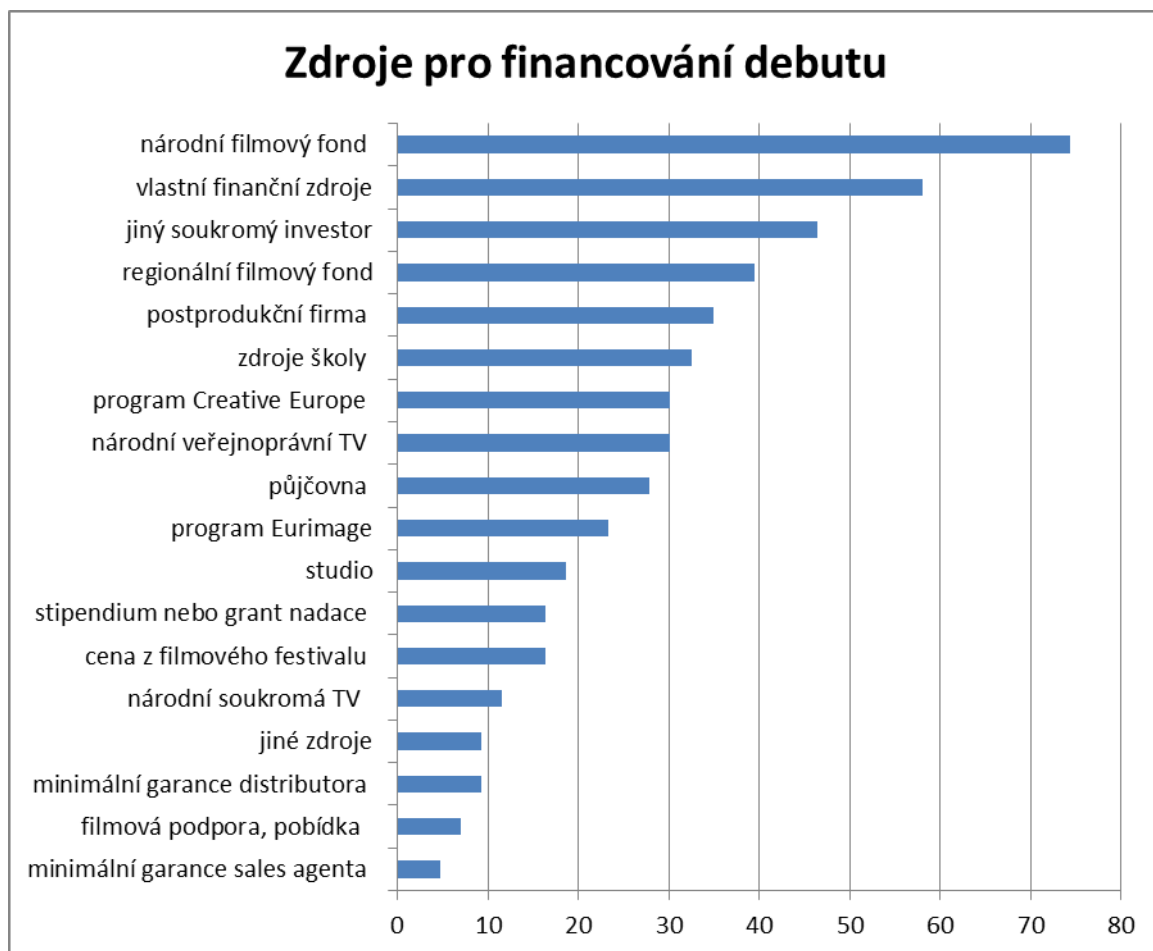
Nakonec si respondenti myslí, že klíčovou vlastností debutanta je vytrvalost. Také zdůrazňují, že film je týmová práce a je nutné umět spolupracovníky motivovat. Potenciál také vidí v absolvování mezinárodních workshopů a v možnosti využít pozici debutanta a pokusit se získat co možná nejvýhodnější podmínky s partnery – debutantem je člověk jen jednou.

II. Specifikace projektů respondentů

Otázky byly pokládány oběma skupinám začínajících profesionálů

Více než 50 % respondentů uvedlo, že žánrem jejich debutu je (nebo bude) akční nebo dobrodružný film. Přes 20 % respondentů natočilo (nebo chystá) jako svůj debut historický snímek. Naopak čisté drama či komedii, thriller nebo romantický film natočilo sotva 2 % respondentů. Nikdo si nevybral sci-fi či fantasy. Skoro 90 % respondentů točí film v mateřském jazyce a jen necelých 10 % vyrábí film v angličtině.

Co se týče zdrojů financování, tak v největší míře respondentům pomohl (nebo předpokládají, že je podpoří) národní filmový fond a hned potom museli do filmu vložit vlastní peníze či investici třetí osoby. Téměř nikomu se nepodařilo získat minimální garanci od sales agenta nebo distributora a jen minimum projektů získalo podporu v rámci filmových pobídek. Zhruba čtvrtině projektů navíc pomohl jeden z následujících subjektů: národní veřejnoprávní televize, regionální fond nebo postprodukční společnost či rental. Financování projekty nejčastěji sehnali (nebo předpokládají, že seženou) buď do jednoho roku, nebo do tří let.



V době natáčení nemělo distributora ani sales agenta či televizní stanici jako partnera přes 50 % projektů. Jen necelých 30 % mělo již národního distributora a méně než 20 % projektů mělo již mezinárodního sales agenta. Když byl projekt dokončen, neměla žádného distributora (ani kino, ani DVD/VOD a ani TV) více než třetina projektů. Nicméně téměř 50 % respondentů prezentovalo projekt na mezinárodním koprodukčním trhu či se k tomu chystali.

Drtivá většina projektů prošla workshopem na vývoj scénáře a na vývoj celého projektu nebo producentským tréninkem. Naopak zhruba čtvrtina projektů neprošla žádným workshopem.

Hlavní strategií výroby bylo ušetření na odměnách štábu a herců, tedy třetina projektů platila celý štáb, ale menšími odměnami, než je národní průměr. Čtvrtina projektů zvolila metodu zaplacení jen pár profesí, jinak všichni ostatní pracovali zadarmo a jen v šestině případů dostal štáb zaplacen dle národních zvyklostí. Průměrně bylo ve štábu 27 lidí (i s herci).

III. Očekávání debutantů

První otázka byla, co mohou očekávat od sales agenta. Nejvíce respondentů si myslí (sestupně), že sales agent bude film primárně prodávat festivalům, poté mezinárodním distributorům a obecně bude film reprezentovat na mezinárodních trzích. Nejméně respondentů očekává, že sales agent bude vybírat příjmy od mezinárodních distributorů, a že bude projekt kofinancovat pomocí minimální garance.

Druhá otázka se týká očekávání od distributora. Nejvíce respondentů si myslí (sestupně), že distributor bude film prodávat do národních kin, propagovat film v národních médiích, a že zorganizuje národní premiéru. Nejméně respondentů očekává, že distributor bude vybírat příjmy od národních partnerů (kin, TV, atp.) či, že distributor dokáže film prodat na VOD.

Nejvíce respondentů si myslí, že nejlepším způsobem, jak kontaktovat distributora nebo sales agenta, je potkat ho v industry sekci filmového festivalu³³, požádat někoho o doporučení nebo navštívit koprodukční fórum. Nejméně vhodným způsobem se zdá přímé volání či zaslání obchodní nabídky elektronickou poštou.

Přes 80 % respondentů by se rádo zúčastnilo tréninku, který by jim pomohl zlepšit schopnosti, jak uspět na mezinárodním trhu. Téměř 90 % by rádo prezentovalo svůj nový projekt na mezinárodním koprodukčním trhu, s tím, že ale třetina z nich si nevěří, že mají dostatečné zkušenosti a další třetina neví, jak toho vůbec dosáhnout.

Téměř 90 % respondentů si myslí, že nejsou debutanti v jejich zemi dostatečně podporováni, s tím, že dvě třetiny z nich vidí nějaké možnosti, ale jsou nedostatečné.

Téměř 95 % respondentů si myslí, že mezinárodní prezentace filmu pomůže k získání mezinárodních zdrojů financování, že získá koprodukční kontakty, že získá prodejní (sales agenty a distributory) kontakty, a že získá vícero kontaktů na festivalové selektory. Na druhou stranu se 80 % respondentů nebojí, že by jim někdo projekt ukradl, nebo že by mezinárodní spoluprací ztratil svobodu v projektu.

³³ sekce „industry“ pochází z anglického slova industry, doslova „průmysl“, tedy v dnešní době je běžné, že větší filmové festivaly organizují speciální uzavřené aktivity určené pouze pro filmové profesionály

D. Vlastní výzkum – zavedení profesionálové

Nejprve je nutno podotknout, že všechny subjekty mají buď každodenní, nebo méně frekventované, ale velké zkušenosti se začínajícími profesionály. Mezi dotazovanými byli producenti, sales agenti, selektoři festivalů, distributoři a zástupci fondů.

Dotazovali jsme se, jak profesionálové vlastně debut definují a všichni pojmenovávají debutem první celovečerní film režiséra. Připustili, že se lze bavit i o producerském či scénáristickém debutu, ale ty nejsou pro ně tolik podstatné (rozhodující).

I. Kritéria výběru projektu pro spolupráci

Prakticky všichni profesionálové nezávisle na odvětví, kterému se věnují, se shodují, že nejdůležitějším kritériem pro výběr je scénář a jeho kvalita. Kvalita přitom nemusí spočívat jen na originalitě (unikátnosti) příběhu, ale také v režijní vizi, což je druhé nejdůležitější kritérium. Prakticky všichni se také rozhodují na základě předchozích krátkých filmů režiséra a rozhodně je požadují s tím, že nestačí mít natočený jen dokumentární film (ani celovečerní), ale hraný (i když krátký).

Dalším hlavním kritériem pro výběr projektu producenta, sales agenta či distributora je osobní vkus daného profesionála. Zástupci festivalů a fondů jsou ale vkusově neutrální.

Především producenti a zástupci fondů také kladou velký důraz na kvalitu tzv. package, tedy „balíčku“ neboli prezentaci scénáře a finanční či distribuční strategie, rozpočet, atp. Pro producenty je velmi důležité, aby byl debut levný (levnější) v komparaci s národním průměrem.

Obecně vzato všichni do jednoho hledají unikátní projekt. Unikátní ale může být v mnoha ohledech. Důležité nicméně je, aby projekt nějak vyčníval a nebyl průměrný.

Především producenti a sales agenti se zmiňují o osobnosti a povaze debutanta. Odmítají spolupracovat s těmi osobnostmi, se kterými primárně nevyjdou. Popsali také několik případů, kdy následováním tohoto principu ztratili projekt, který se posléze ukázal jako extrémně úspěšný (premiéra v Cannes či Berlíně, atp.). Osobnost debutanta je důležitá především pro budoucí dlouhodobou spolupráci. Zároveň jim ale nezáleží na tom, jestli debutant vystudoval filmovou školu. Všichni se setkali s pozitivním příkladem debutanta, který přišel z jiné oblasti (divadlo, konceptuální umění, lékařství, atp.).

Hlavní motivací pro práci s debutanty (a to zase napříč všemi profesemi) je jedinečná příležitost spolupracovat s velkým talentem a budoucím velkým tvůrcem. Tedy mají pak větší šanci, že s nimi tito filmaři budou spolupracovat dále. Zavedení filmaři již mají stálé profesní partnery, a tak se k jejich projektům dostanou jen velmi zřídka.

II. Sféry podpory debutantů

Hodně profesionálů se zmínilo o důvěře v debutanta. Ta plyne především z předchozích (krátkých) filmů režiséra a také z účasti na mezinárodních workshopech nebo talent labech. Profesionálové vidí existenci takových workshopů (např. na vývoj scénáře) jako ideální příležitost nejen ke zlepšení projektu, ale především ke zviditelnění a prověření začínajících filmařů.

Hodně také dokážou pomoci filmové festivaly, které se soustřeďují na krátké filmy nebo debuty. Ty totiž pomůžou profesionálům „naservírovat“ ty nejlepší filmy a především producenti (ale i sales agenti) pak rádi spolupracují na dalších projektech těchto tvůrců.

Denním chlebem především sales agentů a producentů je účast na filmových festivalech věnujících se debutantům nebo začínajícím filmařům, stejně tak i na koprodukčních trzích a na pitchinzích workshopů.

Rozhodně je žádoucí, aby debutanti měli své mentory, ke kterým by se mohli obracet pro radu. To může mít mnoho podob – od zkušeného kameramana, až po koproducenta nebo opravdu jen mentora.

III. Typické chyby a problémy debutantů

Nejčastějším problémem při posuzování nových projektů je nedostatečná kvalita scénáře. Dokonce může mít debutant velmi dobrý námět, ale scénář to nereflakuje. Stejně tak je velkým problémem neunikátní režijní koncept.

Vlastně největším problémem obecně je aktuální situace na trhu. Ročně se vyrobí na celém světě cca 10 000 celovečerních distribučních filmů (jen v Evropě okolo 2 000 filmů³⁴).

³⁴ podle EAO bylo vyrobeno v roce 2016 v Evropě 2124 celovečerních filmů; Public financing for film and television content, The state of soft money in Europe, A report by the European Audiovisual Observatory, Council of Europe, <https://rm.coe.int/public-financing-for-film-and-television-content-the-state-of-soft-mon/16808e46df>, získáno 1.5.2019

To přirozeně vede k obrovské konkurenci na trhu a nezkušeným debutantům pozici ještě více zhoršuje. Především sales agenti (ale i zástupci fondů) zhodnotili, že velká většina filmů na trhu je průměrné kvality, kdy převládá pocit, že režiséři film natočili pro sebe. Tedy problémem je, že filmy nemají jasné cílové publikum. A této chyby si právě všímají nejčastěji u debutů.

Dalším prohřeškem debutantů bývá nepochopení toho, že film je také obchodní zboží a zároveň neznají trh. Tedy debutanti bývají často emocionálně velmi svázáni se svým prvním filmem, a to způsobuje nedostatek odstupu, což může vézt jak k uměleckým nedostatkům, tak právě k neschopnosti vidět, že v distribuci filmu jde o peníze především.

Neznalost trhu zase občas vede k nerealistickým očekáváním výnosů z distribuce (realita³⁵ je pro nezávislý umělecký debut maximálně okolo 20 000 EUR pro producenta, pokud se nestane zázrak v podobě hlavní soutěže v Cannes, nominace na Oscara, atp.).

Na druhou stranu od debutantů nikdo neočekává plně profesionální produkt, a tak je dokonce žádoucí jistá míra naivity a obětavosti. Také nikdo neočekává velkou mezinárodní distribuci, ale spíše jen festivalovou distribuci (ze které také neplyne moc výnosů a bavíme se především o arthouse³⁶ filmech).

Také se zdá, že debutanti málo plánují svoji kariéru. Nevidí, že jejich první film nemusí být jejich poslední, a tak je často výhodné uzpůsobit podmínky debutového filmu tak, aby rozpočet nebyl příliš vysoký, a zároveň aby scénář a film sám o sobě sloužil spíše jako podklad pro získání financí na další film. Také by měli zvážit to, jestli mají dostatek krátkých filmů, které mohou posloužit jako podklad pro rozhodování se o debutu.

E. Porovnání očekávání obou skupin výzkumu

I. Umělecká vize

Z odpovědí z dotazníku debutantům vyplývá, že považují za nejdůležitější kritérium úspěchu dobrý scénář a jeho dramaturgii a také správné obsazení a dobrý štáb. Zároveň pocítují největší potřebu právě v tom, aby jim někdo pomohl s dramaturgií scénáře. Na druhou stranu jim nepřijde důležitá unikátnost jejich projektu.

³⁵ dle rozhovoru se sales agentem – viz příloha

³⁶ anglicky „arthouse movies“ znamená umělecké filmy

Profesionálové považují dobrý scénář za klíčový aspekt možné spolupráce. Zároveň však na stejnou úroveň pokládají režijní vizi, a především unikátnost filmu oproti všem ostatním vydaným stejný rok. Tento aspekt je naprosto zásadní pro všechny bez rozdílu povolání.

Porovnáním přístupu vidíme sice, že obě skupiny se shodnou na velké důležitosti kvalitního scénáře (a případně jeho dramaturgie), ale velmi dramaticky se rozcházejí v přístupu k výběru tématu či námětu. Zatímco pro profesionály je naprosto klíčové, aby byl projekt v něčem unikátní, debutanti tento aspekt velmi podceňují. To může potvrzovat to, co už také profesionálové vyjádřili, a totiž ten fakt, že debutanti znají velmi málo audiovizuální trh, nejen co do mechaniky fungování, ale především co do obsahu – to, co přijde unikátní jim, nemusí připadat unikátní trhu.

Zajímavé ale je, že debuty respondentů mají potenciál být unikátní např. v žánru, protože klasické drama chce natáčet jen asi 2 % respondentů a víc než polovina natáčí akční nebo dobrodružný film. Žánrové filmy obecně mají lepší možnost prodeje a distribuce vůbec, protože jsou divácky vyhledávanější³⁷. Téměř 90 % respondentů natáčí svůj debut v mateřském jazyce. Možná, kdyby také více přemýšleli v globálním měřítku a film natočili buď v angličtině, bez dialogů nebo kombinací angličtiny a jiného jazyka, získali by tak enormní výhodu v rámci distribuce (vč. on-line).

II. Financování

Zajištění kompletních financí je jeden z klíčových problémů, který debutanti pocítují. Polovina respondentů měla extrémní problémy buď během natáčení s podfinancováním projektu, nebo během vývoje, kdy se dlouhou dobu (několik let) nedařilo sehnat požadované finance. Zároveň velká část respondentů uvedla, že mají problém se debutu věnovat (psát scénář), protože nemají peníze a musejí si vydělávat na vlastní živobytí, a tím pádem nemají čas na to film vyvíjet. Dále respondenti uvedli, že by uvítali pomoc s tvorbou rozpočtu, protože mají zkušenost, že projekt byl špatně finančně naplánován a není neobvyklé, že např. nezbydou peníze na postprodukcii. Také vyjádřili přání o podporu ve věci podávání grantů, zajištěním koprodukcí nebo sponzorů.

³⁷ Audiovizuální trh v ČR, Reprezentativní pohled na současnou populaci, str. 37, výzkum zpracovaný pro APA, http://www.asociaceproducentu.cz/img/prispevky/VYZKUM_AUDIOVIZUALNIHO_TRHU_PREZ.pdf, získáno 1.5.2019

Na druhé straně zavedení profesionálové nevidí vlastně žádný problém ve financování debutů. Jen komentují, že očekávají od debutu, že bude levnější, než je národní průměr, a že je potřeba se vyvarovat excesům (tedy příliš drahým debutům).

Porovnáním vidíme, že zatímco debutanti vidí jako velký problém zajištění financí pro svůj projekt, zavedeným profesionálům to ani nevytanulo na mysl. Tento rozdíl v myšlení je zřejmě způsobený fenoménem, který již byl výše okrajově zmíněn, tj. tzv. kredit filmaře – v našem (finančním) případě je to pak především kredit producenta. Zatímco zavedený producent nemá problém se sehnáním peněz na projekt, který si vezme pod svá křídla, tak debutující producent může takové problémy mít. Zatímco zavedeného producenta trápí to, aby nový projekt byl především unikátní, a tím pádem konkurenceschopný především v distribuci, je debutující producent (zřejmě z nedostatku zkušeností) soustředěn především na zajišťování financí a o kvalitě svého projektu ani nepochybuje. Obě strany si ale uvědomují možné problémy v rozpočtování projektu.

Z výčtu použitých zdrojů financování vyplývá, že jsou si debutanti vědomi evropského grantového systému, ale i tak musejí do svých projektů vkládat hodně vlastních investic. Z výčtu ale také vyplývá, že buď neznají, nebo neumějí pracovat s náročnějšími finančními instrumenty, jako jsou např. filmové pobídky³⁸³⁹.

III. Prezentace

Z šetření vyplývá, že debutanti nepřikládají velkou váhu svým již natočeným krátkým filmům. Sice pocítují potřebu s pomocí prezentace svých projektů, ale není to top priorita (5. nejdůležitější – viz výsledky v sekci výsledků debutantů o problémech). Naprosto nepocítují jako problém nebo důležitou věc vlastní osobnost. Někteří vidí naději v účasti na mezinárodních workshopech, a proto také velká většina (75 %) projektů respondentů nějakým workshopem prošla.

Zavedení profesionálové přikládají velkou váhu tzv. package, tj. jak je celkově projekt prezentován (nejen scénář, synopse, ale také rozpočet, finanční a distribuční strategie, mood

³⁸ Typicky v ČR (ale i jinde) existuje minimum, které producent musí za film utratit, aby měl nárok na podporu z programu. V ČR je to aktuálně 15 000 000 Kč a nazpět dostane producent 20 % v hotovosti. Pokud tedy např. vyjde rozpočet filmu na 14 000 000 Kč, je lepší rozpočet „uměle“ nafouknout o 1 milion (nebo si ho půjčit v bance), a tím mít rovnou čistý zisk 2 000 000 Kč (20 % z 15 mil jsou 3 mil + musím 1 mil vrátit bance).

³⁹ zdroj: <http://fondkinematografie.cz/filmove-pobidky/>, získáno 1. 5. 2019

board⁴⁰, předchozí filmy režiséra, vizuální a distribuční reference). Velký důraz kladou na předchozí (krátké) filmy režiséra a také na osobnost debutanta, protože ideálně hledají dlouhodobou spolupráci. Zároveň si projekty vybírají především na mezinárodních workshopech nebo festivalech.

Z porovnání vyplývá, že debutanti chápou důležitost prezentace svých projektů a hledají podporu pro zlepšování. To je v souladu s tím, co si myslí profesionálové. Na druhou stranu debutanti velmi podceňují důležitost svých již natočených filmů ve vztahu k prezentaci osoby režiséra a jeho stylu pro nadcházející projekt. Pro profesionály je to jeden z klíčových prvků, podle kterého se rozhodují (a ne jen podle subjektivní kvality, ale také podle objektivních znaků jako ocenění, premiéra, promítání na festivalech, atp.). Další třetí plochou, kde se očekávání obou skupin rozcházejí, je osobnost režiséra či producenta. Zavedení profesionálové prakticky odmítají pracovat s osobnostmi, se kterými si nesednou. Na druhou stranu debutanti toto riziko vůbec nevidí. Navíc debutanti si zřejmě neuvědomují důležitost festivalů (a hlavně těch zaměřených na krátké filmy), protože tato místa představují hlavní zdroj nalezení projektů pro budoucí spolupráci pro zavedené profesionály.

IV. Distribuce

Debutanti pocítují, že potřebují pomoci s distribucí hned po pomoci se scénářem. Jinými slovy je to 2. nejpalčivější problém, který pocítují, a se kterým chtějí pomoci. Zejména je to podpora s přihlašováním na filmové festivaly a se zajištěním distributora, ale také se zajištěním sales agenta. Kromě získání kontaktů na relevantní profesionály, chtějí debutanti pomoci se strategií přihlašování na filmové festivaly a se sestavením distribuční smlouvy. Obecně vzato mají debutanti velký problém se získáním pozornosti distributorů. Dále mají také velké potíže se zajištěním financí na distribuci a propagaci.

Profesionálové identifikují jako největší distribuční problém debutů fakt, že často nemají jasnou cílovou skupinu. Označují velkou většinu (ale nejen) debutů jako průměrné filmy, které spíše připomínají „psycholéčbu režiséra“ než film pro diváky. Zároveň hledají ale nadějně talenty, aby s nimi mohli dlouhodobě spolupracovat, a tak mít jistější podnikání a případně možnost expanze. Debuty vidí převážně pro festivaly, nikoli do široké kinodistribuce.

⁴⁰ anglicky „mood board“ – český překlad zřejmě neexistuje; jedná se o soubor vizuálů, fotek či screen shotů z jiných filmů či děl, které náladou reprezentují vznikající snímek

V neposlední řadě vidí problém také v tom, že debutanti bývají neznalí trhu a očekávají nereálné příjmy.

