



UNIVERZITET CRNE GORE
FAKULTET DRAMSKIH UMJETNOSTI - CETINJE

JELENA MIŠELJIĆ

KOPRODUKCIJSKI MARKETI U SAVREMENOJ EVROPSKOJ
KINEMATOGRAFIJI –
PROJEKTOVANJE INDUSTRIJSKE SEKCIJE FILMSKOG FESTIVALA
HERCEG NOVI - MONTENEGRO FILM FESTIVALA

MAGISTARSKI RAD

Cetinje, 2016.

PODACI I INFORMACIJE O MAGISTRANTU:

Ime i prezime: **Jelena Mišeljić**

Datum i mjesto rođenja: **9. 3. 1987. godine, Dubrovnik, Hrvatska**

Naziv završenog osnovnog studijskog programa i godina diplomiranja: **Fakultet dramskih umjetnosti – Cetinje, Studijski program Produkcija (Spec. Art), 2010.**

INFORMACIJE O MAGISTARSKOM RADU:

Naziv postdiplomskog studija: **Studijski program Produkcija - Akademske magistarske studije**

Naslov rada: **Koprodukcijski marketi u savremenoj evropskoj kinematografiji - Projektovanje industrijske sekcije Filmskog festivala Herceg Novi - Montenegro Film Festivala**

Fakultet/Akademija na kojoj je rad odbranjen: **Fakultet dramskih umjetnosti Cetinje**

UDK, Ocjena i ODBRANA MAGISTARSKOG RADA

Datum prijave magistarskog rada: 30.01.2013. g.

Datum sjednice Vijeća univerzitetske jedinice na kojoj je prihvaćena tema: 11.02.2013. g.

Komisija za ocjenu teme i podobnosti magistranta: **vanr. prof. mr Janko Ljumović, doc. mr Sehad Čekić, doc. dr Zoran Koprivica**

Mentor: **doc. mr Sehad Čekić**

Komisija za ocjenu rada: **vanr. prof. mr Janko Ljumović, doc. mr Sehad Čekić, vanr. prof. dr Zoran Koprivica**

Komisija za odbranu rada: **vanr. prof. mr Janko Ljumović, doc. mr Sehad Čekić, vanr. prof. dr Zoran Koprivica**

Datum odbrane: **08.11.2016. god.**

SAŽETAK

Koprodukcije predstavljaju jednu od osnovnih kulturoloških i ekonomskih strategija za razvoj kinematografije zemalja malog audiovizuelnog kapaciteta. Ovaj rad se bavi mjerama podsticanja međunarodne saradnje u domenu kinematografije, gdje posebno mjesto zauzimaju koprodukcijski marketi, odnosno industrijske sekcije filmskih festivala. U radu su istražene mogućnosti uspostavljanja stabilnog okvira za stimulisanje i djelovanje koprodukcija u Crnoj Gori, kao jednog od preduslova za razvoj kinematografije u širem kontekstu. Na taj način u radu se nudi konkretan prijedlog podsticajnih mjera, među kojima je posebna pažnja posvećena projektu koprodukcijskog marketa u okviru festivala od nacionalnog značaja Filmskog festivala Herceg Novi – Montenegro Film Festivala.

Ključne riječi: koprodukcije; koprodukcijski marketi; filmski festivali; kulturna kooperacija; zahtjevni filmovi

ABSTRACT

Co-productions are considered as one of the most important film policy strategies, especially in countries with less developed audiovisual capacity. This master thesis reviews the economical and political efforts for encouraging the international co-operation in film industry, with emphasis on the project markets or industry sections of European film festivals. The thesis also analyses the possibilities of establishing a stable framework for co-productions in Montenegro, as a precondition for the development of film industry in the broader context. Therefore, the the integral part of the thesis are the prepositions of co-production incentives, including an actual project proposal for co-production market as a part of the national film festival - Film Festival Herceg Novi - Montenegro Film Festival.

Keywords: co-productions; co-production markets; film festivals; cultural co-operation; difficult film

SADRŽAJ

1. Uvod	1
1.1. Izbor teme	1
1.2. Predmet rada	3
1.3. Hipoteza sa obrazloženjem	4
1.4. Svrha i cilj istraživanja.....	5
1.5. Metodologija	6
1.6. Pojemovni okvir.....	7
2. Teorijski okvir: Kinematografske koprodukcije u kontekstu evropskog kulturnog identiteta	9
2.1. Evropski kulturni identitet i kulturne kooperacije – istorijski pregled	10
2.2. Problem definisanja evropskog filma	14
2.3. Istorijski kontekst razvoja evropskih koprodukcija	17
<i>Film Evropa</i>	18
<i>Poslijeratni period – koprodukcijski sporazumi</i>	20
<i>Južnoslovenske zemlje</i>	22
3. Savremeni modeli koprodukcija u Evropi: Važnost koprodukcija za male kinematografije	27
<i>Pregled stanja u evropskoj kinematografiji</i>	27
3.1. Okvir djelovanja kinematografskih koprodukcija u Evropi.....	29
3.1.1. Bilateralni sporazumi	31
3.1.2. <i>Eurimaž</i>	32
3.2. Evropska konvencija o kinematografskoj koprodukciji	35
3.2.1. Razlozi za donošenje Konvencije	35

3.2.2. Osnovne odredbe	36
3.3. Prednosti i važnost kinematografskih koprodukcija	41
3.3.1. Cirkulisanje koprodukcijskih i nacionalnih filmova u periodu 2001-2007.	41
3.3.2. Opšti razlozi za koprodukcije	44
3.4. Evaluacija i aktuelne preporuke za unaprijeđivanje odredbi Konvencije.....	45
3.5. Umjesto zaključka: Važnost koprodukcija za zemlje malog kinematografskog kapaciteta	48
4. Koprodukcije u crnogorskoj kinematografiji	52
4.1. Hronologija – istorija organizacije kinematografije u Crnoj Gori.....	52
4.2. Pregled stanja u crnogorskoj filmskoj industriji	54
4.3. Koprodukcije u savremenoj crnogorskoj kinematografiji	59
4.3.1. Analiza stanja.....	59
4.3.2. Pravno-normativni okvir	64
4.3.3. SWOT analiza	67
4.4. Prijedlog za organizovanje mjera unaprijeđivanja koprodukcija.....	68
5. Značaj industrijskih sekcija evropskih filmskih festivala.....	73
5.1. Filmski festivali kao dio industrije	73
5.1.2. Istorijski pregled razvoja filmskih festivala u Evropi.....	74
5.2. Pojava i razvoj industrijskih sekcija na festivalima	75
5.2.1. Početak razvoja festivala: Festivali kao prikazivači	76
5.2.2. Razvoj filmskih marketa: Festivali kao posrednici.....	76
Studija slučaja: <i>Marché du Film</i>	77
5.2.3. Razvoj marketa projekata i koprodukcijskih marketa: Razvoj projekata	80
<i>MEDIA program</i>	82
Studija slučaja: <i>CineMart</i> i fond <i>Hubert Bals</i>	83

5.3. Funkcionalni modeli koprodukcijskih marketa	90
5.3.1. Industrijska sekcija Sarajevo Film Festivala.....	91
5.3.2. <i>Connecting Cottbus</i>	93
5.3.3. <i>Agora i Crossroads</i>	95
5.3.4. <i>Sofia Meetings</i>	97
6. Projekat industrijske sekcije Filmskog festivala Herceg Novi – Montenegro Film Festivala	100
6.1. Opis problema	100
6.2. Detaljan opis projekta	101
6.3. Nosioci projekta	104
6.4. Organizaciona šema	105
6.5. Ciljevi projekta.....	106
6.6. Ciljne grupe.....	107
6.7. Aktivnosti.....	107
6.8. Vremenski okvir aktivnosti.....	109
6.9. Budžet	110
6.10. Plan finansiranja.....	112
6.11. Efekti	112
6.12. Evaluacija.....	113
6.13. Održivost projekta.....	114
Prilog: Obrazac prijavnog formulara za <i>Herceg Novi Project Hub</i>	115
7. Zaključak	118
8. Literatura i netografija.....	124

1. UVOD

1.1. Izbor teme

Male zemlje nisu jednostavno umanjene verzije većih zemalja, već imaju sopstveni eko-sistem. - Mark Brej i Stiv Paker, 1993, Education in Small States: Concepts, Challenges and Strategies

Evropske koprodukcije su jedna vrsta zajednice, možemo reći i „braka“ - unije u kojoj se ogledaju zajedničke vrijednosti. Paradoksalno, u trenutku kada nastaje ovaj uvod, najpopularnije pitanje u Uniji je upravo mogući nagovještaj njene disolucije. Izlazak Velike Britanije, tzv. *Bregzit*, dodatno podstiče euroskepticizam i opšti gubitak povjerenja u evropski „brak“. Neizvjesna ekonomska budućnost, te nesigurnost i svojevrsna dezorijentisanost koja se uočava u političkom i javnom životu, prouzrokuje opšte nezadovoljstvo institucijama cjelokupnog sistema. Pitanja je mnogo, a mogućih scenarija vremenom sve više, ali svaki od tih scenarija neminovno utiče na opšti poredak stvari u Evropi.

Upravo bi kroz ove aktuelne okolnosti trebalo posmatrati oblast kojom se rad bavi, a koja se tiče jednog od glavnih instrumenata evropske kulturne politike: kulturnom kooperacijom među zemljama kontinenta kojem je glavna odlika raznorodnost. Kako je film, zbog svoje dvojne prirode, determinisan kontekstima kulturog identiteta i ekonomije, oduvijek je bio predmet javnih politika u Evropi, od njihovih začetaka za koje se uzima upravo uspostavljanje osnova evropske zajednice kao jednog ekonomskog, geopolitičkog, ali i neminovno kulturnog prostora. U tom smislu, saradnja među kinematografijama evropskih zemalja bila je jedini način da se uspostavi stabilan okvir za njenu infrastrukturu i djelovanje, te dolazi osnivanja institucija, programa, fondova i legislativnih temelja za funkcionisanje koprodukcija, kao oblika međukulturne saradnje – preduslova za egzistenciju zajednice. Danas, podaci svjedoče o eksponencijalnom rastu broja koprodukcija u evropskoj kinematografiji, tako da možemo reći da one predstavljaju praksu producenata, kako iz ekonomskih, tako i kulturoloških razloga. U oba slučaja, krajnji rezultat koprodukcije kao strategije je veći stepen vizibiliteta projekta i krajnjeg proizvoda u širem okviru. Štaviše, to je jedan od ključnih razloga zbog čega se

akteri i donosioci odluka u industrijama zemalja malog kinematografskog kapaciteta upravo usmjeravaju na ovu strategiju, te različitim aktivnostima ukazuju na njenu važnost i oblikuju uslove u socio-kulturnom okruženju.

Upravo Crna Gora pripada kategoriji zemalja nedovoljno razvijenog kinematografskog kapaciteta. Ovakva pozicija određena je cjelokupnim ekonomskim statusom unutar međunarodne zajednice; po listi Komiteta za razvojnu pomoć (DAC) nalazi se među zemljama višeg srednjeg nivoa prihoda. Prema aktima Savjeta Evrope i Evropske unije, to podrazumijeva da se crnogorska kinematografija razvija u otežanim uslovima, odnosno da svako filmsko djelo predstavlja zahtjevn film (eng. *difficult film*). Međutim, naponi institucija da regulišu i modeluju osnove funkcionisanja sektora ne odgovaraju u dovoljnoj mjeri potrebama aktera samog sektora. Kada se govori o koprodukcijama, rezultat se ogleda u isključivo regionalnim manjinskim koprodukcijama, koje se realizuju sporadično i bez kontinuiteta. Sa druge strane, prvi crnogorski film je upravo koprodukcija, italijansko-crnogorska. *Voskrsenja ne biva bez smrti* je snimljen 1922. godine, daleko prije nastanka krovne Evropske konvencije o kinematografskim koprodukcijama, ali u potpunosti odgovara svim njenim načelima.

Bregzit je doveo u pitanje geopolitičko, ekonomsko, ali prije svega kulturološko zaleđe evropske zajednice. A kada govorimo o filmu, to pitanje na ovim temeljima upravo i počiva. Sa jedne strane, ako Velika Britanija, kao jedan od *velikih pet* katalizatora uspostavljanja zajednice, dovodi u pitanje kulturološki aspekt unije, na koji način možemo govoriti o manje vidljivim kulturama i njihovim identitetima. Sa druge strane, izlazak podrazumijeva i povlačenje ogromnih sredstava evropskih fondova koja se ulažu u kulturu i film, pa se postavlja pitanje da li će se ovaj korak i u kojoj mjeri ogledati i na cjelokupnu industriju, za koju se pretpostavlja da će izaći iz dogovora o kulturnom izuzeću i postati predmet Sporazuma Svjetske trgovinske organizacije. Dok ovakva situacija ponovo aktuelizuje vječitu dilemu o tome da li je film pretežno umjetnost ili industrija, možemo reći da kapacitete za opredijeljenje imaju samo razvijene i stabilne zajednice. Nasuprot njima su kinematografije koje moraju da razvijaju sebi svojstven eko-sistem, kako navode Brej i Paker, te da podstiču infrastrukturu sa polazištem da je film za njih jedna od najvažijih umjetnosti, ali i najkomunikativniji reprezent vrijednosti

koje se unutar zajednice projektuju i promovišu, stoga treba povezna tačka sa drugim sredinama i širim kontekstom bez kojeg ona postaje nevidljiva i irelevantna.

Međunarodna saradnja kroz kinematografske koprodukcije predstavlja jednu od osnovnih ekonomskih strategija za razvoj nacionalne kinematografije zemalja malog produkcijskom obima, koju, u crnogorskom slučaju, treba dodatno podsticati. U radu pod naslovom *Koprodukcijski marketi u savremenoj evropskoj kinematografiji - projektovanje industrijske sekcije Filmskog festivala Herceg Novi – Montenegro Film Festivala*, biće istražene mogućnosti da se u Crnoj Gori stimuliše okvir za djelovanje koprodukcija, kao jedan od preduslova za razvoj nacionalne kinematografije u širem kontekstu. Rad će se u teorijskom i eksplikativnom dijelu osvrnuti na nastanak i genezu koprodukcija kao oblika kulturne kooperacije u Evropi, te na savremeni kontekst za njihovo djelovanje. Analitički i istraživački dio rada odnosi se na aktuelno stanje u crnogorskoj kinematografiji u odnosu na recentna dešavanja u evropskom okruženju, te analizu instrumenata za razvoj međunarodne saradnje kroz kinematografske koprodukcije. Projektni dio rada odnosi se na prijedlog mjera za unaprijeđenje okvira za djelovanje koprodukcije, te modelovanje jedne od prioritetnih aktivnosti – projekat koprodukcijskog marketa u okviru festivala od nacionalnog značaja.

1.2. Predmet rada

Predmet rada su koprodukcijski marketi evropskih filmskih festivala, koji predstavljaju jednu od podsticajnih mjera za uspostavljanje okvira djelovanja koprodukcija u savremenoj evropskoj kinematografiji, i mogućnost za modelovanje ovakvih projekata u Crnoj Gori. Koprodukcije su u radu sagledane kroz istorijski, društveno-politički i normativni kontekst, sa posebnim osvrtom na pravno-normativne, institucionalne i organizacione mjere za unapređivanje međunarodne saradnje u zemljama sa manje razvijenim kinematografskim kapacitetom, sa fokusom na crnogorskoj kinematografiji.

Ovaj rad je pokušaj da se objasni kontekst prirode savremenih modela koprodukcija u Evropi, najprije kroz istorijski razvoj ideje o međunarodnoj kulturnoj kooperaciji, zatim kroz normativno-legislativni aspekt koji regulišu panevropske institucije posebnim

programima i fondovima, na čelu sa fondom Eurimaž i Evropskom konvencijom o kinematografskoj koprodukciji.

Najvažniji dio rada odnosi se na projekat modela industrijske sekcije filmskog festivala od nacionalnog značaja Filmskog festivala Herceg Novi – Montenegro Film Festivala, kao aktivnosti čiji je cilj unaprijeđivanje okvira za funkcionisanje koprodukcija u Crnoj Gori.

1.3. Hipoteza sa obrazloženjem

Osnovna hipoteza rada je da koprodukcijski marketi predstavljaju jednu od osnovnih podsticajnih mjera za unaprijeđivanje kinematografije zemalja malog audiovizuelnog kapaciteta. Naime, koprodukcije su poseban oblik kulturne kooperacije u savremenom evropskom kontekstu čime predstavljaju ekonomsku strategiju razvoja kinematografije. Prednosti koprodukcija su višestruki: više izvora prihoda iz zemalja svih koproducenata, posebnih programa evropskih fondova, distribucija i prikazivanje na širem tržištu.

Usmjeren na prednosti koprodukcija, rad sadrži važan dio koji se odnosi na organizaciju normativno-zakonskih i ekonomskih mjera u skladu sa postojećom legislativom i projektovanje platforme (koprodukcijskog marketa) u Crnoj Gori u cilju unapređivanja kooperacija sa akterima industrije iz drugih zemalja.

Stoga, hipoteze koje prate osnovnu su:

- Kinematografske koprodukcije u Evropi, regulisane institucionalno i normativno, u savremenom kontekstu predstavljaju preduslov razvoja nacionalnih filmskih industrija.
- Kinematografske koprodukcije imaju pozitivne efekte posebno u zemljama sa nedovoljno razvijenom infrastrukturuom u domenu filmske industrije čiji proizvodi spadaju u kategoriju zahtjevnog filma.
- Koprodukcijski marketi su jedan od instrumenata sprovođenja organizovanih mjera, tj. funkionišu kao platforme u cilju poboljšanja uslova za koprodukcije,

time i doprinose razvoju nacionalne kinematografije, kvalitetu proizvedenih filmskih djela i vidljivosti projekata i cjelokupnog sektora.

- Kinematografija u Crnoj Gori djeluje u okolnostima koje ukazuju na potrebu za boljom organizacijom okvira za djelovanje koprodukcija i projektovanjem industrijske platforme festivala od nacionalnog značaja koji je od izuzetne važnosti za mobilnost sektora i vizibilitet projekata.

1.4. Svrha i cilj istraživanja

Osnovni cilj rada je ukazivanje na značaj koprodukcijske saradnje u kinematografijama evropskih zemalja, sa posebnim osvrtom na zemlje malog kinematografskog kapaciteta. Izvedeni ciljevi su:

- prezentacija istorijskog, sociološkog i kulturološkog aspekta kinematografskih koprodukcija u Evropi;
- prezentacija normativnog aspekta kinematografskih koprodukcija u kontekstu promocije evropskog kulturnog identiteta, panevropskih institucija i dokumenata;
- ukazivanje na važnost koprodukcija za unaprijeđenje kinematografije u zemljama manje razvijenog kinematografskog kapaciteta;
- analiza primjera prakse u pojedinim evropskim zemljama, sa posebnim akcentom na Crnu Goru;
- projektovanje mjera za unaprijeđivanje kooperacije u kontekstu crnogorske kinematografije;
- projektovanje koprodukcionog marketa i fonda za koprodukcije kao jedne od aktivnosti mjera za unaprijeđivanje međunarodne saradnje u oblasti kinematografije u Crnoj Gori.

1.5. Metodologija

Teorijsku osnovu za rad predstavljaju radovi iz oblasti istorije i teorije filma, kulturne politike i menadžmenta u kulturi, okvirni pravno-normativni dokumenti (Evropska konvencija o kinematografskoj koprodukciji, Komunikacija Evropske komisije o državnoj potpori za filmove i ostala audiovizuelna djela iz 2013. godine, Preporuke Komiteta Ministara za unaprijeđenje Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji iz 2015. godine), zatim relevantna istraživanja sprovedena u ovoj oblasti (statistika i istraživanja Evropskog audiovizuelnog opservatorijuma, istraživanje *Cirkulacija evropskih koprodukcija i nacionalnih filmova u Evropi 2001-2007*; *Evaluacija i predložene izmjene Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji*; izvještaj Evropskog parlamenta: *Pregled stanja u evropskoj kinematografiji u 2014*; zatim izvještaji *Diseminacija evropskih filmova u Evropskoj uniji i na međunarodnom tržištu* iz 2014. godine; itd.), analize primjera i studije slučaja relevantnih za istraživanje u radu urađene na osnovu podataka prikupljenih pomoću intervjua sa crnogorskim producentima i rukovodiocima industrijskih sekcija festivala odabranih za funkcionalne modele, kao i u recentnim publikacijama i časopisima iz oblasti kinematografije.

Sadržaj rada i plan istraživanja uputili su na korištenje sljedećih teorijskih metoda:

- 1) analiza sadržaja – za analizu dokumenata, zakonskih regulativa, i sl.
- 2) istoriografsko – generička metoda – za istraživanje razvoja kinematografije unutar sociopolitičkog konteksta.
- 3) analitička interpretacija – za analizu funkcionalnih modela za razvoj okvira funkcionisanja koprodukcija.
- 4) komparativna metoda - za upoređivanje funkcionalnih modela za razvoj okvira funkcionisanja koprodukcija.
- 5) metod sinteze - za izvođenje zaključaka i formulisanje novih prijedloga.

U radu su korištene i empirijske metode:

- 1) metoda posmatranja - u svrhu naučnog prikupljanja podataka neposrednim čulnim opažanjem aktuelnih pojava.
- 2) studije slučaja – komparativnom analizom pokušalo se dolazi do primjenjivih praksi, modela i mehanizama za unaprijeđenje nacionalne kinematografije mjerama razvoja međunarodne saradnje u toj oblasti, koji se mogu primjeniti i u Crnoj Gori.
- 3) intervjui – sa odabranim akterima filmske industrije, kao i sa donosiocima odluka.

1.6. Pojemni okvir

U cilju boljeg razumijevanja odabrane teme, neophodno je definisati osnovne termine sadržane u nazivu rada:

KOPRODUKCIJA (lat. *co* ; lat. *productio*) Kako bismo što preciznije definisali koprodukcije, poslužiće nam pravna definicija navedena u *Legal Aspects of International Co-Productions*¹, po kojoj se „u koproducentkim ugovorima interesne strane dogovaraju o sljedećem: a) saradnji i udruživanju dobara – robe, prava ili usluga, a u cilju proizvodnje audiovizuelnog djela; b) dijele vlasništvo nad pravima koja se tiču audiovizuelnog djela koje je nastalo iz koprodukcijske saradnje; c) zajednički polažu prava nad eksploatacijom audiovizuelnog djela proisteklog iz saradnje i dijele zaradu od eksploatacije “(2005:1). U *Leksikonu filmskih i televizijskih termina*, pod pojmom *koprodukcija* nalazi se sljedeće objašnjenje: „Posle Drugog svetskog rata u kinematografiji su se pojavili novi oblici saradnje u oblasti filmske proizvodnje. To je zajednička proizvodnja dvaju ili više filmskih proizvođača iz dve ili više zemalja. Taj novi vid proizvodnje filmova javlja se iz ekonomskih, kulturnih i političkih razloga. Ekonomski razlog je važan; zajedničkim sredstvima snima se film za koji svaki proizvođač ulaže srazmerno manje, a na sopstvenom tržištu u potpunosti eksploatiše film i dobija eventualnu državnu pomoć, dok se ostali prihodi dele. Na to se nadovezuju kulturni i politički razlozi za organizovanje međudržavne saradnje u oblasti filmske proizvodnje. Da bi se sve ovo ostvarilo potrebno je međudržavno regulisanje odnosa iz

¹ Tekst je objavio Evropski audiovizuelni opservatorijum i prezentovao na Konferenciji o međunarodnim pravima u audiovizuelnom sektoru (12-13. maj 2005, Kan, Francuska)

kojih proizilazi dvojna, trojna ili višestruka nacionalnost filma, što je važno ne samo za pitanje autorstva filma već i za pitanje korišćenja finansijskih izvora, odnosno kasnije podele prihoda. To podrazumeva podjednaka finansijska ulaganja u odnosu 50:50, kao i u istom odnosu autorsko i tehničko pristustvo, ako posebnim ugovorom nije drugačije regulisano. Istorijski posmatrano, prvi međudržavni sporazum o filmskoj saradnji zaključen je između Italije i Francuske u Parizu 1949. godine (...) I Jugoslavija se, posle reorganizacije 1950. godine, uključila u međunarodnu proizvodnju filmova i potpisala ugovore sa Francuskom 1954. godine i Austrijom 1955. godine (...)“ Koprodukcije su u Evropi legislativno uređene na međunarodnom nivou Evropskom konvencijom o kinematografskim koprodukcijama, u kojoj je navedeno da koprodukcije treba smatrati „instrumentom stvaranja i izražavanja kulturne raznovrsnosti na europskoj razini te da ih u tom smislu treba ojačati“.

Objedinjujući sve navedeno, možemo izvesti sljedeću definiciju koja funkcioniše u kontekstu rada: Koprodukcije predstavljaju najzastupljeniju produkcijsku praksu u Evropi, djelujući kao jedna od glavnih strategija za promociju evropskog kulturnog identiteta i unaprijeđenje nacionalne kinematografije kroz međunaraodnu saradnju, a koje su institucionalno i legislativno uređene.

MARKET (eng. *market*) – U izvornom obliku market znači *pijaca*. U širem smislu označava *tržište*, sistem koji obuhvata socijalnu interakciju, procedure i infrastrukturu, a čiji je cilj razmjena među subjektima-učesnicima. Kada se govori o *koprodukcijским marketima*, program MEDIA² nudi sljedeću definiciju: „Filmski marketi predstavljaju platformu za umrežavanje producenata po projektu u vidu posebnog modela događaja ili posebne sekcije na filmskim festivalima. čiji je cilj poboljšanje mogućnosti za internacionalne koprodukcije i doprinos dinamici u filmskoj industriji.“

² <http://ec.europa.eu/media>

2. TEORIJSKI OKVIR: KINEMATOGRAFSKE KOPRODUKCIJE U KONTEKSTU EVROPSKOG KULTURNOG IDENTITETA

Pokušaji definisanja jedinstvenog evropskog kulturnog identiteta datiraju od trenutka spoznaje zajedničkog geografskog prostora. Na teritoriji raznovrsnih mikrokultura, evropski identitet je oduvijek predstavljao teorijski kuriozitet, te bi diskusija o ovoj temi bila predmet drugih naučnih oblasti. U kontekstu teme ovog rada potrebno je objasniti osnovne poveznice kada je riječ o filmu u društveno-političkom aspektu koji ujedno predstavlja temelj i okvir za djelovanje kulture u Evropi.

U nedostatku mogućnosti definisanja odlika Evrope svojstvenog kulturnog identiteta, u akademskom i teorijskom okviru postoji potreba da se evropska kultura definiše upotrebom pojma raznosvrnosti, kao kolaž „suprotstavljenih kulturnih i jezičkih identiteta“ (Everett, 2005: 15). Istaknuti francuski intelektualac Žan-Mari Domenak /Domenach/, u knjizi *Evropa – kulturni izazov* ističe:

„Evropski identitet je više pred nama nego za nama. On počiva na kulturama, on nije kultura. On će se dokazivati, on će sebe nalaziti donoseći zajedničke odgovorena najveće izazove našeg doba, nadahnjujući izvjesnu politiku društvene kulture, jednu civilizaciju. Prestanimo da vjerujemo da se kultura može proizvoditi kao što se prave automobili ili kao što se usklađuju tehnologije. Ne stvaraju kulturu politika i institucije, već kultura nadahnjuje politiku i daje život institucijama“. (1991: 72)

U Domenakovom stavu postoji određeni skepticizam spram potrebe za definisanjem kulture u kontekstu superstrukture jednog društva. Međutim, osnivanjem institucija Savjeta Evrope i Evropske unije utemeljen je institucionalni okvir za prvenstveno zajedničko ekonomsko funkcionisanje heterogene teritorije čiji je identitet neminovno pluralizovan (Majer, 2009: 21), odnosno „mnogostrukost čije jedinstvo plete interakcija naroda, kultura, klasa i država“ (usp. Moren, 1989). U tom smislu je važno da istaknemo da ćemo se u radu osvrnuti na, vrlo često kritikovane, napore uspostavljanja identitetskih osnova u geopolitičkom diskursu, jer je kultura (stoga i kinematografija kao oblast koja se temelji na kulturnim i ekonomskim faktorima) svakako jedan od njegovih aspekata.

Među vrijednostima koje pomenute i ostale institucije njeguju, a koje su neosporan činilac njegovanja kulturne raznolikosti, svakako su saradnja i međuteritorijalna koordinacija. O nastanku i razvoju kulturne kooperacije piše Dragan Klajić:

„Strategije promocije kulturnih dostignuća pojedinih zemalja na internacionalnom nivou mogu se primijetiti prvi put u drugoj polovini devetnaestog vijeka: cirkulisanje kulturnih proizvoda - umjetnosti i umjetničkih zanata, kasnije i inovacija u tehnologiji i industrijskih proizvoda, čak i predstavljanje egzotičnih kultura, a sve u cilju pokazivanja prosperiteta, progressa i bogatstva jedne nacije.“ (2005: 8).

U ovom poglavlju ukazaćemo na osnovni teorijski okvir razmatranja kinematografskih koprodukcija u Evropi. On se mahom oslanja na pregled i analizu institucionalizovanih inicijativa kulturne kooperacije koje nastaju i razvijaju se u određenom istorijskom trenutku, onda kada je bila neophodna nova revitalizacija evropskih zemalja - njihove infrastrukture sa kulturnom politikom. Istovremeno, film je prepoznat kao važan dio ekonomsko-političke interesne platforme, stoga se napor u uspostavljanju okvira međudržavne saradnje proširuju i na oblast kinematografije, čemu će biti posvećena posebna pažnja.

2.1. Evropski kulturni identitet i kulturne kooperacije – istorijski pregled

U periodu između Prvog i Drugog svjetskog rata napravljeni su prvi koraci ka oblikovanju zajedničke perspektive kulturnog razvoja zemalja evropskog kontinenta. Te inicijative su prvenstveno predstavljale rješenje pitanja ogromnih poslijeratnih ekonomskih gubitaka.

Nakon što je 1923. godine osnovan Panevropski pokret, šest godina kasnije se razvija društveno-politička organizacija na temeljima Društva naroda. Kultura, percipirana kao jedan od osnovnih pokazatelja vrijednosnog sistema zajednice, zauzela je važno mjesto u geopolitičkom djelovanju: vlade evropskih zemalja su počele da podržavaju kulturnu razmjenu u cilju unaprijeđenja sopstvene vidljivosti i širenja kulturnog uticaja. Tako se u Zapadnoj Evropi osnivaju asocijacije i organizacije, povezane sa ministarstvima i državnim organima (Institut „Gete“, Francuski institut i drugi); u Sovjetskom Savezu

komunistički autoriteti koriste kulturne djelatnosti kako bi stali na kraj izolaciji na polju internacionalne politike, stvarajući utisak revolucionarnih promjena; fašistička Italija i nacistička Njemačka koriste sovjetski model kulturne politike u kojem se kulturni proizvod jedne zajednice posmatra kao najjače sredstvo njene promocije.³ U ovakvim uslovima, internacionalne kulturne inicijative i platforme, a koje su nezavisne od političke manipulacije i ideoloških ciljeva, bile su veoma rijetke. Međunarodni konflikti samo su dodatno podsticali mobilizaciju umjetnika i intelektualaca. Ideja panevropizma ostaje zaboravljena usljed početka Velike ekonomske krize, koja je trajala od 1929. do 1933. godine, nakon čega, usponom fašizma, Evropa ulazi u Drugi svjetski rat tokom kojeg je, prirodno, kulturni život bio nemoguć.

Po završetku Drugog svjetskog rata, velikim entuzijazmom i ulaganjima vlada evropskih zemalja, inicirana je kulturna revitalizacija kao dio poslijeratne ekonomsko-političke agende. Po prvi put, kultura postaje oblast od javnog interesa, što dovodi do prvih strategija, sporazuma i ugovora koji se smatraju početkom istorije današnje Evropske unije. Ideja ujedinjene Evrope je, dakle, počivala prije svega na osnovama zajedničkog tržišta kao garanta mirne budućnosti i blagostanja. Kao najobuhvatnija internacionalna organizacija, osnovane su Ujedinjene nacije, u cilju nadgledanja mira i jačanja internacionalne saradnje. U tu svrhu, UN su 1945. godine osnovale i UNESCO – *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*, sa ciljem podsticanja i koordinisanja međunarodne kooperacije u oblastima obrazovanja, nauke i kulture.

Od kraja Drugog svjetskog rata, međunarodni odnosi u Evropi su bili obilježeni nadmetanjem kapitalističkih i komunističkih zemalja i osnivanjem dva vojno-politička bloka – NATO i Varšavski pakt. Hladni rat između njih ograničio je i politizovao kulturnu komunikaciju. U Zapadnoj Evropi širio se uticaj američke popularne kulture, dok su komunističke partije popularizovale sovjetsku kulturu. Usljed ovih promjena geopolitičkog pejzaža, temelji za uspostavljanje evropskog kulturnog obrasca su bili neizvjesni, te “politička Evropa i kulturna Evropa sada izgledaju zatvorene u začaranom

³ Venecijansko Bijenale, prvo pokrenuto od strane grada Venecije 1895. godine, preuzeto je od strane režima 1931. godine. Godine 1932. osnovan je i filmski festival, kao jedna od programskih sekcija. Cilj ove manifestacije je bio samo ideološki – promocija kulture i umjetnosti kao osnovnih nacionalnih vrijednosti.

krugu“, kako navodi Domenak, „prvoj je potrebna druga da bi se afirmisala, da bi stekla postojanost i odredila svoje ciljeve; druga, lišena otjelovljenja, ne uspijeva da se demokratizuje i, prepuštajući teren američkoj masovnoj kulturi, povlači se u hermetizam, historicizam i beznačajnost“. (1991: 25). Kao rješenje, godine 1948. u Strazburu je osnovan Savjet Evrope - organizacija koja povezuje vlade zemalja članica, te afirmiše mir i saradnju kao ključne vrijednosti za promociju demokratije i ljudskih prava. Po planu francuskog ekonomiste Žana Monea, a u korist kontrolisanja tržišta poslijeratne Evrope i neujednačenog ekonomskog rasta, Robert Šuman (Šumanova deklaracija) predlaže ujedinjenje francuske i zapadnonjemačke industrije uglja i čelika i poziva i druge zemlje da im se pridruže. Tako nastaje jedan od osnovnih ugovora buduće Evropske unije - Pariski ugovor (1952. godine) kojim se osniva Evropska zajednica za uglj i čelik, a u čiji sastav ulaze Zapadna Njemačka, Francuska, Luksemburg, Holandija, Italija i Belgija. Ukidaju se sve carine i uvodi zajednička tarifa prema zemljama van zajednice.

Savjet Evrope usvojio je 1954. godine Evropsku konvenciju o kulturi, koja je bila prvi korak ka pravnom utemeljenju evropske kulturne kooperacije i koja je postavila okvir standarda za ulogu države u ovoj oblasti. U prvoj godini postojanja Savjet Evrope radio je na prevazilaženju posljedica rata u Evropi, da bi kasnije sve aktivnosti bile usmjerene na to da se saradnjom postigne bolje međusobno razumijevanje i poštovanje različitih kultura u Evropi. Kasnije u tom periodu, potpisan je još jedan akt koji je bio sljedeći korak ka Evropskoj uniji - Rimski ugovor (1957/58. godine). On je nastao kao odgovor na potrebe za slobodnim protokom robe, ljudi, usluga i kapitala, te su u periodu 1960-ih, razvijene zapadno-evropske zemlje su industrijski napredovale i zapošljavale radnike iz južnog dijela evropskog kontinenta, koji su ostajali na tim prostorima. To je znatno uticalo na izmjenu demografskog pejzaža u Zapadnoj Evropi, i uticalo na prepoznavanje multikulturalizma kao još jedne od osnovnih evropskih vrijednosti, te su upostavljene brojni modeli za interkulturalnu saradnju.

Godine 1985. ratifikovan je Jedinstveni evropski akt koji je zapravo podrazumijevao dopune i izmjene Ugovora o spajanju iz 1967. godine. Jedinstveni evropski akt stupa na snagu 1986. godine. Ovim aktom su povećana ovlašćenja Savjeta EU i Evropskog parlamenta, nastalog od Zajednice uglja i čelika. Predviđeno je stvaranje zajedničkog

tržišta koje bi omogućilo slobodno kretanje roba, usluga, ljudi i kapitala, čime je otvoren put i ka monetarnom izjednačavanju. U tom smislu je najznačajniji Ugovor iz Maastrichta, 1992. godine, koji predstavlja Ugovor o Evropskoj uniji, u kojem je posebna pažnja posvećena kulturi. Član 151 Maastrichtskog ugovora glasi:

1. Unija će doprinijeti procvatu kultura zemalja članica, poštujući njihov nacionalni regionalni diverzitet i istovremeno ističući zajedničko kulturno nasljeđe.
2. Djelovanja Unije će biti usmjerena ka podsticanju kooperacije među zemljama članicama, i ukoliko je neopodno, podržavanju i subvencionisanju djelovanja u sledećim oblastima: poboljšavanje znanja i širenja kulture i istorije evropskog naroda; konzervacija i očuvanje kulturnog nasljeđa evropske vrijednosti; ne-komercijalne kulturne razmjene; umjetničko i literarno stvaralaštvo, uključujući i audiovizuelni sektor.
3. Unija i zemlje članice će negovati kooperaciju sa trećim zemljama i kompetentnim internacionalnim organizacijama u domenu kulture, pogotovo Savjeta Evrope.
4. Unija će uzeti u domen djelovanja kulturne aspekte pod odredbama ovog Ugovora, pogotovo u cilju poštovanja i promovisanja diverziteta sopstvene kulture. (...)

Ovim podatkom možemo ilustrovati činjenicu da je kultura, između ostalog, javno, društveno i političko, pitanje, i da je u Evropi, kao prvenstveno geografski specifičnom prostoru, razvoj kulturne politike je obilježio niz strategija koje su podrazumijevale međudržavnu saradnju na izuzetno heterogenom prostoru

Analizom navedenog pregleda razvoja institucionalnih okvira definisanja i djelovanja kulture, možemo reći da evropski kulturni identitet oduvijek predstavljao teorijski neuhvatljiv kuriozitet. Međutim, kako navodi Everet, „važno je izbjeći opsesivno traganje za čistom definicijom kako bi se prepoznao napredak koji je zapravo postignut u stvaranju svijesti o evropskom identitetu. Izuzetno je važno razumjeti da nikada nije bilo, niti će, nesumnjivo, postojati jedna definicija Evrope, i to je osnovna odlika kontinenta

koja i čini njegovo bogatstvo“ (2005: 7). Autorka takođe napominje da se evropski identitet ne treba tražiti u trenutnim odlikama zajednica, već u kulturološkim i istorijskim referentnim tačkama. U tom duhu možemo i zaključiti ovaj pregled upravo Domenakovom argumentu da „u evropskim kulturama ne treba tražiti presedane, već, prije svega, hrabrost i maštu, onaj živi izvor, onu sposobnost obnavljanja, što su one uvijek imale... Ne treba kombinovati kulture, već poći od zajedničkog duha, koji kulturu ne odvaja od ljudske sudbine, od društvenog života i građanskog angažmana“ (1991: 36).

2.2. Problem definisanja evropskog filma

Razumijevanje pojma *evropeizam* često uključuje preplitanja različitih kontradikcija i nedorečenosti uslovljenih raznorodnošću prostora koji je obuhvaćen definicijama. U odnosu na istorijski pregled uspostavljanja pravno-normativnih okvira na koji smo prethodno ukazali, treba zaključiti da, kad je riječ o evropskom identitetu, ne treba tražiti jednu definiciju koja može obuhvatiti taj pojam. Slično tome koliko je složeno definisanje evropskog kulturnog identiteta, različite teorijske i akademske polemike su označile traganje za definisanjem evropskog filma.

Značaj kinematografije za uspostavljanje temelja međukulturnog dijaloga i zajedničkog kulturnog prostora posebno su naglasili autori izvještaja *Dissemination of European Cinema in the European Union and the International Market*, nadovezujući se na rečenicu jednog od najvećih evropskih sineasta:

“ 'Filmom se ne samo projektuju, već i ogledaju slike našeg društva, sa svim njegovim vrijednostima, navikama, nadama i strahovima' – ova rečenica Vima Vendersa naglašava važnost evropskog filma u odnosu na to kako se različita društva pozicioniraju u evropskom kontekstu, a u cilju da promovišu međusobno razumijevanje i zajednički identitet. U Evropi, evropski film predstavlja heterogenost, a izvan Evrope, on predstavlja raznolikost. Na ovaj način, evropski film postavlja temelje za interkulturni dijalog, unutar i izvan Evrope.“ (Wutz, Perez, 2014: 10)

Otkako je film percipiran kao umjetnička forma, njegova glavna odlika, koja je bila tema akademskih krugova (Benjamin, Arnheim i mnogi drugi), je upravo mogućnost da reprodukuje realnost, prvenstveno u tehničkom smislu. Međutim, reprodukcija podrazumijeva i simboličku, vrijednosnu ravan, te u tom smislu, film se smješta u kontekst *kulture*. Sa druge strane, za razliku od ostalih umjetnosti, film uslovljavaju neophodni ekonomski i industrijski mehanizmi. Stoga, film je oduvijek bio posmatran kroz sistem binarnosti: film je proizvod kulture i industrije; kao umjetnost, ima svojstven teorijski diskurs, a istovremeno predstavlja zabavu za široku publiku; itd. Nadovezujući se ovim stavom na definiciju identiteta koji, po Žaku Lakanu /Lacan/ (prema: Hall, 2003: 9) biva formiran samo u odnosu sa Drugim, dominantna hipoteza među teoretičarima evropskog filma jeste da je osnovna linija definicije (evropskog filma) upravo sadržana u načinu na koji se on kotira u odnosu prema Holivudu. Zbog same prirode filma, kotira se dvojako: ekonomskim i kulturološkim pokazateljima. To donekle i potvrđuje činjenica da je upravo nadmoć američkih filmova na evropskom tržištu dovela do početka intenzivnog traganja za rješenjima kada je riječ o pravno-normativnom i institucionalnom okviru evropske kinematografije. Na taj način dolazi do nastanka raznih programa potpore industriji, čemu će biti posvećena posebna pažnja u radu, a koji su dio kulturne politike o čemu smo govorili prethodno.

U odnosu na dinamiku dihotomije Evropa-Holivud, Marijeke De Valk /De Valck/ u studiji *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia* diskutuje o tome na koje se sve načine možemo postmatrati taj odnos. Osnovni se temelje na najčešćim binarnim odnosima poput: subvencionirana državna kinematografija nasuprot tržišno orijentisane, *box-office* kinematografije. Međutim, oslanjajući se na rad Tomasa Elsaersera /Elsaersser/, De Valk sugerše da binarna šema Evropa-Holivud više nije „bazirana na opoziciji umjetnost-tržište, već je strukturisana u odnosu na pojmove koje danas povezujemo sa globalizacijom: prostor-mjesto, mobilnost-sveprisutnost, mapiranje-praćenje, ali tu parovi nisu povezani putem odnosa pozitivno-negativno, već predstavljaju različite modalitete, različita agregatna stanja različitog inteziteta. Upravo ovi modaliteti mogu funkcionisati u razumijevanju evropske kinematografije koja se bazira na, između ostalog, *umrežavanju*, kao ključnom terminu.“ (2007: 15).

Međutim, evropski film, kako napominje Žinet Vensando /Vincendau/, nikada nije imao odlike pojma koji obihvata jedan zajednički prostor u smislu tema, stilova i pristupa, već je bio označen velikim pravcima, opet pojedinačnih nacionalnih kinematografija, poput francuskog Novog talasa ili italijanskog neorealizma. Ovo treba shvatiti kao pojavu koja u razumijevanju pojma *evropsko*, po Arđunu Apaduraju /Appadurai/ stvara „tenziju između kulturne homogenizacije i kulturne heterogenizacije” (prema: Wayne, 2002: 2). Stoga, iako u savremenom evropskom filmu postoje teme koje se redovno pojavljuju (Trifonova, 2007), definitivno ne možemo govoriti o evropskom filmu kao „kulturnom monolitu ili statičnom jedinstvenom identitetu” (Everett, 2005: 8) kada je riječ u kulturološko-estetskom diskursu:

„Fragmentacija i raznolikost koja karakteriše evropski identitet su itekako vidljive u evropskom filmu. Istovremeno, ovakva polemika je ključna, zbog jedinstvenog značaja filma kao forme koja reflektuje i artikuliše evropske kulturne identitete. Tome nije jedini razlog to što nam film pruža živopisnu ilustraciju ranjivosti nacionalnog i regionalnog konteksta u poređenju sa dinamikom globalizacije (konkretno, u ovom slučaju, dominantnim holivudskim diskursom), već i to što film koristi fundamentalni odnos između gledanja i razumijevanja, i prepoznaje centralnost slike u formiranju identiteta, ličnog, regionalnog, nacionalnog ili evropskog.”(ibid., 8)

Everet konstatuje da se tragajući za karakteristikama evropskog filma često može ući u uopštavanja i previše jednostavna pojašnjenja koja vode u stereotipe, a koje smo djelimično dotakli prethodno opisujući odnos Evrope i Holivuda. Ove karakteristike uključuju i autorstvo i autorski film kao jedinstvenu tekovinu upravo evropskog filma, gdje je reditelj centralna figura i gdje dominiraju „lični narativi” (ibid., 11). U tom smislu, evropski film predstavlja pitanje formalnih i stilskih karakteristika koji ga razlikuju od holivudskog filma, a te razlike su često odmah uočljive, ali i “od strane autora svjesno stavljane u prvi plan” (Trifonova, 2007: 2). Međutim, ne treba zanemariti činjenicu da se posljednjih godina uočava trend ekspanzije i drugih svjetskih kinematografija, ne samo Holivuda, te da, kako zapaža Nik Pael /Powell/ „ako je tendencija postati svjetski kreativni lider u ovom poslu, treba razumjeti različita društva i

postati spreman na kreativni rizik“ (2006: 7), te da to treba da shvate sve karike u lancu kinematografije: od autora do donosioca odluka.

Film svakako predstavlja kulturni proizvod i kao takav se smješta u kontekst evropskog društveno-političkog poretka i njegovih instrumenata. Nadovezujući se na prethodno poglavlje o genezi i relevantnosti kooperacija kao instrumenata u namjeri uspostavljanja evropskog identiteta, možemo razmatrati i socio-kulturni okvir u domenu evropske kinematografije. Naime, uprkos polemikama, broj filmova proizvedenih u Evropi postepeno raste iz godine u godinu⁴. U tom smislu, pokrenute su brojne inicijative u namjeri da se uspostave stabilni mehanizmi podsticanja i razvoja kinematografije. U tom domenu važno je pomenuti program MEDIA, tj. Kreativna Evropa, koji podstiče saradnju među evropskim zemljama u fazama produkcije filma, ali i brojnim komplementarnim oblastima, te fond Eurimaž, koji je usmjeren ka koprodukcijama i filmu kao na sredstvu izraza kulturnog identiteta, a govoreći u brojkama, od osnivanja 1988. godine do sada je podržao preko 1500 evropskih koprodukcija sa ukupnom cifrom od oko 468 miliona eura.

Uprkos tome što bi Žan Mari Domenak ili ostali značajni autori⁵ okarakterisali ove i slične inicijative kao „pokušaje sa vrha na dolje /eng. *top-down*/ da se proizvede 'euro-kultura'“ (Wayne, 2002: 6), te „uspostavljanje identiteta kao prinude“ (Majer, 2009: 20), u radu će se analizirati rezultati konkretnih mjera koji doprinose pozicioniranju i razvoju svih karika u evropskoj kinematografiji, a o čemu će se više govoriti kasnije.

2.3. Istorijski kontekst razvoja evropskih kinematografskih koprodukcija

Osnovne odlike evropske kinematografije se ogledaju u javnoj podršci audiovizuelnom sektoru, njegovanju nacionalne kinematografije i posebnom značaju kinematografske

⁴ Po izvještaju *Dissemination of European Cinema in the European Union and the International Market*, godine 2005. je proizvedeno 918 dugometražnih igranih filmova u Evropi. Do 2011-e, ovaj broj je porastao na 1321. Međutim, uprkos ovom broju, holivudski filmovi (u smislu prikazivanja i prodatih bioskopskih ulaznica) činili su 60% ukupnog evropskog tržišta. Najveći evropski „proizvođači“ filmova su u 2010-oj i 2011-oj bile Francuska, Njemačka, Italija i Španija, koje su ukupno proizvele 498 čisto nacionalnih filmova i 127 većinskih koprodukcija, time čineći dvije trećine ukupnog broja evropskih filmova. U 2012-oj trend se nastavio, pa tako za primjer možemo da uzmemo Francusku koja je te godine proizvela 279 filmova od kojih su 129 koprodukcije (Scoffier, 2014)

⁵ Vidjeti: Wayne, M. (2002): *The Politics of Contemporary European Cinema: Histories, Borders, Diasporas*. Intellect. Bristol.

koprodukcije. U kontekstu rada važno je objasniti proces nastanka i razvoja koprodukcija, kao produkcijske strategije koja objedinjuje sve tri pomenute karakteristike. Prema tome, evropsku koprodukciju, shodno dosadašnjim zapažanjima, možemo definisati kao produkcijsku strategiju koja podrazumijeva saradnju evropskih nacionalnih kinematografija, a za koju postoji institucionalizovana javne podrška na nacionalnom i evropskom nivou, zbog čega se ona može posmatrati kao instrument evropske kulturne politike u domenu afirmacije i organizacije kulturne kooperacije. U cilju boljeg razumijevanja polazišne osnove za funkcionisanje koprodukcija, u nastavku ćemo opisati i analizirati svojevrsan istorijski pregled u tri etape: nastanka ideje o evropskom filmu, prvih koprodukcijskih sporazuma u poslijeratnom periodu i razumijevanje koprodukcija u kinematografiji bivših jugoslovenskih zemalja.

Film Evropa

U pregledu istorijskog razvoja međudržavne kulturne saradnje u Evropi, posebnu pažnju posvetili smo upravo periodu nakon Prvog svjetskog rata, kada se po prvi put javlja ideja o paneuropeizmu, što je svakako uticalo i na razmatranje rješenja u oblasti kinematografije. Upravo taj period je, kao što smo ranije pomenuli, bio označen potrebom za revitalizacijom ekonomije, ali i prepoznavanjem kulture kao jednog od činilaca sprovođenja tog plana. Kinematografija, kao oblast preklapanja kulture i ekonomije, postaje oblast kojoj je potrebno posvetiti posebnu pažnju u političko-ekonomskom kontekstu. Jedan od zanimljivijih događaja u istoriji kinematografije, ključan za sam predmet ovog rada, je svakako pojava pokreta „Film Evropa“, koji se javlja dvadesetih godina prošlog vijeka, a o kojem piše Kristin Thompson /Thompson/ u studiji na koju ćemo se posebno osloniti, *The End of the Film Europe Movement*,.

U periodu između 1918. i 1923. godine, poslijeratne okolnosti su dovele do potrebe za uspostavljanjem određenog modela saradnje među nacionalnim kinematografijama. Uslijed velikih gubitaka, zemlje poput Francuske i Italije su morale da smanje produkciju, stoga su bile u znatno oslabljenoj poziciji. Američki producenti i distributeri su u ovoj situaciji mogli bez prepreka da izvoze filmove posredstvom posebnih ugovora koji su omogućavali svojevrsne olakšice evropskim prikazivačima, stoga su uspostavili

kontrolu nad većinom svjetskog tržišta.⁶ Međutim, velike kinematografije, poput Njemačke, bile su inicijator strategija za uspostavljanje ravnoteže narušene ekspanzijom američkih filmova, a važan korak je predstavljala ideja o panevropskom filmu, odnosno pokretu *Film Evropa*. (usp. Thompson.1987.)

Da bismo bolje razumjeli okolnosti nastanka ove ideje upravo u Njemačkoj, važno je naglasiti da je prije početka Prvog svjetskog rata izvozila veliki broj filmova, a istovremeno je bila jedan od najvećih kupaca američkih hitova. Usljed nepovoljne ekonomske situacije, država je zabranila uvoz filmova 1916. godine.⁷ Njemačka je ušla u period izolacije i sve do 1920. godine samo njemački filmovi su bili dio bioskopskih repertoara. Godine 1917, zajedničkom investicijom države i industrijskog sektora, osnovana je kompanija *Universum Film Aktiengesellschaft* - UFA. Ovo je značilo ulaganje velikog kapitala u njemačku kinematografiju.

U ovom periodu evropske zemlje su, logično, gajile anti-njemački duh, a dominacija filmova je svakako bila uzrok ovim stavovima i u oblasti kinematografije. Naime, Njemačka nije mogla da kontroliše ostatak evropskog prikazivačkog tržišta koje je bilo zasićeno njemačkim produkcijama, pa je postalo izuzetno pristupačan prostor za plasman američkih filmova. Ovakve okolnosti traju do polovine dvadesetih godina, međutim, postaju krajnje nepovoljne usljed neuspješnih pokušaja pojedinačnih nacionalnih kinematografija da se takmiče sa američkom dominacijom, što je rezultiralo samo međusobno kompetitivnom situacijom. Evropske zemlje, upravo sa Njemačkom kao inicijatorom, uviđaju da, povezivanjem pojedinačnih tržišta u jedno, omogućavaju slobodnu i redovnu distribuciju, te dolazi do potpisivanja Ugovora o recipročnoj razmjeni koja je bila jedini način da se stane na kraj uvozu holivudskih filmova i omogući prostor za funkcionisanje *evropskog filma*. Objedinjavanje tržišta svakako je bio jedan od osnovnih ciljeva pokreta „Film Evropa“: ugovori o recipročnoj distribuciji i razmjeni su potpisivani od strane producenstskih kompanija različitih zemalja. Nakon

⁶ Tompson dodaje: „Ranih 1920-ih, na teritoriji Evrope, (SAD) imale su 18 000 bioskopa, a najbliži konkurent im je bila Engleska sa 4 000. Njemačka je posjedovala 3 700, a Francuska samo 2 500 bioskopa“ (1987:47).

⁷ Ovaj period u njemačkoj kinematografiji opisali su Kristin Tompson i Dejvid Bordvel /Bordwell/ u knjizi *Film History: An Introduction* (2002): 101-118.

toga, dolazi i do osnivanja Pakta o zajedničkoj distribuciji. Direktor pomenute kompanije UFA i pokretač ideje o *evropskom filmu*, Erih Pomer, je tim povodom izjavio:

„Mislim da evropski producenti moraju napokon početi da razmišljaju o stvaranju određene međusobne kooperacije. To je imperativ kako bi se kreirao sistem redovne razmjene i koji bi omogućio producentima da brže realizuju svoje filmove. Neophodno je da se stvaraju evropski filmovi koji više neće biti francuski, engleski, italijanski ili njemački filmovi. Jedino filmovi cijelog kontinenta, koji se distribuiraju cijelom Evropom i pokrivaju svoje ogromne troškove iz različitih izvora, mogu lako da se proizvode.“(Thompson, 1987: 51).

Kao rezultat navedenih i ostalih kooperativnih mjera, američki udio na evropskom tržištu je djelimično umanjen. Međutim, ovaj pokret je bio relativno kratkog trajanja. Kao osnovne razloge Thompson navodi Veliku depresiju i pojavu zvuka na filmu. Velika depresija podstakla je države i njihovu ekonomsku politiku da se fokusiraju na nacionalna ekonomska pitanja: nacionalni industrijski sektori evropskih zemalja radili su na tome da smanje uvoze, a povećaju izvoze svojih proizvoda, a to je podrazumijevalo i film. Drugi važan razloga iščezavanja ideje o panevropskom filmu bila je i pojava zvuka. Zvuk je, naime, predstavljao ogromnu barijeru, uslijed raznovrsnosti govornih područja i jezika u Evropi, za razliku od SAD-a gdje je zvučni film doživio apsolutnu ekspanziju. Iz istog razloga nahsinrhonizacija i izrada podnatpisa nisu bili mogući, a dodatnu prepreku je predstavljala složenost tehničkog procesa za koji evropske zemlje nisu imale kapacitete. Usljed ovih razloga, ali i prvenstveno nedovoljnog interesovanja vlada zemalja prouzrokovanog potrebom za unaprijeđivanje nacionalnih infrastruktura, ideja o panevropskom filmu je nestala, ali ona svakako predstavlja temelj inicijativama o kojima ćemo govoriti u narednom poglavlju.