Proti debutantům hraje jeden globální fakt, a to je extrémní nadprodukce filmů. Jak již bylo napsáno, ročně se vyrobí cca 10 000 celovečerních filmů po celém světě. V distribuci totiž přirozeně většinového diváka nezajímá, zda film, na který zrovna v kině kouká, je debutem či nikoli. Divák přišel do kina kvůli režisérovi, příběhu nebo hereckému obsazení či žánru⁴¹. Nikoli kvůli tomu, o jaký film režiséra v pořadí se jedná. Jinými slovy v řeči peněz opravdu nezbyvá distributorům a sales agentům akvírovat filmy, které mají pro ně největší potenciál zisku, a to jsou prostě filmy, které jsou něčím výjimečné, které mohou nějak zajímavě zpropagovat, protože jinak se v té obrovské konkurenci utopí. Tím pádem průměrný film z hlediska diváka (neunikátní příběh, neznámý režisér i herci, neatraktivní žánr) nemá šanci ani na komerční úspěch, ale dost často ani na odborné ocenění nebo alespoň nějakou angažovanou návštěvnost. Zde se ale střetává očekávání debutantů a zavedených profesionálů. Zatímco debutanti se vidí v každém kině na celém světě, profesionálové je vidí víceméně na festivalech. Otázkou je, proč tento nepsaný standard debutanti nereflktují jak ve velikosti rozpočtu, tak v emocích spojených s filmem. Dalším problémem však je dotační podpora kinodistribuce a zároveň nedostatek prostředků většiny debutantů pro PR. Ono je asi nejsmutnější, když se debutantům přes všechna úskalí podaří vyrobiť film (většinou právě modelem odložených plateb nebo úplně bezúplatné práce kombinovanou s vlastní investicí producenta a režiséra), ale pak ho nikdo neuvidí, protože se jim nedaří film dostat do kin a třeba ani na festivaly. V tomto případě se asi opravdu ukazuje, že tito filmaři nemysleli primárně na diváka, ale chtěli mít především vlastní film.

F. Očekávání a znalost trhu debutantů

Z odpovědí z dotazníku začínajícím profesionálům na otázky týkající se očekávání a znalosti trhu vyplývá několik nemilých věcí.

První z nich se týká již nastíněného problému znalosti trhu. Z šetření vyplývá, že na otázky ohledně role sales agenta nebo distributora, debutanti nejméně očekávají, že distributor nebo sales agent budou vlastně vybírat příjmy z distribuce (prodejů) a posílat je právě

⁴¹ Audiovizuální trh v ČR, Reprezentativní pohled na současnou populaci, str. 37, výzkum zpracovaný pro APA, http://www.asociaceproducentu.cz/img/prispevky/VYZKUM_AUDIOVIZUALNIHO_TRHU_PREZ.pdf, získáno 1.5.2019

producentovi jejich filmu. Jinými slovy ten nejdůležitější důvod, proč distributoři nebo sales agenti existují, tedy aby prodávali filmy, debutanti moc nereflektují. Přitom motivace sales agenta a distributora jsou čistě finanční. Obě dvě profese jsou vlastně takovými velkoobchodníky (tedy přeprodejci) v řetězci výroby a distribuce filmu. V těchto 2 otázkách byl ukryt malý chyták, protože z 10 variant mohli respondenti zvolit 0 – 10 odpovědí a všechny byly správné.

Co se týče způsobu, jak se s distributorem nebo sales agentem zkontaktovat, v tom mají debutanti docela jasno a teoreticky v tom problém není (viz výsledky výše).

I směřování debutantů by se dalo označit za správné (nebo raději uvědomělé), jelikož přes 80 % respondentů by si rádo zlepšilo schopnosti, které pomohou uspět na mezinárodním trhu. Přes 90 % respondentů by prezentovalo svůj projekt na mezinárodním koprodukčním fóru. Ale sami přiznávají, že nevědí, jak na to, nebo že na to nemají dostatečné zkušenosti.

Téměř 95 % respondentů si myslí, že mezinárodní prezentace filmu pomůže k získání mezinárodních zdrojů financování, že získá koprodukční kontakty, že získá prodejní (sales agenty a distributory) kontakty, a že získá vícero kontaktů na festivalové selektory.

Když zkombinujeme poslední dvě zjištění, nabízí se z nich vyvodit závěr, že debutanti si sice jsou vědomi o určitých možnostech, které jim mezinárodní prostředí může přinést, ale nevědí, jak se v něm chovat, a jak ho využít. Zároveň to poukazuje na díry v edukaci debutantů, které je potřeba odstranit.

G. Ekonomicko-teoretický pohled na podporu debutů

I. Film jako zboží a průmysl

Jak již bylo zmíněno v úvodu tohoto článku, film jako takový je z pragmatického pohledu zboží, se kterým se běžně obchoduje. Vzhledem k tomu tvoří výroba a distribuce filmu (ale i všech ostatních audiovizuálních děl) průmysl jako jakýkoli jiný.

Když se na celou problematiku podíváme tímto pohledem, umožní nám to bezemoční přístup, který aktuálně potřebujeme pro pochopení některých mechanismů.

Jako v každém jiném průmyslu máme i ve filmu spotřebitele a firmy (výrobce). V celém článku zkoumáme především určitý segment výrobců. Tak jako pro každou jinou firmu i pro audiovizuální firmy platí stejná základní ekonomická pravidla. Velmi zjednodušeně řečeno firma je tržní subjekt, který přeměňuje zdroje na statky. Firma nakupuje vstupy, organizuje jejich přeměnu na výstup a ten prodává. Klasicky předpokládáme hlavní cíl firmy maximalizaci jejího zisku⁴².

Konkrétně ve filmovém průmyslu je firma produkční firmou (zastupovanou producentem), kde firma nakupuje vstupy (tedy scénář, práci štábu a herců, další autorská díla (kostýmy, hudby, atp.), materiály, techniku, atp.) a přemění tyto vstupy na výstup (tedy film) a s tímto výstupem (filmem) obchoduje.

Každá firma operuje přirozeně s náklady a sleduje určité indikátory s náklady spojenými. V mikroekonomii v klasické teorii firmy definujeme celkové náklady, variabilní a fixní náklady, průměrné náklady či mezní náklady. Tyto pojmy jsou pro nás důležité pro pochopení následujících teorií. Celkové náklady (TC) představují jednoduše kompletně všechny náklady firmy na výrobu. Variabilní (VC) představují ty náklady, jejichž výše se mění (typicky surovina na výrobu čehokoli), zatímco fixní náklady (FC) představují ty náklady, které se v čase a zvýšením produkce nemění (typicky nájem prostor – musím platit i když vyrábím, i když nevyrábím). Platí, že celkové náklady se rovnají součtu variabilních a fixních nákladů, tedy $TC = VC + FC$. Průměrné náklady (ATC) představují celkové náklady podělené množstvím výstupu (Q), tedy $ATC = TC/Q$. A konečně mezní náklady (MC) představují náklady, které stojí vyrobit další jednu jednotku výstupu, tedy $MC = \text{změna } TC / \text{změna } Q$ (zvýšíme-li výrobu ze 2 lahví na 3 a náklady vzrostou ze 38 korun na 45 korun, pak mezní náklad $MC = (45 - 38) / (3 - 2) = 7 / 1 = 7$ a tedy náklady vzrostly o 7 korun). Pokud jsou mezní náklady nižší než průměrné náklady, pak průměrné náklady s další výrobou klesají. To se děje až do bodu, kdy se tyto náklady rovnají a jakýkoli další větší objem výroby je již také dražší na vstupu³¹.

II. Úspory z rozsahu

Pochopení předchozího potřebujeme k pochopení následujícího. Úspor z rozsahu dosáhne firma, pokud s růstem vyráběného objemu klesají průměrné náklady firmy (tedy mezní

⁴² Mankiw, N. G. (1999): „Zásady ekonomie,“ GRADA Publishing, edice profesionál, ISBN: 80-7169-891-1

náklady jsou menší než průměrné).⁴³ Těto výhody dosahují většinou jen větší firmy, které mají signifikantní fixní náklady, které se jakoby „rozpouštějí“ tím více, čím více výstupu firma vyrábí.

Když vztáhneme výše zmíněné poznatky na filmový průmysl, tušíme už možná, proč si mohou americká studia⁴⁴ dovolit vyrábět tolik (velko)filmů ročně a hlavně, proč to vlastně dělají. V jejich případě totiž větší (a nákladnější) výrobou paradoxně šetří (zmenšují) náklady (průměrné). Dalo by se říci, že tímto principem diverzifikují riziko investice, protože typicky z 20 vyrobených filmů ročně zhruba 2 – 3 mají velký komerční úspěch a vydělají tak peníze na ostatních 17 – 18, jichž většina prodělala peníze nebo si vydělala maximálně na svou výrobu. Ale není to jen o diverzifikaci rizik v množství natočených snímků, je to také o šetření nákladů (např. distribučních, protože každé studio má již svoji zavedenou celosvětovou distribuci, a tak je naprosto jedno, jestli distribuují 2 filmy nebo 20). Obdobné je to s technickým vybavením (vlastnictví ateliérů, postprodukčních zařízení, atp.).

V Evropě na stejné bázi fungují prakticky jen televize. Studia jako v USA v Evropě prakticky neexistují, a to docela paradoxně, když se ukazuje, že je velmi výhodné mít úspory z rozsahu.

III. Infant industry

Infant industry je název ekonomické teorie, kterou vymyslel Alexander Hamilton⁴⁵ na konci 18. století. Hlavní myšlenka této teorie spočívá v tom, že by se mladý (začínající) průmysl měl chránit oproti již zavedeným (např. v ostatních státech), protože nemá šanci na přežití, jelikož nemůže disponovat právě úspory z rozsahu, a tím pádem by ho konkurenti okamžitě cenově převálcovali. Chránění průmyslu spočívá především v zavedení cel nebo kvót případně národních subvencí.

⁴³ Mankiw, N. G. (1999): „Zásady ekonomie,“ GRADA Publishing, edice profesionál, ISBN: 80-7169-891-1

⁴⁴ tzv. Majors – 5 největších amerických filmových produkčních a distribučních společností; https://en.wikipedia.org/wiki/Major_film_studio, získáno 1.5.2019

⁴⁵ Ha-Joon, Ch. (2002): „Kicking Away the Ladder: Development Strategy in Historical Perspective: Policies and Institutions for Economic Development in Historical Perspective (Anthem Studies in Development and Globalization),“ Anthem Press, ISBN-13: 978-1843310273

Chránění místního filmového průmyslu kvótami na dovoz je vynález starý bezmála 100 let jak v bývalém Československu (již v období mezi válkami⁴⁶), tak např. v dnešní Číně.

Hlavním argumentem pro zavedení ochrany nějakého začínajícího průmyslu je existence pozitivních externalit⁴⁷ takového průmyslu.

A v tom vidíme právě paralelu s debutantskými filmy. Pokud se podíváme znovu na filmový průmysl, tak přeci jenom se liší od klasického jiného (výroba pečiva, aut, atp.) tím, že je to kreativní a zábavní průmysl. Jinými slovy s filmy se nejenom obchoduje, ale při jejich konzumaci (spotřebě) dochází často nejen k pouhému zabavení, ale také k předání určité informace nebo nějak jinak dokáže konzumenta ovlivnit (nebo dokonce povznést). Když se lidé seznamují, většinou si nezačnou vyprávět o tom, jaký druh chleba mají raději, ale velmi často si povídají o tom, jaké filmy mají rádi, či jaké nedávno viděli.

Film by se mohl zdát jako klasický produkt – má standardizovanou výrobu, distribuci, atp. Nicméně každé audiovizuální dílo je unikátní, obzvlášť film, protože do něj vstupují vstupy, které se nedají měřit a vždy jsou naprosto nepředvídatelné (námět, návrh kostýmů, hudby, atp.). A ta unikátnost z filmu dělá právě velmi křehké a nepředvídatelné zboží. Měl-li film komerční úspěch, vůbec to neznamena, že jeho pokračování bude stejně úspěšné nebo, že stejně úspěšný bude další film stejných tvůrců.

Ve filmovém průmyslu vidím ale jako výrobce ne nezbytně tu (produkční) firmu, ale autora (režiséra či scénáristu). Zavedení (zkušeni) režiséři již mají nějaký styl, a vědí, co diváci od nich chtějí. Zatímco debutant je v tomto ohledu tabula rasa. Jeho unikátní umění musí trh teprve otestovat, a proto by měli být chráněni před již zavedenými autory – stejně jako jiné infant industry – aby dostali šanci na růst a prosazení se.

IV. Investice do vývoje

Pokud má firma dostatek peněz, aby mohla investovat do vývoje, má ve filmovém průmyslu vyhráno. Specifikem výroby filmu je právě všudypřítomný vývoj scénáře a projektu, který se začíná naprosto pokaždé, když začneme chystat nový film. To je vlastně největší rozdíl

⁴⁶ Texty k úvodům do oboru produkce, J. Kallista, FAMU, <https://www.famu.cz/cs/studium/uvody-praktika/>, získáno 1.5.2019

⁴⁷ Mankiw, N. G. (1999): „Zásady ekonomie,“ GRADA Publishing, edice profesionál, ISBN: 80-7169-891-1 nebo <https://cs.wikipedia.org/wiki/Externalita#Pozitivn%C3%AD>, získáno 1.5.2019

mezi výrobou filmu a výrobou rohlíku. Zatímco rohlík stačí inovovat občas, film se musí inovovat naprosto pokaždé, když se začne s jeho výrobou.

I proto fungují velká americká studia na principu obrovského kapitálu a globální distribuce, protože vývoj je ta nejdražší část, ale vyrobit další kopie již natočeného filmu stojí (obzvláště v dnešní digitální době) téměř nic. Když se však podíváme do Evropy a do našeho teritoria, uvidíme, že žádné subjekty typu amerických studií, tu neexistují (kromě možná snad těch televizních stanic). Průměrná produkční společnost ve střední Evropě vyrobí 1 celovečerní film za rok⁴⁸. Vývoj takového filmu trvá 2 – 5 let (pouze vývoj!). Další měsíce a roky trvá zafinancování, pak další měsíce preprodukce a natáčení a další rok postprodukce. Celkově vzato trvá výroba filmu od první čárky až po premiéru 4 – 7 let. Při této frekvenci není prakticky možné kumulovat kapitál tak, aby každá jednotlivá firma byla schopna vývoje, výroby a distribuce několika filmů najednou. Proto roli ochránce vzali na sebe státy a Evropská unie, kteří sice nezavedli kvóty (vlastně zavedli, ale zatím velmi malé⁴⁹), ale hlavně zavedli systém subvencí na všechny fáze filmu – vývoj, výrobu, postprodukci i distribuci.

Pokud si více vývoju naráz nemůže dovolit průměrná produkční společnost, jak by si tento luxus mohl dovolit začínající filmař bez kapitálu?⁵⁰

Roli amerického studia na sebe tedy převzaly v Evropě jednotlivé státy.

V. Modely filmového podnikání

Kromě již výše popsaných modelů filmového podnikání (studiový systém), se v Evropě nejčastěji setkáme s modelem společnosti, která vyrobí 1 - 2 filmy ročně. Tyto firmy mají své projekty rozdělané a jen zřídka nabírají nové projekty.

Nejčastější model u debutantů se ukazuje jako natočení filmu téměř zadarmo (většina lidí není vůbec placených nebo jen velmi málo). Následování tohoto principu se ale nejedná o podnikání, nýbrž o hobby. A to doslova, ale zřejmě nechtěně. Jak již bylo výše uvedeno, velký počet debutantů bojuje právě s problémem kapitálu a točí se v bludném kruhu toho, že by

⁴⁸ vycházím z vlastní zkušenosti, kdy jsem spolupracoval již se 4 nezávislými společnostmi různého zaměření

⁴⁹ 10% tvorby ve vysílání celoplošné TV v Evropě musí pocházet od evropského nezávislého producenta; Zákon č. 231/2001 Sb., Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, Hlava III, par. 43, (1), <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-231>, získáno 1.5.2019

⁵⁰ „Studie vývoje českého hraného kinematografického díla,“ Státní fond kinematografie, http://fondkinematografie.cz/assets/media/publikace/studie_vyvoj_hrany_final.pdf, získáno 1. 5. 2019

potřeboval vyvinout svůj námět, aby ho mohl zafinancovat, ale na to nemá čas, protože musí pracovat na plný úvazek, aby se uživil, a zároveň soukromé produkční firmy nemají nebo nedávají peníze na vývoj (protože jsou tak malé, že to dělají jen občas).

Tento princip není možné udržet dlouhodobě, protože degraduje celý průmysl. Po pracovnících je čím dál častěji požadováno, aby pracovali zadarmo nebo za velmi sníženou sazbu, ale to jim není nijak kompenzováno (alespoň odloženou platbou nebo podílem na zisku). Tím pádem se těm pracovníkům nevyplatí v oboru pracovat, a tím pádem se nebudou školit či zlepšovat, a to vede jediné střednědobě k velkému úpadku celého oboru.

4. Případová studie – film Můj neznámý vojín

Nejcennější informace, kterou mohu o tomto filmu sdílet, je popis vývoje klíčových aspektů tohoto filmu. V ideálním případě z něj bude patrný jak vývoj v přemýšlení mě jakožto začínajícího producenta a také některé z chyb či problémů, se kterými se setkali i moji kolegové ve velkém výzkumu v kapitole 3.

A. Popis filmu

I. Ranná fáze vývoje

Na úplném začátku vývoje byl námět ukrajinské režisérky a autorky Anny Kryvenko (mojí spolužačky z CAS, FAMU), který vycházel z jejího rodinného příběhu, kdy se dozvěděla od matky, že její prastrýc byl jedním z okupujících vojáků při sovětské invazi v roce 1968. Po návratu domů na do Kyjeva spáchal jako velmi mladý člověk sebevraždu. Následně ho jeho tchýně vystříhla ze všech rodinných fotek, aby rodina zapomněla. Anna Kryvenko chtěla film pojmout jako experimentální esej vytvořenou primárně z archívních materiálů z roku 1968 a dalších. Film ale neměl být o příběhu prastrýce, spíše o obecné rovině, tedy o rekonstrukci emocí okupujících vojáků v roce 1968.

Naše první schůzka se odehrála v lednu roku 2016. Domluvil jsme se s Annou na spolupráci, aniž bych tušil, jak se vykupují práva na archívní materiály, kolik to vlastně stojí peněz, nebo jak takový proces vlastně funguje. Také jsme tou dobou ještě nevěděli, jestli film bude krátkometrážní, středometrážní nebo celovečerní.

Anna film začala vyvíjet na FAMU v rámci svého studia a filmu ve 4. ročníku. Měli jsme tedy všeho všudy 25 000 Kč v hotovosti od FAMU a to bylo vše.

Až teprve na jaře roku 2016 jsme si uvědomili, že v roce 2018 bude 50. výročí od neslavné okupace vojsky Varšavské smlouvy z roku 1968. Dohodli jsme se, že toho faktu zkusíme využít ve shánění výrobních prostředků a distribučních příležitostí.

II. Finální tvar filmu

Distribuční synopse:

Jaký je to pocit, stát se okupantem, aniž byste to měli v úmyslu? Pomocí známých, ale i doposud nikdy nezveřejněných archivů z celé Evropy i Ruska vyprávíme rodinný příběh režisérky Anny Kryvenko o tom, jak vysoká politika ničí životy obyčejných lidí. Teprve před pár lety totiž režisérka objevila rodinné tajemství svého prastrýce, který jako sovětský voják z Ukrajiny okupoval Československo v roce 1968. Při pátrání po osudu svého prastrýce se autorka dotýká témat jako je fragmentace osobní i národní paměti, dědičná vina, výklad historie, mediální manipulace, vztah k dnešnímu Rusku, ale i vztah Čechů a Slováků k cizincům, tedy témat právě v dnešní době aktuálních.

Film měl světovou premiéru 11. 8. 2018 na malém festivalu na Slovensku 4 živly. Tedy 4 dny před slovenskou distribuční premiérou a 7 dní před českou distribuční premiérou, která se konala 18. 8. 2018.

Finální film má 79 minut, tedy celovečerní stopáž. Kombinuje archivy ze 7 zemí světa, dialogy jsou kombinací 3 jazyků (čeština, slovenština, ruština), je koprodukcí 3 zemí – České republiky, Lotyšska a Slovenska a koprodukcí 3 televizí – České televize, Slovenské televize a Lotyšské televize. Film získal podporu národních fondů všech 3 zemích, a nakonec i podporu nejprestižnějšího panevropského filmového fondu Eurimages. Celkový finální rozpočet filmu je 4 975 680 Kč. Celkem má film 8 koproducentů.⁵¹

V kinodistribuci byl v České republice, na Slovensku a v Lotyšsku. Mezinárodní premiéra proběhla na prestižním dokumentárním festivalu DOK Leipzig v Německu.

Akademie múzických umění je jedním z koproducentů, a v konečné koprodukci má podíl 5,13 % z celkového rozpočtu.

Výsledný film je přílohou této práce ve formátu DVD.

Zde je možné shlédnout trailer k filmu: <https://vimeo.com/284962647>

⁵¹ viz příloha finální finanční plán filmu Můj neznámý voják

B. Vývoj filmu z různých aspektů

I. Vývoj režijně-scénáristický

Od začátku jsme věděli, že je potřeba provést co možná nejširší rešerši archívních materiálů, aby režisérka věděla, s čím může ve střihu počítat, a jaké scény může vytvořit. Ještě v roce 2016 režisérka provedla rešerše ve všech dostupných a relevantních archivech v ČR, tedy především v České televizi, Národním filmovém archivu, Národním muzeu, Archivu bezpečnostních složek, Vojenský historický ústav, soukromý archiv Jana Šikla a další.

Po této základní rešerši bylo jasné, že archívních materiálů není dostatek, a musí proběhnout rešerše i v zahraničí. Zároveň si režisérka byla jistá, že musí do filmu také natočit nové záběry, které jsme točili na S16mm filmový materiál kvůli přiblížení se dobovým archivům.

Na to jsme získali prostředky až na jaře roku 2017, a tak režisérka provedla rešerše v Rusku prostřednictvím najatého rešeršisty. V té době jsme již získali lotyšského partnera, a tak jsme mohli provést rešerše i v Lotyšsku. V červnu 2017 provedla režisérka ještě rešerše na Ukrajině. Na konci června 2017 jsme natáčeli právě v Lotyšsku díky získané koprodukcí. Přes léto 2017 režisérka rešeršovala ještě na Slovensku a další zdroje archivů na internetu.

Režisérka zprvu odmítala stříhat se stříhačem, ale nakonec jsme se domluvili, že je to lepší cesta, a tak na podzim roku 2017 začala spolupracovat. Do té doby stříhala sama (cca 6 měsíců).

Od začátku projektu jsem také naléhal, aby režisérka film konzultovala se zkušeným dramaturgem, ale to se reálně stalo až v únoru roku 2018, tedy poté, co jsme film ukázali na filmovém trhu v italském Trieste, kde střih dostal velmi negativní feedback a kreativní tým si nevěděl rady.

V té době nám zbývalo také jen 6 měsíců do premiéry, a tak jsme museli najet na krizový plán. Od února roku 2018 tedy na filmu velmi intenzivně spolupracoval zkušený dramaturg Ivo Trajkov, který pomohl režisérce a stříhačce filmu dát jednotnou formu a učesat jednotlivé tematické bloky, které do té doby nebyly sjednocené.

Díky intenzivnímu střihu a dramaturgické práci byl finální střih hotov na konci dubna 2018. Jenže kromě zvukové a obrazové postprodukce film ještě čekala jedna zásadní akce – tedy podle finálního střihu udělat kompletní seznam střihů archívních materiálů a vykoupit práva na jejich užití. To z počátku vypadalo relativně snadno až do doby, kdy jsme zjistili, že na spoustu materiálu, který nám předtím někdo poskytl, neměli původní „majitelé“ práva výrobce, takže jsme museli vyhledávat autory těch materiálů a také výrobce. Obdobně to bylo s hudbou. Vykoupit se podařilo všechny archivy až teprve týden před světovou premiérou. Celý proces tedy trval celkem 3 měsíce a to bylo ještě relativně rychlé.

II. Vývoj rozpočtu

V počátečním vývoji jsem odhadoval rozpočet filmu na cca 3 000 000 Kč. Bohužel jsem neměl žádnou zkušenost s tím, jak moc jsou drahé archivy, což se ukázalo velmi záhy.