Poslijeratni period – koprodukcijski sporazumi

Sljedeći veliki period od značaja za razvoj koprodukcija traje od kraja 1940-ih do sredine 1970-ih godina, kada su kinematografije zapadnoevropskih zemalja bile regulisane različitim mjerama: uvode se poreske olakšice i direktna državna ulaganja u

kinematografiju (osnivanje nacionalnih filmskih centara), te nastaju prvi koprodukcijski sporazumi.

Uz pomoć direktnog uticaja američke vlade, holivudske korporacije su formirale *Motion Pictures Export Association of America* – MPEAA, u septembru 1945. godine, kako bi proširile tržište i lobirale za internacionalni izvoz američkih filmova. Zemlje Zapadne Evrope su prve podlegle uticaju, tako da je potpisan niz ugovora i sporazuma sa Sjedinjenim Američkim Državama i dozvoljen je uvoz i prikazivanje filmova koje nije bilo moguće kontrolisati. Potom je uslijedio talas uspostavljanja legislativnog okvira za funkcionisanje nacionalnih kinematografija, u cilju zaštite sopstvene industrije od dominacije američkog filma. Međutim, Holivud je i za to imao rješenje – filmovi koji su se temama bavili Evropom, tako da ih je bilo nemoguće ukloniti sa repertoara. Ovakvi filmski projekti se smatraju prvim modelima internacionalnih produkcija⁸. Štaviše, u periodu 1960-ih godina, američke kompanije su obezbijedivale pomoćne studije u skoro svakoj zapadnoevropskoj zemlji, tako da su imale ogromno učešće u evropskoj kinematografiji, sa centrima u Velikoj Britaniji, Italiji i Francuskoj. Mark Bec /Betz/ u studiji *The Name above the Subtitle: Internationalism, Coproduction and Polyglot European Art Cinema* navodi način na koji su se tretirali filmovi u tom periodu:

„Veliki broj evropskih zemalja inaugurisale su ugovore o koprodukcijama što je značilo suočavanje sa prijetnjama i problemima koje je donosila dominacija Holivuda. Sa jedne strane, prijetnje su bile kulturološke prirode, tako da je nekoliko evropskih država zahtjevalo da se zaštiti nacionalni filmski izraz, omogućavajući ispomoć i sredstva za produkciju umjetničkih filmova. Sa druge strane, prijetnja je bila ekonomske prirode, tako da su obezbijedivale subvencije za komercijalne sadržaje.“ (2001: 12)

Osnovne razloge za početak koprodukcijske saradnje u Evropi, u skladu sa trendom kulturnih kooperacija tog perioda, možemo navesti kao sljedeće:

⁸ Primjeri visokobudžetnih produkcija filmova snimljenih na znatno jeftinijim lokacijama u Evropi su blokbasteri poput *Quo Vadis* (*Quo Vadis*, Marvin LeRoj, 1951), *Ben Hur* (*Ben-Hur*, Vilijam Vajler, 1959), *Kleopatra* (*Cleopatra*, Džozef L. Mankijevic, 1963).

1. Potreba za umanjivanjem američke kulturne dominacije nametnute u periodu rekonstrukcije ekonomskih i industrijskih sektora neposredno po završetku Drugog svjetskog rata;
2. Potreba za uspostavljanjem, regulisanjem i održavanjem standarda finansiranja kinematografije - povezivanjem nacionalnih kinematografija subvencionisanih od strane države omogućeno je širenje izvora finansiranja;
3. Potreba za širenjem tržišta.

U *koprodukcijским sporazumima* bili su definisani procenti finansiranja prema partnerima, te jezik na kojem se govori u filmu, u zavisnosti od dijela učešća koproducentских zemalja koji se računao prema zastupljenosti glumaca i tehničkog dijela ekipe u produkciji.

Pedesetih godina prošlog vijeka, koprodukcije su postale praksa u Evropi. Prvi sporazum potpisan je 1949. godine, između Francuske i Italije, i to je značilo početak niza koprodukcijских projekata između ove dvije zemlje sve do sredine 1960-ih. U tom periodu, najviše su bili zastupljeni bilateralni i trilateralni sporazumi, koji su uključivali i neke vanevropske zemlje – Kanadu, Južnu Ameriku i Sjevernu Afriku.⁹

Od zemalja koje su proizvodile najviše filmova Francuska, Italija, Španija i Zapadna Njemačka su se udruživale koprodukcijama do sredine 1960-ih. Francuske koprodukcije između 1960. i 1972. godine nadmašile su nacionalnu produkciju za jednu trećinu. U Velikoj Britaniji, visokobudžetne produkcije se ističu kao specifične, jer je koprodukcija usmjerena ka Sjedinjenim Američkim Državama.

Usljed razvoja televizije i njenog uticaja i institucionalne moći, sedamdesetih godina dolazi do pada koprodukcija u Evropi. Deceniju kasnije, televizija je postala i važan faktor u finansiranju koprodukcija, na nacionalnom i internacionalnom nivou. Još od tada,

⁹ Bec svrstava tadašnje koprodukcijские projekte u tri tipa filmova: umjetnički film, žanrovski film i tzv. *kvalitetni zabavni filmovi* (eng. *quality entertainment films*). Kasnije, pedesetih godina, to su bile kostimirane melodrame, „špageti“ vesterni, horori, romantične komedije i špijunski trileri. Međutim, ono što je obilježilo važan period za koprodukcije, svakako je uspon *umjetničkog* i autorskog filma, koji je i samom estetikom opovrgavao svaki holivudski izum. Primjeri su: *Američka noć* (*La Nuit américaine*, François Trifo, 1973), Antonionijeva tetralogija u sa Monikom Viti u glavnoj ulozi (1960-1964), Felinijevi filmovi *Ulica* (*La Strada*, 1954), *Satirikon* (*Satyricon*, 1969), itd.(usp. Betz, 2001)

nekoliko televizijskih kuća redovno učestvuje u sufinansiranju filmova, poput RAI u Italiji, Canal Plus u Francuskoj, ADR i ZDF u Njemačkoj.

Južnoslovenske zemlje

Kada je riječ o prostorima južnoslovenskih zemalja, kinematografija faktički ne postoji do 1945. godine, kako navodi Danijel J. Goulding /Goulding/ u knjizi *Jugoslavensko filmsko iskustvo, 1945-2001: Oslobođeni film*. On razgraničava sljedeća razdoblja:

- a) Administrativno razdoblje (1945 -1950.);
- b) Decentralizacija i razbijanje kalupa (1951 -1960.);
- c) Uspon republika i novi film (1961 -1972.);
- d) Prilagođavanje i preporod: *Novi jugoslovenski film* (1973 -1990.);
- e) Raspad Jugoslavije i novi filmski odrazi (1991 - 2001.).

SFRJ je prva komunistička država koja je proglasila nezavisnost od uticaja Sovjetskog Saveza, 1948. godine. U prethodnom poglavlju, naveli smo načine na koji je dolazilo do kulturnih kooperacija u tom periodu. Međutim, za kinematografiju, kao ekonomsku granu, takvi modeli saradnje nisu zadovoljavali potrebe pojedinih tržišta u domenu kinematografije, prije svega u Jugoslaviji, jer je bilo potrebno revitalizovati infrastrukturu. Prvi vid organizacije u tom sistemu je hijerarhijske i centralizovane prirode, uslovljene postojećim režimom. U tom periodu Komitet za kinematografiju razrađuje petogodišnji plan razvoja svih područja kinematografske djelatnosti, sa ciljem osamostaljenja i autonomije sopstvene produkcije. Očigledno je da je Jugoslavija pratila zapadnoevropski trend. Međutim, kako navodi Dejan Kosanović: „Jugoslavija je bila zemlja koja je obećavala mnogo kada se uzmu u obzir svi aspekti mogućnosti razvoja kinematografije, sa geografskom i ambijentalnom primamljivošću, ali i odnosom same vlasti prema filmu“ (2000: 159). Kosanović dalje navodi da su u u periodu između 1919. i 1939. godine snimljeni eksterijeri za preko 50 stranih igranih filmova, tako svrstavajući i ovaj oblik saradnje u određeni vid koprodukcija.

U periodu od 1951.-1960. godine nastupa kompleksniji i bogatiji period decentralizacije u jugoslovenskoj kinematografiji, kako navodi Goulding:

„... infrastruktura i materijalna baza filmske proizvodnje u ovom je razdoblju doživjela znatno sazrijevanje; uspostavljena je profinjenija mreža filmske distribucije i prikazivalaštva; postojano je rasla razina profesionalizacije filmskih tehničara i umjetnika; razvijala se živahnija, *slobodnija* i informiranija grupa filmskih kritičara, koji su mogli izraziti svoja mišljenja u sve mnogobrojnijim ozbiljnijim filmskim časopisima, novinama i tjednicima; Jugoslavija se progresivno otvarala kulturnim i umjetničkim utjecajima sa Zapada (...) Jugoslovenski je film tijekom toga razdoblja također počeo zadobivati sve veću međunarodnu pozornost i priznanje.“ (2004: 33).

U Osnovnom zakonu o upravljanju državnim privrednim preduzećima i višim privrednim udruženjima od strane radnih kolektiva, popularnije nazvanom Zakon o radničkom samoprivrednom, donešenom 1950. godine, filmska proizvodnja je smještena u kategoriju privrednih djelatnosti „sa posebnom kulturnom važnošću“ (ibid., 36), sa posebnim povlasticama koje su služile u cilju podsticaja proizvodnje. Uslijed toga, domaća produkcija raste trostruko, a 1954. godine Jugoslavija je ušla u prvu koprodukciju, sa ravnopravnim finansijskim i umjetničkim učešćem, da bi do kraja decenije bilo ostvareno devetnaest koprodukcija, uglavnom sa zapadnim studijima.¹⁰

Iako se domaće tržište rapidno širilo, upliv inostranih filmova je rastao. Naime, pedesetih godina su bioskopima osjetno dominirali filmovi uvezeni iz Sjedinjenih Američkih Država, Italije i Francuske, uslijed prostora koji se otvorio nakon osamostaljenja od SSSR-a, koji je do tada bio dominantan u ovom domenu. Tako je dolazilo do određenih deficita, a način da se to prevaziđe bile su upravo i koprodukcije. Period između 1961. i 1972. godine odlikuje se nastavkom decentralizacije i demokratizacije samoupravnih filmskih preduzeća. Osnivani su republički i pokrajinski filmski centri, među kojima je često bilo nesuglasnica. Uprkos tome, nivo proizvodnje je porastao dvostruko početkom šezdesetih godina, a ideja o širem, inostranom tržištu je zaživjela. Godine 1967. bilo je četiri koprodukcije sa inostranim filmskim kompanijama, 1968. godine sedam

¹⁰Goulding navodi i neke primjere: „Među najznačajnijim zapadnim režiserima koji su sudjelovali u tim koprodukcijama bili su (...), francuski redatelj Claude Autant-Lara sa filmom *Ne ubij!* (*Tu ne tueras point*, 1961.) (...); njemački redatelj Helmut Käutner, koji je režirao antifašistički film *Poslednji most* (*Die letzte Brücke*, 1954.), te talijanski režiseri Giuseppe De Santis i Gillo Pontecorvo, od kojih je svaki snimio po jedan film u stilu talijanskoga neorealizma.“ (ibid., 39)

koprodukcija, 1969. godine bilo je deset koprodukcija (ibid., 66). Međutim, negativan trend u tom periodu bilo je konstantno opadanje broja posjetilaca u bioskopima. Ovo je mahom bilo prouzrokovano ekspanzijom televizije, kao medija novijeg datuma, i do kraja sedamdesetih i početka osamdesetih godina, jugoslovenska filmska industrija nije imala načina da se izbori sa tim, kada su počele koprodukcije sa televizijama.

Sredinom sedamdesetih godina, nova struja potisivanja bilateralnih koprodukcijskih sporazuma došla je i do Jugoslavije. Kao primjer uzećemo Sporazum o filmskoj koprodukciji Republike Francuske i Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije, potpisan 1975. godine. U dokumentu stoji da se Sporazum potpisuje uslijed „želje za razvijanjem i širenjem kooperacije između filmskih industrija ovih zemalja“, kao i „podsticanja proizvodnje filmova u koprodukciji koja, kroz umjetničke i tehničke kvalitete, u stanju da prezentuju prestiž, posebno u domenu kulture, ove dvije zemlje, kao i da razvije razmjene filmskih djela između njih“, kako se navodi u u Sporazumu.¹¹

Iz primjera koprodukcionog sporazuma (koji su bili isključivo bilateralni sve do osnivanja fonda Savjeta Evrope – Eurimaž 1988. godine), uviđaju se sličnosti Evropskom konvencijom o kinematografskoj koprodukciji koja je donešena 1992. godine, na koju ćemo se posebno osvrnuti i kasnije u radu. Naime, koprodukcijski filmovi tretiraju se kao nacionalni filmovi obje zemlje; učešće zemalja djeluje u rasponu između 70% ukupnog budžeta, za većinskog koproducenta, i 30%, za manjinskog koproducenta; pravo na distribuciju, odnosno izvoz filmova ima većinski koproducent, a u slučaju jednakog učešća, koproducent koji je jednake nacionalnosti kao reditelj; svi učesnici u projektu moraju da budu nacionalnosti zemalja koje učestvuju u koprodukciji, dok izuzetke čine izvođači (glumci i glumice). Još jedan primjer ovakvog sporazuma je i Sporazum o filmskim i video koprodukcijama između Kanade i SFRJ, potpisan 1988. godine. Ovaj dokument tretira ista načela kao prethodno navedeni, a u cilju „razvijanja i ekspanzije

¹¹ *Film Co-Production Agreement between France and Yugoslavia*; French Decree No. 77-973, 22. avgust 1977.

kulture i ekonomije obje zemlje, odnosno njihove međusobne kooperacije u filmskom i audio-vizuelnom sektoru“.¹²

* * *

U okolnostima uspostavljanja teorijske osnove rada čiji su predmet koprodukcije, analizom nastanka i institucionalizacije kinematografskih koprodukcija, te analizom postojećih teorija i istorijskim pregledom pojava koje su uslovile njihov razvoj, možemo zaključiti da koprodukcije predstavljaju instrument kulturne politike koja njeguje vrijednosti uspostavljanja jedinstvenog evropskog kulturnog identiteta kao kurioziteta u kontekstu globalizovanog društva. Međunarodne, evropske koprodukcije, u tom smislu, predstavljaju saradnju producenata iz različitih zemalja, koji ulažu sopstvena i javna sredstva u cilju proizvodnje audiovizuelnog djela. Danas su na snazi dva pravno-normativna okvira po kojima funkcionišu koprodukcije u Evropi i o kojima će više riječi biti u nastavku rada, a to su bilateralni sporazumi i Evropska konvencija o kinematografskim koprodukcijama.

¹² Vidjeti: *Agreement on Film and Video Co-Productions between the Government of Canada and the Federal Executive Council of the Assembly of the Socialist Federal Republic of Yugoslavia*, potpisan u Montrealu, 11. 2. 1988; u *Treaty Series: Treaties and international agreements registered or filed and recorded with the Secretariat of the United Nations (1998) United Nations, United States of America* (str. 113-161)

3. SAVREMENI MODELI KOPRODUKCIJA U EVROPI: VAŽNOST KOPRODUKCIJA ZA MALE KINEMATOGRAFIJE

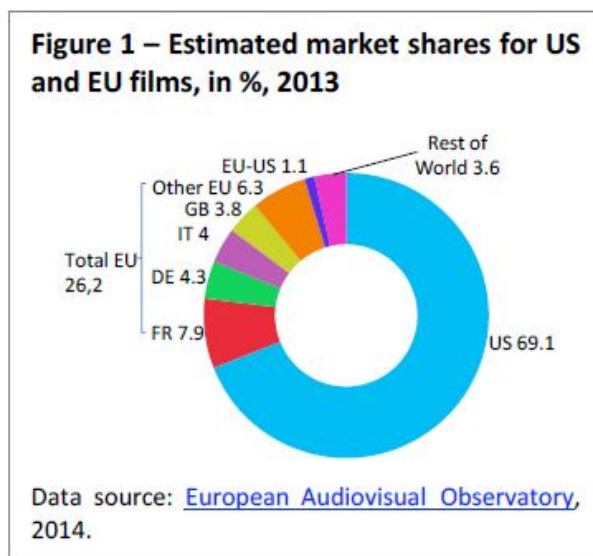
Ako bismo analizirali Evropu kao kulturnu zajednicu koja počiva na osnovama iznesenim u prethodnom poglavlju, uočava se da su u njenoj srži raznorodnost i raznolikost. Takođe, Evropa kao ekonomska zajednica odlikuje se neujednačenošću ekonomskih statusa njoj geografski pripadajućih zemalja, stoga postoje različiti naponi uspostavljanja mehanizama hamonizacije (osnivanje krovnih institucija, regulatornih tijela, pravno-normativnog okvira, itd.). Sljedstveno, u evropskoj kinematografiji, sa jedne strane postoje zemlje sa izuzetno razvijenom infrastrukturom koja proizvodi uspješne filmove, dok su sa druge strane zemlje koje čak nemaju ni zadovoljavajući pristup tržištu. Zbog toga i u domenu evropske kinematografije postoje instrumenti harmonizacije, među kojima je i okvir za djelovanje koprodukcija koji će biti analiziran u ovom poglavlju.

Ono što prethodi uspostavljanju svih načela, pa tako i onih u oblasti kinematografije, je uspostavljanje jedinstvenog pojmovnog okvira kojim se olakšava razumijevanje sistema u pojedinačnim sistemima. Jedan od tih pojmova značajnih za rad je *zahtjevni film*, čemu će biti posvećena posebna pažnja i koji je od izuzetne važnosti za razumijevanje crnogorske kinematografije u evropskom kontekstu. Oslanjajući se na riječi francuske ministrice kulture Aureli Filipeti o evropskom filmu kao „srcu evropskog kulturnog identiteta i preduslovu za ekonomski razvoj društva“, naredna poglavlja su pokušaj odgovora na pitanje kako film može da bude tretiran kao preduslov za ekonomski razvoj zajednica malog kinematografskog kapaciteta.

Pregled stanja u evropskoj kinematografiji

Glavna odlika savremenog evropskog filmskog pejzaža, u smislu produkcija, je velika prisutnost holivudskih produkcija u bioskopskim repertoarima. U 2013-oj godini, ovaj udio je iznosio blizu 70% (Ilustracija 2) ukupnog prikazivačkog tržišta. Uprkos tome, evropska kinematografija je izuzetno dinamična i broji blizu 75 000 aktivnih producenstskih kompanija, upošljava oko 370 000 profesionalaca, iznos podrške i ulaganja je procijenjen na 2,1 bilion eura. Od toga, „Velikih pet“ (Francuska, Njemačka,

Ujedinjeno Kraljevstvo, Italija i Španija), broje oko 80% od ukupno navedenih iznosa po pomenutim stavkama.¹³



Grafikon 1: Odnos udjela dugometražnih igranih filmova po zemlji proizvodnje; izvor: Evropski audiovizuelni opservatorijum

Obzirom na dualnu prirodu filmskog medija, kao na njegovu izuzetnu kulturološku važnost koju je prepoznala i evropska zajednica, javna podrška predstavlja jednu od glavnih karakteristika evropske kinematografija. Tokom 1980-ih, u nedostatku zajedničkog evropskog filmskog fonda, Savjet Evrope organizuje mjere za podršku filmskoj produkciji. Tako nastaje fond Eurimaž, koji trenutno broji 36 zemalja članica. Odmah nakon Eurimaža, Savjet Evrope je pokrenuo Evropski audiovizuelni opservatorijum, koji prikuplja podatke i informacije o evropskom audiovizuelnom sektoru. Evropsku konvenciju o kinematografskoj koprodukciji, koja je na snazi od 1994. godine, do danas su ratifikovale 43 potpisnice, a ona je legislativno zamijenila bilateralne sporazume o koprodukcijama među evropskim zemljama. U Konvenciji se definišu *evropska djela* čije se prednosti, između ostalog, ogledaju u pristupu nacionalnim fondovima. Eurimaž raspolaže godišnjim budžetom od 25 miliona eura, od kojih je 90% opredijeljeno za koprodukcije. Pored Eurimaža, važnu okosnicu evropske

¹³ Podaci u ovom dijelu rada su izvedeni iz izvještaja *European Parliamentary Research Service-a*, publikovanom u decembru 2014-e godine, kao najskorijem pregledu stanja u evropskoj filmskoj industriji.

kinematografije čini i program Kreativna Evropa, tj. potprogram MEDIA¹⁴, koji je osnovan pri Evropskoj uniji, koji podržava filmske projekte u fazi razvoja, kao i platforme za uspostavljanje koprodukcijske saradnje i edukaciju profesionalaca.

Ono što je takođe od izuzetnog značaja za razumijevanje evropske kinematografiji jeste pojam *kulturnog izuzeća*. Ovim terminom se definiše pretpostavka da kulturna dobra i usluge nisu redovna roba (eng. *ordinary commodities*), te da bi trebala da budu izuzeta iz međunarodnih sporazuma.¹⁵ Ovo podrazumijeva i film, proizvod kinematografije kao ekonomske grane. Kulturno izuzeće možemo razumjeti kao još jedan mehanizam kojim se kulturološke vrijednosti, u evropskom institucionalnom okviru filmske industrije, postavljaju ispred ekonomskih karakteristika.

Kao svjevrsan uvod u nastavak poglavlja može da posluži i važan podatak da broj koprodukcija u Evropi eksponencijalno raste, tako da je sa 201 u 2008-oj godini, porastao na 230 u 2010-oj. Ukupan broj učešća evropskih zemalja u koprodukcijama je sa 437 u 2008-oj došao do 491 u 2010-oj godini. Razlozi za ovaj rast su višestruki i nalaze se u stabilnom pravno-normativnom i finansijskom okviru koji ga stimulišu, a koje ćemo analizirati u nastavku.

3.1. Okvir djelovanja kinematografskih koprodukcija u Evropi

U prethodnom poglavlju smo analizirali mjere i instrumente kojima se sprovodi promocija kulturne kooperacije među evropskim zemljama. U tom kontekstu, i promocija kinematografskih produkcija, kao svojevrsan oblik kulturne kooperacije, je izuzetno važan element politike Savjeta Evrope. O tome najbolje svjedoči i uspostavljanje pravno-normativnog okvira u vidu Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji, ali i sama misija fonda Eurimaž, čemu će se posvetiti posebna pažnja u radu. Kako se navodi u Saopštenju Evropske komisije o državnoj pomoći za filmove i ostala audiovizuelna djela:

„Audiovizuelna djela, posebno filmovi, imaju izuzetno važnu ulogu u oblikovanju evropskog identiteta. Ona reflektuju kulturnu raznolikost različitih tradicija i

¹⁴ MEDIA je akronim od *Mesures pour Encourager le Développement de l'Industrie de Production Audio-Visuelle*, tj. Mjere podrške razvoju audiovizuelne industrije.

¹⁵ Pogledati tekst *France accuses: the cultural exception threatened by EU/USA negotiations*, <http://cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&did=234831>

istorija zemalja članica i regiona. Audiovizuelna djela su ekonomska dobra, koja nude važne mogućnosti za uspjeh i zapošljnja, kao i kulturna dobra koja ogledaju i oblikuju naše društvo“ (2013: 1).

Kao „promjenljivo sastajalište umjetnosti i trgovine“ (Finney, 1996: 1) film je u mnogome specifičan, stoga zahtijeva i različite mehanizme u promišljanju uspostavljanja sistema koji bi mogao da ga njeguje kao konstantno održivu oblast, pogotovo kada govorimo o Evropi i uticaju jačih svjetskih kinematografija. Dvojaka svojstva, kulturna i ekonomska, filmske industrije, kao i jak uticaj Sjedinjenih Američkih Država na tržištu, su osnovni razlozi uspostavljanja duge tradicije javne podrške koja ima za cilj poboljšanje globalne konkurentnosti evropske kinematografije. U tom smislu, koprodukcije predstavljaju jedan od mehanizama pomoću kojih se omogućava stabilnije finansiranje projekta, ali šire tržište za cirkulisanje (distribuciju i prikazivanje), gotovog filmskog djela.

Kako bismo što preciznije definisali koprodukcije, poslužiće nam pravna definicija navedena u *Legal Aspects of International Co-Productions*¹⁶, po kojoj se „u koproducentkim ugovorima interesne strane dogovaraju o sljedećem: a) saradnji i udruživanju dobara – robe, prava ili usluga, a u cilju proizvodnje audiovizuelnog djela; b) dijele vlasništvo nad pravima koja se tiču audiovizuelnog djela koje je nastalo iz koprodukcijske saradnje; c) zajednički polažu prava nad eksploatacijom audiovizuelnog djela proisteklog iz saradnje i dijele zaradu od eksploatacije “(2005:1). Ova definicija se odnosi na saradnju (ko)producersata iz dvije ili više zemalja, te je sistem međunarodnih koprodukcija oduvijek otvarao pitanje *nacionalnosti filma*, „aspekt često irelevantan u umjetničkom, ali svakako ključan u ekonomskom smislu“ (Scoffier, 2014). U odnosu na to, regulisano je da film proizveden u međunarodnoj koprodukciji ima prednosti audiovizuelnog djela koje pripada podjednako svim uključenim stranama i njihovom nacionalnom tržištu. Koproducirano audiovizuelno djelo istovremeno ima status i nacionalnog audiovizuelnog djela zemalja koje učestvuju u koprodukciji, te ima prava na državnu pomoć i subvencije u tim zemljama. Na taj način možemo reći da

¹⁶ Tekst je objavio Evropski audiovizuelni opservatorijum i prezentovao na Konferenciji o međunarodnim pravima u audiovizuelnom sektoru (12-13. maj 2005, Kan, Francuska)

multinacionalnost filmskog djela predstavlja pravno-normativnu prednost koja generiše dvojake ekonomske olakšice: direktne (finansiranje filmskog projekta) i indirektne (zarada).

U savremenoj evropskoj kinematografiji, kada je riječ o međunarodnoj koprodukcijskoj saradnji, na snazi su dvije legislativne prakse:

1. bilateralni sporazumi između zemalja koproducenta;
2. bilateralne ili multilateralne strukture sklopljene pod Evropskom konvencijom o kinematografskoj koprodukciji.

Bilateralni sporazumi zaključuju se kada dvije nacionalne filmske institucije odluče da poboljšaju međusobnu saradnju sopstvenih kinematografskih sektora. Međutim, kada je riječ o panevropskim, odnosno međuevropskim koprodukcijama, Evropska konvencija o kinematografskoj koprodukciji predstavlja krovni akt. Koprodukcijski model finansiranja u periodu 1980-ih ponovo postaje atraktivan, međutim osnovni problem jeste to što je većina sporazuma i dalje bilateralne prirode, na šta smo ukazali u prethodnom poglavlju. Osnivanjem Eurimaža, ponuđena su rješenja za finansiranje multilateralanih koprodukcija.