Vzhledem k tomu, že režisérka rozšířila záběr archívních materiálů i na zahraničí a nakonec jsme natáčeli v Lotyšsku, upravil jsem odhad rozpočtu na cca 6 000 000 Kč.

Během postprodukce v roce 2018 bylo jasné, že bude stačit rozpočet okolo 5 000 000 Kč, což je také nakonec finální rozpočet filmu.

Otázkou ale bylo, kde takové (pro dokumentární film) nadstandardní finance sehnat.

III. Finanční vývoj a vývoj koprodukce

Jak jsem již psal výše, začínali jsme s malým rozpočtem na FAMU. Od začátku bylo jasné, že bez podpory národního filmového fondu a České televize (kvůli archívním materiálům) se neobejdeme. Tedy v létě 2016 jsem podal žádost o podporu na výrobu Státní fond kinematografie. Tato žádost byla vyslyšena částkou 660 000 Kč. Ihned na to jsme začali jednat s Českou televizí (ČT), ale ta projekt nepřijala.

Na podzim 2016 jsem se potkal v Praze na workshopu EAVE s mým známým Sergeiem Serpuhovem – producentem z Lotyšska a během setkání mi nabídl koprodukci na tento film. Souhlasil jsem a na přelomu roku 2016 a 2017 jsme požádali o lotyšský minoritní grant, který byl schválen. Z Lotyšska tak na výrobu filmu doputovalo 35 000 EUR (necelý 1 milion Kč). Nicméně tou dobou jsem již věděl, že budeme potřebovat více peněz, a tak jsem se v lednu 2017 spojil se svou známou producentkou Wandou Adamík Hrycovou s žádostí o koprodukci.

Ona souhlasila, a tak jsme v únoru 2017 podali žádost o grant na Audiovizuální fond na Slovensku. Ten byl schválen v květnu 2017 a v té době přislíbila koprodukcí také Slovenská televize (RTVS). Na konci jara 2017 jsme již plánovali natáčení v Lotyšsku (proběhly i jedny obhlídky), a to také proběhlo koncem června 2017. Vzhledem k tomu, že jsme stále potřebovali peníze na výrobu, domluvili jsme se, že podáme žádost o podporu na panevropský fond Eurimages. To se stalo na podzim roku 2017. Teprve tehdy začala s námi jednat ČT o koprodukcí a až poté, co film měl zajištěnou podporu ze 3 zemí a ze Slovenské a Lotyšsko televize, teprve potom ČT schválila podporu a koprodukcí filmu. A na konci roku 2017 přišly skvělé zprávy z Eurimages a my jsme mohli konečně uzavřít financování filmu.

Nečekaný problém ale nastal z hlediska smluvní spolupráce. Lotyšský koproducent trval na multilaterální koprodukční smlouvě, se kterou jsme nakonec souhlasil, ale protože se urazil, že jednání trvala dlouho, odmítal smlouvu podepsat rok a půl! Nakonec jsme smlouvu (naprosto bez jakýchkoli problémů) podepsali na podzim roku 2018, tedy čtvrt roku po premiéře filmu. Problém to byl především vůči cashflow, protože fond Eurimages nevyplatí první splátku, dokud neobdrží spoustu dokumentů vč. koprodukční smlouvy. Musel jsem tedy najít cashflow a vzít si signifikantní úvěr od banky, abych mohl film dokončit. Museli jsme také požádat Eurimages o prodloužení lhůty k dodání dokumentů, protože ta je 1 rok od rozhodnutí (prosinec 2017), a v prosinci 2018 jsme ještě neměli všechny podklady hotové.

Mezitím jsme spolupracovali na bázi deal mema a s dílčími institucemi (ČT, RTVS, AVF, FAMU a dalšími) jsme měli uzavřené bilaterální koprodukční smlouvy.

IV. Prezentace filmu během vývoje a výroby

Už od začátku jsem cíleně hledal možnosti, jak film mezinárodně propagovat. Během jednání s Národním filmovým archivem mi jeho ředitel pan Michal Bregant poradil, že ve Francii existuje workshop zabývající se archívními filmy Archidoc. S projektem jsem se na workshop přihlásil a byli jsme vybráni. Problémem ale byly vysoké náklady na účast (cca 6 000 EUR). Dlouho jsem zvažoval, jestli pozvánku přijmout, protože tou dobou (podzim 2016) jsme měli jen 660 000 Kč od SFK a tedy dát ¼ celého rozpočtu za workshop vypadalo jako bláznovství. Nakonec jsem to riskl a souhlasil. Byl jsem také schopen ještě sehnat další menší granty specificky na účast na tomto workshopu (FAMU, APA). To se ukázalo jako dobrá věc, jelikož jsme díky tomu získali první distribuční kontakty a také jsme film mohli odprezentovat na prestižním festivalu dokumentárních filmů Visions du Réel ve Švýcarsku (duben 2017).

Dále jsem projekt přihlásil na prestižní stříhačský workshop dok.incubator, kam byl projekt také vybrán (květen 2017). Díky účasti na těchto dvou workshopech nám slovenský AVF dal podporu na výrobu filmu. Slyšení je na AVF dvoukolové a v prvním kole si nebyli projektem jisti, ale na druhém kole jsme jim přednesli novinku na účasti na dok.incubatoru a podporu nám dali.

Poté jsme film prezentovali na festivalu v Karlových Varech v sekci Eurimages Lab (červenec 2017), kde bylo možné vyhrát 50 000 EUR. Cenu jsme nevyhráli, ale už tam si nás všimli lidé z fondu Eurimages. Dále jsme dostali možnost film prezentovat na trhu Baltic Sea Docs v lotyšské Rize (září 2017) díky lotyšské koprodukcí. Zde se s projektem seznámil jeden dokumentární expert z Dánska (důležité pro další vývoj).

Dále jsme mohli film prezentovat (střih) na Last Stop Trieste (leden 2018) v rámci industry aktivit italského koprodukčního trhu When East Meets West. Zde jsme dostali negativní feedback a strhlo to vlnu, o které jsem psal výše. Nicméně zase jsme projekt prezentovali významným expertům z řad festivalů a dalších.

A posledním místem před premiérou, kde jsme film prezentovali, byl koprodukční trh East Doc Platform (březen 2018), který se koná v Praze. Zde jsme se setkali znovu s oním dánským expertem, který nám prozradil, že právě on dával posudky na tento film pro Eurimages, a tak i díky němu jsme podporu vlastně získali.

C. Distribuce

Pro následující distribuci filmu se ukázalo, že bylo klíčové se účastnit trhů a workshopů popsaných v sekci B IV.

I. Světová premiéra

Světová premiéra proběhla 11. 8. 2018 na slovenském festivalu 4 živly. Film jsme dokončili teprve 4 dny předtím! Kvůli finalizaci postprodukce a zdlouhavému procesu získávání práv na archívní materiály.

II. Kinodistribuce a TV release

V ČR a SR následovala kinodistribuce od 15. 8. (SR) a 18. 8. 2018 (ČR) kvůli blížícímu se výročí a také kvůli faktu, že jsme museli ČT a RTVS slíbit, že budou moci film odvysílat na den 50. výročí, tedy 21. 8. 2018. Udělali jsme tedy formu day-and-date distribuce, kdy jsme skoro ve stejný čas film zpřístupnili v kinech, v TV a na internetu (DAFilms). V ČR vidělo film v kinech 2 5000 diváků a v SR 600 diváků, což se dá považovat za úspěch pro experimentální dokumentární film.

III. Festivalové uvedení

Dalšími festivaly byly prestižní dokumentární festivaly v Jihlavě a Jeden Svet v Bratislavě (podzim 2018). Mezinárodní premiéru měl film na prestižním festivalu DOK Leipzig v Německu (listopad 2018), kde si film okamžitě vyhlídli selektoři na další prestižní festival Docs Against Gravity v Polsku (konání květen 2019). Zároveň film vybral festival v Trieste, kde jsme rok předtím film prezentovali.

Dále byl film uveden na dalších prestižních festivalech v Evropě – ZagrebDOX, Beldocs, DOK.fest München a další. Na festivalu v Záhřebu film získal ocenění – Zvláštní uznání v hlavní soutěži. Jak jsem se poté také dozvěděl, tak v porotě festivalu byl onen dánský expert, kterého jsem zmínil již výše, a on se přiznal, že díky němu film získal i toto ocenění (nejen podporu Eurimages).

K dnešnímu dni byl film uveden na 15 festivalech v Evropě a na dalších film bude uveden ještě během roku 2019.

5. Závěr

A. Shrnutí výzkumu potřeb a problémů začínajících profesionálů ve filmovém průmyslu v rámci zemí regionu střední Evropy

Z výzkumu jsme získali základní odpovědi na původní otázku. Jakým konkrétním úskalím tedy musejí začínající profesionálové čelit? A jak jim lze prakticky pomoci uspět na trhu zemí střední Evropy?

Když shrneme hlavní problémy, kterým začínající profesionálové čelí, zjistíme, že jsou prakticky tří druhů. První druh problémů je spojen s financováním debutů. Druhý druh je spojen s distribucí debutů a třetí druh je spojen s neznalostí trhu, respektive se špatnou edukací.

Každý z těchto druhů problémů je řešitelný, jak na úrovni centrální (vláda, EU), tak na decentralizované úrovni (právě edukace nebo vznik různých platforem). Ideální by ale bylo, aby tato řešení začala „zespodu“ tedy právě od začínajících profesionálů. Změny pak mohou mít delšího trvání a mohou lépe reflektovat potřeby začínajících profesionálů.

Zde uvádím několik návrhů, jak zlepšit situaci nejen debutantům, ale celému filmovému oboru.

Předně by velmi pomohlo, kdyby byli začínající profesionálové lépe vzděláváni v tom, jak trh pracuje, jaké jsou možnosti distribuce a financování, a jaké všechny subjekty na trhu fungují, a jaké jsou jejich kompetence. Také by měli být edukováni ve formách byznys plánů a možnostech rozpočtování a finančních nástrojů. Např. aby autoři věděli, že pro ně může být výhodné požadovat podíl na zisku, za jakých podmínek a jak toho dosáhnout při jednání s producenty. Pravděpodobně i větší osvojení marketingového chápání a uvažování by jejich projektům prospělo.

Dále by bylo velmi šlechetné si přiznat právě rozdíl mezi hobby a profesí. V případě, že se chce začínající profesionál natáčením filmů živit, měl by si zkusit realisticky naplánovat kariéru s ohledem na možnosti, které trh (a grantový systém) poskytují.

Další věcí, která by začínajícím profesionálům pomohla, by bylo určité odosobnění od látky, kterou zpracovávají. Ve filmu jistě nechávají kus sebe, ale primárně ten kus chtějí (nebo by měli) poskytnout (cizím) divákům.

Zavedení profesionálové by měli více vnímat debuty jako přirozenou součást firmy. Jinými slovy je potřeba přivádět nové talenty na trh i do firmy. Souvisí to především s potřebou inovace, která je chtěná i od diváků.

Začínající profesionálové by mohli lépe vybírat témata svých filmů. Např. kdo jiný by měl točit o mladých lidech pro mladé lidi? S tím souvisí i to, že by nemělo být standardem, aby režisér debutoval na prahu třicátého roku svého života, ale pokud možno, i o 10 let dříve.

Edukací by také mělo dojít k pochopení individuality na obou stranách. Každý producent, distributor, sales agent, ale i festival nebo fond je zaměřený na jiný druh tvorby a má jiný vkus. Tedy hledání toho správného partnera je také otázkou vytrvalosti.

Další možnost skýtá pole distribuce. Nejde jen o rozvíjící se trh on-line distribuce, ale především fakt, že můj film nechce žádný distributor, by neměl bránit v tom, aby si film debutanti distribuovali sami (což se tak nakonec často i děje). To ale otevírá prostor, aby se takový člověk (nebo vícero) na distribučním trhu etabloval. Zřejmě není ještě nasycený.

Nejdůležitějším, ale zřejmě nejtěžším doporučením, je pochopení principu, který právě následují americká studia, která mají rozpočty na výrobu stejně velké jako na propagaci. V Evropě existuje „fetiš“ výroby – jinými slovy film vždycky vyrobíme, z toho máme výrobní fee, ze kterého firma reálně žije, a protože už nepotřebujeme distribuovat, jdeme vyrábět dál. Tím se degraduje i kvalita filmů, protože cílem není vyrábět jen ty nejkvalitnější (nejlépe vyvinuté) filmy, ale cílem je prostě vyrábět.

Nejdůležitějším poznatkem ale je, že případné změny mohou být opravdu přínosné pro všechny zúčastněné strany – jak pro začínající profesionály, tak pro etablované profesionály, ale i pro ty nejdůležitější, tedy diváky.

B. Shrnutí případové studie

Během vývoje a výroby filmu jsme měli několik kreativních i producentsko-finančních potíží. Kromě cashflow, zablokovaného producenta, jsme měli také problémy se získáváním práv na hudbu a archívní materiály. To vše způsobilo extrémní problémy během dokončování filmu, protože jsme měli velmi málo času, a i do TV jsme film dodávali prakticky 10 dní před vysíláním, což samozřejmě TV nesly velmi nelibě.

Naivita pramenila především z toho, že když jsem začal pracovat s archívním filmem, myslel jsem si, že to bude relativně snadná záležitost. Velký opak byl pravdou. Tolik starostí a stresu by člověk neměl snad ani u hraného velko filmu. Po prodělané zkušenosti si myslím, že byla chyba se pouštět do takového filmu bez znalosti prostředí (a cen) archivů a bez znalostí koprodukcí s TV nebo s mezinárodními partnery. Ideálním stavem by bylo, kdyby mě někdo v této situaci vedl. Problémem ale také bylo, že alespoň v ČR nemají producenti moc velké zkušenosti s archivy ve filmu a prakticky po této zkušenosti se na mě hodně lidí obrací s žádostí o radu. Tedy možná to vedení ani z části nemohlo být. Každopádně problematiku cashflow nebo jednání s koproducenty a další právní aspekty jsem se mohl naučit od zkušenějších kolegů.

Zajímavé také je, že jsme koprodukční partnery nenalezl na koprodukčních fórech, ale znal jsem je už dopředu, jen jsme spolu předtím nepracovali. Tohle byla naše první spolupráce.

C. Závěrečné úvahy a doporučení

Z výše uvedených analýz pro mě jasně vyplývá, že mezinárodní koprodukce vlastně do školy nepatří. Může být asi výjimka, když koprodukuje 2 školy např. absolventský film (to se děje občas s FAMU a VŠMÚ na Slovensku), ale studenti by se neměli pouštět do riskantních a složitých operací jako je koprodukce se zahraniční TV nebo Eurimages. Je fajn, když tyto možnosti přinesou možnosti navýšit rozpočet filmu, ale na druhou stranu existuje určitý limit, od jakého rozpočtu se vyplatí mezinárodní koprodukci plánovat a realizovat. V rozpočtu totiž musí producent mít rezervovány prostředky na překlady, mezinárodní právo, tvorbu smluv, mezinárodní účetnictví, pokrytí cashflow, atp. Tyto náklady ale tvoří stovky tisíc Kč, což jsou velmi signifikantní částky pro rozpočet o pár milionech Kč.

Z hloubkových rozhovorů se zavedenými experty vyplývá, že jim bohatě stačí vidět krátké filmy autorů, aby posoudili možnost spolupráce na debutu daného autora. Tedy není ani potřeba se nezbytně snažit o natočení celovečerního debutu již na škole. Mělo by stačit absolvovat školu s krátkými nebo středometrážními filmy.

6. Seznam použitých zdrojů

Zákon č. 231/2001 Sb., Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, Hlava III, par. 43, (1), <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-231>, získáno 1.5.2019

„Studie vývoje českého hraného kinematografického díla,“ Státní fond kinematografie, http://fondkinematografie.cz/assets/media/publikace/studie_vyvoj_hrany_final.pdf, získáno 1. 5. 2019

Texty k úvodům do oboru produkce, J. Kallista, FAMU, <https://www.famu.cz/cs/studium/uvody-praktika/>, získáno 1.5.2019

Mankiw, N. G. (1999): „Zásady ekonomie,“ GRADA Publishing, edice profesionál, ISBN: 80-7169-891-1 nebo <https://cs.wikipedia.org/wiki/Externalita#Pozitivn%C3%AD>, získáno 1.5.2019

5 největších amerických filmových produkčních a distribučních společností; https://en.wikipedia.org/wiki/Major_film_studio, získáno 1.5.2019

Ha-Joon, Ch. (2002): „Kicking Away the Ladder: Development Strategy in Historical Perspective: Policies and Institutions for Economic Development in Historical Perspective (Anthem Studies in Development and Globalization),“ Anthem Press, ISBN-13: 978-1843310273

Audiovizuální trh v ČR, Reprezentativní pohled na současnou populaci, str. 37, výzkum zpracovaný pro APA, http://www.asociaceproducentu.cz/img/prispevky/VYZKUM_AUDIOVIZUALNIHO_TRHU_PREZ.pdf, získáno 1.5.2019

Systém filmových pobídek v ČR, <http://fondkinematografie.cz/filmove-pobidky/>, získáno 1. 5. 2019

Public financing for film and television content, The state of soft money in Europe, A report by the European Audiovisual Observatory, Council of Europe, <https://rm.coe.int/public-financing-for-film-and-television-content-the-state-of-soft-mon/16808e46df>, získáno 1.5.2019

„TOP 50 filmů za rok 2014,“ UFD, <http://www.ufd.cz/files/clanky/top50adm1412c.xls>, získáno 1. 5. 2019

Diplomová práce „Debuty v mezinárodních koprodukcích“, str. 43, MgA. Kristýna Michálek Květová, 2018, AMU Praha

Krátkodobá koncepce 2019, Státní Fond Kinematografie, https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/H/Koncepce/KK_2019_text-brezen.pdf, získáno 1.5.2019

The legal framework for international co-productions, kap. 1.4, EAO, IRIS Plus, 2018, <https://rm.coe.int/iris-plus-2018-3-the-legal-framework-for-international-co-productions/168090369b>, získáno 1.5.2019

Council of Europe Convention on Cinematographic Co-Production (revised), Preamble, Council of Europe, 2017, <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/220>, získáno 1. 5. 2019

Mary Harrod, The Europeanness of European Cinema: Identity, Meaning, Globalization, Diplomová práce Debuty v mezinárodních koprodukcích, MgA. Kristýna Michálek Květová, 2018, AMU Praha

Štruktúra podpornej činnosti Audiovizuálneho fondu na rok 2019, VP AVF č. 5/2018 v znení zo 16. 4. 2019, 3. Programy podpornej činnosti Audiovizuálneho fondu, Program 1, Osobitné priority v podprograme 1.5, http://www.avf.sk/Libraries/Struktury/Struktura_podpornej_cinnosti_2019.sflb.ashx, získáno 1.5.2019

European Audiovisual Observatory, <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/>, získáno 1.5.2019

Statut Státního fondu kinematografie, SFK, ve znění účinném k 3. 5. 2017, 7.6.10.1, <https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/Honza/Zm%C4%9Bna%20Statutu%20St%C3%A1tn%C3%ADho%20fondu%20kinematografie%20ze%20dne%203.%20kv%C4%9Bna%202017.pdf>, získáno 1.5.2019

Aide aux cinémas du monde, CNC, Spending obligations, https://www.cnc.fr/web/en/funds/aide-aux-cinemas-du-monde_190870, získáno 1.5.2019

Funding Films, Medienboard Berlin Brandenburg, <https://www.medienboard.de/en/film-funding/funding-films/>, získáno 1.5.2019

European Convention on Cinematographic Co-production, Council of Europe, 1992, <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/090000168007bd2d>, získáno 1. 5. 2019

Zákon č. 496/2012 Sb., Zákon o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (zákon o audiovizi), účinnost od 01.01.2013, <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-496>, získáno dne 1. 5. 2019

Zákon č. 121/2000 Sb., Zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), účinnost od 01.12.2000, <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>, získáno dne 1. 5. 2019

Bernard, J., Frýdlová, P.: Malý labyrint filmu, Praha: Albatros, 1988

„Premiéry v českých kinech od roku 2000,“ UFD, <http://www.ufd.cz/prehledy-statistiky/premiery-v-ceskych-kinech>, získáno 1. 5. 2019

7. Přílohy

A. Rozhovory se zavedenými profesionály

M – Michal

R - respondent

VN860056.MP3 – Polish Sales Agent

M: Well, hello.

R: Hello.

M: Can you please just tell me who you are – like your position and even your previous experience? Because I have heard you are doing sales for four years.

R: Well, I run a sales company called Europe Film Sales, and we are based in Poland, in Wroclaw, and we work with international content and I set up the company in January 2010. We started as a short film sales company, and that's what we did and exclusively for around three years, and then, like 2012 we expanded into a feature as well. So, since then, we also work with features and shorts. We work with international films – we have Polish films, but also, Belgian, Norwegian, Icelandic, and American.

M: Usually European...

R: Mostly European, but we also have quite a few independents some films from Latin America as well.

M: Okay, and what is your experience with debuts/first-time directors?

R: I mostly work with first-time directors – first and second.

M: And why do you work almost with first and second times directors? Is it a coincidence or do you feel the ambition or something?

R: Ehm, in a way it's easy to get the directors into if there is a project, that is done by a really established filmmaker, than it's usually hard to get it. So, we want to get the relationships early, spot the talent, when it's still kind of available, and then follow it, you know. Help introduce them in the market, that's what we like doing. We like introducing new names to the market, basically. Cause, that's how our contacts, our network, our expertise.

M: So, it's connected with the moment, when you are kind of young company, basically?

R: Uhm, yes, but also, ehm, it's less risky, you don't have to get, ehm, because you can be a young company, but still with a kind of access to money and throw it around the market, which we don't do, you know, so, we are not in this kind of MG, playin' game, which is, you know, it can be a kind of very destabilizing for the company.

M: Of course. Okay, so, what are the criteria for choosing the project? I mean, of course, it's a kind of tough to say, it's a complex...

R: Good Question! First of all, it's a matter of taste. So, I have to like the film, I have to like the project. Usually...

M: And is it only you? Because I know, that you are four in the company.

R: Yeah, we are four in the company, but acquisitions are almost on me.

M: Ok.

R: And, you know, the idea is that we want to work with interesting voices, usually based on the previous shorts films that they did and previous films that they did. And the story itself - if I just think that I would like to see that film and, you know, and I can think about

anybody else to see that film, than is interesting. We do a lot of... We monitor the market, really close, so we try always have, you know, key-studies on everything, that's happening.

M: Okay.

R: And to compare those films to something that is already on the market, and has relative success, so that's what we do.

M: Okay, and can you see, like a kind of segment on the market, which is interested in, let's say first-time directors? Like fresh talents?

R: Well, that's mostly festivals. I mean, there is a whole range of festival, which are specialized in spotting first-time directors, so a lot of competitions are only for first/second-time directors – many, many festivals – like Rotterdam, for example – they would only select first and second films for the competitions, and also, you know, Semaine de la Critique at Cannes and some other places. So, there is a special space for those people, which also makes it easy to play the films. We don't compete with the big names.

M: Okay, but is it makes sense economically? Because, if you have a film in Cannes, you cannot require fee from festival, so you have to make money, somehow?

R: Yeah, I mean use the festivals as the platform for promotion, basically, you know, so, we use the film to presented in the market, and then we do the sales. With some films we make money at festival, with some in distribution, sales. So, it really depends on the project. You know, ideally I would have both, but obviously I will not ask Cannes for screening fee, you know.

M: Yeah... And can you see if the first-time directors are mostly film-school graduates or they are also coming from different backgrounds...

R: Mostly, obviously. Most of them yes. But we have a couple of people, who are self-stood, and they are successful as well.

M: How did you get those people, for instance?

R. Throw festivals. Because we have also a very good network of programmers that we work with them when we place the films, than if they see an interesting stuff, they recommended to us. And you know, whenever they line up. We are also on the market.. So, you know, we are... ehm, you know, people also find us – some producers have a film, they can email us, or call us... It's meant of coincidence as well, but obviously, we want to ... We position ourselves as a kind of small, but kind of strong and specialized sales agents.