3.1.1. Bilateralni sporazumi

Bilateralni sporazumi zaključuju se kada dvije nacionalne filmske institucije odluče da poboljšaju međusobnu saradnju sopstvenih kinematografskih sektora, objedinjujući zajedničke izvore: umjetničke, kadrovske, finansijske i tehničke. U tekstu *Co-production in Europe: Multi-National and Bi-National Cinema Treaties*¹⁷, autor ističe da to predstavlja „popuštanje postojećih pravila o nacionalnosti filma tako što producenti mogu lakše da dobiju potvrdu nacionalnosti u obje zemlje, kada je koprodukcija usklađena odredbama 'ad hoc' sporazuma, što garantuje mogućnost državnog subvencionisanja sa obje strane.“ U ovom slučaju, zemlje potpisnice sporazuma zapravo uspostavljaju jedan oblik garancije strateškom partnerstvu. Tako, primjera radi, Ujedinjeno Kraljevstvo ima sporazume sa sedam zemalja: Francuskom i šest članica Komonvelta; Francuska je

¹⁷ Milla, Julio Talavera: *Co-production in Europe. Multinational and Binational Cinema Treaties*; <http://www.cineuropa.org/dd.aspx?t=dossier&l=en&tid=1364&did=144475>

zemlja sa najvećim brojem potpisanih sporazuma, ukupno 45; Španija ima potpisanih 17 sporazuma, itd. Sporazumi mogu da variraju u pojedinačnim odrednicama i uslovima. U knjizi *The Insider's Guide to Film Finance*, Alan Haris /Harris/ istražuje Veliku Britaniju i izvodi tabelu (Tabela 2) u kojoj su istaknute sve pojedinosti određenog broja bilateralnih sporazuma Velike Britanije i drugih zemalja.

<i>UK's bilateral treaty partners</i>	<i>Minimum contribution</i>	<i>TV and video</i>	<i>Provision for co-producers from other country(ies)</i>	<i>Provision for financial participation only</i>	<i>Studio and labs</i>
Australia	30%	Yes	Yes	No	Normally majority country
Canada	40%	Yes	Yes	No	Most in majority country
France	20% for bilateral projects; 10% for some multilateral	No	No	No	Most in majority country
Germany	30%	No	No	No	Most in majority country
Italy	20% for bilateral projects; 10% for multilateral	No	Yes	Yes – typically 20% for bilateral; 10–25% for multilateral	Most in majority country
New Zealand	20%	Yes	Yes	No	Most in majority country
European Convention on Cinematographic Co-production	20% for bilateral projects; 10% for multilateral	No	Yes (third party contribution not >30%)	Yes – 20–25% for bilateral; 10–25% for multilateral	In the states which are partners in the co-production, proportional to their investment

Tabela 1: Velika Britanija kao primjer bilateralne saradnje u kinematografskim koprodukcijama

Bilateralni sporazumi se primjenjuju ukoliko su potpisani između zemalja članica u koprodukciji. Međutim, ukoliko sporazum ne postoji, primjenjuju se načela Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji, o kojoj ćemo govoriti kasnije.

3.1.2. Eurimaž

U analizi razvoja institucionalnih okvira za uspostavljanje međunarodne kooperacije, istakli smo važnost osnivanja organizacija, fondova i programa za podršku ovim

inicijativama. Iako su one često kritikovane kao birokratski pokušaji u namjeri da se prinudno stvori euro-kultura i zajednička istorija (Domenak, Majer, Vejn, Smit), autori poput Randala Halea /Halle/ ističu da ove institucije zapravo nemaju klasičan pristup *odozgo na dolje* (eng. *top down*). Po njegovom mišljenju, Eurimaž je jedna od tih institucija „administrativno tijelo koje ima za cilj da u post-podijeljenoj Evropi stvori osjećaj kulturne homogenosti i ne zajedničke istorije, već istorije zajedničkih interesa“ (2008: 92), kojim se po prvi put ističe važnost filma kao posebne oblasti i u kulturi i u audiovizuelnom stvaralaštvu kao širem pojmu.

Eurimaž je fond Savjeta Evrope za koprodukciju, distribuciju i prikazivanje djela evropske kinematografije. Eurimaž je osnovan 1988. godine, u cilju promovisanja evropske filmske industrije, podsticanjem proizvodnje i distribucije evropskih filmova i saradnje evropskih profesionalaca u domenu kinematografije. Danas, tu su 34 zemlje: Belgija, Kipar, Danska, Francuska, Njemačka, Grčka, Italija, Luksemburg, Holandija, Portugalija, Španija, Švedska (osnivači fonda), Island, Norveška, Švajcarska, Mađarska, Finska, Turska, Austrija, Poljska, Irska, Bugarska, Češka, Slovačka, Rumunija, Slovenija, Litvanija, Hrvatska, Makedonija, Estonija, Srbija, Letonija, Bosna i Hercegovina i Albanija. Ciljevi Eurimaža su dvojak:

1. *Kulturološke prirode*. Cilj Eurimaža je da se podržavaju djela iz oblasti filmskog stvaralaštva koja reflektuju višestruke aspekte evropskog društva čiji su zajednički korijeni dokaz jedinstvene kulture;
2. *Ekonomske prirode*. Ovi ciljevi tiču se investiranja fonda u industriju koja, sve dok je determinisana komercijalnim uspjehom, predstavlja specifičnu vrstu umjetnosti, stoga je kao takvu treba i tretirati.

U cilju sprovođenja misije, Eurimaž nudi tri programa: program za podršku koprodukcijama, distributerima i bioskopima, tj. prikazivačima. Ovdje možemo da se nadovežemo na Haleov stav i zaključimo da Eurimaž njeguje produkciju i upravo pristup *odozdo na gore*, time što se „ne oslanja na jaku ideološku osnovu, već stimuliše 'transkulturnu' perspektivu evropske kinematografije“ (ibid.93).

Program za podršku koprodukcijama. Od ukupnih sredstava kojima raspolaže Eurimaž, 90% je namijenjeno koprodukcijama. Ovim programom obuhvaćeni su dugometražni igrani filmovi, animirani i dokumentarni filmovi, u trajanju od 70 minuta. Svi projekti moraju da imaju najmanje dva koproducenta iz različitih zemalja članica. Za multilateralne koprodukcije, učešće većinskog koproducenta ne smije da bude veće od 70% ukupnog budžeta, a učešće manjinskog koproducenta ne smije da bude manje od 10% ukupnog budžeta. Za bilateralne koprodukcije, učešće većinskog koproducenta ne smije da bude veće od 80% ukupnog budžeta, dok učešće manjinskog koproducenta ne smije da bude manje od 20% ukupnog budžeta. Ukoliko je, u slučaju bilateralnih koprodukcija, budžet veći od 5 miliona eura, učešće većinskog koproducenta sa 90% od ukupnog budžeta je dozvoljeno. Uslove za aplikaciju ispunjavaju:

- a) Projekti igranih, animiranih i dokumentarnih filmova najmanje dužine od 70 minuta, predviđeni za prikazivanje u bioskopima;
- b) Koprodukcije između najmanje dvije produkcijske kompanije iz različitih zemalja članica;
- c) Projekti se moraju pridržavati legislative zemlje članice;
- d) Projekti moraju odgovarati kulturnom cilju Eurimaža;
- e) Projekti ne smiju biti pornografskog sadržaja i ne smiju podsticati nasilje, niti druge oblike kršenja ljudskih prava i sloboda;
- f) Finansijska podrška dodjeljuje se samo kvalifikovanim i pravnim licima koja djeluju u oblasti kinematografije i koja su nezavisna od bilo kakve javne ili privatne difuzne organizacije;
- g) Evropske produkcijske kompanije moraju imati glavnog akcionara unutar Evrope;
- h) Javne i privatne difuzne organizacije nemaju pravo da apliciraju.

Svi principi djelovanja Eurimaža, kada je riječ o programu namijenjenom koprodukcijama sprovode se u skladu sa Evropskom konvencijom o kinematografskoj koprodukciji.

3.2. Evropska konvencija o kinematografskoj koprodukciji

3.2.1. Razlozi za donošenje Konvencije

„Šta određuje nacionalni identitet filma kada se sve više miješaju izvori novca, jezici, teme, glumci i autori?“ – Žinet Vensando

Kao što je navedeno u prethodnim poglavljima, kinematografija u Evropi predstavlja jednu od oblasti javnih kulturnih politika, iako su lingvističke i kulturološke razlike rezultirale su time da svaka nacija stvara sopstvenu kinematografiju, sa specifičnim i jedinstvenom odlikama. Sa počecima koprodukcijskih saradnji među evropskim zemljama, postavlja se pitanje nacionalnosti filma, tj. nacionalna kinematografija sada na određeni način postaje sinteza nacionalnih i internacionalnih komponenti. U tom smislu, koprodukcije njeguju ugled Evrope koji je utemeljen u njenim kulturološkim, etničkim i lingvističkim razlikama. Na ovo se donekle oslanja stav Majka Vejna koji govori o potrebi za razmatranjem kultura u širem globalnom kontekstu, a nadovezujući se na taj stav možemo reći da je pravnu, ekonomsku i političku regulativu sada upravo neophodno posmatrati u ovom tonu, te da pravni okvir za funkcionisanje koprodukcija, tj. Konvencija o kinematografskim koprodukcijama, upravo predstavlja instrument tih nakana:

„U situaciji gdje transnacionalne korporacije i internacionalne komunikacione mreže bivaju odgovorne za globalni protok ideja, možemo reći da veoma jasno kulture više ne odgovaraju socijalnim ili političkim jedinicama.“ (Wayne, 2002: 33)

Osnovni razlozi za stupanje na snagu Konvencije navedeni su u Izvještaju objašnjenja Evropske konvencije o kinematografskim koprodukcijama Savjeta Evrope¹⁸:

„Evropske kulturne kooperacije u oblasti filma sprovode se, na prvom mjestu, kroz oblike koprodukcijskih saradnji. U ovim udruženim naporima da se podrži produkcija (koja je dugo bila regulisana bilateralno, a sad dominantno multilateralno), pravila državne potpore nisu uvijek ista. Glavni cilj Konvencije je

¹⁸ *Explanatory Report to the European Convention on Cinematographic Co-Production*, ETS no. 147.

upravo da se te razlike umanje i da se harmonizuju multilateralni odnosi među zemljama kada one odluče da koproduciraju filmsko djelo“ (1992: 1)

Pored toga, kako se navodi u Izvještaju, Konvencija je predstavlja potporu koprodukcijama kroz napore da se pojednostave procedure, pomoću kriterijuma uspostavljenih u funkcionisanju fonda Eurimaž. Takođe, Konvencija predstavlja jedan korak ka snižavanju praga finansijskog učešća u koprodukcijama, kao i obezbjeđivanja statusa koprodukcija kao promotera evropskog identiteta. U Izvještaju se upravo to navodi kao ključna ideja oblikovanja Konvencije: „Uslov koji se tiče identiteta je u određenom smislu motiv za donošenje Konvencije, a koji je inspirisan svestranom, ali jedinstvenom vizijom evropske kinematografije.“

Evropska konvencija o kinematografskoj koprodukciji stupa na snagu 2. oktobra 1992. godine. U preambuli su navedena osnovna načela Savjeta Evrope, a među njima, prvi put je definisana filmska industrija kao jedan od pokazatelja evropskog kulturnog identiteta i diverziteta koja treba da se ojača.¹⁹

3.2.2. Osnovne odredbe

I Oblast primjene Konvencije

Iz Poglavlja I, koje se odnosi na oblast primjene Konvencije, jasno je naznačeno da se ona odnosi na multilateralne koprodukcije u kojima učestvuju najmanje tri zemlje članice, u skladu sa razlozima koji su navedeni u prethodnom poglavlju. To mogu da budu:

1. Tri koproducenta iz zemalja potpisnica Konvencije;
2. Tri koproducenta iz zemalja potpisnica Konvencije, sa jednim ili više koproducenta iz zemalja koje nisu potpisnice Konvencije, međutim njihovo učešće ne smije da premaši 30% ukupnog budžeta produkcije.

Kada je riječ o bilateralnim sporazumima, ukoliko postoji sporazum između koproducenta iz zemalja potpisnica, on se primjenjuje. Međutim, ukoliko sporazum ne

¹⁹ *European Convention on Cinematographic Coproduction*, Strazbur, 2.X1992; *European Treaty Series - No. 147*.

postoji, primjenjuju se načela Konvencije. U slučaju bilateralnih koprodukcija, sve odredbe koje su u sporazumu između tih zemalja su uključene, dok se u multilateralnim koprodukcijama bilateralni sporazumi mogu podrazumjeti samo ako nisu kontradiktorni odredbama Konvencije. Ukoliko se ne podudaraju, odredbe Konvencije će biti prihvaćene.

II Definicije

Iz osnovnih pojmova koji se definišu u Članu 3 Evropske konvencije o kinematografskim koprodukcijama zaključuje se da je ona utemeljena na primjeni i regulisanju multilateralnih koprodukcionih sporazuma koji za cilj imaju produkciju kinematografskog djela koje predstavlja evropski kulturni identitet, te se uvode pojmovi među kojima je važno istaći *evropsko kinematografsko djelo*, o čemu će više riječi biti kasnije.

III Pravila koja se primjenjuju na koprodukcije

U Poglavlju III, navedena su osnovna pravila koja se primjenjuju na koprodukcije, a to su: izjednačavanje sa nacionalnim filmovima (Član 4); uslovi za sticanje statusa koprodukcije (Član 5); razmjere učešća svakog koproducenta (Član 6); prava koproducenata (Član 7); tehničko i umjetničko umijeće (Član 8); finansijske koprodukcije (Član 9); opšta ravnoteža (Član 10); ulazak i boravak (Član 11); zasluge koprodukcionih zemalja (Član 12); izvoz (Član 13); jezici (Član 14); festivali (Član 15).

1. *Izjednačavanje sa nacionalnim filmovima.* U ovom članu navodi se da kinematografska djela proizvedena kao evropske multilateralne koprodukcije imaju pravo na sve povlastice omogućene važećim zakonima i propisima zemalja potpisnica. U tom smislu se koprodukcijsko kinematografsko djelo izjednačava sa nacionalnim filmom.

2. *Uslovi za sticanje statusa koprodukcije.* Status koprodukcije stiče se odobrenjem nadležnih organa zemalja potpisnica Konvencije, nakon razmatranja podnešene prijave. Jedan od uslova je i da se film kvalifikuje i kao *evropsko kinematografsko djelo*. Procedura je detaljno objašnjena u Aneksu II Konvencije. Zapravo, na osnovu procjene

kvantitativnog učešća svake od sporazumnih koproducentskih strana, specifičnim sistemom bodovanja se vrši ova procjena²⁰:

1. Kinematografsko djelo se kvalifikuje kao evropsko (...) ukoliko dobije najmanje 15 poena od mogućih 19, prema dolje izloženoj tabeli evropskih elemenata.
2. Imajući u vidu zahtjeve scenarija, nadležni organi mogu, poslije zajedničkih konsultacija, i ukoliko smatraju da djelo ipak odražava evropski identitet, odobriti koprodukcionu status djelu koje ima manji broj poena od potrebnih 15 poena.

Evropski elementi	Ocjene
Kreativna grupa	
Režiser	3
Scenarista	3
Kompozitor	1
	7
Izvođačka grupa	
Prva uloga	3
Druga uloga	2
Treća uloga	1
	5
Tehničko-zanatska grupa	
Kamerman	1
Snimatelj zvuka	1
Montažer	1
Umjetnički direktor	1
Studio ili lokacija za snimanje	1
Postprodukcionalna lokacija	1
Ukupno	6

²⁰ *European Convention on Cinematographic Coproduction*, Strazbur, 2.X1992; *European Treaty Series* - No. 147.

3. *Razmjere učešća svakog koproducenta.* U slučaju multilateralne koprodukcije, minimalno učešće ne smije da bude manje od 10%, a maksimalno učešće ne smije da pređe 70% ukupnog budžeta produkcije. Ukoliko je minimalno učešće manje od 20% ukupnog budžeta, zainteresovana strana može preduzeti mjere da smanji ili onemogući pristup programima podrške omogućene nacionalnim programom. U slučaju kada Konvencija zamjenjuje bilateralni sporazum, minimalno učešće ne smije da bude manje od 20%, a maksimalno učešće ne smije da bude veće od 80% ukupnog budžeta produkcije.²¹

4. *Prava koproducenata.* Ovim članom, regulisana su prava i obaveze sporazumnih strana, tj. koproducenata, a koja su sadržana u ugovoru o koprodukciji. Po ovom članu, svakom koproducentu mora da bude zagarantovana svojina nad originalnim snimljenim materijalom, kao i da njegovo čuvanje bude na mjestu koje zajednički odrede koproducenti. Isto tako, svakom producentu mora da bude zagarantovano pravo na svaki intermedijar, odnosno, na sredstvo umnožavanja.

5. *Tehničko i umjetničko učešće.* Doprinos svakog koproducenta uključuje efektivno tehničko i umjetničko učešće. U principu i u skladu sa međunarodnim obavezama potpisnica, doprinos koproducenata koji se odnosi na kreativno, tehničko i umjetničko osoblje, glumačku ekipu i opremu, mora biti proporcionalno njihovom ulaganju. To podrazumijeva i da navedene kadrove treba da čine isključivo državljani zemalja potpisnica. Ovaj doprinos, logično, mora da korespondira sa veličinom učešća zemalja svakog od koproducenata, jer tamo gdje finansijsko učešće nije proporcionalno sa umjetničkim i tehničkim učešćem, nadležni organi mogu ili da odbiju dodjeljivanje statusa koprodukcije ili da opozovu svoje odluke.

²¹ Eurimaž, sa druge strane, dopušta učešće manjinskog koproducenta do 10% ukupnog budžeta. Objašnjenje je navedeno u Izvještaju objašnjenja Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji Savjeta Evrope: „Ova mogućnost, međutim, ne ovlašćuje koprodukciji nacionalni status ukoliko je prag koji je usvojen u Eurimažu niži od onog koji je obavezan ugovorom. U pogledu većeg broja partnera uključenih u multilateralnu koprodukciju, koji neophodno determiniše okolnost smanjenja učešća koproducenata, podrazumijeva se prirodnim prag minimalnog učešća od 10%, što je paralelno odredbama Eurimaža. Sa druge strane, učešće manje od 10% ne može se okarakterisati kao koprodukcija. Sa ciljem čuvanja statusa koprodukcije, namjera je da učešće većinskog koproducenta bude ograničeno do 70%. Učešće između 70% i 80% je prihvatljivo u slučaju bilateralnih sporazuma, ali isključuje učešće trećeg koproducenta.“

6. *Finansijske koprodukcije.* Filmska djela mogu dobiti koprodukcionu status ukoliko ispunjavaju sljedeće uslove:

- a) uključuju jedan ili više manjih finansijskih doprinosa, pod uslovom da svako nacionalno ulaganje nije manje od 10% niti veće od 25% ukupnog budžeta;
- b) uključuju većinskog koproducenta koji daje i većinski doprinos, ali i zadovoljava uslove da u njegovoj zemlji djelo bude priznato kao nacionalno;
- c) promovišu evropski identitet;
- d) ukoliko su regulisane ugovorima koji određuju prihode.

7. *Opšta ravnoteža.* Termin *opšta ravnoteža* odnosi se na ukupno finansijsko, umjetničko i tehničko učešće u koprodukciji.

8. *Ulazak i boravak.* Ovaj član odnosi se na zakone i propise zemalja u međunarodnim obavezama; boravke i radne dozvole članova ekipe, uvoz i izvoz opreme potrebne za produkciju i distribuciju.

9. *Zasluge koprodukcionih zemalja.* Odnosi se na isticanje pojedinačnih zasluga svake od koproducentских zemalja.

10. *Izvoz.* Ukoliko se koprodukciono djelo izvozi u zemlju gdje je uvoz filmova ograničen kvotama, i jedna od koprodukcionih strana nema pravo ulaza na to tržište, Konvencijom su zagarantovane tri opcije: djelo se dodjeljuje kvoti zemlje koja ima većinsko učešće; ukoliko je učešće koproducentских zemalja podjednako, djelo se dodaje kvoti zemlje koja ima najbolje mogućnosti za izvoz u zemlju uvoza. Ako se ne mogu primijeniti navedene odredbe, djelo ulazi u kvotu zemlje koja obezbjeđuje reditelja.

11. *Jezici.* Jezik na kom je koprodukciono filmsko djelo, određuje se prema tome koja zemlja je većinski koproducent. Međutim, ostale učesnice u koprodukciji imaju pravo da zahtijevaju konačnu verziju djela na svom jeziku.

12. *Festivali.* Ukoliko koproducenti ne odluče drugačije, koprodukciono kinematografsko djelo biće prikazivano na međunarodnim festivalima kao predstavnik

zemlje većinskog producenta, ili, u slučaju jednakog finansijskog učešća, od strane koja obezbjeđuje reditelja.

Osnovni cilj Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji je podrška koprodukcijskoj saradnji među zemljama potpisnicama, sa prednostima olakšavanja multilateralnih koprodukcija. Ona funkcioniše kao krovni dokument za regulisanje koprodukcijских odnosa u Evropi. U nastavku poglavlja ćemo se vratiti na Konvenciju i to u smislu unaprijeđivanja oblasti njene primjene u skladu sa novim tendencijama i potrebama u kinematografiji.

3.3. Prednosti i važnost kinematografskih koprodukcija

Evropska konvencija o kinematografskoj koprodukciji zajedno sa fondom Eurimaž predstavlja pravno-normativni i institucionalni okvir za djelovanje koprodukcija u Evropi. Iako danas postoje naponi da se evropski producenti okrenu i vanevropskim koprodukcijama, neophodno je najprije analizirati funkcionalnost i primjenu postojećeg okvira. Stoga ćemo ukazati na relevantna istraživanja iz oblasti analize učinka evropskih koprodukcija, koja će biti od izuzetne važnosti za izvođenje osnovnih prednosti koprodukcija posebno u zemljama sa manjim audiovizuelnim kapacitetom.

3.3.1. Cirkulisanje koprodukcijских i nacionalnih filmova u periodu od 2001-2007²²

U izvještaju iz 2008. godine o istraživanju sprovedenom od strane Evropskog audiovizuelnog opservatorijuma²³ navodi se da su razlozi za ovakav tip analize bili upravo da se pokaže učinkovitost Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji. Na početku je važno napomenuti da se istraživanje zasniva na podjeli filmskih djela na nacionalne filmove i koprodukcije. Nacionalni film predstavlja filmsko djelo finansirano

²² U ovom poglavlju prikazan je izvještaj pripremljen za *Film Policy Forum* Savjeta Evrope, organizovan od strane Savjeta Evrope i Filmskog instituta Poljske, u Krakovu u periodu 11.-13. septembra 2008. godine, a čiji su autori Martin Kancler, Suzan Njuman-Bude i Andre Lang, tim Evropskog audiovizuelnog opservatorijuma.

²³ Evropski audiovizuelni opservatorijum, (*European Audiovisual Observatory*) je tijelo javnog servisa u audiovizuelnoj industriji (film, televizija, video i multimedija) Evrope. Članice su 35 evropskih zemalja, zajedno sa Evropskom zajednicom predstavljenom kroz Evropsku Komisiju. Opservatorijum djeluje u okviru proširenog parcijalnog Sporazuma Vijeća Evrope. Ostvaruje svoju misiju pomoću mreže partnera, korespondenata i profesionalnih organizacija. Opservatorijum obezbjeđuje informacije o tržištima, finansijskim i zakonskim aspektima audiovizuelnog sektora. (<http://www.obs.coe.int>)

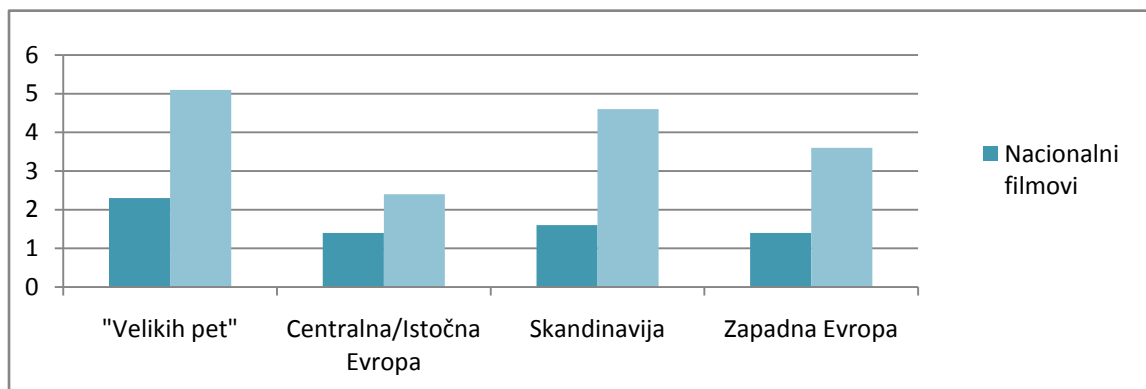
u cjelosti od strane jedne zemlje, njenih subvencija, ali i ostalih izvora koji potiču iz isključivo te teritorije. Uspješnost filmskih djela je analizirana kroz sljedeće parametre:

1. **Cirkulisanje** –prosječan broj teritorija na kojima je film prikazan, procenat filmova koji su prikazani i van nacionalnog tržišta;
2. **Učinak** – *prijem* koprodukcionih i nacionalnih filmova na nacionalnom i vannacionalnom tržištu. Prijem se mjeri brojem prodatih bioskopskih ulaznica.

Istraživanjem su pokrivene sljedeće oblasti: „Velikih Pet“ (Francuska, Njemačka, Italija, Španija i Ujedinjeno Kraljevstvo), Zapadna Evropa (Belgija, Irska, Island, Holandija, Portugal i Švajcarska), Skandinavija (Danska, Finska, Norveška i Švedska), Centralna i Istočna Evropa (Češka, Mađarska, Poljska, Rumunija i Turska). Na evropskom tržištu, u periodu između 2001. i 2007. godine, većinom su zastupljeni filmovi proizvedeni u Sjedinjenim Američkim Državama, što u procentima čini sa 64% ukupnog tržišta. Evropski filmovi čine 27% tržišta. Ostatak su filmovi vanevropskih zemalja, sa 2,5%, i posebnu kategoriju čine evropski filmovi koji čiji su većinski finansijeri američki studiji, sa 7% tržišta.

Cirkulacija filmova mjerena je na osnovu dva indikatora: prosječan broj tržišta (tj. teritorija na kojima su filmovi prikazani) i procenat koprodukcija i nacionalnih filmova koji su prikazani na vannacionalnom tržištu²⁴. Upoređujući filmove sa različitih teritorija, dolazi se do zaključka da su koprodukcije sa tih teritorija prikazivane na većem dijelu ukupnog tržišta od nacionalnih filmova, proizvedenih tim zemljama.

²⁴ Vannacionalno tržište predstavlja teritorije koje su van tržišta zemlje nacionalnog filma, odnosno van teritorije zemlje koja određuje nacionalnost koprodukcionog djela.