M: Okay, and speaking a lit bit more about criteria, what are important for you. I meant you said you must love the the movie, of course, but is important, let's say, the person of director for you - for example, he is a freak and he could be, like you know what I mean

R: Yeah, of course. For me, the personality of the director is important, for business relations I need to be really comfortable with the producer. The producer, where I really have to have a very good understanding with, you know.

M: You work also with young producers?

R: Yeeeah.

M: Like first-time, second-time...?

R: Yeah, I mean, uhm, I'm not against that, I just thinking, if we have experiences like this.. but you know, it depends how we find it. You know, I go to lots of markets, Berlin Coproduction Market, Torino, places like that, you know there is a talent pool and you just get to know people and they recommend you each other, all the time. That's how it works.

M: But, you said it, that you are not involved at MG stuff, which I translate that you never require movie before it's shot or even done, I mean, that happened to you?

R: No, MG does not do anything with the stage of the film.

M: Okay.

R: So I can have a finished movie with MG or unfinished film with MG. It doesn't matter. For me, it's a relationships, so when people get involved it's not for the money, it's for the relationship, for the experience, of the sales. Sales, are there to make a money. And, you know, it's people only what to work because of the MG, I don't work with this kind of people. I want to work with people they like me and believe in my kind way of business and if there is no trust than there is no way, no reason work together.

M: But is a possible for first-time director be receptive by the story?

R: What you mean?

M: That you get involved in the script stage, you know. Before really shooting. I mean for real, not a letter of intent...

R: That's probably less likely, because it's a high risk situation and because we select very very little films. For example

M: Let's say, it can be based on his short movies, you know? You watched...

R: You can see a little bit of a style, but that not guarantee, that the film will be good. We have two films this year where it's really kind of coherent, the guy is really. You see his short films and you know he is the same guy. It doesn't have waste that it happens a little bit, ehm, sometimes it's totally confusing... If you can really see the shorts made in a very conscious way... But they are not many short films stand out, like this, the specific style.

M: Okay, so I assume, that you mainly acquire movies or getting in touch of this first contact with the producers and the directors with those „work in progress“ sections at festivals?

R: I keep in touch on the front stages of the project. You know I go to pitching sessions, I know this will be ready in two, three years, so we keep in touch, an I know what's happening and I know where there is a cut, they sent it to me.

M: So, you what to get involved in a raff cut or polished movie, let's say?

R: I mean, usually, raff cuts are interesting for me, to see.

M: Is it important for you how big the production was? Like if it was like 200-500k Euros or 1 mil Euros?

R: It doesn't matter.

M: Okay.

R: It doesn't matter at all. Some of the best films we have made for 50k, you know...

M: And can you tell a number, how many projects are producers approaching every year? Because you mentioned yesterday like 6 features films...

R: Ehm, mmm features and shorts or just features? I think, features about 200 hundreds a year, and another 200 shorts... Almost everyday I get something.

M: Okay.

R: Plus lots of projects where I go to - I go to a pitching market, and than I hear about 20 or 50 projects, right? That's separately.

M: Okay, and when you said you are not much involved in the endgie stuff, what does it mean concretely? It means that you want to more work on share bases with producers or you are not that much after money or even the movie is finished, let's say or something...

R: I mean this part is a different to sales agents as well. Because we share every euro with the producer in the beginning. So I don't recap my costs, so I think we offer very fair deal to the producer, very transparent, so they don't have a risk of - you know, when the film sales and the sales agent expensiv are so high that you don't see any money in the end of it. We don't do that. We always know, ho much you will get with us, but we will not pay you the money in front, so it is really up to you, if you need money from the sales agent to finish the film, I understand that, but if you don't, if your financing is secure, than I think, we have a good deal,

you know. Because you don't wait for the money for ages and not frustrated than you always see money coming and...

M: And the cost - you make a budget for, but you mentioned that you don't...

R: We have a P&A budget, let's say a marketing budget for the film, of, let's say, 10k Euros. So what we agree on is that the first 20k comes in we split 50:50, so you see 10k coming, I regub my costs, and that a percent drops. So than I go 25:75, or something.

M: Okay, 25 for you, 75 for the producer.

R: Yeah. You know, that way I recover my costs by you – so money come with the first invoice, and than, you know, like we have relationship. You always see money – you don't wait fro two years, and what the fuck is Jan doin', you know? Even if it is a thousand Euro, or something. It's a transparency thing.

M: Okay. And can you tell after year, let's say a year, you have a successful feature, you went to Cannes, but it's to early to speak ? Can you give a tip how much actually producers recoup?

R: No.

M: On average?

R: There is no average. Every film is so different in the market. So, different – for example: I had a black and white polish film which launched in the same tame as Ida, you know, and we sold 12 countries, for like a symbolic MG, maybe, you know, like 5k here, 5k here... And Ida the same time won the Oscar and made 3 millions in US box office. But you cannot compare. An average between those two films: black and white polish films on average make 1.5 millions box office in the US, but actually, it is because of Ida made3 and we did zero.

M: Okay, but is there what you can at least minimum expect?

R: It's a tiny, tiny, art house film that will do like 50 festivals, and maybe 3 sales than is probably 20k Euros.

M: Like a total or a part of producer?

R: That's a part of producer, 20k and if it's film which is few good, very audience friendly, absolutely beautiful, really kind of has a commercial potential you can have a half million Euro.

M: Yeah, it can be a lot, of course. Okay and last few questions: Do you think that actually bigger professionals have problems these days in Europe?

R: I think it's actually easier. I mean ...ehm... making films become cheaper, so it's easy to make a film, it's more difficult to distribute it, because it's a huge competition in the amount of films, that's the problem but actually to get film founded and get noticed, there are so many workshops, so many kind of script labs, places like the studio and the are just events put a brand new spot light on you, even if you are kind from nowhere, they organize, they believe in you. The use the reputation to built your brand, and honestly I don't see, if I look at Poland, big producer can get same much money as the first-time producer if it's the project good.

M: Okay.

R: Nowadays are different. It's more about the project than the size of company or the experience.

M: Okay., and lets say you refuse the big majority of the project coming to, so do you think what the others missing mainly, and why you don't consider them?

R: I think, most of them don't have a target audience.

M: Like they didn't exist or they don't think to have it or something...?

R: I just think they, you know, most of these film are just made for nobody.

M: Okay.

R: They are made for the director himself, does he have a range of saying something, but nobody cares about it, often I ask my self “Who would watch that” I just think – nobody. And Yeah, that’s a tricky bit.

M: So, actually really connected to the story? It’s not that much about director style or... strategy...

R: Yeah. And honestly sometimes is ok, if I think the films is really interesting but very difficult, it is okay, there is an alternative road, there is special audiences, we have lots of films Rotterdam, kind of experimental sections of big festivals, and those films find market, or... EHM... and so they have life, a very nice life, mostly festivals, but in the same time it’s really... ehm.. there is no formula for the each film, it doesn’t fit everybody. And we always try, for example when it’s difficult, and can’t find audiences, and if it is interesting for me, than we can still do it. But than you just don’t expect 50 sales, you know.

M: Let’s say, studio is good for that, because, there is lots of directors and producers. Do you think that this could be a problem actually? People from school, mainly the authors, like directors, cinematographers, writers, they have a false exactions from the whole market.

R: I don’t think they ask any questions about the market at all, you know?

M: So, do you think, it can be improve by education studio, let’s say?

R: Yeah, I mean that’s why we create the studio, five years ago. Because the idea wasn’t about the artistic site, it’s about the market site. So really involved people into the market. And shows them the whole distribution, like what festivals, how festivals work, how do you network, how do you make friends, all these thinks – how do you make friends not in pushy way. That’s all about.

M: I really like actually. Because I feel like the same. And actually the question was also about the thank you, because it’s enough.

VN860060.MP3 – The Director of a Public Found

M: Hello.

R: Hello.

M: This is a recording the interview for the research about young filmmakers, and I would like to ask you what is your position and previous experience in the film industry?

R: I am a director of a public found and my previous position was a project manager in the found. That one, and the previous one before as well, in the differed founds.

M: Okay. And do you have some experiences with debut movies, first/second-time directors...?

R: Yes.

M: Okay. And how would you definite a debut movie, if you would have define it – just by a director or producer or... Because sometimes happens, that the director is local, small budgets, it doesn't have an ambitions to go, but maybe the second one maybe wants to go international, you know what I mean...?

R: How I definite the first-time director? Normally, I consider a first-time director and director who is doing for the first time a long length feature. So the director has had a log length documentary, a cinema documentary does not count. We consider that as before the first long length feature. Fiction. That's the way always deal with, yeah.

M: Okay. And you said debut movies – since you are in found, you accept the project proposes, right, or coproduction proposes and they are producers attached. Do you also consider or do you take projects of debut producers? Or just with a previous experience, let's say...

R: Yeah, in the found we don't have a specific rules on. If you are a first-time director you need to have s experienced producer. We don't have that. You could. In theory, have a first-time director with first-time producer. Now, it's very rare, that happens. Normally, what we receive, if that happens – sometimes it happens, that you have a first-time director and the producer does not have lot's of experiences, but the DOP was extremely experienced professional, that was somehow a couch or help the director and the co-producer was established as well. So, the package together we eshore as relevant since we become to the debate in financing process, I mean the other financials did film before. That we eshored as well. Something, we don't like, talking about the first-time directors, is they don't made a no shorts before or documentaries. So, based on the fact that he or she is a good script-writer for instance and he or she want to make his or his first feature without having prove that he can direct actors or control the movement of the camera than we normally don't take the risk at that level. It's no in the regulations, but it happens very rarely.

M: Okay, I can imagine that is a bit strange, of course. In my position it may can sound strange a little bit, can you see a some kind of segment of interested people in debuts? I mean - can you see the profile of the people – are they school graduate, are they still studying or do they come from totally different backgrounds or do you have such data or can you tell? Are they from TV, advertisements, as you said documentary maybe sometimes or it just doesn't matter and you just looked at project...

R: We really look at the project in reality. Because in our found the come from different counties, and different traditions are in different countries – first-time directors have really work a lot in advertisings, for instance. And they come to the film throw the carrier, it depends on

traditions coming from different countries. And we don't have rules based on the found – we have to be able to welcome filmmakers coming from so many different territories, if we have rules we would risk to keep somebody out and we don't want do that. So, on base on my experience I would say the creators are majority coming from the film schools. And they have a least one short, very least, one short as they graduation film from film school, before they do their first feature. But statistically I would say that a least of two shorts before they come with a long-length proposal. We also had older people, they worked as professionals for a long time in another roles, and than they write it in the middle of their carrier, or sometimes in the end of their carrier – they decide to make their film of their live. And we have no prejudice. We judge on the project, and on the package is convincing we go for it.

M: Okay, speaking of package, you are speaking about other criteria are important for you to decide for or against the proposal. So far, you don't do like all representation of the project right? So it's just the paper work and video images submitted... So than you can't judge on the personality of the director, but you can judge by the synopsis, treatment, by maybe, mood boards or something. What do you require or what do you think is good to...

R: What we ask is, of course the obligatory of the script, and the as we arriving in the end of financing the process, the script is normally – we call it the final version – there is no such thing as final version because you keep on changing in the editing room as well, you know, the shooting version, somehow, and some of the project are really starting the shooting when they come to us, so there is the final version'.

M: And that's possible?

R: Yeah, up to 50 % of the film. You can make a 50 % by the time before we made the decision. Otherwise it would be post-production support, that's not exactly what we want to do. We need the script, we only ask obligatory the synopsis and, the most important part, the note of intension of the director. The note of intension the director as important for as the script. Because it tells you everything, that the script does not tell you, I mean, moving of the camera, light, color, the atmosphere that he or she want to create, anything that the script does not allow to understand, because you make your own film when you read the script and it's only in the light of the explanation the director is giving you throw the not of intention, than can understand

the style he wants to give, the flavor to the film. The previous film are not the obligatory, but I can tell you if you don't send the previous film to us, there is no chance you can be supported. We receive films from so many different territories and countries that the director well-known in one territory and perfectly unknown in another territory. They don't understand what sensitivity the director has the entire world his or her world has, we need to see images and anything I told until now is written. So, we try to get close as possible... We don't do the interviews. But the director and producer can do videos and send it to us. Nowadays it's very easy to do.

M: But not live, pre-recorded or something...

R: Yes, recorded. We cannot do it live, because our decision process is very complex. And we only have 25 minutes per project and the selection committee is on relation bases. So, it is like I'm running a military system, basically (laugh). Everything is scheduled, and it has to be presided or otherwise it would be a big mess. And since we changed the destinations for every meeting having the producers, directors to see us would be very costly, and would be discriminatory for those, producers and directors who are from not established countries which are not exactly very wealthy. And that's not what we want to do. We won't treat the directors and producers who come from very disassembled edge countries, just like anybody else, and we want to touch the quality and originality of another site of the story and not the ability of director to do the show in front of us.

M: Okay. And this is the same for the producer's package, let's say? Budget, the financing plans, and then the distribution plan and how you judge also the reality – if it is just papers, how do you check...

R: We evaluate the package if the producers made the note of intention, we take a good care about that. But since we are in the end of financing process, the shooting schedule the financing plan, and the budget has to be coherent and we have a team of 20 people – my team is like auditors. We recomposing the project and make sure that the project is nearly fully financed, we arrive at the end of financing process, we ask the evidence of financing. So for instance – if you said that, for example, Canal+ committed to your project, you give us a letter of intent or a contract or if they have been unable to provide you with a written evidence, we call them on the phone. In a found we have a direct access to all the televisions in Europe – we have them the direct phones and e-mails, and so on and we have a double-conformation. As far

as the public support the national representatives are working for the funds, most of them, or I have direct access to the information, if a letter or contract can't be provide it and sometimes public institutions take time before they actually sign the contract, they take a time after the decision have been made, and if we are in that window – the decision was made and the contract wasn't assign yet, an we would be somehow paralyzing the filmmakers we wait until such time as the the contract has made, and the film has been shot, after a couple of moths. So we call them on the phone or we have the nation representatives, for instance for the Czech Republic it can be the television, Zuzana works for the television... But you know, we have a direct access, and we are financed by them anyway, so it makes no sense to pick-up the phone. So, the package is important and it's important as a script.

M: Okay. And now regarding the begging filmmakers, the debut movies, we established that it's first feature fiction movie, in this kind of the sense the director or producer possible. What do you think are leaking nowadays debutants. Can you take what is the percentage of the movie supporting? Is it like 50 % 20 %?

R: I can't tell you the percentage. The only thing I can tell you is there has been very polemics, in our found for many years. Whether we should be resaving the budgets to first-time directors or not? And until now we haven't done it, because when you reserve a part of the budget for a category film like a first/second-time directors, the fact you have money implies that you going to spend it – even thou the film doesn't deserve it. And we try to remember that there are public money, and should be use for the quality and not for categorizing. So, we keep it together, with more established directors, and there are deadlines of call for projects in which we have a few firs-time directors supported and other when we have nearly half of films which we supported is first-time directors. Which creates lots of problems, because supporting those films means, that you not support more established directors and more established directors and their producers felt offended by the fact we've get a priority to Mr. od Missis Nobody to compare to more established directors. And we have things on the papers, is refusing and it has lots of polemics surrounded with lots of polemics. But the argument we give is true – it sound hypocritical, but it's true: we judge projects, not the people. And if that famous director does not give us a full develop script, we not supported him or her. Or if the script is so obscure, that you know he or she have perfect films in their minds, but we don't know what it is. And that create lot of polemics, even personally.

M: But can they re-apply?

R: No. Only one shot they have.

M: Okay. And regarding the debut movies do you think here are some problems in the Europe, or maybe in the region which I want to refer, like Central Europe, do you think, that there is a small number of debut movies or even big number of debut movies, or maybe an average number of first/second time directors, but they lack some quality like script, dramaturgy or money maybe..?

R: I have to say, we don't have so many directors from that region. We have many first-time directors from other regions. But that depends a lot of different sources, first of all the ability of the film school, to work with the found that somehow it fulfills the development of support the first-time directors. So, basically, we are in the end of the process, so if they not come to us, because they are blocked, somehow.. I don't think that there is a problem in the region, but we receive I see a normal consequences. The classic problem with first-time directors you find in every first-time director in general, are two: first, it is the overwhelming – that the first-time directors puts in the whole world, in his or her film. So, there is too much and too much sometimes kill the project, because it's risk, because you putting too much into it or it becomes so personal that you wonder the director has a ability to take the distance make the audience a relationship, I mean it's become the psychotherapy. Which is fine, because lots of directors do that, in otherwise we wouldn't have a cinema, if you didn't accepted that, but it has to talk to the audience. And yes, it can be the first-time director, and yes, it can be a psychotherapy, but it has to create the emotional link.

M: Than usually you judge from the note the intention?

R: The whole package.

M: You can have this feeling from the whole package?

R: Yes.

M: Okay. And does it happened often, that somebody is trying to not even necessarily lie, but giving incorrect information and than you call the institutions and they tell you something different...

R: No, it's very rare. Because as I said before, we arrive in the end of the process, you cannot keep lying during the whole financing process, somebody will stop you before you reach us. And we have a luck that we request a least 50 percent of the financing being placed in each territory and they have more chances if there is more than that. It means the project risks we receive are besters produce in each territory somehow. There are project before they get to us, and those are lie are stopped before, somehow. So it's very very rare. And no first-time directors are not the liars. Actually the are in so insecure that they put their whole live that's the other way out actually. Say, it's even.. If we say no, it's a big disaster, the life has take somehow... I don't see the problem with that at all.

M: Okay. Could you have some concluding marks some ideas about general problems of t debuted filmmakers or something like that? Maybe there are too many in the market...

R: I think there too many films, in general. Too films meaning...

M: Maybe there should be more competition in the distribution strategy...

R: Well, they I don't know if I can give an advice to filmmakers, but the only thing I can tell based on my experience is that if the idea is strong, the idea will survive, do not give up with your original idea meaning, what I see to often, is filmmaker are pushed from one direction to the other direction by other people, they give them an advice. And the original story, sometimes it's very personnel, because in first-time directors it's the part of their own story, something which is very important to them and so on. And they sucrise it for the proposal of the dramaturgy. When you do that, too much, you ruin the strength of the project. And you make it politable to financiers, decision makers, and all the teachers, and anybody else who is trying to help you, in the best their will, of course they want to help you. But they are weakling the strength and the what is it good in first-time director, is the naivety, more than established directors don't have anymore, because they have all their tricks, and the what is good is the naivety the can move and that's what's beautiful, in these films. So, if you can keep that, that

is... you know, we all to this job because we like film, we like to be moved, if you are feeling manipulative, because of these all dramaturgy tricks, it's a bit of pity. So, if your idea is good, fight for it until the end!

M: Okay.

R: Maybe, it's the right one (laugh).

M: Okay, thank you very much.

R: My pleasure.

VN860058 – Sales Agent

M: Can you please repeat, because of the recording, you work for?

R: You said it's anonymous! ... No, I'm kidding (laugh).

M: Noo, you don't have to say the name...

R: Yeeaaah, I know, it's okay, yeah, thankfully I don't have a problem with that. Yes, I work for a sales company, which is focus on... has been working a lot of with short films, sales...

M: Oh sorry, I will give you the results, also. Maybe interesting for you.

R: What results?

M: Of the survive, because, I will also survive with young filmmakers

R: Oh yeeah, okay.

M: There will be really thoughts and everything...

R: Oh yes, okay. So this is the company, well the company I have been working for, with, that's company, a film sales company that has been working for over 15 years with short films as a short film sales agent, and a couple years ago we have started also working with the features, so now we do both. Not only the first features, but we have also a lot of firsts in our catalogue, like we have now, well, one film which is here, from South Africa, two Vietnamese films, one is a first-time director, and the other one is second-time director. There is a film from Greece, from Bulgaria from Guatemala, Argentina, United States of America, basically we are open to all countries, there is absolutely no limits for that. But we are looking for strong voices, strong authors, yeah. That could be distinctive in this international film market. So we work with festivals, distributors, keeping in mind, that's much more easy for this kind of cinema, nowadays, To work with festivals, very often deserve the film schools, there is no chance to sell them, it's very difficult for these kind of films to be sold. And yeah, but it happens. And when it's happen, you know, there a couple of territories.

M: And how many movies, shorts and features do you have in premiere in circle?

R: Shorts – it would be about 40 a year...

M: 40?

R: Yeah, 40. Which is not a lot for shorts, you know. There companies with really much more, but you know, short market is quite small. We really require high-profile shorts, great production quality, very distinctive, very unique I think we have a really great catalogue. With shorts, we won the Golden palms, this year, last year, and past years as well, speaking about recent times. Shorts getting nominated for the Oscars, too.

M: And features?

R: And features is a little bit more... how to say... A little bit lower scale, but still deserve films that's are very successful, like won the awards and so on. But, you know...

M: How many?

R: How many what?

M: Per year?

R: Yeah, 6-7... Yeah.

M: That's not much.

R: Yeah that's not much...

M: So you have a strategy to take less and take more care about them.

R: Yeah. Really focus on the film, really work in the depth.

M: So, can you, maybe now, said what are the criteria for the selection of the movies, now I mean the feature films? Do you require before the festival premiere or on a market?

R: Yeah, well. It's different. We discuss in a workshop. Good moment, also for us is to require the movie when we know that there is a premiere secured somewhere, but it hasn't happened yet, so we can work on the marketing before the premiere. But sometimes we do it a little bit later, you know. Sometimes we come on board earlier, but in terms of best timing is just like I said.

M: Of course. Because the biggest work is done and then you can...

R: Yeah, but in the same time... Yes, because it's also like... When you enter the film on an earlier stage, ehm, I don't know, on a script's level, you do it for different reasons, right? You sign a different contract, you come on board with a different money, so it's not like the biggest work is done – a different work is done. We are not producers, we are company in charge of launching the film to various markets, which is already there, so that's a different job.

M: Yeah, but let's say a lot of sales agents want to arrange the premiere, because there is a lot of contacts with the festivals...

R: Well, this is what we discuss on the workshop, why sales really can... If you are a really big company – if you arrange it, it helps with pushing the film somewhere, but if the film

is good, it will defend itself anyway, you know. See the guys from the master class, they didn't have anyone – they have the Zentropa, which is super strong and so on, but they did it themselves.

M: Well, they said the did it themselves...

R: Big companies have lots of films... So, you know not all of them being at festivals, and after all, all sales companies have a quite good relationships with festival programmers, you know. So these programmers are not really corrupted, you know, like you are... ehm... I don't know, maybe some of them are, I don't know...

M: Some big festivals, like Cannes organize there status, that there are requiring a certain amount of French movies, like quota basically...

R: I don't know...

M: It's not a corruption, it's a kind of politics...

R: I don't know, I don't know, yeah, but in the same time sales agent have film from different countries, you know... It's not focused locally, you know... These are not the quotas, what are you saying... Of course, they are scouting from... ehm... they want to have a diversity, right? So, they need a certain amount from films to keep it diverse, but sometimes it hasn't – like this time at Cannes, they were lot's of French films, but it's not because there is lots of French sales agents, it's because, in France you have strong notion of authors, you know, the cinema might be distinctive, right, and probably there are territories where where reaching this level of uniqueness is less developed... I guess in Poland is difficult to find films which will be really strong and original and also having this very unique and strong artistic level.

M: ... I understand that... And did happen to you, that you came on board with first-time director, let's say, at scrip stage or ruff cut stage or something like that?

R: Well, it happens to us, than we came to a board with a very early stage of script stage and we have a kind co-produce the film, of a first-time director, but it was a director who we knew very well from the short film, yeah. We worked with the shorts, the short made a brilliant carrier and it's really one of the most brilliant shorts I have ever seen! So, yeah, than we got

there earlier. So it's possible, but in the same time in general launching the first-time director is super, on the market saleing the film very very complicate it, it's very difficult. So people are really suspicious about distributors now, than before. You can sell... or if you can manage it the sell of the film, it can be a really small amounts, sometimes with no MG, sometimes there is only the revenue share, and there is a problem with a revenue share, because the distributors have their expenses, they carry the expenses and you know, until you see some real revenue out of it... you know... ya. It's a kind of risky financial model... So, again it depends on the film, you know.

M: And what about to give a MG to first-time director? Let's say not for production, you know, when the movie is done or something...

R: It happens very rarely... Very rarely...

M: And can you see some typical segments who would be interested in first/second-time directors

R: You know, it's like – everything, everything depends on the film. If the film is really strong and the director is first-time, but the film is like package – there some stars, things like that you know... Probably more done like in English-speaking world, but you can. Now everybody is quite struggling, you know with these MGs... You really shouldn't on that...

M: Okay. But business wise – can you tell what you said: it depends on the movie. But is there, let's say, I suppose in France, as you said is more auto driven, it's more probably to sell the debut rather than in Poland, which is also a very huge territory...

R: Yeah, oh course. In France there so many small distributor, which can also get passion about the movie and they will pick it, and do a huge huge work behind to reach the world. We distributed a couple of films our selves of first-directors, right, we distributed the Australian...

M: In France?

R: Yeaah, we distributed... no, it wasn't that one... *Leonas the Argentinian*, very very very niche film, we distributed *Wide Shot* Again from one director, but than what you get from

out of it, it's... you do a super, huge work, you know... to manage to reach the cinemas and so on, and there is like press fantastic and there is only 3 200 000 permissions. You know, it's nothing. It's nothing from do this kind of work first-time directors... It's not about earning money, it's about allowing to some to started to be recognized, you know – to create the first level of launching him as a director.

M: Okay. And...

R: And if you do it without any public subventions it's impossible.

M: It's really tuff. Unless you have rich parents... And can you see if the directors who are you working with? Are they school graduates or they are coming from streets, you know?

R: Well... It's.... it's.... It depends again, you know. We were working with one first-time director, first feature, the director was coming from theatre, so he was already established director. Completely unknown in film, I don't think he did a film school, I think he was from theatre, right. There was another film of first-time director, and she was coming from... how to say... more like conceptual arts...? Museum, galleries, video art – right? Actually the scenarios are very very diverse.

M: Oh really? That's nice.

R: Yeah, and what's matters is really film. It's your project, it's your film, no matter from where did you come. There was one of our filmmakers who used to be a scientist, you know. He used to be really like a mathematician, physician, but like on a quite high profile, you know. And than he started making movies.

M: Okay. So actually you touched my other big question? Are there any criteria which you consider when you are enquiring?

R: Shorts or features?

M: Features.

R: Features.

M: How do you get on the director? Or the producer also?

R: Well, when you enquire a first-time director, you never know how you get on, you know? In the beginning the majority of people...

M: And is it important for you?

R: In the beginning, of course it's important. It's very important, because you know, someone might not like me, I might on the way with someone... Of course everything is based on the relation that you manage to establish with another person. Since it's about trust. Someone has to trust you will do a good job and you know. Than it of course matters.

M: And does it matter for you more the producer or the director, for instance?

R: Well, both are important, but for the sales agent our main person who we talk is the producer. Than, you know, that contact is more important in the case of producer. Pretty often it turns out the directors are more complicated than the producers, you just have to handle it somehow. You know.

M: So, the criteria would be – as you said: the movie has to be good, but...

R: The movie, basically, is the only criteria.

M: The finished movie, I supposed.

R: Yeah, you know, before the finished movie there is a script. We also go to co-production market, we follow the project, you know. Keep that in mind. Than you get more concretely, when the film is in post-production, or when is already completed. The best case – if the movie is completed, you know, and it's going to a really good festival, come on, that's a very super-comfortable situation. The completions is big, there is lots of companies going to the projects, you have to be think of thing earlier. Right?

M: So, you also let's say, you like the script and the vision, you like the shorts.

R: Yeah, yeah...

M: But they are not shooting yet, so you are issued them a letter of intent?

R: ehm, what?

M: That you would issued a latter of intent...?

R: Yeah! We do this, sometimes.

M: Okay, and does it matter for you, how much the movie costs, for instance? Let's say, somebody approaches you "I have for you an amazing 10mil Euro movie..."

R: Yeah it does. Because, someone ho makes much more expensive movie, you know, with a huge budget, some stars attached, they probably have established contacts with the sales companies, you know, it's really a strange of ... well of sale, of contacts, and of expectations as well, you know.

M: And does it matter, for instance, the story to you or rather the artistic vision of the director?

R: Both.

M: Can you trace some trends also? For instance now there is the immigration wave, before it was the Ukrainian war...

R: Yeah, but we haven't seen them, any movie about the Ukrainian war, you know.

M: ... documentaries...

R: Yes, documentaries, yes.

M: But not fiction, I supposed that's true...

R: Well, the trends are like, you get to see more and more less-good-movies, you know. There are more movies which are not really...

M: And what term? I suppose, there are like kind of craped, right? Or what they are missing those bad movies?

R: Some originality.

M: Regarding to artistic, I mean the director's point of view?

R: Well, it's always, yeah, you know the stories, you know, punching, you know. I really love to see more films with a really outstanding terms of the story, of the originality... Everybody is looking for that.

M: Okay. So, if we can really turn this around, can you tell what actually not-successful projects for your company missing? Like the movies, the directors...

R:... missing the distributors.

M: Yeah, I mean, the project is it like – the story is good, but the script is terrible? There is a bad dramaturgy or bad cut... is it happens to you?

R: Yeah, that happens. Than you know, these well, these scripts gets can get better, you know, probably. I'm not sure, because I'm not that close to the production process of these movies, but maybe they went to production to early...

M: Or maybe it's also the young people? Special the unskilled producers, directors – the have absolutely different expectations. They don't know what expect from you or from market...? Do you also have this kind of clash, maybe?

R: You know, there is lots of first-time directors, and young producers, and directors who approach our company like expectations of selling the film of hundreds of thousand of dollars, which is completely get this idea out of your mind. If this happens it's like once for five years, you know. In general it doesn't happen anymore. It's impossible, there are too many movies there is... people watch films differently now, and don't go to massive to cinemas, in

France there is perhaps an exception, there is not about piracy, and the numbers of audience does not degreased, in previous years, you know. It's still like rising. A little bit, right? But it's still there. Or lately rising or more or less constant, right. But it's huge, but than big majority of this audience of this number are like one film makes 20 million entrances, you know. It's like tenth of the annual outcome, right? Yeah, so, yes, well, there is lot's of young authors who don't know what is the situation on the market right now.

M: Okay. So regarding – would you come to this kind of event if I really manage to organize it? Or somebody from the company...

R: Yeah. Why not? Sure!

M: I mean, if it really interest you as a company?

R: Yeah, yeah, listen, we are looking for projects. We are looking for the talent, for our originality, good spirits, you know.

M: But for you it needs to be an art house, you wouldn't enquire a horror movie?

R: No, no. Not necessarily a traditional horror, like TV horror, but a genre-movie with an author qualities. It's also a strong artistic voice, you know. Personally, I would love to work with a movie like that.

M: Okay, okay, okay. And if you think of something more, when the young authors really work on their projects, be more successful – now let's regard to a festival distribution, maybe there is too many movies, so...

R: This is not a problem. The problem is there is a lot of medium-quality movies. Films are like so so. There are not marketable, there is no audience for them, there is no... perhaps the problem is there is no thinking of the audience. When you make a movie, there is lots of directors or authors, who... you feel like they are making movies for themselves. But if you make a movie just for yourself, you don't need anyone, you know. You don't need anyone to watch it, and than you can see that... You can tell a personal story, but this is not a problem by itself, this is only has to be... */SOME GUY COMES AND STARTS CHATTING ABOUT*

DINNER AND STUFF/. (...) Yeah, yeah, this is something , you know, very important to work on.

M: And this is a kind of philosophy, to be honest, to me. Like are you personally... the thing is it's very hard to understand how to make a movie for audience. Because than you could end up thinks like stupid comedies, or things which are really... But do they have a quite of value...?

R: I'm not sure if it's that how you call. Actually, also if I put myself in a position of a scriptwriter, and I have a story, perhaps it would be also difficult to visualize how the story would be perceive by someone else, but sometimes I'm not sure, if they even ask themselves that question, you know. It's a task. Just put yourself in a flash or in a mind of eventual spectaculars. Just would you go to a cinema for such a film? You know, I don't know if is that's complicated...

M: In some stage of development is really tuff, but in this kind of stage is a producer's job to have...

R: Would you go to watch to a cinema- movie which is really very depressing...?

M: Yes, but only two times a year, when I want to wash a depress movie.

R: What was the last time you saw d depressing film?

M: ... hahaha. It was something at Cannes, but actually it was depressing because it was so bad, not about the story, hahaha. To be honest. In the Czech Republic, all the art-house movies are actually depressing.

R: I like lots of art-house movies which are trying to combine somehow different codes, you know, it might be kind of sad story, but told in a comic way or finding some flirting with some genre, or... you can be very artistic about that. If you don't do a sequence of events...

M: To be honest – in this case I think it's a task for a producer. Because producing really doing the project really alive, you know.

R: I think, that watching and working with shorts is really interesting. Because you can spot the diversity and the number of shorts, just like totally... But when you find a good short, and those in France we have, I think, they have this diversity, you know, you would love to see in features.

M: Okay. I got it. You can spot the talent actually by watching the short or even their first features, and then “Okay, I want to see the next feature of this guy!”.

R: Yeah...

M: That’s true... Okay, thank you.

R: Was it helpful?

M: Oh, yes!

VN860059 – Film Producer from Poland

M: Can you just say, not your name, what are you doing – I mean your profession?

R: I’m a film producer. I mostly produce feature films in Poland. And I do a lot of co-productions.

M: A lot?

R: A lot. Each of my projects is a coproduction.

M: But you have a majority usually, yeah?

R: Ehm... Both. Majority and also minority, both.

M: What's your experience with the debuts, first-time or even second-time directors?

R: Well... If you asking if they are good or how is...

M: No, your experience. If you are actually producing...

R: Oh, yeah... I'm actually producing film with first-timers, you know, first-time directors. And we, as a company, Opus Films, we were known for producing first or second features by directors. At the moment it has changed a little bit, we also work know with more experienced directors. But most of our films are with first-time or second-time directors.

M: Okay, and where are they also, just a curiosity, where they mainly polish, or even co-productions for first/second-time?

R: Polish, this is mostly Polish, with the minority we usually stay with the established directors.

M: Okay, but in Poland you supposed also produce movies, which are of more known directors. Or this is not the aim of the company? Or, let's say, do you do blockbusters?

R: No. No, we don't. We produce more so called "art-house" films, yes. *Ida* was the expectation (laugh).

M: So, what actually are the criteria for the selection of the project, debut project?

R: Good script, good story, and you know...

M: Sorry, I would stop you here, because the story is different from the script, you know... Do you...

R: Oh yeah, sometimes it's like somebody comes with the story, with the idea, and if is really catching, we try to develop in something longer, but the most often situation is that the young writers, directors come with the scripts, and then if we see if the script is good or if it's

not good as script, but it has a great potential, we jump on the project and develop together and then produce it.

M: Because for me, for instance, the difference can be in the: you want to make a movie about, I don't know, immigrants are coming from Russia to Poland, through the east-border. That would be, let's say a theme, or story driven the movie. Whether somebody could has absolutely simple story, I don't know, a love story between a girl and a guy, but it's so beautiful done or written, that it's not about the story itself, but it's about the direction vision... That's what I'm asking...

R: Yes, yes... It's both. If it's the great direction vision, but you know, love-stories are great stories, yeah. (laugh). I know what do you mean, but... *Ida*, the story which is just touching in a very important socially or politically subject, let's say, all the story that the direction's vision, the way of story-telling is so, so, very important. So this is based on watching the films, the young directors made before, and of course it's like talking to human to prepare, let's say, visual mood-boards, or you know, visual all that kind of references, this is how we talk about the project in the simple love-story, but I want to tell you in this way. So it's both, yeah.

M: Okay, so the criteria as many for you to have a good project regarding to the script...

R: Yes...

M: And you watch the shorts, and is there also... Is it enough to have only the script, for instance? For me, as a producer, now it's a little bit personal, I really always want to know how they will do it like visually. I want to know your vision. Often happens that they know maybe camera movements, but they don't know like about the costumes, colors, so this kind of thing, you know. They have an idea, no precise, concrete the plan...

R: Yes, this is for me step two...

M: Okay...

R: But first, I have to like the script, or the story or whatever we call it. And then if you like it and if you start working on it, then you of course, talk about visuals – how they wanted to do visually... This is what I was saying – to giving references, compare with other films, pictures... Yes, absolutely, visually is very, very important.

M: And can you see a some kind of segment, which is interested in debut movies – meaning: we are producers, we are producing in the order to distribute it, I'm not selling it even, because it's kind of dirty word (laugh) now to sell a debut movie. But to distribute it, so can you see... or do you think how to distribute a debut movie, or it's not important for you in this stage, let's say...?

R: To be honest, it means, that I'm probably a very bad producer, because I very sell them, let's say never think about the audience, and selling or distributing, when I make a film. Because this is very something, if I'm pushed up, I'm not jumping into a project if I'm not really passionate about it. If I am passionate about it, I want to do it out of passion not thinking it about, you know about markets and selling. Of course, it is a mistake, maybe, but sometimes... Again I'm talking about *Ida* – *Ida* proved, that there are no calculations. Things happened. Of course, we try, in the industry, try to put some rules, okay – I'm making the film for the audience of women from 25 to 50, because it's this and this, because of that... You never know what happens. Of course it's good to plan, but I do it very, very self them. To be honest.

M: Okay. And can you how many of directors right now, or even actually producers, maybe it happens also too, because you are experienced producer, that young producer, like young team comes to you to approach a kind of help or even take over the project or something... But these people are mainly from film schools in your case or they are coming from streets, you know... Like random people...

R: They are coming... ehm, well... It's... There are never random people, because you know that industry is not a really big. So, it's always "somebody know somebody"...

M: Yeah, but they are debutants...?

R: Yeah, if they are debutants...? They are from schools... People come to me with really written script, but also young people producers... Because I always encourage people,

you know, in everything classes, in every workshop I do, I encourage young producers, you know debutant producers, young producers with young filmmakers to find a more experience partner, so not to take over the project, but to help them to make it - “safety umbrella”. Help them, to take a decision, to direct them, so... Yes, and I think it should be more of practice. I think sometimes old producers don’t do it. There are somehow very not-really sharing the story the knowledge, which I think is a shame.

M: That’s sometimes very true. And when you considering the project, for you to actually enquire co-produce, do you also consider other criteria, like let’s say, the character of the director, if you actually stand him, or her...

R: Yes, yes. It’s very important. I have to like him.

M: You said the story, right? ... with the girl...

R: Yes...

M: It was a really bad story, how the director was really mean...

R: Yes... I think is much better when you work, when you... you don’t really need to, really like and love each other and become great friends or whatever, but it’s really good when you try to understand each other, you know. At least like you on the level of human being. Like people like person. I like you as a person, I don’t mind what producer you are, but first I like you as a person. So it’s very important.

M: Okay. And actually, important thing regarding to experience being producer – I think might often be a clash, let’s say mainly among between film graduates and the real world, when they come for the first time, let’s say to you, and now obviously it would be the first choice, because everybody wants win the Oscar, right or Palm D’Or now, because we are missing that (laugh)...

R: Yes! (laugh)

M: Like, you know, in my experience, those people, directors mainly, expect, that they will buy a house from the movie, because the will become rich, you know. And I’ve

heard from other producers, Czech for instance, that their criteria is also to select people who are kind of safe to regarding money, I mean it doesn't mean they have rich parents, which is also sadly usually thing, at least in our country, but they are maybe working for TV, doing some kind of stuff, and than they can shot. Because, the truth is – if you have the subtenant system, you usually waiting a half a year before you know the result and everything, you get the money... So, do you have these clashes also? Like do you need actually, tell them to get totally different job and in the weekends we can develop the movie or... It's in development mainly...

R: Yes, you know this is... It's a little bit different – let's say, I'm working like a producer from Opus Film, yes.... So, Opus Film is pretty... It's not a rich company, you know, we have some money in bank – let's put it like that – so when we decide to go to development, it's usually – you very often buy a option for script and than we paid the director with a little bit of money. But I'm really often... I start my conversation with young directors, how he earns his livings. Because, you know, if we know you cannot earn the money, big money on the film, of course there is fee for directing, there is a fee for writing, but as you said, sometimes the money come in a various periods, sometimes it so... So, this is... They have to be award. This amount of money will come this time, more or less, this amount... This is altogether, he is knowing to earn this and this.. So, in between, when we finish the film, the development really, they usually working on something else.

M: Okay. And does it also matter, when the criteria is like financial plan or the budget of the movie, let's say a person comes, and even you judge that is gonna be really expensive?

/R: I have to look... I have an appointment with my daughter... It's still okay./

M: That the budget could be really high, because somebody want to do, I don't know, really lots of effects, or the instants on really, I don't know, expensive cast. Do you say no, or do you try to convince them, or “look, I think this is a bad approach, because I think, first feature cheaper” or bring a different script... Do you know what I mean?

R: Yes, yes, of course yes. We ... I don't go with really high, high budgets, with the first-time person. Because it's always unless, unless, you knew he is a brilliant, his previous,

let's say, works perfect, but usually not. Usually we try to get it, you know. Because it's sometimes not possible to finance it, with the first-timer. Even if I would like to do it with him, I would say: "Listen, we want to be able to finance it. We really want to make the film. Think about something else, this we will not be able to finance it, you will not be able to do it, so we are wasting time. So, let's think about something realistic."

M: And what could be an average for, let's say, Poland, for *Ida*, even and then an average budget for a debut movie?

R: It should be like 800 000 Euro. Definitely it shouldn't go over one million.

M: Okay. And now from the other side – actually... Regarding the event, the project I want to do in Karlovy Vary. What do you think these people – directors or producers or even writers, actually – what they are missing? What is usually bad with the project when they approach you? Except, you have the time-slot full. Is it like bad script or there...

R: Yes, in Poland is script. Bad script fails it all. We don't have good writers, writing is usually very, very bad and , you know, usually there is lack of the visual presentation, you know. There is no the package. That's okay, we are in the process, do it together, but mostly I think we have a problem with writing in Poland.

M: So, no story – the story is interesting, but the script...

R: Yes. The script is not really great.

M: Okay. And something else? We spoke about the money, of course, but... Do you have an idea, what else could be missing or how actually we can help, possible with such an event – to improve this, to actually... Because, now, my experience, for instance: I was thinking, it would be great to establish some kind of rules, not meaning to write them down and make them official, but rules for the debut movie. Because, for instance, the Czech republic, one million is for an average movie, not for the debut movie. I mean, that's for Hřebejk or these directors shooting for...

R: In Poland ye, but still you can get from Polish Film Institute up to 2 millions already, I mean Zlotys, so it's 500 000 Euros. So, this is ... but in Poland is a very, very difficult to make a film for 2 millions Zlotys.

M: Really?

R: Really.

M: Because I thought it would be very interesting and maybe important for the director or the project to make it for a hundred, two hundred thousand Euros, really low-budget, they could earn a little, which would help them to live a normal life during the period, involved in the production, and in the same time the director, mainly director, can show his qualities in the movie. But it needs to be a kind of simple, at least effects... Like first movie of Xavier Dolan first movie...

R: Yeah, I agree with that, it should be like that. And of course I am... of course there movie made for less in Poland, but this is ... I think it's still a little bit different kind of production, then I'm in. I'm a kind of... Sometimes I'm saying, maybe, I don't know how to make movies for 500 000 Euros, maybe I don't know how to do it. So it's... when you working in certain environment, you know, there is always some kind of financing you want... But to be honest, I would like to try ones. Because I think it's possible, but you have to forget to working with the usual experienced crew, you usually have. You have to go to... you have to learn to get with the people, I mean the director has a less experienced crew... So it a "doable", possible, but I very much against this this kind of student working...

M: No, no, me as well, because usually exploring... producers sadly and...

R: Yeah, I don't like it, so.. I think that I agree with you, let's say it less then two hundred Euros, the rules no more certain stories, which can be done with the money. But you can show you can do direct actors, that you know the framing, how to tell the story throw the images, and...

M: ... and manage it the feature length...

R: Yeah, you can manage it. So, established yourself as a director. So, yeah, the rules should be...

M: That's actually what, at some point, VINAUKULIČ, doing in some point

R: Yeah, like a hundred and fifty. That's it.

M: Yeah, this is something which can help, okay. Thank you.

R: Thank you!

VN860057 – Film Producer from France

M: Can you just...

R: My name is XXXX, from Arizona Production, France – so production, sales and distribution of non-french films.

M: Thank you. What is your experience with actually first-time/second-time directors? Are you mainly working with them, right? Or only? Is it...

R: Yeah, only. But 75 % what I do is first or second film, because the ... I can't do budgets and I want to be, let's say more or less, in the beginning of the career and it's a complicate to talk with directors after the first film. Because they know what they wanted to do... and they think that production is just co-financing and the collaboration is a bit more lessful with young guy. Whatever the age.

M: Yeah, of course. And do you also work, let's say first-time producers, because you said...

R: No, no, I don't care about, or I don't mind if it is the first film with the first-time producer. Actually it's also interesting, because, there less models work with and we can imagine something together or maybe participation is more like executive producer or co-executive producer, again, if it is for me with the first-time director and with a ten-time producer, they think that they know it all. It's less fun. The dialogue is less interesting...

M: Okay, okay, it's more business...

R: Yeah, few business. And frankly the Czechoslovakia film, you with well-known producer show me the examples like, because fun and successful you can do the festivals and money... no.

M: I have the same opinion, I believe that we young authors should have also young producers to be honest, expedience wise...

R: My problem is, when I working with already 20/25 teams, world-wide, so basically... what I'm looking for know... I used to have lots of projects, but now I have these guys I work with, like second-time, mostly, the place, the space for new entry team is much more thin, and complicate than it was like 4/5 years ago when I started to do this.

M: But do you have, let's say, competition in France?

R: We have – what do you mean?

M: Exactly in your way – like that you are doing mainly, let's say, for fun, of course there some money involved, but there are much as we know, because like we know it's

art-house, so I know, for instance, the Cinema Defacto is producing this cinema edgy-movies...

R: But actually bigger they then me... They do less edgy of films, I do more edgy.

M: Okay, but do you have a competition?

R: Competition in what?

M: In producing.

R: Oh yeah. Producers between themselves, you mean, on the project...

M: No, generally speaking – you said that you are working know on circa 25 team, and you do second movies with them, so for some time at least, in future, will not have slots in features, let's say for other people. But they are more projects, like possible to take, so do you have competition?

R: No, no, no... It's just five years ago I could image the team with this guys, let's say I wouldn't team today or... I mean the package is strong from the first film to the second script, let's say, I take a bit less risk... I secure them a little bit more then others. Let's say when you start – when you start you are open.

M: Okay, and...

R: And in the terms of competition just to clear it out - we have competition to found it and than in coproduction markets – actually I don't like to go places where they are 25+ French producers, thanks God, it's not happening that much, actually in Rotterdam, Berlin, big cases outside of France like this. Because I don't like this casting of French film producers so much and I think if I not ask projects with another French producer, thank God, go, I just don't. Even if I like the guy or the pitch, I would say: good pitch and good luck. I don't competing.

M: Okay, okay. It's good. In terms of choosing projects, you just explained now you are kind of full, but you imagine considering...

R: No, no, I'm not full... I'm considering to pick up something here. Like almost every market I go I try to find one project I can team with.

M: Okay, so what are the criteria, for selecting the project...

R: Talents.

M: Of the director, writer or general...

R: Yeah, mainly the director. And writer.

M: So, what's the bases – you said mainly debut movies – so they did short before, so you looked in?

R: No, actually the first two minutes of the discussion – half of the decision made there. And the second half of the decision has to relay of the short of the synopsis of the project of about the buzz around the guy – the recommendation, the festival life, even from the short or first feature film... And I am highly surprised.

M: Of what?

R: Missing someone, I mean not getting some I should have, but actually I know the stuff and basically I know from Jan who to see, who I should care about.

M: Yeah, because he gives it...

R: Your job. You are supposed to know the projects well, and you are supposed to know the guests, so you supposed to... So the room for surprises is not big, actually.

M: Okay, okay...