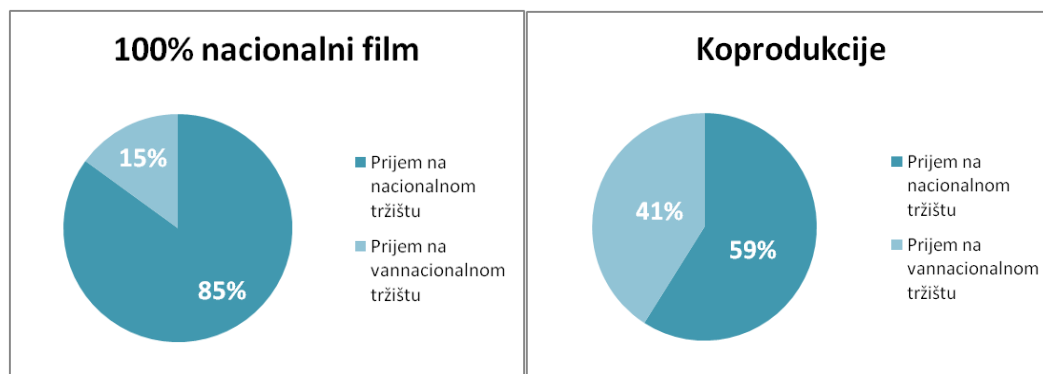


Grafikon 2: Učešće nacionalnih filmova i koprodukcija pojedinih teritorija na ukupnom tržištu; izvor: Evropski audiovizuelni opservatorijum

Iz Grafikona 1, vidi se da u distribuciji i prikazivanju koprodukcionih filmova prednjače zemlje koje pripadaju grupi „Velikih pet“ (5,1% koprodukcije i 2,3% nacionalni filmovi), kao i Skandinavske zemlje (2,4% koprodukcije i 1,5% nacionalni filmovi). U slučaju Centralne i Istočne Evrope, nacionalni filmovi čine 1,4%, a koprodukcije 2,4% tržišta na kom se prikazuju, a nacionalni filmovi grupe zemalja Zapadne Evrope 1,4%, dok su koprodukcije zastupljene 3,6%. Kada se podjela napravi na osnovu tipa filmova, tj. na nacionalne i koprodukcijske filmove, vidljivo je koliki procenat filmova zastupljen na nacionalnom tržištu i vannacionalnom tržištu, kao i procenat koprodukcijskih filmova zastupljenih na tržištu van teritorija koprodukcijskih zemalja. Iz takve podjele vidljivo je da kada je riječ o nacionalnim filmovima, većinu (67%) čine filmovi koji su prikazani samo na teritoriji te zemlje. Kada je riječ o koprodukcijama, većinu čine filmovi prikazani na barem jednoj teritoriji van zemlje čijoj nacionalnosti pripada film (čak 77%), a slična situacija je i sa filmovima prikazanim van teritorija svih koproducentских zemalja (59%).

Učinak filmova se mjeri, kao što je ranije pomenuto, u odnosu na to kakav prijem film ima na teritorijama gdje se prikazuje. Navedeno istraživanje Evropskog audiovizuelnog opservatorijuma pokazalo je da koprodukcijski filmovi imaju prednost i po ovom parametru. U prosjeku, koprodukcije i na tržištu teritorija koproducentских zemalja i na vannacionalnom tržištu imaju prijem dva puta veći od nacionalnih filmova na sopstvenoj

teritoriji. Vannacionalno tržište je od posebne važnosti za cirkulaciju i prijem filma, bilo da je riječ o koprodukcijskom ili nacionalnom filmu (Grafikon 2).



Grafikon 3: Prijem oba tipa filmova na vannacionalnom tržištu; izvor: Evropski audiovizuelni opservatorijum

3.3.2. Opšti razlozi za koprodukcije

U odnosu na istraživanje Evropskog audiovizuelnog opservatorijuma, te služeći se sistematizacijom postavljenom u istraživanju iz 2012²⁵, možemo zaključiti da se razlozi za koprodukcije svrstavaju u tri kategorije: *kreativni razlozi*, *ekonomski razlozi* i *nacionalne/evropske politike finansiranja filmova*.

U kategoriji *kreativnih razloga* podrazumijevaju se elementi poput sadržaja i priče filma, sa jedne strane, a potom pristup kadrovskim izvorima i glumačkoj podjeli iz drugih zemalja, kao i mogućnost pristupa lokacijama i određenim tehničko-tehnološkim potencijalima.

U kategoriju *ekonomskih razloga* svrstavaju se: mogućnost ostvarivanja većeg budžeta pristupom većem broju javnih i privatnih izvora, pristup širem tržištu za ostvarivanje prihoda od prikazivanja filma, mogućnosti za razvoj kompanije, poboljšanje lokalne industrije i profesionalizaciju ekipe, razmjena znanja i iskustava, te ostvarivanje stabilne finansijske strukture. Nadovezujući se na istraživanje Evropskog audiovizuelnog

²⁵ Krausz, Danny (2012): *Minority Co-productions: A Gift, A Burden, A Must, A Need*; prezentacija za potrebe MEDICI radionice: Amsterdam, 2015. www.focal.ch/medici-training

opservatorijuma, možemo da zaključimo da su osnovni razlozi međunarodnih koprodukcija i sljedeći:

- Evropske koprodukcije cirkulišu bolje od filmova koji su 100% nacionalni. Kvantitativno, evropske koprodukcije imaju onoliko veće tržište koliko je zemalja učesnica u koprodukciji.
- Evropske koprodukcije ostvaruju više prihoda u odnosu na 100% nacionalne filmove, i to u prosječnom odnosu 2:1.
- U prosjeku, koprodukcije i na tržištu teritorija koproducentских zemalja i na vannacionalnom tržištu imaju prijem dva puta veći od nacionalnih filmova na sopstvenoj teritoriji.

Nacionalne i evropske politike finansiranja filmova se unapređuju koprodukcijama samim tim što se unaprijeđuje i diversifikacija izvora finansiranja i učešća u filmskim projektima kao jednog od osnovnih konstituenata kulturnog identiteta. Pored toga, osigurava se bolji učinak samih politika, obezbjeđuje se široka i međunarodna mreža saradnika i kontakata. Indirektno, koprodukcijama se ostvaruju nacionalni ekonomski prateći učinak, poput turističkog, poreskog i sl.

U izvještaju *Evaluacija i predložene izmjene Evropske konvencije o kinematografskim koprodukcijama*, prednosti koprodukcija su sistematizovane na sljedeći način²⁶:

1. Tendencija ka boljoj cirkulaciji;
2. Veća popularnost kod publike;
3. Proširivanje mreže podrške (omogućavajući razmjenu i saradnju širom Evrope, povezivanjem producenata, institucija državne podrške i nadležnih tijela);
4. Uobičajena produkcijska strategija (koprodukcije su postale uobičajena praksa u produkciji evropskih filmova, obzirom na to da doprinosi garanciji realizacije projekta).

²⁶ *Evaluation and proposed revisions of the European Convention on Cinematographic Co-Production: A report prepared for Council of Europe* (2012), London: Olsberg-SPI

Sa druge strane, istraživanja²⁷ ukazuju na to da samo mali dio kompanija producira filmove u redovnom ritmu (npr. jedan film godišnje), što govori u prilog tome da ne postoje stabilne produkcijske strukture i kapaciteti u industriji. Kako većina sredstava dolazi upravo iz javnih fondova (mahom nacionalnih), glavni fokus evropskih produkcija je upravo, vrlo često, samo nacionalna publika. Razmatrajući sve navedeno, dolazi se do zaključka da je ključni razlog za koprodukcije upravo osiguravanje diversifikovanih izvora finansiranja, posebno u zemljama sa niskim produkcionim kapacitetom, među kojima je i Crna Gora, što predstavlja polazišnu osnovu ovog rada.

3.4. Evaluacija i aktuelne preporuke za unaprijeđivanje odredbi Konvencije

Godine 2008. na *Film Policy Forum*-u Savjeta Evrope u Krakovu, sa temom *Oblikovanje politika kinematografije sjutrašnjice*,²⁸ jedna od oblasti rasprava bile su i koprodukcije. Ovo je rezultiralo zvaničnim dokumentom u kojem se navode mjere i instrumenti za poboljšanje nacionalnih kinematografija. Koprodukcijama, kao posebnom obliku filmske proizvodnje, je posvećena posebna pažnja, jer, kao poseban oblik kulturne kooperacije, ostvaruju estetske, kulturološke, kao i ekonomske ciljeve. Kako je kulturološki cilj na prvom mjestu misije i politike Eurimaža, kao i Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji, internacionalizacija evropskog tržišta audiovizuelnih djela i poboljšanje cirkulacije evropskih filmova su među osnovnim tačkama u zvaničnim preporukama koje su bile rezultat pomenutog foruma.

U Preporukama Komiteta ministara zemljama članicama o nacionalnim kinematografskim politikama i diverzitetu kulturnog izražaja iz 2009. godine²⁹, navodi se da „ohrabrivanje sklapanja koprodukcionih i kodistributivnih sporazuma i osiguravanje njihove efektivne implementacije su sredstva u promovisanju kulturne raznolikosti“. U dijelu koji se tiče poboljšanja regulatornih okvira za koprodukciju i kodistribuciju, ističe

²⁷ Baujard, T., Lauriac, M., Robert, M., et al. (2009), *Study on the Role of Banks in the European Film Industry – Final Report*. Berlin: Peaceful Fish

²⁸ Publikacija *The Krakow Report; Council of Europe Film Policy Forum: Shaping Policies for the Cinema of Tomorrow*, 2008. Na Forumu je učestvovalo 150 predstavnika filmske industrije iz svih oblasti kinematografskog lanca, iz 35 evropskih zemalja.

²⁹ *Recommendations CM/Rec(2009)/7 of the Committee of Ministers to member states on national film policies and the diversity of cultural expressions*; usvojeno od strane Komiteta ministara 23. septembra 2009. godine.

se da su koprodukcije jedan od osnovnih činilaca doprinosa promociji kulturnog diverziteta u filmskoj industriji, čiji doprinos prepoznaje i Konvencija o zaštiti i promociji raznolikosti kulturnih izraza. Stoga su preporuke sljedeće:

- Potrebno je da se države članice angažuju u revidiranju Evropske konvencije o kinematografskim koprodukcijama da bi se uzeli u obzir novi razvoji na tržištu, u tehnologijama i u koprodukcionim praksama.
- Države bi trebale da obrate pažnju na podržavanje niza koprodukcija (eng. *slate of co-productions*)³⁰.
- Cirkulacija koprodukcionih djela na svakoj teritoriji može biti poboljšana stvaranjem pravila po kojima su javna sredstva uslovljena postojanjem realističnog distribucijskog plana.

Nakon reevaluacije Konvencije, godine 2012. izrađen je izvještaj namijenjen Savjetu Evrope pod nazivom *Evalvacija i predložene izmjene Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji*, koji sadrži iscrpno istraživanje izrađeno u cilju da se bolje koordiniše i harmonizuje implementacija Konvencije među zemljama potpisnicama. Kada je riječ o samim misiji istaknutoj u Konvenciji u odnosu na njenu primjenu, uočava se veliki stepen ostvarivanja zadatih ciljeva.

Cilj	Realizacija
Razvoj koprodukcija	• Koprodukcije su u porastu; • Postoji tendencija ka međunarodnim koprodukcijama; • Sve koprodukcije se ostvaruju u skladu sa uredbama Konvencije – visoki stepen primjene.
Sloboda izražavanja i kulturne raznolikosti	• Očuvanje principa nacionalne supsidijarnosti; • Cirkulacija ne-nacionalnih djela;

³⁰ Misli se na više projekata u kojima učestvuju isti partneri iz različitih država, za razliku od sadašnjeg sistema u kojima se, u jednom konkursnom terminu, podržava samo jedan projekat istih partnera.

	• Kooperacija između manjih i većih zemalja • Mogućnost povezivanja sa nacionalnim politikama; • Aplikativna na sve budžetske raspone
--	---

Tabela 2: Konvencija - ostvareni ciljevi; izvor: Evaluacija i predložene izmjene Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji

Važno je napomenuti da su ovi napori rezultirali konkretnim Preporukama objavljenim 2015. godine.³¹ Kako bi se bolje koordinisala i harmonizovala implementacija Konvencije, preporuke koje se posebno odnose na zemlje sa manje razvijenim audiovizuelnim kapacitetom su sljedeće:

- Revidirati sistem bodovanja kako bi se više vrijednovali novi oblici kreativnog izražavanja (ekspertiza u oblasti vizuelnih efekata) i istakla važnost ne-evropskih glumaca;
- Izmjena finansijskog učešća: minimalno finansijsko učešće da bude 5% za multilateralne koprodukcije i 10% za bilateralne koprodukcije, a maksimalno 80%, kako bi se poboljšale mogućnosti za saradnju u zemljama sa manjim audiovizuelnim kapacitetom;
- Uvođenje mogućnosti za finansiranje niza projekata (eng. *slate funding*).

3.5. Umjesto zaključka: Važnost koprodukcija za zemlje malog kinematografskog kapaciteta

U malim zemljama, filmska politika je sve. – Ana Frenklin, Film New Europe

Sa manjom infrastrukturom dolazi veća potreba za (filmskom) politikom.

– Hening Kamre, European ThinkTank on Film and Film Policy

³¹ Council of Europe Convention on Cinematographic Co-production (revised) – Explanatory Report, Committee of Ministers of Council of Europe, 9. septembar 2015.

U poglavlju *Savremeni modeli koprodukcija u Evropi* ukazali smo na važnost koprodukcija kao oblika međunarodne kulturne kooperacije, stoga i promotera evropskog kulturnog identiteta. Koprodukcije su, kao takve, institucionalizovane i modelovane pravno-normativnim okvirom koji čine fond Savjeta Evrope Eurimaž, koji učestvuje u finansiranju koprodukcija i afirmaciji evropske filmske industrije, i Evropska konvencija o kinematografskoj koprodukciji, koja predstavlja krovni akt za djelovanje bilateralnih i multilateralnih produkcijskih struktura.

Kao opšte prednosti koprodukcija, na osnovu izloženog istraživanja koje je sprovedla Evropski audiovizuelni opservatorijum, posebno se ističu ekonomske (mogućnost širenja mreže izvora finansiranja, veće tržište i veća gledanost), kreativne (mogućnost istraživanja teme i povezivanja sa profesionalcima iz drugih sredina), te prednosti koje se tiču posrednog unaprijeđivanja infrastrukture nacionalnog okvira (uspostavljanje saradnje sa drugim sredinama, implementacija strategija za bolje međunarodno djelovanje). Za zemlje sa malim produkcionim kapacitetom, stoga, koprodukcije imaju posebnu važnost.

Kada se govori o odedivanju produkcionog kapaciteta zemalja ne može se zaobići obim državnog područja. U Komunikaciji Evropske komisije o državnoj potpori za filmove i ostala audiovizuelna djela iz 2013. godine, konkretizovane su okviri funkcionisanja državne pomoći kinematografiji, na čemu se radilo od 2001. godine, kada je uspostavljena državna potpora (eng. *State Aid*) kao jedan od instrumenata unaprijeđivanja određenih oblasti³². Ovaj dokument je od izuzetne važnosti za primjenu rezultata istraživanja sprovedenog u kontekstu ovog rada. Naime, u Komunikaciji se određeni članovi odnose i na definisanje pojma zahtjevni film (eng. *difficult films*), koji često dovodi do zabune. Ovo se odnosi na član koji glasi:

„Intenzitet potpore se u načelu mora ograničiti na 50% proračuna za filmsku produkciju kako bi se podsticale uobičajene komercijalne inicijative. Intenzitet potpore za prekogranične koprodukcije koje finansiraju najmanje dvije države članice, a u njima učestvuju producenti iz najmanje dvije države članice može iznositi do 60% proračuna za filmsku produkciju. Ta načela se ne primjenjuju na

³² Ovaj akt i njemu prateći dokumenti se mogu vidjeti na:
http://ec.europa.eu/competition/state_aid/reform/archive.html

zahtjevna audiovizuelna djela i koprodukcije u kojima učestvuju zemlje sa popisa Odbora za razvojnu pomoć OECD-a. Filmovi kojima je jedina izvorna verzija na službenom jeziku jedne od država članica s malim državnim područjem, brojem stanovnika ili jezičnim područjem, mogu se u tom kontekstu smatrati zahtjevnim audiovizuelnim djelima.“ (C332/10)

U istom dokumentu se navodi napomena za definisanje zahtjevnih audiovizuelnih djela:

„Primjerice, kratki filmovi, prvi i drugi film režisera, dokumentarni filmovi, niskoproračunski filmovi i druga komercijalno zahtjevna djela. Prema načelu supsidijarnosti, svaka država članica u skladu s nacionalnim mjerilima određuje definiciju zahtjevnog filma.“³³

Pored svega navedenog, u Komunikaciji se ističe da filmovi proizvedeni u pristupnim zemljama, neminovno pripadaju grupi zahtjevnih audiovizuelnih djela. Kako je Crna Gora na listi DAC zemalja, ona automatski pripada kategoriji zemalja malog produkcionog kapaciteta, a sa tim u vezi podrazumijevano, djela crnogorske kinematografije spadaju u grupu zahtjevnih filmova.

U analizi islandske kinematografije, citirajući Endrua Higsona /Higson/, Bjorn Nordfjörd /Nordfjörd/ navodi da postoji **pet osnovnih ekonomskih strategija** koje nacionalne kinematografije mogu sprovesti kao odgovor na prisutnost holivudskih filmova (u Hjort, Petrie, 2007: 44):

³³ U pokušaju bližeg definisanja zahtjevnog filma, u saopštenju Irskog odbora za film (org. *Irish Film Board*), naglašeno je da „nemogućnost projekta da prikupi dovoljno sredstava za proizvodnju nije odgovarajuća osnova zahtjevnog filma“, te se nudi nekoliko karakteristika takvih filmova:

1. Zvaničan jezik je manjinski (eng. *minority*) jezik.
2. Izražava se jak kulturološki i javni etos.
3. Predočava istoriju i kulturne tradicije mlađoj populaciji.
4. Omogućava kreativno izražavanje pojedincima i individualcima iz socijalno zapostavljenih grupa i grupa zapostavljenih u filmskoj industriji (npr. po osnovu rase, rodne pripadnosti, seksualne orijentacije, fizičkog i intelektualnog invaliditeta, religije, socijalnog i ekonomskog statusa i sl.)
5. Eksperimentalnog je karaktera i/ ili koristi neuobičajene tehnike u estetici i priprovođenju.
6. Reditelj, scenarista i producent nemaju profesionalnog iskustva.
7. Glavne uloge su glumci bez profesionalnog iskustva.
8. Reditelj je prepoznat kao sposoban za filmove visokog kvaliteta, ali projekti ne zadovoljavaju kriterijume tržišta; itd.

1. Distribucija i prikazivanje holivudskih filmova.
2. Direktna konkurencija holivudskim filmovima.
3. Produkcija niskobudžetnih filmova namijenjenih domaćem tržištu ili produkcija *arthouse* filmova namijenjenih internacionalnom tržištu.
4. Protektivne mjere u vidu kvota i olakšica za domaću produkciju.
5. Internacionalna kooperacija.

U daljoj argumentaciji, Nordfjord ističe da, obzirom na kapacitet kojim raspolažu, kinematografije malih zemalja mogu da se razvijaju jedino **kombinujući posljednje tri strategije**. Koprodukcije, su stoga, jedna od glavnih strategija za unaprijeđenje nacionalne kinematografije u zemljama sa malim produkcionim kapacitetom.

U nastavku rada ćemo posebnu pažnju posvetiti analizi okvira za funkcionisanje koprodukcija u Crnoj Gori, te ukazati na osnovne mjere strategije njihovog unaprijeđenja.

4. KOPRODUKCIJE U CRNOGORSKOJ KINEMATOGRAFIJI

Crna Gora se nalazi u kategoriji zemalja malog državnog obima, tako da se crnogorska kinematografija tokom decenije samostalnosti susrijetala sa brojnim problemima. Te prepreke se i danas ogledaju u ograničenim izvorima javnih sredstava, te nedovoljno razvijenom infrastrukturu (institucionalnim i pravno-normativnim okvirom) u odnosu na trenutne potrebe tržišta, a koje dovode do ključnog pitanja po čemu je, zapravo, crnogorska kinematografija relevantna, kao oblast od javnog interesa, i u nacionalnom i međunarodnom kontekstu. Važno je naglasiti da se crnogorski film u evropskim legislativnim i normativnim odrednicama smatra zahtjevnim filmom (eng. *difficult film*), te da industriji treba pristupiti jedino pod ovom pretpostavkom. U tom smislu, u ovom poglavlju ćemo se baviti analizom crnogorskog kinematografskog pejzaža sa posebnim osvrtom na okvir za funkcionisanje koprodukcija, u cilju izvođenja mjera za njegovo unaprijeđenje.

4.1. Hronologija – istorija organizacije kinematografije u Crnoj Gori

Do perioda decentralizacije Crna Gora nije imala organizovanu kinematografsku djelatnost. Uprkos tome, uzimajući u obzir geografski i ambijentalni aspekt, često je bila odredište inostranih filmskih ekipa. Među prvim igranim dugometražnim filmovima ubrajaju se djela sa temama iz života u Crnoj Gori, poput *Voskrsenja ne biva bez smrti* (*Non c'e resurrezione senza morte*, Eduardo Benčivega, 1922.) italijansko-crnogorska koprodukcija koja je ujedno i prvi crnogorski film³⁴, te *Zakon crnih brda* (*Das Gesetz der schwarzen Berge*, Romano Mengon, 1928.) produciran od strane njemačke producentske kompanije.

Nakon Drugog svjetskog rata, kinematografija je organizovana sistemski, izgradnjom bioskopskih mreža, osnivanjem filmskih studija i rješavanjem pitanja profesionalnih kadrova. Godine 1945. oformljena je na Cetinju crnogorska Direkcija Filmskog preduzeća Demokratske Federativne Jugoslavije, koja je organizovala stalne i putujuće bioskope, vršila raspodjelu filmova. Godine 1946. osniva se Državno preduzeće za

³⁴ Film je snimljen u Italiji, a u cjelosti se bavi crnogorskom tematikom. Djelimično je finansiran od strane crnogorskih investitora koji su bili u izgnanstvu. Scenario za ovaj film napisao je Vladimir Đ. Popović.

raspodjelu filmova Narodne Republike Crne Gore, koje se sa Cetinja seli u Herceg Novi. Od 1947. do 1950. godine kinematografijom rukovodi Komisija za kinematografiju pri Vladi NRCG, zatim Odsjek za kinematografiju pri Ministarstvu prosvjete.

Početkom 1949. Godine, kao dio plana za razvoj kinematografije donešenog na nivou Federativne Narodne Republike Jugoslavije, osnovano je preduzeće za filmsku proizvodnju *Lovćen film*, koje se 1956. godine reorganizovalo u tri jedinice: *Lovćen film* (proizvodnja), *Mediteran film* (tehničke usluge) i *Zeta film* (distribucija). Do 1965. godine, kada je prestao sa radom, *Lovćen film* je realizovao 119 dokumentarnih filmova, 11 igranih filmova u vlastitoj produkciji i 4 igrana filma u koprodukciji.³⁵ Godine 1966. formirano je preduzeće za filmsku proizvodnju *Filmski studio Titograd*.

Kako sedamdesetih godina dolazi do ponovne restrukturalizacije u bivšoj Jugoslaviji Ustavom iz 1974. godine koji je pružio republikama i autonomnim pokrajinama više samostalnosti, teret finansiranja djelatnosti od društvenog značaja prenosi se sa saveznog na republički nivo. U tom periodu dolazi do suočavanja jugoslovenske industrije sa problemima prilagođavanja novom sistemu, ali i stvaranja „samodostatnih pokrajinskih i republičkih tržišta koja su otežavala postizavnje ugovora u međurepubličkim koprodukcijama, kao i međurepubličku filmsku distribuciju“ (Goulding, 2004: 115). Ova situacija je rezultirala potpisivanjem Društvenog dogovora o unaprijeđenju kinematografije u SR Crnoj Gori, krajem 1978. godine, koji je polazio od „društvenog stava da je oblast kinematografije od posebnog značaja za dalji razvoj kulturnog života svih mladih ljudi“, kako je istaknuto u samom dokumentu (Čekić, 2010: 77).

Filmski studio Titograd je proizveo 35 dokumentarnih filmova, od čega u koprodukciji 16, i 12 igranih filmova od kojih su svi proizvedeni u koprodukciji. *Zeta film* je do 1991. godine, proizveo 25 dokumentarnih i 3 animirana filma u vlastitoj produkciji i 9 igranih filmova od kojih su svi proizvedeni u koprodukciji. Raspadom Jugoslavije *Zeta film*

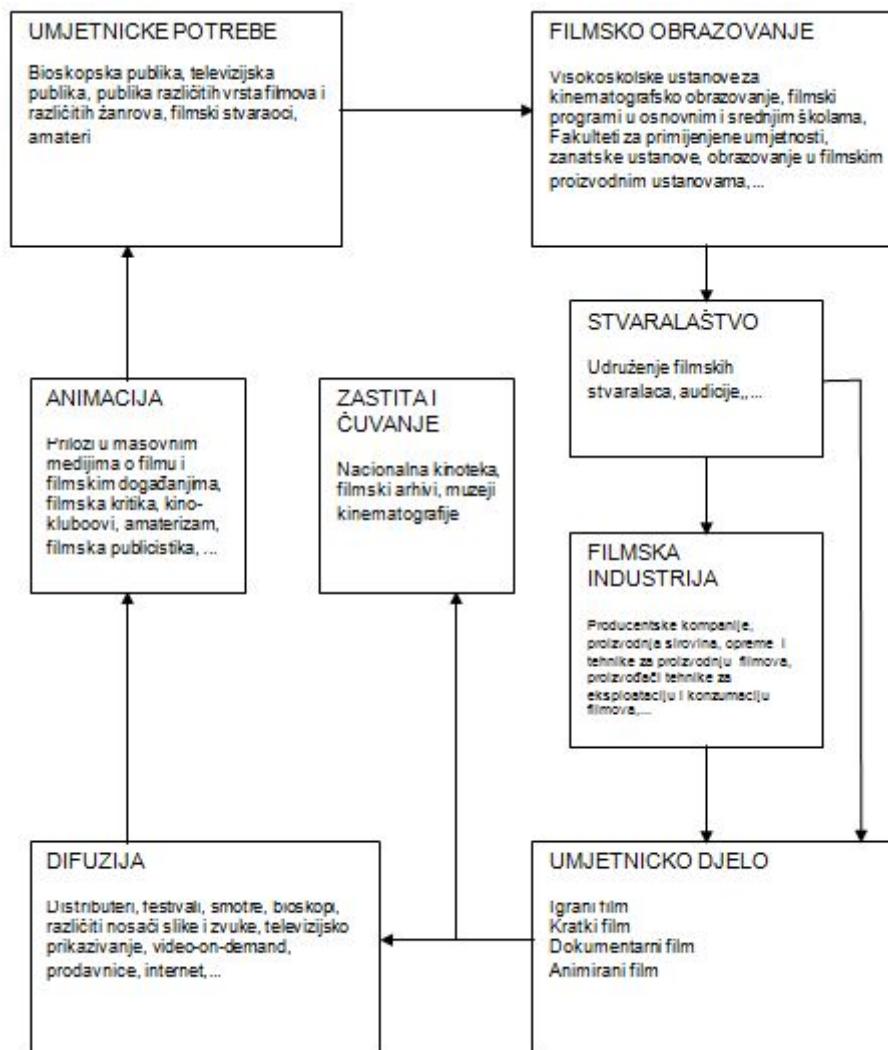
³⁵ Zapaženi su filmovi crnogorske produkcije: *Zle pare* (Velimir Stojanović, 1956), *Dan četrnaesti* (Zdravko Velimirović, 1960), *Ne diraj u sreću* (Milo Đukanović, 1961). Od filmova proizvedenih u koprodukciji sa inostranim partnerima ističu se: *Kapo* (*Kapo*, Gillo Pontecorvo, 1960) i *Ne ubij* (*Thou Shalt Not Kill*, Claude Autant-Lara, 1961).

prestaje da postoji. U Crnoj Gori, rasformiranjem ovih filmskih preduzeća, prestaje kontinuirana proizvodnja filmova.

Od 2002. godine, odlukom Ministarstva kulture Republike Crne Gore organizuje se godišnji Konkurs za sufinansiranje projekata i programa iz oblasti kulturno-umjetničkog stvaralaštva, u okviru kojeg se podržava i kinematografija, sa kategorijama dugometražnog igranog filma, kratkog igranog filma, animiranog filma i dokumentarnog filma, kao i iz kategorije za manjinske koprodukcije.

4.2. Pregled stanja u crnogorskoj filmskoj industriji

Oslanjajući se na šemu socio-kulturnog ciklusa (Grafikon 4) pokušaćemo da analiziramo sve funkcionalne oblasti. U *socio-kulturnom pristupu* - naglasak je na konstrukciji sistema koji posmatra film i kinematografiju kao kulturnu djelatnost sa jasno izraženim umjetničkim odlikama i mogućnostima da zadovolji, prije svega, kulturne potrebe zajednice, čime postaje djelatnost od javnog interesa. Pod ovom pretpostavkom analiziraće se funkcionalni elementi ciklusa u crnogorskoj kinematografiji, te uočiti njegovi nedostaci, u periodu od 2006. (sticanje državne samostalnosti) do 2015. godine.