R: But there is another trick – from coproduction platforms, to works in progress presentations – it always link to a festival and half of my team come from the festival itself. Not from the coproduction or works in progress. Which means... in the Ukraine, two week ago, I knew before I was going there, the team of the Ukrainian girl, she doesn't want to pitch, she

never shows any works in progress, but she had the fantastic film, third, actually – not first, not second – and I love the film, I was told I would love the film, before, and then we met at couple of festival, and then we had a meeting and we just say “okay, let’s do the next one together”. And it didn’t come from the coproduction or work in progress platform, at some point it’s about the film, about the festival. It’s a plus to have a coproduction platform, but the nature of the festival is to see the films, fall in love with the film and try to do the next one.

M: That’s true.

R: Just keep this in mind.

M: That’s also demanding like... You need to watch the movies... It’s also kind of coincident...

R: No. I think is the call of business. Actually the coproduction platform which I’m running kind of, secretly, is different. My idea is you should be based on talents and films, and not much about pitching projects. Because I saw so many good pitchers and even good trainers, or whatever and they don’t do good films. And lots of film from guys who are not good pitchers, so the idea which we running, that this festival we don’t call for films, every time we invite the film, let’s say 50, we ask for the projects of a director, what is next and we do a pitching forum, which is not exactly pitching form, but we do a pitching competition with 10 best projects we receive and it can be from one page of synopsis to a full script, you never now where it’s gonna get, what you will pick and we put 3-jury, not from France, 10 producers from France and Germany, and we mix it up for 3 days, because the directors are there, if the film is good and write it and you know, the jury has a access to a film link of the festival and it’s very interesting, because it’s based on actually finished films. And then I access guys who are pitching for the first time. Not their first film, they obviously did before, but the guy come with the first film, pitching the project and he said – am I on trial: “Did I do something wrong, what should I do...”... very interesting, not to be based on the community of professional pitchers.

(...) not to the survey talk

M: Than you said, about how to choose a movie, but since you also said, you have to think about it as a producer, what is the segment for, let's say interesting in debuts... How do you intern to sell the movie...

R: I don't . When...

M: Or distribute

R: When I am involved in the project, I don't do sales, nothing about the distribution, I'm thinking about the festival life. This is my first objective. And frankly, I'm doing this for 15 years, and I am surprise – the film I've sold was one of the most disappointed ruff cut I have ever seen! You know, it wasn't the best script I was involved, I found the script too gentle for me, but I knew it will pleased the founding system (*a snap of fingers*), we got the money really very easy, which I complied, and then, when I saw the ruff cut, I was like: "Ohhhh... 'wow'..." I didn't like the script, not even the big fan of the cut, it's not gonna be that easy, an actually... It was! So, you never know, and there is no rule. Because from your taste, to the taste of program team watching in festival one thousand entries- you never know what's gonna happen, where is gonna be the match and even this year in Cannes, the film which Yan represents, in Un Certain Regard, special me very linked before, and all of was were surprised in everything. From the Cannes invitation to the price, to the sales level we reach, everything is surprising. And lot of good film don't get it.

M: To get sold?

R: Even to be founded... and to festivals and sell. I have discussions with programmers, everyday... very interesting. There is no rule. You never know. You I'm not focusing on sales or distribution. The film I have sold, I didn't plan it and we did – 12 or 15 territories, and as I'm coproducing 4-7 films a year, actually I need only 3 to provide the distribution amount, because most of the time we do the acquisitions, with someone we didn't co-produce an co-produce the next one, we believe to open that window at least one of four, it's super easy to get 3 film co-produce from last year, to be released next year. actually, I leave 3-4 on the site...

M: But actually with your main source Les Cinémos du Monde....

R: Half of the French financing I get is that... But... I'm most successful... I get 8 or 9 times, in last two years.

M: And can you... I wanted to ask you about the numbers, like in how many projects are in touch with? Or listen, read...

R: Whoa, whoa, whoa – that's different. No, no, no. To be very frank, as I'm doing roughly five film a year – the problem is, I can't sold a movie more than one year old, and I have already money for film which I know will not start shoot in next 12 months, so the window of time frame I'm working on is almost 4 years from 18 months before until 18 months after, so it almost 4, so instantly, everyday I can get some complicates from 20 different projects I'm already involved in.

M: Okay.

R: If you add scripts I'm reading, I didn't read scripts for guy I haven't met. So now, every script, every offer I get from e-mail is: "I have heard about you", in the best: "I have heard about you, can I have this script – please, have a look". I said gently: "No.". And I used to read it, but now it's impossible. I read two scripts every week coming from the place like this, because it doesn't come to the next stage... basically I read two scripts per week, and I have to see three to five films. I like it! But I say no, that's my point. Even to guys I met and I kind of like, I have to say 9 times of 10.

M: Okay, of course.

R: It's a lot.

M: And can you tell...

R: And the others do the same. Most of them.

M: Les Cinémos du Monde has limited financing, so.

R: No, no... They have limited seats, there is a rule, that we are not allowed to present more than 2 project per section. We are producers.

M: And can you tell from the people you work, or you are going to work with – are they more school graduates or are they really coming from the streets?

R: ...from...?

M: Streets. Like absolutely... they just wanted ever to make a movie and suddenly they are good.

R: Yeeeeeaaah. No. Actually it happens... - it doesn't happen. The "street stuff"... because on some point, you collect foreign guys, in festivals, in festival circuit or domestics coproduction circuit, you know. You had to be long here – if you are Polish or from FAMU or Karlovy Vary, basically – I was once in Pisens... Piselsee...

M: Oh! Pilsen!

R: *(laugh)* And that's not a place you meet the most exiting, talented young Czechs! But actually it was in FAMU, Pavel invited me for jury once for Midpoint, two years ago. That was fan. And I was in Pitch & Feedback in Karlovy Vary, and it was fan too! And I read a couple of scripts from this, definitely.

M: Okay.

R: No streets, Yes, schools, but definitely festivals, at minimum short film festivals, at best at first-film sections. Or second. And I watch almost everything. Not here, because they don't have a video library, like every festival I go, I want to have a like one free day to see a video library.

M: Okay.

R: Or at least to see two minutes of everything. And I know. If it's good I can find the ticket to and see the whole film, even from the two minutes, I know all – I need the guy, I see the physical reaction, and than I can get the link and watch it.

M: And is it important for you who is the producer?

R: No. It's not true. I passed on a trap with an Ukrainian film by Miroslav, because I didn't like the producer. And then, without telling me, Miroslav divorced from the producer, and that was. I like the story! And we are still good friends with Miroslav, actually also with the producer, I just don't work with him, because he is so young, but acting so old-fashioned... no.

M: Okay. And is it also important – one of the criteria – the budget? Like somebody, for instance, somebody from the Czech Republic says: “I have these 3 millions debut movie...

R: Ehm?

M: Like 3 millions debut movie, you know...?

R: Debut movie?

M: ... first-time.

R: Yeah. Actually I would know I won't go more than 2,5-3 millions Euro. But this is the maximum of the possible. If the script and the project and the short or whatever of the guy is good, I would still talk to him, because if he thinks three millions, it's may possible 2, and then we can make something together. If you tell me 6, I definitely leave and I couldn't. Three is the limit, where... you can say 3, we can go to 2, and it might be reasonable to do 2 – there might be a reason, somewhere.

M: But in my experience, to even have for first-time director 4 is almost impossible. Only if you have rich parents, you know...

R: Exactly. If the guy is good, at some point, you realize, that it's my job to realize – hey, stop talkin' this shit. Let's talk 1.5 and you are happy, if you are one. But it's... The guy doesn't have to know, if the 3 millions is stupid.

M: So that's also my last section of questions – what do you think the young, either directors, writers or producers, in this case, need to make it better, like in there projects,

basically. I mean, what do you think they are missing? Is it like the financial part, the story, the director's part, that they are not interested in concept or something...?

R: You know, what I would answer? Very frankly, it's not one of this. The problem, special in the Czech Republic, is that we're missing the links. The guys are, for example in Poland it was like 5-10 years before here, we miss the place in the Czech Republic to link the young industry to the young professional world-wide. And Karlovy Vary could do that, and it doesn't work so well, and Pitch & Feedback is a little bit closed, but they try something...

M: I was there last time with a project.

R: Which one?

M: The queer one we pitched.

R: I was there and not remember.

/a waitresses come in and talk about some stuff/

R: I don't remember. I was there. I am sure, I was there. I was drunken and tired, but I was there!

M: Really?

R: Yeah. I'm not in gay projects so much.

M: In what?

R: Gay.

M: Gay, okay, okay.

R: It's not exactly I'm not straight that much, but I'm doin' an Italian transsexual project, too. I did one actually.

M: Was it here?

R: No. In the end I did not get the money.

/a story of an Italian girl from the workshop/

M: So, actually in the Czech Republic, than if I'm going to established this at Karlovy Vary, so I hope it might help. Because actually I was two times in Midpoint. So I pitched the project. Actually you were two years ago?

R: Three. Two or three. I don't know. I was at that one with György Kristóf...

M: Oh, with Györy? I was there this year also! And you still don't remember me! (laugh). I was there with a project called "Mixed ones", wit a Macedonian guy. It was some kind of ... a guy who is travelling from Prague to Skopje, and find...

R: Yeah... but it wasn't a special exaptation one. And it wasn't gay, was it?

M: No, no. That's different...

VN860061 – Director of a Film Market

M: Hello. Could you please tell me, what is your position or profession?

R: I run a film market, and apart of that I have been running a talent-development program for quite some years.

M: That's the very big important part of this too. What is your experience with first-time, second-time directors? Or even producers – like beginning filmmakers.

R: My experience is... Well many way been many ways working with them as a producer, I have been working with them trying to make them a part of a talent-development project, I worked for, and in my current job I still involved with them, but not that much, because the market where I work is not really focus on them, but still I am interested in them, because I've a background in helping and supporting them. So I see they are coming to the market and support initiatives and also I would like to support new initiatives to help new emerging people to get the access to the market. Again not be personally super-involved in making that happen, but if there is a good idea I would still to support it to make sure, that it works. Because in the end, it also helps the market, to get young, fresh, and also well-prepared people to the market. That's my aim.

M: Okay, and can you see a definition of a debut movie? Because sometimes, for instance, you can see the first-movie of a director could be very local, even regarding financing and budget. But the second could be the international part. So can you see some common things? Or maybe you wish, how it should be, or something like that?

R: I don't understand the question...What is your question...?

M: What actually is the debut movie?

R: For me, the debut movie is first film, that director makes. If you talk about the feature-length it would be the first feature-length ... Let's focus on feature – you said filmmaker make a short film first, or a few short films and than they have their first debut feature film. But debut doesn't mean anything else, that the one you go out with, for the first time it's gonna be shorts. But if you talk about the feature films, it's for me the first film they do. And some people always make film in long-length without being a co-production, focusing on story set in a country or village from they come from. And for me a debut film it's not only when you enter .. no... I will said it different. The debut movie is only when it's a international production.

M: Okay. And...

R: It's a film, it's a first film filmmakers shows to the world- debut movie.

M: And can just the director be the debut or also the producer

R: I think it's the same. It's not so common to say about the producer, he has made his debut... It's a word reserved for the director. Or screenwriter, but normally it's a director. For producer you can say "it's the first movie, he produced", it's more a bit about how to use with words, I think for the producer it's just "the first film he produced", you can call it debut, why not...

M: Okay. You said, that for the market you actually don't sell a debut films, in this kind of sense, but maybe second-time yes, right?

R: For the market I work for, we don't select any project, we don't select nobody.

M: Oh yeah, you don't do the co-production market...

R: Yeah, coproduction market is a small part of the market, where is a very different team, they don't select, regularly – I can say something about it – the don't select first-time projects, unless is for the part of the co-production market which is more focused on talents, emerging talents, so than there can be first feature-length film. Yeah. They do have the first long-length film, like 10 projects per year, with first-time, with the other 25 are like second or third-time or even more...

M: And regarding the film market – which means finished films market

R: ... or things in development, but we don't select them...

M: Okay. You... can you see actually if even the debut movies are trying for this kind of think, meaning to be on the market and being sold? Or someone are not even wonder about go there and...

R: No... I think most of the people make a film they want to have a film seen. In my experience, most of the people made the film, produce the film... I'm talking about producers, I don't think the market is interesting for directors or scriptwriters. To be honest, I'm not very interested in directors and screenwriters in the film market, as long as they don't have an idea. But the market, they are very welcome in the market, directors would expect everyone will run for them in the market, they don't know what they are doing in the market... I think everybody who produces the film, made the film want to be seen. I think everybody understands the opportunities of the market to offer it and to sell it to people, who can help them to bring the film to different parts of the world, bring films to platforms they might not have thought of, I think for everybody is interesting – the market is an interesting place. So, I think it doesn't matter if it is your debut film or if it is your 88th film. It's the same – if you make a film you have something to show. You want to connect to people who can help you, and I think the market could do that.

M And, actually, can you see possibly, I'm not sure, if you can see from your position, but, can you see some kind of people who are really motivated to buy first-time, second-time, debut movies...?

R: Some of them... Not most, but some of them. I would say some people in the market are really interested in the debut films, because they are specialized in it. Sales, like looking for the first feature one, because they wanted to discover a new talent and they wanted to have a catalogue of new films, debut films to be discovered. Of course, it's a risk, because not everybody will like that much, because not well-known names, but some people do that, because they have a real passion for that and also sometimes they do that because they have a part of the company focus on the debut films, because the other part of the company is focused on, like, well-known names and easy sell, so they can afford to have 10 people in a catalogue, like "upcoming" talents. So, yes, there is an interest, but I would be lying if I would say it's very easy as a young filmmaker to have a debut film in the market. And I'm talking about the producers again, because of course, if it is your first film, and nobody knows you, and it's not clear, from the very beginning that your film is brilliant and everybody wants to have it, I think it's quite hard to convince people to buy your film.

M: And... do you think, the motivation of the sell, let's say, to having such as movies, not even have a catalogue of young filmmakers, but to established the relations for the feature, upcoming talents..

R: Yeah, also, I think, you mentioned before we were talking, where you doing sales, or you buying or you selling, it's basically doing business with films, you never would do if there wouldn't business in it. Yes, it's about establishing the relationships, but you do that, because you feel, that establishing the relationships with the filmmaker, would generate business, that's the point. Not because you think somebody is super talented and such as nice person.

M: Of course... I mean, you, when you selecting participants of the market, like do you have a some kind of filter...

R: I don't select anybody for the market.

M: Sorry?

R: The market doesn't select anybody. You mean the co-production market or...

M: No, no, no. The finished movies...

R: The European Film Market?

M: Yeeeah!

R: I don't select anybody.

M: Right? You just...

R: You can buy a badge – you get in.

M: Okay. But, by the way, the coproduction market and the talent, how we call it, the talent market, I think these projects are possible only for talent initiative not for just outside, right? You can not apply, as a young producer to the coproduction market and the select the special...

R: For the talent project market? Or for the co-production market?

M: The talent.

R: No, you can. Everybody can. Everybody who is first-time, not the first-time producer, but if you have feature film project, which is like your first one and you don't have much experience, you don't have a high budget, you can – everybody can apply with the project, and be selected.

M: Okay. And just now, be more general, because you combine a lot of expertise, with your past experience. Can you tell, if the people, I think it's interesting with project of established professionals, usually potential co-producers – what would be the criteria - they would judge on the project? Because I feel – you can present it personally, right, or presentation...

R: Yeah, it's been presenting in meeting, so actually, the 10 projects at project market are a part of the big catalogue, coproduction market. So people attending the co-production market, and have been selected to a co-production market, are also just visiting producers, not everyone is here with a project. They are also allow to come in. They get the catalogue, they see, 10 of the projects have a special color, and they are talent projects. It also means that also these project get the meetings – everybody who is attended to the co-production market can have meetings, they have to register, they are being scheduled very strictly, so everybody come in there has a schedule, and the 10 projects actually are a part of the schedule, so they will have lots of meetings – in two days, 30 meetings – so it's a great thing, I think also of the talent part of the co-production market. Not to be treated in a different way. They get the same amount of meetings, and they get the meeting for seeing the people, established projects would have meetings with– I think that's a big chance for the talent market, that you are treated in the same way, even if your project a little bit different, because you are less experienced, people don't know you yet, so they totally trust to the fact, that co-production market selected you. Makes them feel – aha, they are probably very good or it's a very interesting project, so I should have a meeting with them. And the other thing is that, you have to same chances. And the last think I want to say is you might have a very different budget, because most of projects in the co-production market need a minimum budget, which is higher then so much million Euros and for the talent-project you can have another budget, which is lower. It can be low-budget films, that wouldn't normally be part of co-production market.

M: Okay. And can you see if there is was some successful business, I mean like... or how the people judge the projects? I mean first criteria, which you already said, that

your project-market selected them, but do you think what's important also for the others? Could it be really meeting the director and the producer personally? Their personality, or it could be as you said, let's say, it's a first-time director, but with more established or experienced producer, does it also better for them...

R: For the established people?

M: Yeah...

R: To decide to get to the project or not? I think is a mixture. It's partly a story. If you feel as a producer, that you can play any role in the project. So, you feel, you can make a difference. If you are getting involved, you can help the project. It's also if you are... if you feel like it would be nice to work with these people – so it's also personally thing. I think nobody if you start the co-production, or if you want to produce with the people, it's always about the personal level. I would never recommend people to do production, because it's to heavy collaboration, so if you know from the beginning... Interesting story, probably interesting kind of... Probably you will make it, find the money, but on the personal level, if you are connect with the person, if I would be a producer I would not step. Actually I did it once, for a very special reason.

M: Okay. So you thing the main criteria is the story, and than ...

R: No, I think is the combination. Co-production means, that you want to start working together, so it's a combination of the story, and combination if you feel it possible and it is a combination of one and two to do it with the people. It's these three things, mainly.

M: Do you think, that this party – established professional could be somehow... let's say distracted by the moment when the producer is not well-experienced and his package is strange or the budget is strange, when you get to know more the story, or the script... Could it be something like - no-way or stop sign...

R: I think, that it's not static that everything should be absolutely perfect. You decide, for example, if you... well let's put it like this – you have these three element s before – if you meet the people and you are really connected to them, but you has still questions about the story, but you feel the people are open to talk about it, and it's still you want to be a part or to

develop, and or if you feel the personal thing is good, the story is good, but it may be a little bit complicated when it comes to the financing, but you feel that there are might be kind of option, for everybody, I think you feel, if does it have a potential of doing that or if you feel it's too complicated, because the financing will bet terrible and there will be no way of financing or even you will like the story, and although filmmakers are super-sweet filmmaker. I think everybody will decide for themselves. One producer will say: "It's to risky for me, I don't gonna to do, because I think there will be no money for it.". And somebody can say: "I really, really believe in this film and we gonna find the way to finance it, somehow we will do it!" I think it's hard to say in general. But the thing is – these three elements of ambitions are always depending on the person you are talk with. And than influencing somebody's decision, one to be the part of this project or not.

M: Okay. Do you feel there is something, that, the young or beginning filmmakers – need something to help with something? Let's say, exactly with the training of the packaging of the producer or maybe actually knowing the reality of the international market. It doesn't mean if you go somewhere, and somebody pick you movie, it doesn't mean you are a king of Europe, or something. Or you know what I mean?

R: No, I don't.

M: If the participant... if you can feel come kind of general rule, maybe you training initiative or experience.. if you can feel there is some common thing...

R: ... they need? I think , first of all, if you are expecting or if you are interesting in making films and you reutilized that you would need a help from people outside of your country – to finance it or produce it or whatever. And even if you decide to make all your films in your country, in the village you was born, you know, even than. It's specially now day, specially if you are from Europe, I think in general, it's really very, very to get a training and get some experience – it takes a few years, to get to know the market place a little bit and I talk about the market and I don't talking about "film markets", but how founds work, What producers have to deal with, what have you to understand, at least what is producer doing. I think if you refuse to learn anything from that you are gonna have a very hard time and I think also everybody... I mean... - let's put like this: if I am a producer, and I realize that I need a director who is not interested in how the market works, or how international co-production works, he doesn't need

to understand all the details of contracts, but when I feel that somebody is not interested, just wants to make her or his beautiful film as a producer I won't feel very motivated to work for that person, because it felt like, "listen, I work my ass off for you, can you be, at least, interested to what I'm doing and also to be interested what limitations are and what possibilities are?!". Just think, that everyone who is entering the film industry should at least take a year or two of some trainings programs... and try to understand a little bit. You can be at your country, you don't need to travel, but now days in Europe is so easy to travel and to take a part in a few programs which are not even costs any money and to get some feeling how does it work. So, to be prepared for the film carrier, I think it's a very useful thing. But you shouldn't do that for long. Don't believe to people who are doing this for ten years – going to all markets and training programs. Because it's also easy to have the feeling... At some point you just have to stop and start to doing thing and to train for ten years, it doesn't work as well.

M: And do you think, for instance, there is a gap of distributing the young artists, in this kind of first-time directors or something? In may eyes the case is like having the festival distribution, right, but do you think it could be somehow... Or it doesn't make a sense, that's the place where they should be, and the second-movie should be bigger.

R: I don't know. To be honest, I don't think there is a gap, almost I feel, it's what I said before, it's a bit... ehm.. I think it's hard and not easy for emerging filmmakers to have their film among the titles between the titles, that distributors normally offer to cinemas. Because it's hard to get in, and not easily choose for this kind of project. It's a bit – if don't distributors don do that, because people don't know them, so if the distributors don't do that, people will not never get to know these films and directors – so how's gonna the situation change... From the point of distributors, they gonna make living. So, just being doing charity to show films of emerging filmmakers which will never none watch, because they don't know who they are. I think it's a bit of mixture – yes, it hard to surd of change this situation...

M: Maybe it's political. Like new wave in France – they established the law to screen the shorts before the feature, right...

R: And for example, the idea to have special event, or special festivals or specific programs, or even television program focusing to young talents and so on, and the all exists in different countries, but ... I think the programs exist, but I think it's still the case that never

changed. And it's also totally fine that it's never gonna changed, not everything that has been made is screened, it's pity, but that's how is it. So I think that also means, that if you make films, and it's never been pick-up by distributors, never been screened by any festival, and never been bought by any television channel, you should also start to realizing, if you are the one who should make films. I think. At some point.

M: Okay, okay. Definitely. Well, maybe just the last thing – we have been speaking about it a little bit. Let's say, we have the model situation of the co-production platform and the project market. What do you think... I mean – there are some selectors, right, and they have either some taste or aim, which is done by some kind of paper or something like that. But what do you think is the common problem of projects, why they don't take them. I mean is it like – bad script or badly written script, or badly presentation of the movie, you know what I mean...

R: I think that they can be different reasons... but in general: coproduction markets want to have the three elements I mentioned before. It should be the strong scripts, that they don't feel like we have seen them all before – some originality and quality – it's a team behind them, so the people who are be able to make that film but also they are also able to work together with other people – they know how to coproduce, the difficulties of working internationally, they know that project is gonna be a super original, but they also know they will probably able to make it and thirdly is the financing part – if the project is super original and the team behind this super friendly people to work with, but the paper, the financing plane looks like a disaster and it doesn't look like these people doesn't know what they are doing, so it's a very interesting for a coproduction market to select the project, because in the end, all the visitors will say, like: "I like the guy who produce it, story is amazing, but did you look at the financing plan – I never gets money for this.". So, a co-production market wants basically projects that's have a good chance to being successful, and successful can be because of the originality, it can't be because the solid financing program, or strategy at least. And realistic expectation of what market can offer, you know, if the market is a place that they want to make a short missing money, it can be found at the market. So market also looks like – who's coming, what funds are coming, who have feelings it can be this film financed in market, plus, of course, the people involved, that's how market select it. Don't think is much about taste. I mean the originality, of course, can be tasting, but it's always a combination of these three things and I think originality, even thought it's not my taste, I would be able to recognize something is very original. Scripts from

this part of the world, I mean don't forget, market is normally, at least here in Berlin, where I work, it is international. So, what is original in Europe, is not original in Asia and original from Africa can be totally different, so originality and the taste also very much... like you want to present something to people we are curious about and they feel, like "wow, this is refreshing and I haven't seen project from Africa like this ever in my life" or "I thought knew the German cinema and this is something totally new!" – that's what to want to offer at co-production market at all.

M: And just, one last thing. When we get back to your training initiative experience...

R: Than I have to go eat, I'm like super-hungry...