Grafikon 4: Socio-kulturni ciklus u domenu kinematografije; izvor: Čekić (2010:39)

Filmsko obrazovanje

U crnogorskom osnovnoškolskom i srednjoškolskom obrazovanju ne postoje predmeti „filmska kultura“ i „filmsko obrazovanje“. Od visokoškolskih institucija postoje dva fakulteta koja omogućavaju obrazovanje u ovoj oblasti: Fakultet dramskih umjetnosti Univerziteta Crne Gore i Fakultet vizuelnih umjetnosti Univerziteta Mediteran (privatni univerzitet).

Nosioci filmske industrije

U analizi stanja filmske industrije podrazumijeva se mapiranje jezgara filmske industrije, a to su na prvom mjestu producenčke kompanije, proizvođači sirovina i tehnike za proizvodnju i eksploataciju filmova, itd. Kako je uređeno Zakonom o kinematografiji, sve kompanije koje se bave proizvodnjom, distribucijom, prikazivanjem, te lica koja obavljaju komercijalno umnožavanje kinematografskih djela, dužna su da se upišu u Kinematografski registar. Privredni subjekti koji mogu da apliciraju na godišnji konkurs Ministarstva kulture su društva sa ograničenom odgovornošću (DOO).

Prema Centralnom registru privrednih subjekata Crne Gore (CRPS), za registraciju djelatnosti iz oblasti kinematografije postoje sljedeće šifre pod kojima se upisuju društva sa ograničenom odgovornošću:

5911 – Proizvodnja filmova, video-zapisa i televizijskog programa

5912 – Djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, video-zapisa i televizijskog programa

5913 – Distribucija filmova, video-filmova i televizijskog programa

5914 – Djelatnost prikazivanja filmova

Prema zvaničnom pretraživaču (www.crps.me), podaci o brojevima ovih subjekata su sljedeći:

a) broj kompanija koje se bave proizvodnjom filmova: više od 50³⁶

b) broj kompanija koje se bave djelatnostima koje slijede nakon proizvodnje filmova: 14

c) broj kompanija koje se bave distribucijom: 11

d) broj kompanija koje se bave prikazivanjem: 9

Proizvodnja filmova

U periodu obuhvaćenom istraživanjem proizvedeno je 18 dugometražnih igranih filmova, 10 dokumentarnih filmova, 11 kratkih filmova i 3 animirana filma. Od 18 dugometražnih

³⁶ Pretraživač nema mogućnost prikazivanja više od 50 stavki rezultata.

igranih filmova 6 su većinske koprodukcije, 7 manjinske koprodukcije, a 5 filmova je 100% finansirano iz nacionalnih izvora (vidjeti Tabelu 4: Broj filmova proizvedenih u periodu 2006-2015). Većinu ovih projekata sufinansiralo je Ministarstvo kulture Crne Gore, putem godišnjeg Konkursa za sufinansiranje programa i projekata od značaja za ostvarivanje javnog interesa u oblasti kulturno-umjetničkog stvaralaštva, po principu 50% u odnosu na ukupan budžet putem javnog poziva.

Kategorije Konkursa variraju iz godine u godinu i nisu dovoljno precizno definisane. U tom smislu, stalne kategorije su dugometražni i kratki igrani film, dokumentarni film i animirani film, dok se koprodukcije sa manjinskim crnogorskim učešćem i razvoj scenarija i projekta ne podrazumijevaju kao konstanta.

Ovdje je važno pomenuti kratkometražne igrane filmove proizvedene u periodu 2012-2016 koji su imali izuzetan uspjeh na relevantnim međunarodnim festivalima.

Difuzija

U Crnoj Gori postoji 11 kompanija registrovanih za distribuciju i 9 kompanija registrovanih za prikazivanje filmova. Prema podacima Zavoda za statistiku Crne Gore (MonStat), broj bioskopa u 2013-oj je 7. Ovdje treba uzeti u obzir da se pod pojmom „bioskop“ podrazumijevaju repertoarski prikazivači sa stalnim izmjenama u programu, a ne samo prikazivači na čijem su repertoaru recentni naslovi.

	2009	2010	2011	2012	2013
Bioskopi	9	9	8	9	7
Sjedišta	3 900	3 900	3 600	3 833	3 237
Bioskopske predstave	694	10 563	7 951	8 112	10 870
Domaćih filmova	56	56	43	49	56
Stranih filmova	638	10 507	7 908	8 063	10 814
Posjetioци	241 172	256 046	157 615	241 063	237 615
Domaćih filmova	15 637	1 446	2 562	3 122	2 523
Stranih filmova	225 535	254 600	155 053	237 941	235 092

Tabela 3: Broj bioskopa i bioskopskih posjetilaca; izvor: MonStat

Kada je riječ o festivalima, u Crnoj Gori postoji desetak filmskih festivala, od kojih većina odgovara karakteristikama filmskih smotri i revija. Filmski festival Herceg Novi –

Montenegro Film Festival je u svojih 30 godina postojanja postao centralni filmski događaj u zemlji i jedan od važnijih u regionu, te stekao status Festivala od izuzetnog nacionalnog značaja. Svi filmski festivali, uključujući i Filmski festival Herceg Novi – Montenegro Film Festival, imaju isključivo prikazivački karakter i još uvijek se nisu razvili u platforme za razvoj filmske industrije. U Crnoj Gori ne postoje platforme za razvoj projekata, filmske radionice i rezidencijalni programi namijenjeni profesionalcima i mladim talentima. Događaj usmjeren isključivo industriji i profesionalcima je Montenegro Film Forum koji postoji 5 godina.

Zaštita i čuvanje

Zaštita i čuvanje audiovizuelne građe se obavlja kroz djelatnosti institucije Crnogorska kinoteka.

Ostale komplementarne djelatnosti

Komplementarne djelatnosti u kinematografiji koje nisu navedene odnose se na animaciju potencijalne publike. Tu funkciju imaju, najčešće, institucije kulture koje u programskom sadržaju imaju redovan filmski program, časopisi, vebajtovi i blogovi koji se bave filmskom teorijom i kritikom, te filmske radionice i seminari, čiji nedostatak je uočljiv.

Pravni i institucionalni okvir

Nacionalni pravno-normativni okvir za funkcionisanje kinematografije predstavlja Zakon o kinematografiji (2015). Kao krovni akt funkcioniše Zakon o kulturi (2008). U izradi je Program razvoja kulture 2016-2020. Kad je riječ o međunarodnom pravno-normativnom okviru, Crna Gora je ratifikovala Evropsku konvenciju o kinematografskim koprodukcijama, UNESCO Konvenciju o zaštiti i promociji raznolikosti kulturnih izraza.

Centralna institucija za regulisanje i finansiranje kinematografije ne postoji, već ovu funkciju obavlja Ministarstvo kulture Crne Gore kroz Direktorat za kulturno-umjetničko stvaralaštvo. Crna Gora je dio programa Kreativna Evropa (potprogram MEDIA) i *European Film Promotion*. Iako se u Nacrtu Programa navodi da je članstvo u Eurimažu jedan od strateških interesa za crnogorsku kinematografiju, Crna Gora nije članica ovog fonda.

Rezime – funkcionalni nedostaci

U analizi postojećeg stanja, uočava se određeni broj nedostataka među kojima se najviše ističe ono što možemo okarakterisati kao disproporcionalnost između ponude i potražnje. Naime, možemo zaključiti da u Crnoj Gori postoji određena kontinuirana proizvodnja, ali, u kvantitativnom smislu, ona je nedovoljna u odnosu na broj aktera u industriji, na prvom mjestu proizvodnih jedinica. Sa druge strane, nedovoljno razvijene komplementarne djelatnosti koje doprinose animaciji, razvoju talenata i uticaju na kuturne potrebe, te izostanak aktivnosti i programa namijenjenih profesionalcima, projektima i akterima industrije, ukazuju na problem okruženja koje nema razvijen odnos spram filmske umjetnosti, kao i industrije. U tom smislu, analiza produkcionog pejzaža dovodi do zaključka da se Crna Gora nalazi u kategoriji zemalja sa malim volumenom filmske industrije.

4.3. Koprodukcije u savremenoj crnogorskoj kinematografiji

4.3.1. Analiza stanja

Obzirom na broj stanovnika, visinu bruto nacionalnog proizvoda i volumen filmske industrije, Crna Gora spada u red evropskih zemalja sa malim kinematografskim kapacitetom. U periodu od sticanja samostalnosti 2006. do 2015. godine proizvedeno je ukupno 18 dugometražnih igranih filmova, uključujući i manjinske koprodukcije.

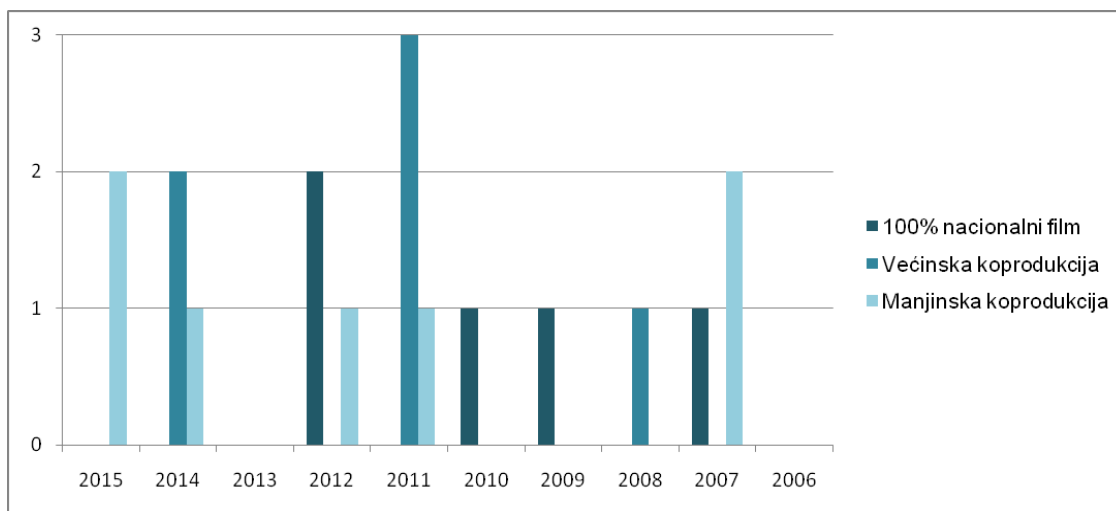
Kategorija	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	Ukupno
100% nacionalni film	0	0	0	2	0	1	1	0	1	0	5
Većinska koprodukcija	0	2	0	0	3	0	0	1	0	0	6
Manjinska koprodukcija	2	1	0	1	1	0	0	0	2	0	7
Ukupno	2	3	0	3	4	1	1	1	3	0	18

Tabela 4: Broj filmova proizvedenih u periodu 2006-2015

Ukupna namjenska javna podrška produkciji dugometražnih igranih filmova posredstvom Konkursa u tom periodu je 1,814,000 eura, od čega 157,000 eura za manjinske koprodukcije. Ako situaciju analiziramo po pojekinačnom projektu, crnogorsko ulaganje u manjinske koprodukcije čini okvirno 9% ukupne proračunate vrijednosti projekta, što je

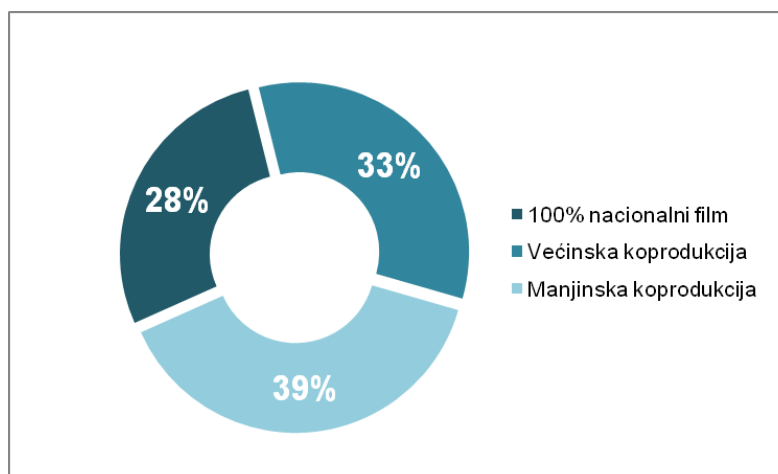
manje nego što je do sada propisano Konvencijom. Ovo je, međutim, potpuno razumljivo obzirom na mali kinematografski kapacitet Crne Gore.

Najveći broj snimljenih filmova godišnje je 4 u 2011-oj godini, a 2013. i 2006. nije bilo proizvedenih filmova. Uočava se da je trend proizvodnje 100% nacionalnih filmova negativan, te da postoji donekle konstantan trend zastupljenosti koprodukcija, od kojih se uočava rast manjinskih koprodukcija.

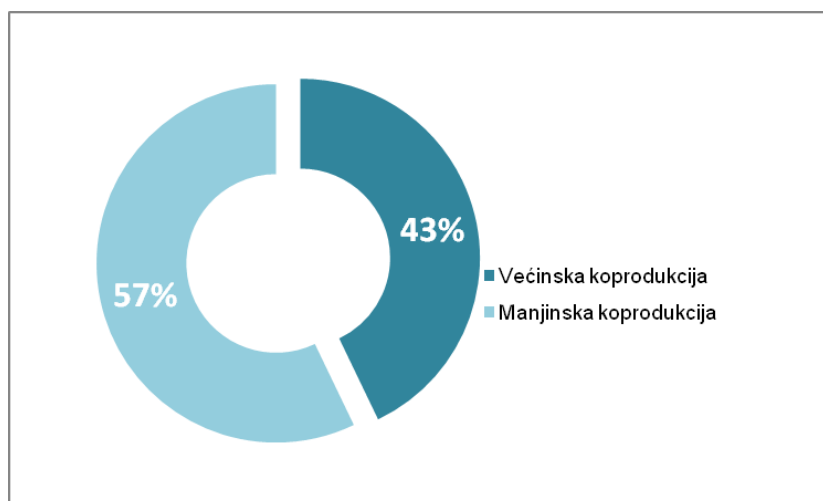


Grafikon 5: Broj proizvedenih filmova u Crnoj Gori od 2006. do 2015. godine

Već u prvoj godini uočava se da većinu produkcije u Crnoj Gori čine koprodukcije, te da su više zastupljene manjinske koprodukcije, koje čine većinu ukupne proizvodnje.



Grafikon 6: Udio filmova po načinu finansiranja

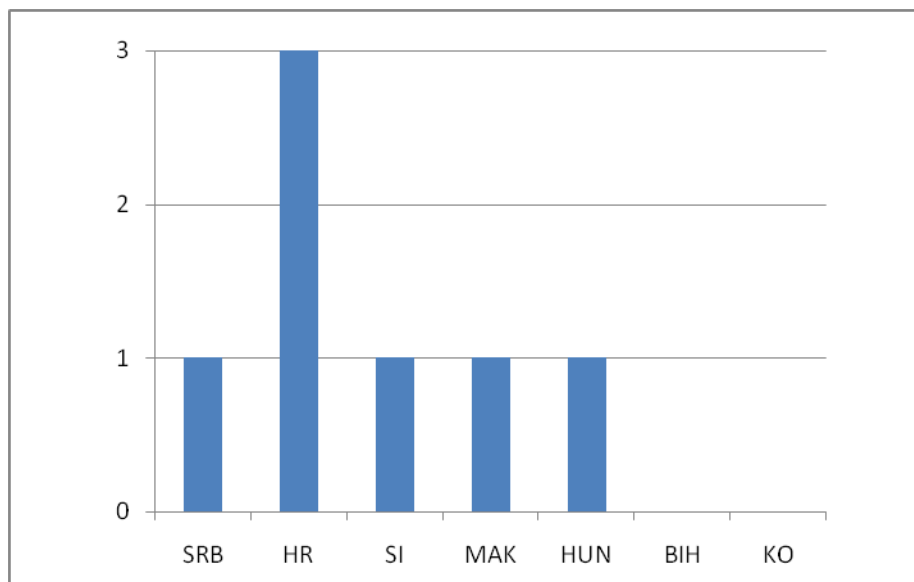


Grafikon 7: Odnos manjinskih i većinskih koprodukcija

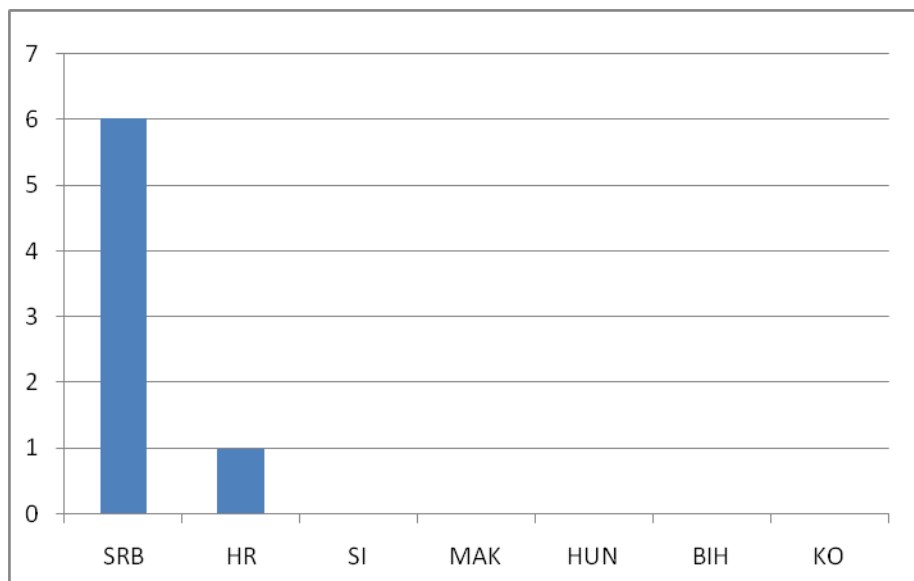
Koprodukcije sa većinskim udjelom iz Crne Gore su bilateralne. Kod manjinskih crnogorskih koprodukcija, od njih ukupno 7, dvije su multilateralne.

Iz istraživanja koje je sprovedeno u okviru rada (upitnik namijenjen producentima koji su učestvovali u međunarodnim koprodukcijama) uočava se da su nivo i raspoloživost izvora finansiranja veoma ograničeni na domaćem tržištu i da upravo to predstavlja ključni razlog za koprodukcije u Crnoj Gori. Jedini javni stabilni izvori finansiranja namijenjeni kinematografiji su grantovi koji se dodjeljuju godišnjim Konkursom Ministarstva kulture za sufinansiranje kulturno-umjetničkog stvaralaštva. Distributivno i prikazivačko tržište nije dovoljno jako kako bi moglo da ulaže u produkciju. Broj i iznosi komercijalnih sponzorstava je zanemarljiv.

Iz analize koprodukcija, uočava se da većina koproducenata dolaze iz zemalja regiona. Razlozi za to uglavnom leže u zajedničkom kulturološkom miljeu kojem pripada region (zajednička istorija i jezik), kao i sličan ekonomski status u evropskom kontekstu.



Grafikon 8: Pregled zemalja u koprodukcijama sa većinskim crnogorskim udjelom



Grafikon 9: Pregled zemalja u koprodukcijama sa manjinskim crnogorskim udjelom

Iz perspektive evropskih zemalja koje su ratifikovale Evropsku konvenciju o kinematografskim koprodukcijama, u istraživanju rađenom za potrebe evaluacije Konvencije³⁷, u odgovoru na pitanje: „Molimo Vas da navedete tri zemlje sa kojima

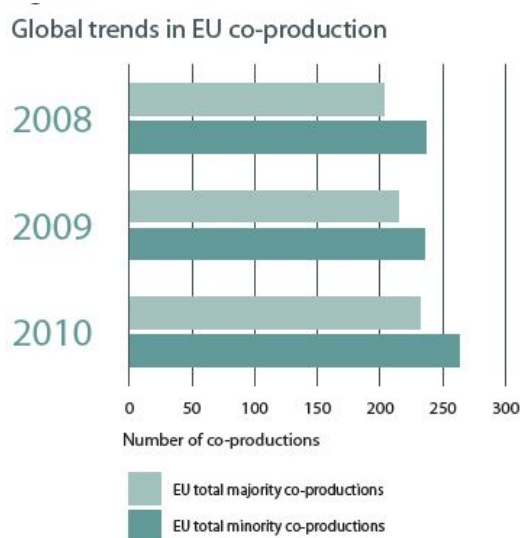
³⁷ *Evaluation and Proposed Revisions of the European Convention on Cinematographic Co-Production: A report prepared for the Council of Europe* (2012), London: Olsberg

najviše koproducirane“ Crna Gora je ocijenjena sa nula poena, te je u grupi zemalja sa nedovoljno razvijenim kinematografskim sektorom.

... Please estimate the top three countries your country has most co-produced with: (Please only indicate the top three countries)		
Answer options	Response percent	Response count
Albania	0.0%	0
Armenia	0.0%	0
Austria	10.5%	2
Azerbaijan	10.5%	2
Belgium (Wal)	5.3%	1
Belgium (Fl)	10.5%	2
Bosnia &Herzegovina	0.0%	0
Bulgaria	0.0%	0
Croatia	5.3%	1
Cyprus	0.0%	0
Czech Republic	0.0%	0
Denmark	10.5%	2
Estonia	10.5%	2
Finland	5.3%	1
France	42.1%	8
Georgia	0.0%	0
Germany	63.2%	12
Greece	0.0%	0
Hungary	0.0%	0
Iceland	0.0%	0
Ireland	0.0%	0
Italy	10.5%	2
Latvia	0.0%	0
Liechtenstein	0.0%	0
Lithuania	0.0%	0
Luxembourg	5.3%	1
Macedonia	5.3%	1
Malta	0.0%	0
Montenegro	0.0%	0
Netherlands	5.3%	1
Norway	10.5%	2
Poland	0.0%	0
Portugal	0.0%	0
Romania	0.0%	0
Russia	5.3%	1
Serbia	10.5%	2
Slovak Republic	0.0%	0
Slovenia	0.0%	0
Spain	10.5%	2
Sweden	21.1%	4
Switzerland	5.3%	1
Turkey	0.0%	0
Ukraine	5.3%	1
United Kingdom	21.1%	4
Answered question		19

Tabela 5: Lista zemalja koje najčešće koproduciraju; izvor: Evaluacija i predložene izmjene Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji

Upoređujući trendove u evropskoj kinematografiji prema uzorku koji obuhvata zemlje koje su ratifikovale Evropsku konvenciju o kinematografskoj koprodukciji sa trendovima u crnogorskoj kinematografiji, uočava se da postoji tendencija rasta koprodukcija, što govori u prilog važnosti i višestrukim prednostima koprodukcija.



Grafikon 10: Trendovi evropskih koprodukcija; izvor: Evaluacija i predložene izmjene Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji

4.3.2. Pravno-normativni okvir

Zakon o kinematografiji

U julu 2015. godine proglašen je *Zakon o kinematografiji*, kojim je uređena kinematografija kao djelatnost od javnog interesa. Pod javnim interesom, kako se u Zakonu navodi, podrazumijeva se, na prvom mjestu, „podsticanje proizvodnje domaćih kinematografskih djela od značaja za razvoj kulture i unaprijeđenje uslova za koprodukcionu saradnju“ (2015, Član 4), a potom i stavke koje se odnose na: međunarodnu promociju crnogorske kinematografije, zaštita i valorizacija baštine, sprovođenje mjera zaštite djece i mladih u skladu sa ovim zakonom, afirmacija vrijednosti zaštićenih međunarodnim standardima u oblasti ljudskih prava i sloboda, povećanje dostupnosti kinematografskih djela licima sa invaliditetom, suzbijanje svih vidova neovlašćenog korišćenja kinematografskih djela, stvaranje uslova za podršku

mladim i talentovanim stvaraocima, kao i deficitarnom kadru u kinematografiji, te razvoj komplementarnih djelatnosti, itd.

Članovi koji se odnose na koprodukciju saradnju i definicije koprodukcionog kinematografskog djela su uređeni u odnosu na ratifikovanu Evropsku konvenciju o kinematografskoj koprodukciji:

Koprodukciono kinematografsko djelo

Član 9

Koprodukciono kinematografsko djelo je djelo u čijem sufinansiranju, pored producenata iz Crne Gore, učestvuje jedan ili više partnera iz drugih zemalja.

Koprodukciono kinematografsko djelo može biti većinsko (bilateralno ili multilateralno) i manjinsko (bilateralno i multilateralno).

Većinsko koprodukciono kinematografsko djelo, pored uslova iz stava 1 ovog člana, mora da ispunjava i sljedeće uslove:

- 1) u slučaju bilateralnog koprodukcionog kinematografskog djela učešće većinskog partnera ne smije da bude više od 80% ukupnih troškova proizvodnje kinematografskog djela;
- 2) u slučaju multilateralnog koprodukcionog kinematografskog djela većinski partner učestvuje sa 30 do 70% ukupnih troškova proizvodnje kinematografskog djela.

Manjinsko koprodukciono kinematografsko djelo, pored uslova iz stava 1 ovog člana, mora da ispunjava i sljedeće uslove:

- 1) u slučaju bilateralnog koprodukcionog kinematografskog djela učešće manjinskog partnera ne može biti manje od 20% ukupnih troškova proizvodnje kinematografskog djela;

2) u slučaju multilateralnog koprodukcionog kinematografskog djela učešće manjinskog partnera ne može biti manje od 10% ukupnih troškova proizvodnje kinematografskog djela.

Preliminarni zaključci

U odnosu na sprovedeno istraživanje volumena crnogorske filmske industrije sa posebnim osvrtnom na okvire i učinak koprodukcija, kao i istraživanje učinka i potreba crnogorskih producenata, možemo izvesti sljedeće zaključke:

1. Koprodukcije predstavljaju ustaljenu praksu u crnogorskoj kinematografiji, sa trendom rasta i većeg ulaganja.
2. Koprodukcije u Crnoj Gori se najčešće razvijaju sa partnerima iz regiona i sa istog govornog područja.
3. Koprodukcije u Crnoj Gori nemaju zadovoljavajuće regulisan okvir za finansiranje, uprkos ratifikaciji Evropske konvencije o kinematografskim koprodukcijama.
4. Crnogorske koprodukcije cirkulišu u okvirima zemalja učesnica u koprodukciji, ali njihov učinak na blagajnama i međunarodnom okviru van zemalja producenata nije zadovoljavajući.

Shodno zaključcima pregleda filmske industrije, uočava se nezadovoljavajući nivo učinka filmova proizvedenih u koprodukcijama. Većinske koprodukcije putuju onoliko koliko su zainteresovani prikazivači i festivali zemalja producenata, a manjinske koprodukcije nisu pokazale rezultate na međunarodnom nivou koji utiču na dugoročnu vidljivost Crne Gore u međunarodnim filmskim okvirima.

Možemo reći da razlog djelimično leži u činjenici da nema kontinuirane podrške manjinskim koprodukcijama, ali i tome što u cjelokupnom uzorku partneri dolaze iz zemalja regiona, gdje se, sa jedne strane, oblast kinematografije suočava sa sličnim nedostacima, ili, suprotno, postoji velika disproportionalnost. Razlog problema koji se odnosi na izbor producenata prvenstveno leži u činjenici da Crna Gora nije članica Eurimaža, koji je od najprestižnije važnosti kada je riječ o evropskim koprodukcijama.

Pored toga, važan dio problema čine i *načini pomoću kojih crnogorski producenti dolaze do partnera*:

1) Problem se iskazuje kroz nedovoljnu mobilnost producenata njihovih projekata u fazi razvoja. Uzrok je svakako nekontinuirano i neinstitucionalizovano javno ulaganje u projekte u ovoj fazi.

2) U Crnoj Gori ne postoje platforme koje bi pomogle producentima da promovišu svoje projekte inostranim partnerima. Uzrok je nezadovoljavajuće razumijevanje okvira djelovanja evropske kinematografije koje leži koliko u prikazivanju filmova, toliko i direktnoj komunikaciji sa predstavnicima industrije koja se uspostavlja, na prvom mjestu, putem platformi za promociju filmske industrije (festivala, foruma, i sličnih događaja, koji u Crnoj Gori i dalje imaju samo prikazivački karakter).

4.3.3. SWOT analiza

U odnosu na analizirano stanje u kinematografiji sa fokusom na koprodukciju, moguće je sistematizovati situaciju u sektoru, korišćenjem SWOT metode. Termin SWOT predstavlja akronim četiri početna slova engleskih riječi: Snage (eng. *Strengths*), Slabosti (eng. *Weaknesses*), Mogućnosti (eng. *Opportunities*) i Prijetnje (eng. *Threats*). Metoda se sastoji od interne analize, koja polazi od određivanja snaga i slabosti unutar same organizacije, i od eksterne analize, koja polazi od okolnosti sredine, to jest njenih mogućnosti i prijetnji (Dragićević Šešić, Dragojević, 2005: 80).

S • Pravno-normativni okvir (Zakon o kinematografiji, ratifikovana Evropska konvencija o kinematografskim koprodukcijama) • Crna Gora je članica potprograma MEDIA (Kreativna Evropa), EFP (<i>European Film Promotion</i>)	W • Mali kinematografski kapacitet • Crna Gora nije članica Eurimaža • Nedostatak infrastrukturnih, tehničkih i specijalizovanih kadrovskih kapaciteta • Nizak nivo mobilnosti u okviru sektora, i u regionalnim i evropskim
--	---

	okvirima, kao i nizak nivo međunarodne saradnje i razmjene • Nizak nivo budžetskih, javnih ulaganja, izostanak privatnih investicija • Filmski događaji i dalje imaju samo prikazivački karakter
O • Članstvo u Eurimažu • Jačanje regionalne saradnje, ali i na zemlje sa drugog govornog područja • Mogućnost razvijanja platformi za razvoj koprodukcijskih projekata u okviru postojećih filmskih događaja	T • Nedostatak stabilnog ulaganja u kinematografiju i kulturne djelatnosti

4.4. Prijedlog za organizovanje mjera unaprijeđivanja filmskih koprodukcija

U odnosu na ranije pomenutih Higsonovih pet osnovnih ekonomskih strategija za unaprijeđenje nacionalnih kinematografija zemalja sa malim audiovizuelnim kapacitetom:

1. Distribucija i prikazivanje holivudskih filmova.
2. Direktna konkurencija.
3. Produkcija niskobudžetnih filmova namijenjenih domaćem tržištu ili produkcija *arthouse* filmova namijenjenih internacionalnom tržištu.
4. Protektivne mjere u vidu kvota i olakšica za domaću produkciju.
5. Internacionalna kooperacija.

U odnosu na prijedloge iznešene u evaluaciji Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji, kao i na konkretne mjere i instrumente koji su dio evropske audiovizuelne prakse, te situaciju u crnogorskoj kinematografiji, mjere unaprijeđivanja kinematografskih koprodukcija mogu se izložiti na sljedeći način:

Prioritet	Mjere	Aktivnosti	Nosilac aktivnosti
Povećanje broja instrumenata međunarodne saradnje na polju audiovizelnog stvaralaštva	a) Ratifikacija i podrška audiovizuelnim inicijativama.	1) Podrška predloženoj izmjeni Evropske konvencije o koprodukciji.	Ministarstvo kulture / Filmski centar
		2) Pokretanje procedure za članstvo u fondu Eurimaž.	Ministarstvo kulture / Filmski centar
	b) Stvaranje uslova za podršku filmskoj produkciji.	3) Uvođenje poziva za razvoj scenarija i filmskih projekata.	Ministarstvo kulture / Filmski centar
		4) Osnivanje Fonda za koprodukcije u okviru Filmskog centra sa sopstvenom dinamikom poziva.	Ministarstvo kulture / Filmski centar
	c) Regulisanje programskog okvira za promociju koprodukcija.	3) Osnivanje industrijske sekcije u okviru festivala od nacionalnog značaja.	Filmski festival Herceg Novi

Osnovne mjere za prioritetnu oblast povećanja broja instrumenata međunarodne saradnje na polju audiovizuelnog stvaralaštva čine: *ratifikacija i podrška audiovizuelnim inicijativama, stvaranje uslova za podršku filmskoj produkciji i regulisanje institucionalnog i programskog okvira za promociju koprodukcija.*

Mjera a - Ratifikacija i podrška audiovizuelnim inicijativama.

Prva aktivnost koja se sprovodi u okviru ove mjere je podrška predloženim izmjenama Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji. Prosječna državna potpora manjinskim koprodukcijama po projektu je oko 9%, što je prihvatljivo obzirom na cjelokupno državno ulaganje u kinematografiju i mali kinematografski kapacitet zemlje. U široj slici, dosadašnje odredbe Konvencije su propisivale maksimalno ulaganje 70% i minimalno ulaganje od 10% u multilateralne koprodukcije. Slučaj problema sa ispunjavanjem propisanih 10% minimalne kontribucije se uočava u svim evropskim zemljama gdje je industrija nerazvijena, učešće u visokobudžetnim projektima može donijeti višestruke prednosti. U tom smislu, preporuka je da se prag minimalne kontribucije smanji na 5% učešća, a maksimalne poveća na 80% učešća, za multilateralne koprodukcije, a umjesto 20%:80% za bilateralne, preporuka je da prag minimalne kontribucije bude smanjen na 10%, a da se maksimalna kontribucija poveća na 90% učešća u ukupnoj vrijednosti projekta.

Druga aktivnost je pristupanje fondu Eurimaž, što će omogućiti vidljivost i prisutnost crnogorske kinematografije u međunarodnim okvirima i koprodukcijama koje dosežu izvan granica istog govornog područja, što je do sada slučaj.

Mjera b – Stvaranje uslova za podršku filmskoj industriji.

Aktivnosti ove mjere podrazumijevaju institucionalizovanje okvira za funkcionisanje koprodukcija. Na prvom mjestu ovo se nadovezuje na projektovanje kontinuiranog poziva za podršku manjinskim koprodukcijama. Osnovna aktivnost ove mjere odnosi se na uspostavljanje kontinuirane podrške projektima sa manjinskim crnogorskim učešćem, ali i podrške projektima u fazama razvoja scenarija i razvoja projekta, kao ključnim fazama za pronalaženje partnera van nacionalnih okvira, promociju i vidljivost projekta u njegovom začetku.

Mjera c – Regulisanje programskog okvira za promociju koprodukcija.

Pored formiranja posebnog fonda sa sopstvenom dinamikom poziva, dio aktivnosti usmjerenih unaprijeđivanju koprodukcija odnosi se na formiranje platforme za uspostavljanje koprodukcija. Kao što se može zaključiti iz ranije pomenutog istraživanja, nedostatak koji zapažaju crnogorski producenti predstavlja nedovoljna mobilnost producenata i njihovih projekata. Projektovanje industrijske sekcije festivala od nacionalnog značaja, po uzoru na vodeće evropske festivale, doprinosi poboljšanju statusa nacionalnih kinematografija u međunarodnim okvirima, ali i omogućava domaćim producentima da stvaraju stabilne mreže inostranih partnera. Ovi elementi će biti detaljno analizirani u narednom poglavlju.

5. ZNAČAJ INDUSTRIJSKIH SEKCIJA EVROPSKIH FILMSKIH FESTIVALA

Novac, sam, ne može garantovati uspjeh filmova. Potrebni su ljudi i infrastruktura. – Hening Kamre, izvršni direktor European ThinkTank on Film and Film Policy

Na konferenciji *Kinematografije malih nacija* (eng. *Cinema of Small Nations*), primjereno održanoj u okviru Filmskog festivala u Valeti, direktorica Islandskog filmskog centra, Lejfi Gudjonsdotir, je iznijela stav o tome da je za razvijenu kinematografiju preduslov svakako stvaranje potreba kod publike³⁸. Stoga, proizvodnja filmova ne bi trebala da bude jedina aktivnost na koju je usmjerena zajednica, već su festivali, industrijske sekcije i ostali događaji promocije filma izuzetno važan dio svake kinematografije.

U prethodnom poglavlju smo se bavili mjerama i instrumentima filmske politike koji mogu da doprinesu razvoju kinematografija zemalja sa manje razvijenim audiovizuelnim kapacitetom, odnosno zemljama koje proizvode zahtjevne filmove. Sa druge strane, pored ovih instrumenata, čiji su pokretači prevashodno donosioci odluka, postoje i oni koje treba da budu pokrenuti unutar infrastrukture – od strane aktera filmske industrije. Upravo ti instrumenti podrazumijevaju aktivnosti poput organizacije događaja koji su usmjereni promociji, ali i afirmaciji i vizibilitetu cjelokupnog sektora, a, u tom kontekstu, filmski festivali predstavljaju najvažnije platforme promocije, ali i umrežavanja profesionalaca. Shodno tome, u poglavlju *Značaj industrijskih sekcija evropskih filmskih festivala za koprodukcije* bavićemo se funkcijama filmskih festivala, razvojem industrijskih sekcija kao mjesta susreta profesionalaca, te ukazati na direktan uticaj ovih platformi na razvoj industrije unutar nacionalnih kinematografija. U poglavlju ćemo takođe analizirati istorijski i kontekstualno relevantne funkcionalne modele koprodukcijskih marketa, kako bismo što bliže ukazali na njihov značaj.

³⁸ Iz transkripta konferencije *Cinema of Small Nations; Valletta Film Festival*, 9-10. jun 2016, Valeta, Malta

5.1. Filmski festivali kao dio industrije

Filmski festivali oduvijek su bili aktivni činioci filmske industrije, pored toga što su, u odnosu na renome i kategoriju, jedan od glavnih nosioca *dodatne kulturne vrijednosti* filmovima koji su u okviru njih prikazani. Evropski festivali, kao mjesta promocije filmova, oduvijek su bili usko povezani sa nacionalnim filmskim industrijama, njihovom vidljivošću i distribucijom, noseći sobom glamur i nagrade. Međutim, sve više festivala danas predstavlja mogućnost za povezivanje sa industrijom u širem, praktičnom smislu, te se može reći da evoluiraju i u posrednike u razvoju i produkciji projekata.

Kinematografija se može analizirati uz korišćenje dva pristupa: socio-kulturnog i ekonomskog. U *socio-kulturnom pristupu*, koji smo pominjali u analizi crnogorske kinematografije, naglasak je na konstrukciji sistema koji posmatra film i kinematografiju kao kulturnu djelatnost sa jasno izraženim umjetničkim odlikama i mogućnostima da zadovolji, prije svega, kulturne potrebe zajednice, čime postaje djelatnost od javnog interesa. U *ekonomskom pristupu* naglasak se postavlja na tržišne performanse filmova i vrijednost kinematografije, tj. kinematografskog sektora, u ekonomskim parametrima. U socio-kulturnom pristupu, „kinematografija se posmatra u širem kontekstu, u kojem se prožima sa sličnim djelatnostima i neodvojiva je od modela kulturne politike, kao i opšteg uređenja države, tradicionalnih oblika zadovoljavanja kulturnih potreba pripadnika zajednice, te je akcenat je na tzv. 'javnoj vrijednosti' (eng. *public value*) koju može da ponudi kinematografija, gdje se za razliku od ekonomskog pristupa uspjeh ne vezuje za konzumente ili ulagače, već za građane³⁹” (ibid.,38).

Unutar socio-kulturnog konteksta, festivali se ostvaruju kroz višestruke uloge, ili kako navodi De Valk:

„Na festivalima se, indirektno, razmatraju pitanja nacionalnosti i političkih odnosa, ostvaruju se interesi ekonomske održivosti i profita, te se uspostavljaju novi filmofilski trendovi(...) Drugim riječima, festivali odgovaraju potrebama i

39 Copenhagen Report, ThinkTank – on European Film and Film Policy, Danish Film Institute, 2006, e-izdanje, <http://www.filmthinktank.org/>

kulture i tržišta, umjetnosti i zabave, geopolitičkih interesa i finansiranja“ (2007: 16).

Na taj način, Sindi Vong /Wong/ navodi osnovne funkcije filmskih festivala, koje u kontekstu rada možemo posmatrati kao osnovne razloge zbog čega su festivali jedan od osnovnih elemenata filmskog okruženja zajednice:

„Prvo, filmski festivali predstavljaju 'izlog' (eng. *showcase*) kinematografija: internacionalnih, nacionalnih, autorskih filmskih djela. (...) Drugo, festivali aktivno njeguju nove talente i djela iz cijelog svijeta, kroz selekciju, sopstvene fondove i programe za stručno usavršavanje. (...) Treće, festivali se ukrštaju sa drugim diskursima i institucijama u širem kontesktu filma kao polja znanja. (...) Naposljetku, sve ove funkcije su obuhvaćene važnim pitanjem o tome ko definiše šta je dobro za koga, te su festivali mjesta gdje umjetnost i vrijednost nikada nisu definisani neutralnim kriterijumom.“ (2011: 14)

5.1.2. Istorijski pregled razvoja filmskih festivala u Evropi

Razmatrajući istorijski razvoj filmskih festivala, u odnosu na ključne trenutke možemo ga podijeliti na nekoliko osnovnih perioda. Prva faza se odnosi na početke osnivanja festivala (1932-1968), sa počecima vodećih evropskih festivala: Filmski festival u Veneciji osnovan je 1932. godine, u Kanu 1946, a u Berlinu 1951. godine. U ovom periodu postoji potreba za uspostavljanjem jake evropske mreže nacionalnih filmskih industrija, o čemu se govori u dijelu rada koji se tiče razvoja kulturnih kooperacija. Druga faza obuhvata period do 1980-ih, kada se organizuju nezavisni festivali koji funkcionišu kao patroni evropskog filma kao umjetnosti, ali i moderatori filmske industrije. Treća faza se odnosi na period 1990-ih godina kada se festivali visoko profsionalizuju i bivaju institucionalizovani.

Ono što se uočava u ovoj svojevrsnoj genealogiji filmskih festivala, svakako je tendencija da se uspostavi stabilan instrument za promociju, prezentaciju i umrežavanje nacionalnih evropskih kinematografija. Važno je istaći da se festivali, u tom smislu, mogu posmatrati kao mjesta reprezentacije različitih kulturnih identiteta, odnosno da, kako navodi i Tomas Elseser /Thomas Elsaesser/, specifičnost nacionalnih

kinematografija u velikoj mjeri zavisi od njihove prepoznatljivosti na „internacionalnim forumima“, u čemu i jeste osnovni značaj festivala u globalnom socio-kulturnom kontekstu.

Od osnivanja *Marché du Cinema*, 1959. godine, festivali bivaju sve više uključeni u prodaju i distribuciju filmova, da bi od 1990-ih postali najvažnije mjesto susreta aktera industrije, promovišući važnost saradnje i kooperacije među evropskim producentima. Kako je očito tendencija evropskih festivala da budu sve više fokusirani na inudstriju, pored toga što predstavljaju svojevrsan pregled nacionalnih kinematografija, moramo ih posmatrati i kroz ekonomski pristup.

U izvještaju⁴⁰ o stanju u evropskoj kinematografiji navodi se da se „nedostatak vertikalno integrisanih kompanija koji mogu da budu konkurencija velikim holivudskim studijima može percipirati kao jedna od osnovnih slabosti u evropskoj filmskoj industriji“. Sa druge strane, postoji stav da „filmski festivali, oponirajući strukturom vertikalnoj integraciji sistema studija, predstavljaju osnovne čvorove evropske kinematografije – predstavljajući alternativu i sekundarnu platformu za marketing i pregovore“ (De Valck, 2007: 110). Filmski festivali su u tom smislu alternativa distributivnim mrežama koje funkcionišu po strogim ekonomskim pravilima.

Festivali mogu da funkcionišu kao posrednici između kreativnih profesionalaca i industrije/investitora iz različitih dijelova svijeta. Stoga, možemo reći da festivali stimulišu transnacionalni pristup kinematografiji koji danas postaje sve veći preduslov za ekonomsku održivost, pogotovo za produkcije bez velikog domaćeg tržišta.

5.2. Pojava i razvoj industrijskih sekcija na festivalima

Industrijske sekcije predstavljaju podrazumijevani dio savremenih evropskih filmskih festivala, one su platforme i preduslov za povezivanje aktera filmske industrije, namijenjene različitim fazama produkcije filma (od razvoja projekta do prodaje). U odnosu na genezu industrijskih sekcija filmskih festivala i njihovu programsku

⁴⁰ *An overview of European Film Industry*, European Parliamentary Research Service, 2014.

konceptiju, koje ćemo izložiti u nastavku rada, filmske markete možemo podijeliti na dvije osnovne kategorije:

1. marketi za gotove filmove (filmski marketi): *Marché du Film* i dr.
2. marketi projekata (koprodukcijski marketi): *CineMart* i dr.

U kontekstu rada, usmjerićemo se na različite modele marketa projekata ili koprodukcijskih marketa. Osnovna kategorizacija koprodukcijskih marketa može se uraditi na osnovu područja porijekla projekata i njihovog usmjerenja na područja za traženje koproducenata. Na taj način koprodukcijski marketi u Evropi se dijele na:⁴¹

- Internacionalni koprodukcijski marketi koji su otvoreni za projekte i producente iz cijele Evrope (*CineMart*);
- Transnacionalni koprodukcijski marketi koji su otvoreni za projekte i producente iz određenih područja (*CineLink*, *Connecting Cottbus*, *Crossroads Co-Production Market*, *Sofia Film Meetings*);
- Transregionalni koprodukcijski marketi koji su otvoreni za projekte i producente iz jednog regiona (*Co-Production Meeting ZFS –NRW*).

5.2.1. Početak razvoja festivala: Festivali kao prikazivači

U prvim dekadama razvoja (1930-1960), festivali su služili predstavljanju relevantnih djela nacionalnih filmskih industrija. Kao mjesta za prikazivanje, festivali u početku nisu generisali značajne prihode, već su služili geopolitičkom kontekstu: Musolinijev Filmski festival u Veneciji i festival u Karlovim Varima nastali su kako bi promovisali političke ideologije, a valorizovali filmski izraz i estetiku. Sa druge strane, Kan, osnovan kao odgovor Veneciji, imao je misiju stvaranja „kosmopolitske filmske kulture kooperacijom između poslijeratnog festivala i Holivuda“ (Wong, 2011: 132).

⁴¹ Publikacija *The Co-Production Market Guide* je rezultat projekta MEDIA deska Španije, čiji je cilj da pomogne producentima da se povežu sa industrijom van nacionalnih granica.: www.europacreativamedia.cat/rcs_auth/convocatories/guia_mercats_copro.pdf

U ovom periodu, stoga, nema jasnih naznaka o programima unutar festivala koji su bili fokusirani isključivo na industriju, uprkos čvrstoj povezanosti sa nacionalnim kinematografijama, te je funkcija festivala kao činioca industrije isključivo *prikazivačka*.

5.2.2. Razvoj filmskih marketa: Festivali kao posrednici

Za početak razvoja industrijskih sekcija festivala uzima se period kraja pedesetih godina prošlog vijeka, kada je osnovan prvi veliki filmski market – *Marché du Film*, u okviru festivala u Kanu, 1959. godine.

Marché du Film osnovali su dva člana Asocijacije filmskih producenata Francuske – Emil Natan i Bertran Bage, „vodeći se idejom da organizuju godišnji susret profesionalaca gdje bi se prikazali francuski filmovi koji nisu dio zvanične selekcije, a koji bi mogli zainteresovati internacionalne kupce i tržište“ (Wong, 2011: 136). U tom smislu, festivalski market promoviše industriju i omogućava pristup svima koji su zainteresovani za poslovne aranžmane, raznovrsne filmove različitog kvaliteta, stoga postaje više demokratičan od samog festivala.⁴² Filmovi su prikazivani u različitim fazama produkcije i bili posmatrani isključivo kao proizvodi sa tržišnim potencijalom. Po primjeru kanskog *Marché*-a, kasnije su osnovani i Film Messe 1973. godine u Berlinu, kasnije preimenovan u *European Film Market*, 1978. godine⁴³.

Ovi marketi postoje i danas, i razvili su se u vodeće činioce evropske filmske industrije. *Marché* danas broji 10 000 učesnika, 4 000 filmova i 34 prostorije za prikazivanje⁴⁴, a broj učesnika raste iz godine u godinu.

U ovoj fazi razvoja, industrijske sekcije služe kao platforme za sklapanje poslovnih dogovora između producenata (proizvođača) i distributera i agenata za prodaju (kupaca), tako da se funkcija festivala kao činioca industrije proširuje sa prikazivačke na *posredničku*.

⁴² De Valk navodi da je domet *Marché*-a mnogo širi od samog Festivala u Kanu: „Obzirom na to da filmovi prikazivani potencijalnim kupcima na marketu nisu bili predmet Cenzorskog odbora Francuske, rasla je niša za pornografsku industriju i ostale filmove različitog kvaliteta i budžeta“ (2007: 113).

⁴³ <https://www.efm-berlinale.de/>

⁴⁴ <http://www.marchédufilm.com/>

i jedan je među najvećim filmskim marketima na svijetu⁴⁵. Osnovan je 1959. godine, kao inicijativa francuskih producenata i distributera koji su htjeli da se povežu sa internacionalnim tržištem, i to filmovima koji nisu odgovarali festivalskom programu - niskobudžetnim ili visokobudžetnim, upitnog ili visokog kvaliteta, ali, prevashodno, filmovima koji su pravljani sa namjerom da budu komercijalnog karaktera.

učesnicima omogućavajući prostor za susrete, prikazivanje filmova i poslovne aranžmane. Na izdanju 2016. godine je prikazano oko 1500 filmova od kojih su 75% bili premijerno prikazani.

2) opremljene kancelarijama, prostorijama za projekcije, štandovima i paviljonima, koji se mogu iznajmiti i koristiti.



Slika 2: Prostorni kapaciteti Marché du Film, izvor: <http://www.marchédufilm.com/>

⁴⁵ Intervju sa direktorom *Marché du Film*:
<http://www.cineuropa.org/it.aspx?t=interview&l=en&did=257151>

Programske sekcije. se sastoji od više programskih sekcija: *Village International*, *Producers Workshop*, *Producers Network*, *Doc Corner*, *Next*, *Mixers* i *Goes to Cannes*.

Village International je mjesto okupljanja predstavnika nacionalnih filmskih industrija iz cijelog svijeta. Svaka zemlja ili region može da zakupi paviljon u kojem će predstaviti posljednje trendove u sopstvenoj kinematografiji. Crna Gora je dio paviljona Jugoistočne Evrope od 2010. godine.

Producers Workshop je program namijenjen producentima koji počinju svoj angažman na internacionalnom tržištu ili koji nemaju profesionalnog iskustva na *Marché*-u. Polaznici pohađaju radionice koje pokrivaju oblasti rada u koprodukcijama, distribuciji, prezentacije projekata, i sl.

Producers Network je platforma za umrežavanje producenata i koja trenutno broji 500 producenata iz cijelog svijeta, a u cilju stimulacije međunarodne saradnje kroz uspostavljanje koprodukcija.

Doc Corner je platforma za povezivanje svih predstavnika produkcije, distribucije, prodaje i prikazivanja dokumentarnih filmova.

Next je platforma za povezivanje industrije novih medija koja se sastoji iz brojnih seminara, okruglih stolova, sastanaka, a čiji su fokus teme iz oblasti novih metoda razvoja publike, digitalne distribucije, multimedijalnih platformi, virtuelne stvarnosti, mogućnosti digitalizacije poslova, i drugih trendova savremene audiovizuelne industrije.

Mixers predstavlja seriju manje formalnih događaja (kokteli, zabave, večere) za okupljanje učesnika i gostiju *Marché*a, u cilju boljeg upoznavanja i povezivanja.

Goes to Cannes je programska sekcija u okviru koje se prikazuju filmovi u razvoju (eng. *works-in-progress*) u koordinaciji sa najvećim svjetskim festivalima.

Organizaciona struktura. Na čelu menadžmenta *Marché*-a je izvršni direktor, a na čelu cjelokupne organizacije je glavni koordinator. Organizaciona struktura se dijeli na: sektor za prodaju, sektor za prikazivanje, sektor za registracije i akreditacije, industrijska sekcija, sektor za marketing i menadžment finansija.

Marché du Film je u 2015-oj godini brojao učešće 11,000 profesionalaca (3 200 producenata, 2300 distributera, 1500 agenata za prodaju i 790 organizatora festivala). U tom smislu, neophodno je da istaknemo da *Marché du Film* predstavlja najveći filmski market u Evropi, koji se, u najvećoj mjeri, finansira sopstvenim prihodima koje ostvaruje kroz naplate kotizacija, akreditacija, iznajmljivanje prostornih i tehničkih kapaciteta, te marketinga, i da je stoga *Marché* najveća *komercijalna* platforma za projekte u Evropi, usmjeren isključivo na industriju i biznis u kinematografiji.

5.2.3. Razvoj marketa projekata i koprodukcijских marketa: Razvoj projekata

Filmski marketi predstavljaju platformu za umrežavanje producenata po projektu u vidu posebnog modela događaja ili posebne sekcije na filmskim festivalima. Njihov značaj je u tome što omogućavaju profesionalcima iz oblasti kinematografije da su formalno upoznaju i razmijene sopstvene ideje i projekte.

Ovaj trend razvoja industrijskih sekcija festivala kreće početkom osamdesetih godina prošlog vijeka, osnivanjem marketa projekata CineMart pri Filmskom festivalu u Rotterdamu, 1984. godine i Fonda za podršku razvoju projekata Hubert Bals, 1988. godine, u čijem je fokusu bila saradnja sa manje razvijenim zemljama trećeg svijeta. U ovom periodu uvodi se i *razvoj projekta* kao jedan od pojmova od ključne važnosti za razumijevanje konteksta savremene evropske kinematografije.

U kontekstu teme rada, razvoj projekta je faza od posebnog značaja. U ovoj fazi se koncipiraju ideja, kontekst i finansijski aspekti i mogućnosti projekta, stoga je ključna za spoznaju koprodukcijског potencijala budućeg filma. Faza razvoja projekta obuhvata unaprijeđenje scenarija, kao i finansijskih, logističkih i administrativnih aspekata cjelokupnog filmskog djela u nastajanju. Rumunska uredba o kinematografiji definiše razvoj projekta kao „aktivnosti koje imaju za cilj razvoj filmskog projekta kao što su pisanje ili prerada scenarija, aktivnosti dokumentovanja, budžetiranje i skiciranje finansijskog plana, identifikovanje finansijskih sredstava, kao i druge aktivnosti.“ Preuzetom iz holivudskog sistema, fazom razvoja projekta rukovodi producent, gdje ona počinje idejom za film, prolazi rad na scenariju, prijedloge za autore i glavne glumce, a

finalizuje se prezentacijom (eng. *pitching*⁴⁶) šefu studija, nakon čega dobija „zeleno svjetlo“ ukoliko je projekat spreman za produkciju. Usljed značaja ove faze u evropskom okruženju, većina javnih institucija i evropskih fondova i programa opredjeljuju sredstva za podršku, kako projektima, tako i platformama za projekte u razvoju, sa ciljem omogućavanja producentima da sarađuju pomoću koprodukcija, kao produkcijske strategije od posebnog kulturološkog i ekonomskog značaja.

Projekti u razvoju su upravo u fokusu koprodukcijskih marketa, obzirom na to da je njegova funkcija da omogući saradnju između producenata i potencijalnih partnera (koproducenata). U tom smislu, filmski festivali dobijaju ulogu posrednika u razvoju i oblikovanju budućeg filma, a ukoliko raspolažu sredstvima koja se dodjeljuju projektima njihova uloga evoluirala i u producente filmova.