M: Yeah, yeah... like you said you select a lot of people for the labs but to talks and everything. How actually you select them? Is it important they show the motivation or that they prove they are original and to help them to be really established... you know what I mean?

R: Yeah, absolutely, and I think it's very important to have these criteria. Because it's a lot of people applying for, at least for the program I worked wor. I think the most important thing is that people are... first of all, they have to have some experience, so they know what they are talking about, I think, for the program I worked for was very important to have feeling, that the don't live on this pink cloud anymore, like "o god, I'm an artist, I'm a filmmaker...", I was always interested in people, that you can feel it already as well, also they know how difficult it was, and they still decide it to go on, which it I think very important thing. So you feel a really passion about it, but also a realistic passion. I think the motivation was a super important, because I think people who are able to explain why and what they are doing, is a part of being talented. Talent is not just some esoteric thing you have from some higher power, I think being talented is also being realistic and also knowing how to explain what actually are you going to do. I think this skill is really needed in the industry. Plus.... Ehm.... For me it was really important, that I wanted to read the motivation of people to work also with another people, not just because they are so talented. To feel that they realize, that to be able to really built up their carrier, they need other people to do that. And I felt a lot of people weren't so specific about that, but had to mentioned specific what they need and so on... I think a part of

be able to talk about your work, being able to continue working after your experience it's not so easy from you get off the film school, you get into the real world, but you realized you need other people to develop your talents, to survive mistakes, and to learn more about yourself. I think you need people, I want to see people were also realizing that, about themselves. I think it's an important thing.

M: Okay, so thank you.

R: Your welcome.

Producer - interview

M: Hello, my name is Michal and this is interview for the research. Please, can you tell me what is your job – what is your profession? What is your film experience?

R: My job is being a producer, ehm, and I was studied to become a producer and I produce or co-produce, four feature films. And actually all of them were debut films.

M: Okay. Are you from Germany, right?

R: Yeah, I am from Germany. From Berlin, originally.

M: So, there was a next question: *What is your experience with debut movies?* (laugh)
And you already answer...

R: Yeah.

M: Ho do you enquire the projects? Is it actually important for you, that there are only debut movies?

R: No....

M: It was a coincidence....

R: Actually it's the other way around.

M: Okay.

R: Now days, I would look for more experienced directors, for certain reasons, but next project... I'm co-producing film from a director, who is writing her eight film, and she is quite experience – and you see major difference from the experience one to debut directors. Which is not, that one is better, it's just very different. And I'm developing, we are in the very late stage of development, at the moment, it's also a debut film, another one. And I enquire these films differently. Most of the debut films are from my colleagues from the film university, and the one which I'm about to shoot now, with the director and her eight film. And that came from the co-production market. Where I met the producer and they were looking for a German co-producer. So, it's nothing I develop.

M: Aha, so she is not German, then.

R: No, she is not. She is Dutch.

M: So, the question is – if you are working with the first-timers, because sometimes it's not only the director, but also the producer, they are, let's say foreign, or maybe even from Germany – you can enquire a project of tandem and help them. Do you put to the project, who is more experience, except of you, for instance?

R: Specially for the European co-productions, I look at the projects differently, than for my German productions, because the founding criteria are different. So, my job, as a European co-producer, special as a minor co-producer, is to find money from Germany I can invest for foreign films, shot in foreign language, shot in foreign country – very often. Selling the project is very priority and to sell a project, the package has to be very convincing. And everybody who is attached t the first-timer, is difficult, because the project, the package, loses the credibility, immediately, when it's a first-time director. Unless, the first-time director, for example, or also the first-time producer, has one short-film shown at major film festivals, and show how to direct and the project, the script, is really good, the actors, you know, are more-less famous or you are able to attached people to the project, which gives the project credibility, because the director doesn't have to put into his feature film. If it is the first feature director, and the first-time producer, things are more difficult and then, I would really think twice – if I would jump to co-production of first-feature director and first-feature producer. Because specially with the

producer, you have to have some experience to also understand the work of director, and have or have go through process of financing, and being a delegate producer in a European co-production, which is a different job, than just, you know, producing your short nationally, or your feature nationally. It's a bit different. You have to deal with a European law, with European co-producers and the different founding regulations of the European co-producers... So, it gets more complicated.

M: Okay. So for you it was a coincidence, to start with the first-time directors, let's say... Or naturally – because they have been from the film school?

R: Yeah, colleagues and friends of mine.

M: By the way, when you are approach with somebody, with the project, and they are first-time, let's say directors, do they come usually from the films schools or do they have different backgrounds? From film labs, TV, commercials...

R: Now, I was approach by the first-time director, who was going around the world with a bike, almost 40 000 km, and he wrote a blog about it, and I think he wrote a book, as well. And now he wants to develop the story out of his experience. And he approach me through Facebook.

M: Ha, okay.

R: I haven't met him, yet. I don't know what he wants exactly, what is his project like. Again, first-time director, he has never shot a film. How do I know, that this guy it's not just *interesting guy*, who travel around the world with a bike, but he is also a filmmaker. So, there are many interesting people, who are unable to direct people and to direct a film.

M: Definitely. Okay, now, speaking of choosing the project. What are the important criteria for you? Let's say – is it also the personality of the director?

R: Yeah. There are different criteria. What is the story – the big size of the element? As well the previous film – so if the previous film is really, really good, than the story of the new film gets less important. Because normally the script, I get read, are not good anyway and than you start to work on a script with the writer or director. So, the story and the previous work are

very important. If this is good and the personality of the director is not good, than I wouldn't still work with this guy, because you have to work with him for many years. If it is too hard to work with them or impossible, than there is just no chance to work with them.

M: Are we also speaking about the producer? Is it also a major factor for you?

R: Yes. You have to rely on this person. And as a minor co-producer, you are not on the set and you have to give away the project, but you have to deliver something to your financing partner. So, you give away the responsibility of finishing the film to another producer. And if you are not convinced, that he can deliver your film, than you should have not work with him.

M: Is it the package also important for you?

R: Yes.

M: ... How do they present the project, basically....?

R: Well, it depends where you are. If you are on a co-production market, and the presentation is bad, than the chances... you know, there 30 projects present it, and the chance stick of the mass is less. And if you have a good presentation and you are convincing, than you are also more convinced about the people behind it. If you think, they are able to make this project happen.

M: Okay. And also are they also the financial criteria – let's say you are approached by a first-time director, but you said, okay, we have this 10mil budget movie...

R: It wouldn't work. If somebody approaches you, and say, let's say, we are from Romania - the first-time director and producer – and we want budget of 2 mil. I know, that big shots in Romania get 2 mil Euros – like Cristi Puiu for the Aurora, which was a 3-country co-production... I know, it's unrealistic. So, either, they don't know anything about financing in their own country or they are too self-confident, and too little realistic or stupid. So, either way, something is not right. The research, basically, than they know, that 2 millions for first-time director wouldn't work.

M: But you would even consider? Let's say "okay, I read the script, but I think you should shoot it for a half a million, not 2.

R: If it is interesting, than yes, sometimes, they think, it's good to step on the stage with big balls and show something. If the project is really good, than it's okay. You have to imagine – first-time directors are in the same competition as the tenth-time director. So, why would you work with first-time director, if you can work with a tenth-time director...? Unless, something is convincing. Something is on the bases of "this co-production makes sense".

M: And does also matter distribution and marketing strategy, if they have it?

R: Not yet. Normally, in the stage when the projects are present it, is too early to speak about marketing possibility. Or, another words, if they have a marketing possibility, it's something out of *hot air*, normally. And it will change according to the development of the project, who is the sales agent, who is the distributor... So, it's something what you can read, but it's not really important in the beginning.

M: Okay. And if you think just generally – can you see some kind of problems? Or space, where can the debutants can be helped, by the system, government... Like financially or distribution...

R: Yes. I mean, there are helped. There is sometimes a special fund for the debut films. TV has a slot just for debutants. There are cooperation between televisions and film schools for their feature films. There are possibilities how to support first-timers and Oboy was also a first-timer and got founded by the Berlin Film Found – so it's not you have no chances to receive any money as a debut director or producer.

M: You don't feel, there is a need for some other kind of support.

R: I think, there is already enough support out there.

M: ... financial. But it could be distribution or having the contacts with the main industry. Because there are new and they don't know many people...

R: Hmm... It's a good question, because on the one hand, there are a lot of problems out there, but you can do from scholarships to training programs and hundreds of training programs – you can just pay and attend. If you can afford to attend. But even you can't, they have scholarships in training programs, so will not any tuition. And than filmmaking, the actually “film-making” is nothing expensive, any more. If you want just try something out – you can get a camera, ask some actors and make a good script, and make a good film and go to festivals to see how does it work. You don't need like 10 or 15 years ago, expensive camera and stock footage, you know. All these difficulties went away. You can shoot a film now with no money. So, if you want to success – write a good script, shoot a good film, a 5 minute film, win your national award or any national award somewhere, you go for it. One of my projects, which is in late development, from a friend of mine, a first-time feature film, we studied together producing, he was a producer, and when he finished university, he said: I would like be a director. I would like direct a film. At least once. If not after finishing school, when it's a good time. So, he went to New York Film Academy, for 6 weeks, he developed a script in the summer workshop, he came back, he financed his short film, and he won 50 film festivals, was on the short list on the Oscars, won all majority short film awards, and he is a director, now. And he is know about to shoot his first feature film, which I'm producing. Although we studied producing together. It was his first film. And after his first film, he was a young upcoming director. Not a producer anymore. He manages it without founding, without crowd-founding, without anything. Even without the knowledge of studying directing. And he shot in south Africa. So it's not a easiest way to shoot a film, so if you want to become a director – watch films, and shoo movies. And as many, as you can. If you want, you can also attend all these workshops, but if you are unexperienced, these workshops won't help you.

M: And now, speaking about the debutants, about the projects from the opposite site – what kind of problems you usually see in the whole project? Generally speaking – what's the common problematic part?

R: When I'm taking the project and also when I'm shooting the project, the most common part is, that it's lucky experience and you can't blame the first-time director, producer, DOP, anybody. So, there are slower on set, there are very often... very often the think what they know, but on the set, they realize they don't know exactly what they want. It's the same for the producer, an with me as well. I thought I was really better, than I was. And maybe it's also the way to protect yourself from being to scare to be chief on the set. The are also slower

in the development of the project – so if you compare the second and the third draft from an experienced writer and first-timer, than the amount of change in development is much more, than the first-timer's. So, you need more drafts, more time and more development...

M: So more craft? Is it about the craft?

R: Yes.

M: Okay, and now speaking in more details – is it usually the good story, good script, which projects have when they approach you...?

R: No, no. There are not better or worse.

M: Or do they need some dramaturgy – the story is good but the structure...

R: All scripts need dramaturgy. Very, very rarely you don't need dramaturgy. Most of the scripts you must work on.

M: Or is it the presentation bad? Let's say see presentation, which is really, really, bad, because the people are inexperienced, but there is a good director, writer...?

R: It happens to experienced people as well. The quality of the idea is not about if you are more experienced – not necessarily. Sometimes it's so much sure in the details. But it's also about the personality – this is something, which is different. Like if you shot 5, 6, 7 films as a director, your personality is more self confident. With the first-timers is some seeking always, it's also very interesting, just the ego, in more ways what they really want. Another experienced director is more straight to the point.

M: And can you see, maybe, if they work in tandem – first-time director, first-time producer – they have really bad knowledge about the market and bad expectation about the budget – does it happened also?

R: Yeah. It doesn't happen very often, but it does happened. It's also the other way around, they said "we will shoot this film for half a million" and you can clearly see, that the film will be very, very difficult shoot with a million. So it goes in both way.. I mean if you are

experienced producer, and you say 2 millions, I would think it's unrealistic, I would just say – he is more experienced producer than me, I will trust him more. But it could also be that there will be any money .

M: And can you maybe see the first-timer, the director for instance, the have really false expectations? For instance, my experience, sometimes, they expect they will buy a new car, or new flat from the movie, they really think about the high budget...

R: It doesn't happened to me. Never. No.

M: So, you feel, that students or graduates have enough information about the market?

R: No, the don't have enough information about the market. The first-time directors who work with me, known, that they first film will produce a business card, which they can show around and sometimes they don't get pay at all. Or they get paid a thousand Euros on no-budget film. The know, that just the first film is to built the reputation and the second, they get more, and in the third, the arrived in the market. That is normally thy case with first-timer, I know.

M: Okay. So, do you have some finally remark, which come to you? Would be there time again, when you will be search for something fresh, let's say.

R: I would say, I look for more experienced people, but my two next films are debut...

M: *(laugh)*

R: Again... The reason is, because the shooting films is complicated in the sense at least if you are from Berlin, there are many producers... and there is too little money for many producers, so, you struggling with the budget. If you have more experienced team attached, than chances to get money is higher. And I also make money for living with money from the projects, so... It's also – first-time directors, I mean, most of first-time projects, are shot without co-production – so shot in the country. And this is something, that people expect, that should be no-budget film should be national, to make it easy, dirty -to show, what you can. And the second you can make abroad...

M: And is it also your opinion?

R: It makes thing easier. The thing is, XXX is going to shoot a first feature film in Romania, for example. Unless, you don't have a lot of money yourself. Which XXX has, you know. She is from one of the riches families. If you don't have this money, you should shoot short films and try to do shorts. What I thought is less important, if you ask about financing, is to plan your carrier, somehow...

M: Is it important or less?

R: It is important! So, if you want your first feature 2 million, that is wrongly plan – you can shoot this film, but not as your first. Specially I'm looking for a story, that is easir to shoot for less money, but still shows my abilities to directing. And zhis would make sense. If you would come with a really good film with three actors, in one room, and everybody loves it – that you shown more in less time. If you say – “my first film is a historical period drama about WW2, and the final scene is real planes bombing the city”... and you won't help yourself. The other way – positively speaking: help yourself, if you plan your carrier a little bit – “okay, I want start slow, maybe I will start with a couple of a few short films and go to small feature film and than I can take off. There is no need to take off with your first feature film to win a competition in Cannes. It's absolutely not an aim. If it would happen – fine. But don't go for it.

B. Dotazník pro začínající profesionály

Dear fellow filmmakers,

this is a unique Central European survey aimed at needs of young filmmakers. We are Ivan Tomek and Michal Kráčmer from Film and TV School of Academy of Performing Arts in Prague (FAMU) in Czech Republic.

We would like to ask you to participate in our research about the situation of beginning filmmakers organized and funded by FAMU. The research has no commercial goals whatsoever.

The original idea to make this research comes from our students at FAMU who had tough time to make their first feature length movie in the real world; out of the support and protection of the school ☺ The research is focused on the conditions of beginning filmmakers during shooting and preparations of their debut film and support, help and problems which they are facing.

Let us help to understand the state of the markets in Central Europe and think of practical consequences which could fix that situation (assuming the results will show some limits and

weaknesses). We cannot find some solutions unless we know the problems. That is why we come to you and we are asking you to help us with our research by filling in this survey.

It should take you less than 20 minutes of your precious time. We really believe the time will be worth spending even for your future and the future of your colleagues.

We are asking the questions both the students and recent graduates of film schools in Germany, Austria, Poland, Czech Republic, Slovakia and Hungary. Please be as open and sincere as possible, as the research is anonymous, and you don't have to be afraid we would link the results with specific names.

As a reward for your openness we will send you the final report of the research if you wish so. The final report should be ready at the beginning of the next year.

Identification

Identification of position, profession, previous experience - for statistical analysis.

Q1 Who are you – a student of a university, or did you already finish?

Already finished university

Studying the last year

Studying in a lower year

Didn't study university

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE

Q2 Which specialization did you study / are you studying?

Directing

Production

Screenwriting

Other film related field

Other than film education

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE

Q3, In what area do you work or do you intent to work after finishing your studies?

Live action

Animation

Documentary

TV

Advertisements

Other film type

Job out of film industry

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE

Q4 When did you shoot your feature (i.e. more than 60 minutes) debut movie (it doesn't matter if live action, animation, documentary or other)?

1 I haven't shot it yet

2 I'm shooting/preparing it right now

3 I already shot it. Please, specify the year:....

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE

Q5 In which country do you work or do you intend to work after finishing your studies?

Germany

Austria

Poland

Czech Republic

Slovakia

Hungary

Other country. Please, specify:....

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE

Q6 What is your gender?

Male

Female

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE

Q7 How old are you?

Questions about your debut movie

Now we will ask you about your debut movie which you already shot, or which you are currently shooting / preparing, or which you plan to shoot.

D1 It was / It's going to be...

1 live action

2 animation

3 documentary

4 other type

D2 Please, try to remember the time when you were in production (but even development, preproduction, postproduction) of your feature debut movie. Which problems and obstacles were you facing back then? If you are still studying (or haven't shot your feature yet), what problems and obstacles are you facing now?

Open question

D3 Now considering mainly the problems of financing and distribution. Which problems were you facing back then? If you are still a student try to think which problems you might be facing in the near future.

Open question

D4 Below you can see some criteria which we acquired from interviews with established professionals (from all film fields) and we would like to know your opinion about them.

How important are for you following criteria to make a successful debut movie? Take into account your previous experience or - if you are still studying try to think how it will be in the future.

Use a scale from 5 to 1, where 5 means the criterion is very important and 1 means it is little important.

Your personality, manners, self-presentation	5 4 3 2 1
Connections (contacts) in the film field	5 4 3 2 1
The producer of the movie, his or her profile	5 4 3 2 1
Your existing works and experience	5 4 3 2 1
Synopsis, screenplay	5 4 3 2 1
Coincidence, luck	5 4 3 2 1
Persistence	5 4 3 2 1
Promotional materials	5 4 3 2 1
Your previous films or projects	5 4 3 2 1
Story, theme	5 4 3 2 1
Marketing and distribution strategy of the project (target group, territories, etc.)	5 4 3 2 1
Fundraising strategy and budget – its quality and coherence with the debut	5 4 3 2 1
Realisation of the project from the practical side (technical)	5 4 3 2 1
The crew and cast	5 4 3 2 1
Time schedule and consecutive steps of the project	5 4 3 2 1
Difference from all the other movies and uniqueness	5 4 3 2 1
	5 4 3 2 1

D5 In which field do you think beginning filmmakers need the biggest help? Now, please, consider only financial and distribution aspects.

Use a range from 5 to 1, where 5 means the criterion is very important and 1 means it is little important.

A good screenplay 5 4 3 2 1

Dramaturgy of the project (script editing) 5 4 3 2 1

Good presentation, pitch 5 4 3 2 1

Clear target groups of the movie and covering their expectations 5 4 3 2 1

Budget-making 5 4 3 2 1

D5a: If such support is important, in what sense in particular?

Please, specify why there's need of such support. OPEN

Functional realization strategy of the project 5 4 3 2 1

To know what you can expect from whom (which partner) 5 4 3 2 1

Personality defects 5 4 3 2 1

Film festivals submissions support

IF THE ANSWER IS NOT 1 -> SUBQUESTION D5b: If such support is important, in what sense in particular? 5 4 3 2 1

Financial support (fees, travelling costs, etc.) 1

Content (festival strategy – suitability of the movie for particular festivals) 2

Contacts to relevant film industry people 3

Other

Please, specify which other field.

4

Support with preparation of applications for grants

IF THE ANSWER IS NOT 1 -> SUBQUESTION D5c: If such support is important, in what sense in particular? 5 4 3 2 1

Financial support (fees, etc.) 1

Content (what and why to fill in) 2

Contacts to relevant film industry people 3

Other

Please, specify which other field.

4

Support with securing a co-production

IF THE ANSWER IS NOT 1 -> SUBQUESTION D5d: If such support is important, in what sense in particular? 5 4 3 2 1

Financial support (costs of searching for partners, legal costs, etc.) 1

Content (preparing the project for co-production) 2

Contacts to relevant film industry people 3

Other

Please, specify which other field.

4

Support with securing sponsors

IF THE ANSWER IS NOT 1 -> SUBQUESTION D5e: If such support is important, in what sense in particular? 5 4 3 2 1

Financial support 1

Content (what to offer to sponsors) 2

Contract making support 3

Contacts to relevant film industry people 4

Other

Please, specify which other field.

5

Support with securing a distributor

IF THE ANSWER IS NOT 1 -> SUBQUESTION D5f: If such support is important, in what sense in particular? 5 4 3 2 1

Financial support 1

Content (what to offer to a distributor) 2

Contract making support 3

Contacts to relevant film industry people 4

Other

Please, specify which other field.

5

Support with securing a sales agent

IF THE ANSWER IS NOT 1 -> SUBQUESTION D5g: If such support is important, in what sense in particular? 5 4 3 2 1

Financial support (costs of searching for partners, legal costs, etc.) 1

Content (what to offer to a sales agent) 2

Contract making support 3

Contacts to relevant film industry people 4

Other

Please, specify which other field.

5

D6. Do you have any idea now, what would you like to say or recommend as a potential support to the beginning filmmakers? Maybe we haven't stressed some fields of problems enough in previous questions.

Open question

.....

Now we would like to ask you some specific questions about your first feature-length movie (or your idea for future in the case you are still studying).

D7 What was / will be the movie budget in Euro?

OPEN

D8 What was / will be the genre?

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE Action or Adventure

Comedy

Drama

Horror

Music(al)

Historical

Political

Romance

Sci-Fi or Fantasy

Thriller

D9 What is / will be the language(s) of the movie?

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE Country of origin / production language(s)

English

No language

D10 What is / will be the length of the distribution version of the movie (in minutes)?

NUMERICAL

D11 What were / will be the sources of funding the production of the movie?

MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE National film fund

Regional film fund

National public broadcaster

National private broadcaster

School

Any Creative Europe programme

Any Eurimages programme

Film incentives (tax credit, etc.)

Film festival (award)

Rental company

Post-production company

Studios

Private investment (not yours)

Your investment

Minimal Guarantee from a distributor

Minimal Guarantee from a sales agent

Film scholarship / grant by a foundation

Other. Please, specify:

D12 How long did it take / it will take to raise all the required funding?

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE 0 - 3 months

3 - 6 months

6 - 9 months

9 - 12 months

1 - 1,5 years

1,5 - 2 years

2 - 3 years

More than 3 years

D13 Did you experience / do you expect any problems with funding of the movie? If yes, please specify.

Open question

IF YOU DON'T HAVE YOUR DEBUT PROJECT YET, PLEASE, SELECT ALWAYS "NOT APPLICABLE".

D14 Did you try to contact any distributor, broadcaster or sales before starting the production?

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE Yes, but no one wasn't interested.

Yes and we did a business before the production finished.

Yes, but we did business after the movie was produced.

No.

I wasn't thinking about that before.

NOT APPLICABLE

D15 When the production started did you / will you / already have a distributor, broadcaster or sales on board?

MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE A national distributor

An international distributor

A sales company

A national broadcaster

An international broadcaster

VOD distributor

No

NOT APPLICABLE

D16 When the movie was finished was it / will it be represented / by a distributor, a sales company or a broadcaster on the market?

MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE A national distributor

An international distributor

Sales company

A national broadcaster

An international broadcaster

VOD distributor

No

NOT APPLICABLE

D17 How was / will be / the movie released?

MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE National cinema distribution

National TV broadcast

National VOD/DVD

International theatre distribution

International TV broadcast

International VOD/DVD

No or I don't know yet.

NOT APPLICABLE

D18 Did you / do you intend to / present the movie at a co-production market?

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE Yes.

No, I wanted to, but I wasn't accepted anywhere.

No, I wanted to, but I felt not experienced enough.

No, I had no idea there were any markets of this kind.

No for some other reason.

D19 Did / Will / you (or the project) go through a training initiative during the development, production or postproduction of the movie?

MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE A script development training

A producer training

A project training

Talent lab

Presenting skills

Distribution training

Editing workshop

Other

None

D20 Was everybody / Will be anyone / from the crew and cast paid?

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE Yes, with regular wages.

Yes, but they received lower wages than domestic average.

Just a few people were paid. The rest worked for free.

The core crew and cast were not paid. We paid only extras and selected assistants.

Other system.

No one was paid.

D21 How many people were there in the crew?

Write down a number. NUMERICAL

EXPECTATIONS

This is the last block of questions. We would like to know more about your way of thinking and your current situation.

E1A Do you have an idea what kind of service can you expect from a sales agent?

MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE E1B Do you have an idea what kind of service can you expect from a distributor?

MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE

Selling your movie to international distributors. Selling your movie to local cinemas.

Selling your movie to international TV stations. Promoting your movie in local media.

Selling your movie to a VOD platform. Organizing a premiere of your movie in the local territory.

Representing / selling your movie to film festivals. Co-finance your movie by offering a minimal guarantee.

Representing your movie at film markets. Selling your movie to local TV stations.

Pre-selling your movie to international distribution partners. Selling your movie to local DVD distributors.

Setting-up your film festival strategy and world premiere. Selling your movie to local VOD distributors.

Collecting revenues from international distributors. Collecting revenues from local partners.

Co-finance your movie by offering a minimal guarantee. Providing materials (press kit) to business partners.

Promoting your movie in international industry media. Helping fundraising your project by issuing Letter of Intent.

E2 What do you think is a good way how to get in touch a distributor or a sales agent?

1 – 3 answers possible

To send an offer to a business e-mail.

To send an offer to a business e-mail with recommendation by someone who they know.

To send an e-mail / call to set-up a meeting.

To call the business phone number.

To visit them personally in their office.

To arrange a meeting during a film festival.

To visit a co-production forum.

To meet them at an industry party.

To meet them in the industry area of a film festival.

To visit their stand at a film market (Cannes, Berlin, Toronto).

To visit an industry discussion or forum.

To ask somebody for recommendation.

A. E3 Would you like to take part in a training to gain skills to succeed in the international environment?

Yes.

Yes, but there is none in my region.

Yes, but they are all too expensive.

No, I don't need to go international.

No, I think I have enough experience and knowledge.

No

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE

E4 Would you like to present your current project at an international market?

Yes, but I don't know how to.

Yes, but I don't know which one to choose.

Yes, but any doesn't seem to reflex my needs.

Yes, but I am not sure if they will accept me as I am not that experienced.

No, I don't need to expose my project internationally.

No

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE

E5 Do you feel emerging filmmakers are supported well in your country?

Yes, it's OK.

No, but there are some possibilities.

No, it's almost non-existent.

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE

E6 Do you think making your projects international would help? Please, answer for each of the following statements YES if you agree and NO if you don't.

It will bring more attention to the project from film professionals. YES NO

It would help me getting funding from national sources. YES NO

It would help me getting funding from international sources. YES NO

I am afraid somebody would steal my idea. YES NO

It's too early during development. YES NO

I can have better distribution deals in the future. YES NO

It would help me getting more co-funding contacts. YES NO

It would help me getting more distribution contacts. YES NO

It would help me getting more sales contacts. YES NO

It would help me getting more festivals reps contacts. YES NO

It would help me getting more press attention. YES NO

It will bring more audience to my project. YES NO

It will bring me possibility to make more demanding projects. YES NO

I can see trends in the film industry earlier. YES NO

My project will have less freedom. YES NO

International management (legal, accounting, etc.) is very costly. YES NO

•

• E7 How much are you willing to spend for your further education in international skills?

1 - 50 €

51 - 100 €

101 - 200 €

201 - 500 €

I don't have any kind of money for that in my budget.

I don't think anybody should charge money for such service.

I cannot afford it. Other spending has higher priority.

ONLY ONE ANSWER POSSIBLE

Thank you very much for your time and attention. If you would like to get results of the research, please, state here your e-mail. We guarantee it will not be handed over to any third party and it will not be commercially used to send you any offers or advertisements.

BOX PRO E-MAIL

Ivan Tomek, Michal Kráčmer

research team

FAMU Prague, Czech Republic

Ivan Tomek ivan.tomek@famucz.cz +420 602 33 51 68

Michal Kráčmer kracmer@gmail.com +420 602 83 83 88

C. Scénář pro hloubkové rozhovory

Identifikace pozice, profese, minulé zkušenosti
Jaké máte zkušenosti s debuty, děláte, je, nebo ne,
DEFINICE DEBUTU pro náš výzkum oč nám jde o co nikoli ?
pokud nedělají, proč ? obavy? Bariéry, problémy, podrobně. Co by bylo třeba změnit, rozvést, vylepšit?
Pokud dělají debuty, jak práci organizují, přijímají celý tým, nebo doplňují méně zkušené zkušenějšími?
Podle čeho si vybírají projekty pro debut ? Jaká mají kritéria? Která bývají naplněna a která nikoli. Co poskytují sami, nebo to podstatně ovlivňují? Nejprve spontánně, poznamenat co uvádí a s jakými komentáři

Vidí nějaké typické segmenty zájemců o filmový debut ? kolik asi chodí debutantů v jednotlivých segmentech ? čím se liší ? (např. absolventi škol, amatéři, Tv tvůrci, reklamní autoři atd atd)

Nyní navozeně jednotlivá kritéria, nakolik jsou pro ně důležitá a jak bývají naplněna, jsou s nimi problémy, nebo ne ?

Jaká je úroveň, připravenost

Liší se nějak skupiny uchazečů u jednotlivých kritérií?

- Osobnost režiséra, jeho dosavadní práce, vystupování, sebe prezentace

- Producent projektu, jeho profil

<ul style="list-style-type: none"> • Synopse, treatment, předloha
<ul style="list-style-type: none"> • Prezentační materiály,
<ul style="list-style-type: none"> • Příběh, téma, potenciál projektu
<ul style="list-style-type: none"> • Finanční rozvaha, její kvalita, odpovídá projektu ?
<ul style="list-style-type: none"> • Realizovatelnost projektu z praktického hlediska, technická
<ul style="list-style-type: none"> • Sestavený tým (odpovídá projektu?) , představa o dalším postupu, časový plán výroby
<ul style="list-style-type: none"> • Marketingová a distribuční strategie (cílové skupiny, teritoria),

Kde myslí, že mladí tvůrci, odhlédněme teď od jiných skupin debutantů potřebují nejvíce pomoci? Jde nám nyní **jenom o otázky financování a distribuce, nikoli o development a o uměleckou realizaci.**

Podrobně, s přihlédnutím k odpovědím na předchozí otázky.

Co jim chybí u debutantů? Příčiny problémů (výuka? Osobnostní? Finanční ?)

Typické chyby debutů, které jsem zatím popsali při přípravě. Setkává se s nimi? Jak jsou závažné? Jak odstraňovat?

- Nekvalitní scénář

- Dramaturgie

- Bez prezentace

<ul style="list-style-type: none">• Finanční nejasnosti
<ul style="list-style-type: none">• Realizační strategie není reálná
<ul style="list-style-type: none">• Neorientuje se, neví co může od koho čekat
<ul style="list-style-type: none">• Osobnostní vady
Má smysl sjednocovat parametry debutu? Definovat si je a případně nějak specificky financovat?

D. Finanční plán filmu Můj neznámý voják

My Unknown Soldier Financing plan

	source	amount CZK	amount EUR	% of total	form	stage	commentary
1	CZECH sources						
1.1	Czech Television - cash	300 000 CZK	11 742,05 €	6,03%	co-production	secured	agreement
1.2	Czech Television - <i>in-kind</i>	552 503 CZK	21 625,06 €	11,10%	co-production	secured	agreement
1.3	Czech Cinematography Fund - cash	660 000 CZK	25 832,51 €	13,26%	grant	secured	confirmation
1.4	FAMU - cash	65 000 CZK	2 544,11 €	1,31%	co-production	secured	agreement
1.5	FAMU - <i>in-kind</i>	190 000 CZK	7 436,63 €	3,82%	co-production	secured	agreement
1.6	Analog Vision investment - cash	101 566 CZK	3 975,31 €	2,04%	co-production	secured	agreement
1.7	producer's investment - cash	10 000 CZK	391,40 €	0,20%	investment	secured	bank statement
1.8	producer's investment - <i>deferrals</i>	160 000 CZK	6 262,43 €	3,22%	investment	secured	producer's declaration (producer's fee, overheads, film stock)
1.9	Czech Eurimages share	478 263 CZK	18 719,31 €	9,61%	grant	secured	
2	LATVIAN sources						
2.1	National Film Centre of Latvia	894 222 CZK	35 000,00 €	17,97%	grant	secured	agreement
2.2	Baltic Pine Films - <i>deferrals</i>	145 000 CZK	5 675,32 €	2,91%	co-production	deal memo	producer's declaration (producer's fee, overheads, film stock, offices)
2.3	Latvian Public TV	15 330 CZK	600,00 €	0,31%	presale	secured	confirmed - LOC
2.4	Latvian Eurimages share	247 345 CZK	9 681,12 €	4,97%	grant	secured	
3	SLOVAK sources						
3.1	Audiovisual fund - cash	638 730 CZK	25 000,00 €	12,84%	grant	secured	agreement
3.2	Slovak TV and Radio - cash	127 746 CZK	5 000,00 €	2,57%	co-production	secured	agreement
3.3	Slovak TV and Radio - <i>in-kind</i>	70 263 CZK	2 750,10 €	1,41%	co-production	secured	agreement
3.4	Wandal Films - <i>deferrals</i>	100 000 CZK	3 914,02 €	2,01%	co-production	deal memo	producer's declaration (producer's fee, overheads)
3.5	Slovak Eurimages share	219 712 CZK	8 599,57 €	4,42%	grant	secured	
4	Total	4 975 680 CZK	194 748,95 €	100,00%			

	50% test	in-kind 15% test
Czech share	81,00%	13,90%
Latvian share	81,00%	11,14%
Slovak share	81,00%	8,65%

Eurimages	945 320 CZK	37 000,00 €	19,00%
-----------	-------------	-------------	--------

1 EUR =	25,5492	CZK
---------	---------	-----

E. Body v evropské koprodukcí pro film *Můj neznámý vojín*

My Unknown Soldier / Můj neznámý voják

list of technical and creative elements by countries

Czech Republic

Element	Name	Nationality	Permanent residency
3. Leading Actor	Miloslav Mejzlík	Czech Republic	Czech Republic
supporting actor	Ivan Shvedoff	Russia	Czech Republic
supporting actress	Marianna Arzumova	Russia	Czech Republic
composer	David Střeleček	Czech Republic	Czech Republic
Shooting location	Prague	Czech Republic	
Postproduction location	Czech Television	Czech Republic	
Postproduction location	Bc. Michal Kráčmer	Czech Republic	

Latvia

Element	Name	Nationality	Permanent residency
production designer	Jurgis Krāsons	Latvia	Latvia
composer	Andris Dzenītis	Albania	Latvia
Shooting location	Riga, Liepāja, Kuldīga, Skrunda	Latvia	
Postproduction location	LOCOMOTIVE PRODUCTIONS	Latvia	

Slovakia

Element	Name	Nationality	Permanent residency
2. Leading Actress	Zuzana Dančiaková	Slovakia	Slovakia
supporting actor	Dávid Hartl	Slovakia	Slovakia
director of photography	Radka Šišuláková	Slovakia	Slovakia
sound designer	Viktor Krivosudký	Slovakia	Slovakia
Postproduction location	HOMEMEDIA PRODUCTION	Slovakia	

Ukraine

Element	Name	Nationality	Permanent residency
1. Leading Actor	Anna Kryvenko	Ukraine	Ukraine
director	Anna Kryvenko	Ukraine	Ukraine
writer	Anna Kryvenko	Ukraine	Ukraine
Shooting location	Kyiv	Ukraine	

Russia

Element	Name	Nationality	Permanent residency
editor	Daria Chernyak	Russia	Russia

Germany/Israel

Element	Name	Nationality	Permanent residency
composer	Yair Elazar Glotman	Israel	Germany

F. Scénář k filmu **Můj neznámý vojín**

Můj neznámý vojín

blokový scénář

Film je koncipován jako asociativní a analytická montáž převážně archívních materiálů, které budou spojovány experimentální metodou na principu tematických bloků.

Každý z bloků vystihne koncentrovaný obraz dějinného pohybu v konkrétních detailech, tvářích, jevech či situacích zachycených často jakoby mimochodem, tento způsob montáže přiblíží “druhý plán” událostí, dějů i momentů srpnové invaze, jejich vnitřní hloubku a sílu, která se ukáže v novém kontextu určitého zhuštění, jehož smyslem je vystihnout obecnější podstatu mezních situací války, boje, ohrožení (např. tváře zachycující emoce, bolest, vystrašení, překvapení z různých míst sestříhané za sebe, vojenská technika která se stále více přibližuje apod.) – konkrétně viz rozpis jednotlivých bloků:

Hlavní dějové linie – symbolické vizuální pojetí sebevražd a vystříhávání vzpomínek

Blok 1 – obyčejný život dvou zemí

Blok 2 – utrpení Čechoslováků

Blok 3 – strašná síla z vnějšku - (ne)pochopení

Blok 4 – disonance – realita

Blok 5 – soucit

Blok 6 – mediální analýza

Hlavní dějové linie

Sebevražda – symbolické vizuální pojetí



Obsah

Tato část hodně závisí na rešerši, protože toto téma bylo dosud málo zkoumané, a vlastně ho chci pojmout metaforicky, jak jen to půjde. Chci mít co nejvíce příběhů vojáků, kteří spáchali sebevraždu po okupaci, ať už v Československu nebo po jejich návratu domů, protože nedokázali přežít morální a emocionální důsledky svých činů, a spojit je v jeden mrak, roj hlasů a výpovědí. Budou se spojovat a zase se rozpadat do úplné celkové dekonstrukce a destrukce hlasů a informací. Procházení skrze vnitřní destrukci člověka. To, co člověk prožívá uvnitř. Tato linie bude procházet celým filmem, ale jemně, jen v náznacích, občas jen vizuálních metaforách a analogiích vnitřního rozpadu osobnosti, nakročování do příběhu.

Speciální výrazové prostředky

Fenomén sebevražd vojáků budu vizuálně zpracovávat skrze linie dekonstrukce věci, demolice budov a procházením skrze opuštěné baráky, ze kterých budou digitálně postprodukčně vystřižené části obrazu. Ze záběru budou postprodukčně mizet detaily a části obrazu, na začátku pomalu, ale postupně čím dál tím více. Okna, dveře, části nábytku. A budou

zanechávat díry v obrazu. Tím to bude spojené s následným vystřiháváním lidí z rodinných fotografií.

Hlasy, které vypraví, co viděli tu a tam. Navrstvení zvuku. A rozpad v obrazu. Tato část bude založena také na hudbě, která bude mít charakter noisu a vlastně se rozpadne na několik součástí.

Klíčová slova

Destrukce.

Opuštěné byty a baráky.

Opuštěné myšlenky.

Opuštěné rodiny.

Špinavé nádobí.

Mizení obrazu.

Demolice.

Vnitřní emigrace.

Potápění.

Vystřihávání vzpomínek



Obsah

V této části, která také bude procházet celým filmem, se odvypráví rodinný příběh mého prastrýce, který v roce 1968 byl v Praze na tanku jako voják, ale když se vrátil tak neunesl pocit viny a spáchal sebevraždu. Co zažil? Co možná viděl? Co slyšel od lidí? Kde mohl v Praze být? Co dělal, když se vrátil. Když byl v Praze, poslal domů na Ukrajinu dopis, který se ale nedochoval. Chtěla bych udělat pokus o přiznanou rekonstrukci toho, co mně se zdá, že by tam mohl psát. Co tam viděl a co prožil.

Speciální výrazové prostředky

Toto je část filmu, ve které nebudou použité archivy, ale nově natočené materiály.

Vystřihávání postav z fotografií a nalézat pro ně úplně jiné souvislosti a kontext. Jak historický, tak i vizuální. Skládám tak různé části fotografií dohromady, například, doslova přišívám vystřihnutého vojáka z rodinné fotografie na Karlův most. Dělán koláže tím, že překrývám fotky vrstvami pauzáku, papíru, starých novin. Každá tato akce s materiálem má svůj význam (skrýt, vyndat, zapomenout, odříznout atd.)

Budu nejen vystřihávat fotografie, ale také používat různé lokace a barevné podklady.

Klíčová slova

Stůl. Podlaha. Tráva. Kameny. Voda.

Odkaz

<https://www.youtube.com/watch?v=y0XmeSUmzYI>

<https://www.youtube.com/watch?v=ofcOGck-EUE>

Blok 1 – Obyčejný život dvou zemí



Obsah

Tento blok se bude skládat z dobových archivů obou zemí (ČSSR a SSSR), ale budou tam materiály nejen z událostí v Praze. Není to porovnání, kde je to lepší. Spíše naopak – je to faktor, který spojuje lidi a státy – každý má svoji minulost.

Jak žilo **Československo** před tím? A jak to stejné město bude vypadat za chvíli. Plakáty. Nápis.

Kam přijedou vojáci? A také jaký domov opustili vojáci v **SSSR**, a kam se potřebují vrátit. Skoro idylická představa o šedesátých letech ve dvou zemích.

Speciální výrazové prostředky

Jenom ve zvuku bude pomalu náznak nebezpečí skrze velice nízké basové tony, které působí spíše fyzicky, než zvukově a melodicky.

Klíčová slova

Šedesátá léta. Více volnosti.

Oblečení. V čem chodí lidé na ulici, co se prodává v obchodech.

Vitríny.

Odrazy.

Koncerty. Hudba. Tancování.

Rodinné záběry procházení se městem.

Svatba.

Focení se u památníku.

Vesnice. Město.

Odkaz

https://www.youtube.com/watch?v=zke4_i9QCDs

Blok 2 – Utrpení Čechoslováků



Obsah

Snaha ukázat skrze archivy bolest a emoční reakce lidí na to, co se dělo v ulicích v srpnu 1968 jak v Praze, tak i Brně, Ostravě a dalších městech. Tento blok je upřímný pokus ukázat, jak já osobně vidím, co se stalo lidem, a jak to oni prožívali. Nejedná se o objektivní ukázkou, protože taková být ani nemůže. Vždy jde o manipulaci s obrazem a kontextem. Zajímá mě ale, co nejvíce ukázat emoce lidí, kteří byli v ulicích v tyto dny. Hledají pomoc. Ale všichni jsou ve stejné situaci. Detaily, které se budou skládat do mozaiky jednoho. Je to obraz člověka, který prožívá utrpení svého státu a národu. Okolo je mnohem více lidí, ale ve své bolesti je každý sám. Přiblížení zla. Síla, kterou se zdá, že není možné kontrolovat.

Speciální výrazové prostředky

Tady budou použity záběry hlavně lidí. Rychlé a náhlé střihy. Rapidmontáž. Montáž více obličejů, detailů na ruce a nohy rychle za sebou, aby se vytvořil pocit jednoho člověka, který se skládá z desítky. Subjektivní pohled člověka, který běží v panickém záchvatu. Utíká, rozhlíží se. Rozklepaný. Třesoucí se obraz. Přibližování ve zvuku a obrazu vojenské techniky. Je to hlavně zvukový a světelný zážitek. Umělé stíny, které přicházejí na významná místa Prahy, a pokrývají části města tmou. Obrat barev, inverzní vsuvky.

Klíčová slova

Lidé.

Jejich obličej.

Emoce.

Ruce.

Vlajky.

Blok 3 – Strašná síla z vnějšku – (ne)pochopení



Obsah

Konfrontace vojáků a lidí v ulicích, kteří se jim snaží vysvětlit, co se tady opravdu děje, nebo neděje. Většinou jsou to záběry na vojáky, co sedí na tanku, a dole pod nimi stojí lidé a

vášnivě něco říkají. Záběry, jak vojáci vnímají, co se děje všude kolem. Oni většinou ničemu nerozumí. Spousta lidí je z vesnic a ani ve velkém městě v životě nebyla.

Speciální výrazové prostředky

Změna perspektivy a obrat-převrácení záběrů vzhůru nohama, posun středu kompozice, aby se dalo podívat, jak se změní vnímání člověka. Jak vypadají gesta, když se vymění, kdo je „hlavní“. Začernění části obrazu. Ztracenost (ve zvuku, ozvěny, reverby). Namíchané jazyky.

Klíčová slova

Tanky.

Vojáci.

Diskuze.

Plakáty s nápisy, ať jdou pryč.

Bouřka.

Padání kamenů.

Růst napětí

Odkaz

<https://www.youtube.com/watch?v=Darmof4E7wE>

Blok 4 – Disonance – Realita



Obsah

Tato část je dvojitá.

1. Jak si lidé představují armádu? Mašinerie zla. Vlak, který přejíždí lidi bez ohledu na to, co se děje a kdo má pravdu. Metafora strojů, kterým je vše jedno, ale musejí se posunout dál. Jako tank.
2. Co si mysleli vojáci, že vlastně uvidí, a kam vůbec jedou. Kontrarevoluce? Nebezpečí. Jediné, co zatím možná nějakým způsobem zažili, byla Druhá světová válka (pro většinu jen z rodinných vyprávění). Jak si představují zlo. Válka. Fašisti. Holokaust. USA. Kapitalismus.

Tyto dvě iluzivní představy budou spojené do jednoho bloku, jako věci, kterých se bojíme, ale i když už vidíme, že to není tak, jak jsme si to představovali, stále pokračujeme v rámci stejného systému. Svým způsobem hypnóza a probouzení se z ní. Každý má svoje zlo. Co se stane, když jdeš jako hrdina s ním bojovat a najednou zjistíš, že ty jsi pro někoho to zlo.

Speciální výrazové prostředky

Vizuální porovnání záběrů armády a přípravy vojáků na službu s mašinérií, stroji. Rychlá montáž ústřížků na záběry z Druhé světové války a Hladomoru.

Klíčová slova

Chůze. Krok za krokem. Jedna noha. Druhá noha.

Nekonečné tanky v ulicích.

Dlouhá jízda.

Letadla.

Odkaz

<https://www.youtube.com/watch?v=AxW5IUlmk0g>

Blok 5 – soucit



Obsah

Ukrajinská žena Valentyna žijící v Košicích šla do kina se svým mladším synem, uviděla tam seznam příjmení lidí, kteří se obviňují z kolaborace se Sovětskou armádou a našla tam jméno svého manžela a jejich domácí adresu. Když se snažila sundat tento plakát, byla ale

chycena dvěma mladíky, kteří ji obviňovali ze spolupráce a podpory okupace. To, že vlastně ona není z Ruska, ale z Ukrajiny jim bylo jedno. Začali ji fyzicky napadat, sundali z ní oblečení a spodní prádlo. Ona se snažila schovat v nějakém z obchodů, ale všichni před ní zavírali dveře. Skončilo to tím, že dav lidí (podle svědků od několika stovek do několika tisíc lidí) ji nahou vedl podél kolejí na náměstí a vyhrožoval ji oběšením. Nakonec ale skončila na policii, a ta ji propustila.

Speciální výrazové prostředky

Příběh je odvyprávěn pomocí fotografií z míst, na kterých se odehrála tato událost. Záblesky a blesky fotoaparátu. Změna rytmu pomocí práce s rychlostí objevování a mizením fotografií. Jak současné, tak i archivních fotografie z Košic. Chladný voiceover, který čte policejní protokol z vypovědí Valentiny a svědku události.

Klíčová slova

Košice

Obchody na náměstí

Blesky fotoaparátů

Blok 6 – Mediální analýza



Obsah

Jak vizuální úprava mění význam záběru nebo fotografie. V tomto bloku budu používat kolem pěti až sedmi nejznámějších záběrů, které se doteď všude opakují, a staly se vlastně svým způsobem ikonickou vizuální představou o událostech v Praze. Jedná se o mediální analýzu. Změnou hlasu, komentáře, hudby, rychlosti a kompozice chci ukázat, jak vlastně jednoduše se dá manipulovat nejen informacemi v momentě, kdy je vidíme poprvé (jako zprávy, například), ale i manipulovat se vzpomínkami. A vystříhávat, a kombinovat i to čemu věříme, že je nepochybně pravda.

Speciální výrazové prostředky

Záběry z Československého rozhlasu a Václavského náměstí se budou několikrát opakovat v hodně zpomalené rychlosti, pokaždé se změnou hlavního bodu pozorování. Buď je to člověk, nebo jiná věc (předmět) v záběru – tank, obličej, atp. Opakování stejného záběru, ale s různými komentáři a zvuky. Stejný záběr, opakovaný v různé velikosti a s různým centrem kompozice. Vnitrozáběrová montáž. Změna kontrastu a barev záběru.

Klíčová slova

Zpomalená jízda tanku.

Otáčení se lidí.

Jak dlouho může trvat pohyb.