Važan trend koji se javlja tokom devedesetih godina dvadesetog vijeka svakako je da se filmski festivali postepeno razvijaju u platforme za stimulisanje industrije. U ovom periodu počinje intenzivnija organizacija industrijskih sekcija: koprodukcionih marketa, foruma, programi mreža producenata, programi za razvoj scenarija, i sl. Ovim inicijativama, festivali pokušavaju da ostvare „doprinos razvoju transnacionalnog filmskog tržišta“ (De Valck, 2007: 109). Obzirom na to da je industrija postala transnacionalna, veoma je važno da se profesionalci umrežavaju na mjestima poput festivalskih industrijskih sekcija. Ovo pomaže produkciji i realizaciji pojedinačnih projekata u kontekstu šire mreže:

„Festivalsko okruženje nudi obilje mogućnosti, zato što je, sa jedne strane, dinamično i fleksibilno u onoj mjeri koliko je potrebno da se umreže različite strane i otvore mogućnosti saradnje, a sa druge strane, institucionalizovano je, tako da samim tim privlače zainteresovane strane“ (ibid.,109)

Prateći trendove u industriji, infrastruktura evropske kinematografije počinje da se prilagođava. Najvažnija inicijativa u tom kontekstu je program MEDIA.

⁴⁶ *Pitching* (u sportskoj terminologiji bejzbola znači *baciti loptu hvataču*) predstavlja prezentaciju scenarija i ostalih ključnih elemenata projekta od strane producenta filma finansijerima, potencijalnim producentima, studijima.

MEDIA program

Program MEDIA predstavlja inicijativu Evropske unije, čiji je zadatak podrška evropskom filmu i audiovizuelnoj industriji. Od svog osnivanja 1991. godine, program omogućava podršku za razvoj, promociju i distribuciju evropskih audiovizuelnih djela, djelujući po višegodišnjem planu aktivnosti. Tako, od osnivanja do 2013. godine, funkcionisali su MEDIA 95 (1991-1995.), MEDIA II (1996-2000.), MEDIA Plus (2001-2006), MEDIA 2007 (2007-2013.), uz MEDIA Mundus (2001-2013.), koji je osnovan u cilju koopcije Evrope sa „trećim zemljama“. Godine 2013. program je povezan sa programom Kultura, tako da je trenutno na snazi zajednički program Kreativna Evropa (2014-2020), u kojem MEDIA djeluje kao potprogram⁴⁷.

U okviru programa 2014-2016, MEDIA nudi podršku za nekoliko oblasti.

- *On-lajn distribucija audiovizuelnih djela*, čiji je cilj razvoj platformi za distribuciju evropskih audiovizuelnih djela (VOD platforme, multi-platforme, itd.)
- *Filmski festivali*, u cilju stimulisanja interesovanja za evropska audiovizuelna djela;
- *Podrška distribuciji*, u cilju poboljšanja cirkulacije evropskih audiovizuelnih djela;
- *Razvoj publike*, gdje se podrazumijevaju svi projekti koji utiču na razvoj potreba i interesovanja za evropske audiovizuelne radove, kao i razvoj filmske kulture i pismenosti;
- *Treninzi i stručna usavršavanja za profesionalce*, gdje se podrška odražava u podsticanju razvoja programa za obrazovanje i treninge profesionalaca, poput raznih radionica, predavanja, seminara, itd.;
- *Razvoj video-igara*. Kreativna Evropa je program koji prepoznaje multimedijalne platforme i djela kao važan dio audiovizuelne industrije, stoga se potprogramom MEDIA nudi i podrška za razvoj evropskih video-igara;

⁴⁷ Vidjeti vebisajt Kreativne Evrope: <https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/media>

- *Razvoj bioskopskih mreža*, u cilju razvoja i podsticaja bioskopima za prikazivanje evropskih audiovizuelnih radova;
- *Televizijsko prikazivanje evropskih audiovizuelnih djela*, u cilju podsticaja televizijama za prikazivanje evropskih audiovizuelnih radova;
- *Razvoj projekata i niza projekata* (eng. *slate*). Ova faza projekta je propoznata kao ključna, uslijed toga što se tada završava scenario, kao i projektna logika i finansijska struktura. Podrška programa MEDIA odnosi se na pojedinačne projekte, kao i nizove projekata, tj. grupu projekata koje istovremeno razvija jedna producentska kompanija;
- *Internacionalni koprodukcijski fondovi*. U cilju unaprijeđenja stvaranja okvira za funkcionisanje internacionalnih koprodukcija, MEDIA nudi podršku projektima koji se odnose na konstituisanje i modelovanje fondova namijenjenih upravo ovoj oblasti. U tom smislu, program je namijenjen fondovima projektovanim za podršku koprodukcijских dugometražnih igranih filmova, kao i distributivnih strategijama koje unaprijeđuju cirkulaciju evropskih audiovizuelnih radova.

Zemlje obuhvaćene programom su sve članice Evropske unije, sa tim što pristup imaju i neke od ne-EU zemalja. Među njima su Island, Norveška, Albanija, Bosna i Hercegovina, Makedonija, Srbija, Turska, Gruzija, Moldavija, Ukrajina, od kojih nekoliko ima djelimičan pristup, i Crna Gora, koja ima punopravan pristup programu.

Studija slučaja: CineMart i fond Hubert Bals

Budućnost kinematografije ne leži u evropskom i američkom filmu, već u manje poznatim filmskim kulturama. – Hubert Bals, osnivač Internacionalnog filmskog festivala u Roterdamu

Internacionalni filmski festival u Roterdamu (IFFR)⁴⁸ je osnovao 1972. godine Hubert „Huub“ Bals⁴⁹, sa fokusom na nezavisne i autentične autorske filmove iz manje ili više

⁴⁸ Sajt: www.iffr.com

⁴⁹ U tekstu *Cinephilia and Festivals: On the Need to Analyze the Lives and Ideas of Festival Founders*, autor navodi podatke iz života Huberta Balsa: „Primjer figure intelektualca-filmofila sa izuzetnim

poznatih svjetskih kinematografija kao takav predstavlja jedan od najznačajnijih filmskih događaja. Svoj prepoznatljiv imidž IFFR je izgradio ne samo prikazujući „neotkrivene“ filmove, već omogućavajući platformu za produkciju i finansiranje. Tokom održavanja festivala nema glamura, crvenog tepiha niti prisustva velikih filmskih zvijezda, ali taj nedostatak IFFR nadomješta kreativnom selekcijom „posvećenom otkrivanju novog i preipitivanju starog“ (Steinhart, 2006: 1), kako u programskim sekcijama, tako i kad je riječ o industrijskoj sekciji festivala.

Industrijska sekcija Internacionalnog filmskog festivala u Rotterdamu sastoji se iz više programa među kojima se izdvajaju: finansiranje projekata preko fonda *Hubert Bals*, produkcija (*CineMart* i *Film Office*) i distribuciju filmova (*IFFR Unleashed*, *IFFR Live*, te programe namijenjene umrežavanju profesionalaca (radionice *Rotterdam Lab* namijenjene mladim producentima i *Young Film Critics* namijenjen kritičarima). Najznačajniji programi za industriju su svakako fond Hubert Bals i koproduksijski market *CineMart*.

CineMart je nastao kao reakcija na postojeće filmske markete u Kanu i Berlinu, na kojima su glavne aktivnosti bile prodaja i kupovina gotovih filmova. Po riječima direktorice industrijske sekcije IFFR-a, Marit van den Elshout: „Huub Bals (Hubert Bals – osnivač IFFR-a) je putovao po svijetu⁵⁰ i osluškivao potrebe svojih prijatelja, filmskih radnika, koji su se borili da finansiraju svoje projekte. U evropskoj kinematografiji, posebno, postaje izuzetno teško da finansirate film sredstvima prikupljenim na samo jednoj teritoriji“. ⁵¹

organizacionim sposobnostima upravo je Hubert „Huub“ Bals, osnivač Cinemanifestiate u Utrehtu i Internacionalnog filmskog festivala u Rotterdamu, te Internacionalne asocijacije nezavisnih festivala.(...) Po nekima, Bals je bio Don Kihot ili holandski Anri Langloa. Poznate su njegove rečenice: „Volio bih da u ovoj zemlji postoje napori da se po svaku cijenu ljudi nauče da vole film. Država bi trebala da otkupljuje prava na filmove i da ih prikazuje besplatno, kao što se radi sa muzejima ...ili parkovima.“(Di Foggia, 2014: 4)

⁵⁰Danijel Stajnhart navodi da je Hubert Bals došao na ideju o osnivanju fonda i marketa nastao nakon što je na Filmskom festivalu u Kanu saznao da reditelj uspješnog filma „Žuta Zemlja“, Čen Kaige, zarađuje za život tako što podučava Njujorčane da koriste štapiće za jelo. (2006: 8)

⁵¹ <https://iffr.com/en/blog/inside-iff-marit-van-den-elshout-about-cinemart>

CineMart

Danas svaki filmski festival koji i najmanje drži do sebe ima sopstveni koprodukcijski market poput CineMarta. – Marit van den Elshout, direktorica CineMarta

CineMart je osnovan 1983. godine, kao filmski market po uzoru na Marché. Međutim, uvidjevši potrebe tržišta i poteškoće koje su projekti imali u finansiranju, ubrzo je transformisan u koprodukcijску platformu. U početku je *CineMart* funkcionisao kao mjesto za sastanke u hotelu Hilton, koji se održavao tokom festivala, gdje su autori i producenti imali priliku da upoznaju inostrane finansijere, te je ovaj market uspostavio model po kojem su kasnije organizovani slični događaji.

Od tada, kako se navodi na sajtu, *CineMart* je „gradio istoriju odvažnih, inovativnih i nezavisnih filmskih projekata“. ⁵² *CineMart* je, stoga, platforma za povezivanje producenata i autora odabranih projekata u razvoju sa potencijalnim koproducentima, finansijerima, distributerima, agentima za prodaju, i sl. U tom smislu, strategija *CineMart-a* nije da projekat pronade potencijal da bude prilagođen koproducentu, već da se za projekat pronađu odgovarajući partneri i tržišta.

Selekcija projekata. Za razliku od *Marché du Cinema*, *CineMart* ima strogu selekciju projekata sa izraženim fokusom na umjetnički kvalitet i manje razvijene zemlje, a čiji je cilj da koproduciraju ⁵³, stoga, iako je posredno njegova funkcija uspostavljanje poslovnih kontakata i aranžmana, on nije isključivo komercijalnog karaktera, ili riječima glavne koordinatorke, Merit van den Elshout:

⁵² Sajt: <https://iffr.com/en/professionals/iffr-industry/cinemart/cinemart-history>

⁵³ Projekat reditelja Jana Svakmajera je učestvovao na CineMartu 2006. godine. Tom prilikom je intervjuisan producent, Jan Kalista, koji je objasnio razloge za koprodukciju: „Evropski film na neki način mora da se takmiči sa američkim filmom. Pri tome ne mislim na odabir tema, već na kvalitet što podrazumijeva i veći budžet. Tako da zaista morate da imate više partnera za koprodukciju kako bi rad na projektu bio kvalitetniji.“ (u Steinhart, 2006, 7)

„*CineMart* nije mjesto gdje će ljudi izvući čekovne knjižice i ponuditi pola miliona eura. Ovdje je sve usmjereno na pravljenje konekcija i partnerskih mreža koje traju cijele godine“.⁵⁴

Svake godine, od više stotina prijavljenih, bira se oko 25 za učešće na marketu. Savjetodavni odbor, koji se sastoji od međunarodno priznatih profesionalaca, sugerše selekciju, a finalni krug biraju koordinatorke marketa, koje su na čelu organizacije i direktor festivala. Osnovni kriterijum za odabir je umjetnički kvalitet projekta koji ima autentičan autorski rukopis, u skladu sa samom misijom IFFR-a. Pored toga, važan element je predviđeni budžet projekta koji može da bude djelimično osiguran, kao i utemeljenost i potencijal projekta za koprodukciju i internacionalno tržište. Jedini uslov po učešću na *CineMart*-u je da projekat mora da bude prvi put predstavljen na IFFR-u. Veliki broj producenata koji su učestvovali na ovom marketu kasnije su nastavljali rad na razvoju i na drugim marketima modelovanim prema *CineMart*-u, poput *Berlinale Co-Production Marketa* ili *Producers Network* u Kanu. Od ukupnog broja projekata 85% doživi prikazivanje⁵⁵.

Kriterijumi za selekciju nisu formalno definisani, već se razmatraju kvaliteti i nedostaci svakog prijavljenog projekta, iako postoje određena ograničenja:⁵⁶

- Osnovni kriterijum za selekciju su održivost i kvalitet plana realizacije projekta predstavljenog u aplikaciji i dokazani uspjesi reditelja i/ili producenta.
- Projekti treba da budu novi ili skoriji i bez isplaniranih mogućnosti finansiranja.
- Projekti ne smiju da budu predstavljeni ni na jednom drugom marketu ili festivalu, osim marketa i festivala koji su partneri *CineMart*-a.⁵⁷
- Projekti moraju da budu dugometražni filmovi (igrani i dokumentarni) sa izraženim prikazivačkim potencijalom (minimalne projektovane dužine od 60 minuta).

⁵⁴ Iz intervju na: <http://cineuropa.org/it.aspx?t=interview&l=en&did=304276>

⁵⁵ <https://iffr.com/en/professionals/blog/cinemart-more-than-a-co-production-market>

⁵⁶ <https://iffr.com/en/professionals/iffr-industry/cinemart/cinemart-project-entry>

⁵⁷ *CineMart* ima izuzetno razvijenu mrežu partnera, među kojima su i svjetski festivali i marketi projekata: *CineFondation* (Kan, Francuska), *CPH:DOX* (Danska), *Durban Film Mart / Durban Film Office* (Južna Afrika), *EYE Film Institute* (Holandija), *Festival Scope* (Francuska), *Berlinale Co-Production Market* (Njemačka), *Producers Network* (Kan, Francuska), *New Cinema Network* (Italija), *CineLink*, *Sarajevo Film Festival* (Bosna i Hercegovina).

- Projekti mogu da budu u različitim fazama razvoja, ali finalizovan scenario mora biti dostupan tokom održavanja *CineMart*-a.
- Projekat može da dolazi iz svih dijelova svijeta. Tokom finalne selekcije, geografski aspekt (zastupljenost projekata po dijelovima svijeta) će se uzeti u obzir.
- Treba da postoji potencijal za inostrano tržište plasiranja projekta.
- Ukupan predviđeni budžet projekta ne može da pređe 6 miliona eura.

Organizacija događaja. *CineMart* se održava četiri dana tokom trajanja IFFR-a. Događaj koncipiran kroz organizaciju sastanaka predstavnika odabranih projekata (producent i reditelj) i predstavnika industrije, tzv. delegata (producenti, finansijeri, distributeri, agenti za prodaju, predstavnici televizijskih stanica, i sl.), po principu *jedana-jedan* (eng. *one-to-one*). Sastanci se pažljivo pripremaju tako što tim stručnih konsultanata, u odnosu na prirodu projekata, izrađuje dosije svakog projekta koji se objedinjuje u katalogu projekata (eng. *pitchbook*), zatim bira spisak delegata, i na kraju izrađuje plan sastanaka koji se distribuira svim učesnicima i gostima. Sastanci koji su ograničenog trajanja, tokom kojih producent i reditelj imaju određeno vrijeme da predstave projekat (eng. *pitching*) i diskutuju sa potencijalnim partnerom, se održavaju u samom festivalskom centru, Sali *De Doelen*.

Rotterdam Lab. Pored prezentacije projekata, *CineMart* organizuje i petodnevni program obuke mladih producenata iz cijelog svijeta, sa ciljem profesionalnog usavršavanja i uspostavljanja stabilnih i trajnih poslovnih mreža. Poziv za učešće nije otvorenog tipa, već se kandidati nominuju od strane partnerskih programa i institucija *CineMart*-a.

Nagrade. Pored toga što je učešće na *CineMart*-u izuzetno važna stavka za projekat, na marketu se dodjeljuju i partnerske nagrade, i to:

- *Eurimaž nagrada za razvoj evropske koprodukcije* (20,000 eura) koja se dodjeljuje projektu koji je tokom *CineMart*-a formiran kao evropska koprodukcija;
- *Arte International* (7,000 eura) koja se dodjeljuje producentu najboljeg projekta na *CineMart*-u kako bi se podržao dalji razvoj;

- Nagrada *Wouter Barendrecht* (5,000 eura) koja se dodijeljuje rediteljima ispod 35 godina koji su do sada realizovali najviše tri filma.

Partneri. Partneri *CineMart*-a su: Kreativna Evropa, Sekretarijat za umjetnost i kulturu Grada Roterdama, Holandski filmski fond, *Arte France Cinema*, Eurimaž i fondacija *Wouter Barendrecht*.

Organizaciona struktura. Na čelu organizacione strukture je direktor industrijske sekcije i *CineMart*-a. Izvršne funkcije obavljaju menadžer i koordinator *CineMart*-a. U programskoj koncepciji učesvuje Internacionalni savjetodavni odbor, koji je sastavljen od osam članova, renomiranih predstavnika industrije iz cijelog svijeta.

Fond Hubert Bals

Fond *Hubert Bals* osnovan je 1988. godine, u cilju uspostavljanja sistema podrške producentima i rediteljima iz zemalja u razvoju - Afrike, Azije, Latinske Amerike, Srednjeg Istoka i dijelova Istočne Evrope. Danas fond raspolaže budžetom od 800,000 eura, prikupljenih iz različitih izvora.

Fond *Hubert Bals* dodijeljuje grantove za različite faze rada na projektu:

- Grant za razvoj scenarija i projekta (10,000 eura)
- Grant za postprodukciju (30,000 eura)
- Grant za distribuciju filma u zemlji porijekla (15,000 eura)

Pored ovih grantova, *Hubert Bals* nudi i različite programe podrške: *NFF+HBF*, *HBF + Europe*.

NFF+HBF (*Netherlands Film Fund + Hubert Bals Fund*) je nastao u saradnji fonda *Hubert Bals* i Holandskog filmskog fonda. U cilju stimulisanja učešća holandskih producenata u koprodukcijama, dva puta godišnje se raspisuje poziv za podršku projektima koji su prethodno podržani grantom za razvoj fonda i koji su pronašli holandskog koproducenta. Pravo na prijavljivanje, stoga, imaju holandski producenti. Ukupan budžet fonda *NFF+HBF* je oko 200,000 eura, od čega se po 50,000 eura dodijeljuje izabranim projektima. Kriterijumi za podršku su sljedeći:

- Aplikant je holandski (ko)producent.
- Maksimalno kontribucija fonda je 50,000 eura.
- Maksimalno 10% ukupnog budžeta se opredjeljuje za administrativne troškove i honorare producenata.
- Udio od 50% određenog iznosa (uključujući administrativne troškove i honorare producenata) mora da se potroši na usluge, ekipu i glumce iz Holandije.
- Projekat mora da bude prethodno podržan Grantom za razvoj scenarija i projekta.
- Ukupan budžet za produkciju filma ne smije da pređe 1 milion eura.
- Holandski (ko)producent u trenutku apliciranja mora da ima makar jedan prikazan dugometražni igrani film.
- Aplikacije prikuplja u Holandski filmski fond.

HBF+Europe: Podrška za manjinske koprodukcije ima za cilj da stimuliše evropske producente da koproduciraju u projektima visokog kvaliteta koji se realizuju u otežanim uslovima iz Afrike, Azije, Latinske Amerike, Srednjeg Istoka i dijelova Istočne Evrope. Maksimalni iznos koji se dodjeljuje projektu je 55,000 eura.

HBF+Europe: Podrška za distribuciju ima za cilj da stimuliše evropske producente da distribuiraju dugometražne filmove visokog kvaliteta koji se realizuju u otežanim uslovima iz Afrike, Azije, Latinske Amerike, Srednjeg Istoka i dijelova Istočne Evrope, te da promoviše važnost internacionalnih koprodukcija i omogući bolju cirkulaciju filmova u Evropi. Maksimalni iznos koji se dodjeljuje projektu je 20,000 eura.

Organizacijom fonda *Hubert Bals* rukovode menadžer i koordinator.

Partneri fonda *Hubert Bals* su: Kreativna Evropa – potpogram MEDIA, holandsko Ministarstvo za spoljnje poslove, Fond za razvoj nevladinog sektora Holandije *Hivos*, mreže javnog servisa Holandije, Fondacija *Diographe*, *Lions Club International* i Fond igara na sreću.

5.3. Funkcionalni modeli koprodukcijских marketa

Koprodukcijски marketi predstavljaju važan dio svakog savremenog evropskog filmskog festivala, kao mjesta susreta profesionalaca i platforme za razvoj njihovih projekata. njihove prednosti su višestruke:

- 1) *Mogućnost sklapanja koprodukcija*, kao produkcijske strategije od izuzetnog značaja za razvoj kako filmskog projekta, direktno, tako i preduslova za unaprijeđenje kinematografskog okvira jedne zajednice (o čemu je do sada bilo riječi u radu);
- 2) *Omogućavanje vizibiliteta projektima već u fazi razvoja*;
- 3) *Mogućnost razvoja scenarija i produkcijskih aspekata projekta*, kroz susrete sa profesionalcima iz drugih okruženja i različitog stepena iskustva;
- 4) *Omogućavanje lokalnim profesionalcima da budu u direktnoj komunikaciji sa recentnim trendovima u filmskoj industriji*, u evropskom i širem kontekstu.

U nastavku ćemo izložiti studije slučaja koje mogu da posluže za funkcionalne modele u projektovanju industrijske sekcije u Crnoj Gori, i to koprodukcijске markete: *CineLink* (Sarajevo, Bosna i Hercegovina), *Connecting Cottbus* (Kotbus, Njemačka), *Crossroads* (Solun, Grčka) i *Sofia Meetings* (Sofija, Bugarska).

Razlog odabira ovih marketa jeste to što spadaju u kategoriju **transnacionalnih koprodukcijских marketa**. To znači da je njihov cilj da povezuju predstavnike industrije iz precizno određenih geografskih područja. Ovakvim mapiranjem, pomenuti marketi imaju i izvedeni cilj da kroz saradnju zemalja sličnog ili različitog stepena razvijenosti industrije, unaprijede kinematografski sektor, te skrenu pažnju evropskog i šireg okvira na važnost koprodukcija u ovim zajednicama. Pored toga, ovi marketi su namijenjeni zemljama manjeg produkcijskog obima, te svojim uspjehom i održivošću skreću pažnju većih industrija na projekte koje biraju. Na taj način, kako se u praksi koju ćemo izložiti u nastavku pokazalo, ovi događaji neminovno imaju izuzetno važan učinak u zajednici u kojoj se razvijaju, doprinoseći razvoju nacionalne kinematografije ukazivanjem na relevantnost koprodukcija kao jednog od preduslova za uspjeh u okvirima evropskog filma.

5.3.1. Industrijska sekcija Sarajevo Film Festivala

Filmski festival u Sarajevu (Bosna i Hercegovina) osnovan je 1995. godine, tokom četvorogodišnje agresije i opsade grada⁵⁸, kao jedna od brojnih inicijativa pokrenutih ratnih godina u cilju očuvanja kosmopolitskog duha i rekonstrukcije civilnog društva, zbog čega se može smjestiti u kategoriju „festivala sa izraženom geopolitičkom agendom“ (Turan, 2002: 107). Sarajevo Film Festival danas predstavlja najznačajniji događaj u regionalnoj filmskoj industriji, i to prisustvom velikih zvijezda, ali i kvalitetom programa koji obuhvata pregled svih trendova u svjetskoj i evropskoj kinematografiji, takmičarskom selekcijom iz zemalja jugoistočne Evrope i južnog Kavkaza (Albanija, Austrija, Azerbejdžan, Crna Gora, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Jermenija, Hrvatska, Kipar, Grčka, Gruzija, Kosovo, Mađarska, Makedonija, Malta, Moldavija, Rumunija, Srbija, Slovenija, Turska), te izuzetno razvijenom industrijskom platformom, koja je nastala u potrebi za regionalnom saradnjom:

„Politička uloga festivala, kao primjer konstruktivne transnacionalne saradnje, odvija se zajedno sa potrebom za mnogo praktičnijom ulogom uvećavanja investicija, posebno zapadnoevropskih, u kulturu jugoistočne Evrope. Većina aktivnosti SFF-a fokusira se na filmske projekte u različitim fazama produkcije, tako da filmski profesionalci prisustvuju mnoštvu događaja poput koprodukcijских i 'networking' foruma (...) Gubitak velikog dijela državnog ulaganja u kulturu koje je postojalo tokom socijalističke Jugoslavije postavlja izazov za finansiranje filmova iz regiona, te se producenti sve više okreću koprodukcijama. U tom smislu, profesionalci iz zemalja sa ograničenim fondom za finansiranje filmova razvijaju mreže saradnje i parterstva upravo na SFF-u.“ (Kotecki, 2014: 345)

U okviru industrijske sekcije postoji više programa: koprodukcijски market *CineLink*, platforma za trening mladih profesionalaca *Sarajevo Talent Campus*, radionica za dokumentarne filmove *Docu Rough Cut Boutique*, *Regionalni forum* koji se sastoji od serija panel diskusija o aktuelnim temama iz oblasti kinematografije, i market za kratke

⁵⁸ Vidjeti: Redžić, Mirza: *Made in War (Boomed in Peace): The Sarajevo Film Festival*, EFC Narratives: 2014. <http://www.culturalfoundation.eu/library/mirza-redzic-sff-essay>

filmove *Mini Market*. Pored ovih programa, Sarajevo Film Festival je osnivač fonda za podršku kratkih niskobudžetnih filmova *Sarajevo - Grad filma*.

CineLink – koprodukcijski market

CineLink, kako se na zvaničnom veb-sajtu⁵⁹ navodi, predstavlja „platformu za razvoj i finansiranje pažljivo odabranih projekata koji imaju potencijal za evropsku koprodukciju.“ *CineLink* se sastoji iz dvije sekcije: koprodukcijskog marketa *CineLink Co-Production Market* i platforma za pregled projekata u postprodukciji *CineLink Work in Progress*. Koprodukcijski market je programiran po *CineMart* modelu.

Selekcija projekata. Selekcija marketa *CineLink* je usmjerena na projekte dugometražnih igranih filmova iz zemalja jugoistočne Evrope i južnog Kavkaza (Albanija, Austrija, Azerbejdžan, Crna Gora, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Jermenija, Hrvatska, Kipar, Grčka, Gruzija, Kosovo, Mađarska, Makedonija, Malta, Moldavija, Rumunija, Srbija, Slovenija, Turska), čiji broj varira između 10 do 15. Poziv za prijave se odvija u dvije faze. Prvi poziv se odnosi na prve ili druge projekte autora, dok je drugi poziv namijenjen već priznatim autorima.

Organizacija događaja. *CineLink* market se održava posljednja tri dana Sarajevo Film Festivala. Aktivnosti marketa podrazumijevaju sastanke „jedan-na-jedan“ koji se održavaju po rasporedu koji izrađuje i distribuira tim zaposlenih. Sastanci se održavaju između predstavnika projekata (producenti i reditelji) sa potencijalnim partnerima (koproducentima, predstavnicima fondova, agentima za prodaju, distributerima i sl.). Sastanci su ograničenog trajanja do 25 minuta. Nakon održavanja marketa monitoring i evaluaciju vrši tim zaposlenih.

Prije održavanja marketa, predstavnici projekata učestvuju u radionicama *CineLink*-a (*CineLink Workshops*) na kojima se susrijeću sa ekspertima iz oblasti i prolaze obuku u cilju što bolje pripreme za prezentaciju i rad na projektu.

Nagrade. Posljednjeg dana marketa, nakon prezentacije projekata sedmočlanom međunarodnom žiriju, donose se odluke o nagradama, koje su mahom partnerske.

⁵⁹ www.sff.ba

- Eurimaž nagrada za razvoj koprodukcije (20,000 eura)
- *Arte International Relations CineLink* nagrada (6,000 eura)
- Agencija za kinematografiju Makedonije (10,000 eura)
- Usluge postprodukcije kompanije *Living Pictures* (10,000 eura)
- Usluge postprodukcije *Synchro Film* (po 2,500 eura za tri projekta)
- Stipendija za učešće na radionici za producente EAVE

Partneri. Pored podrške ministarstava kulture Federacije i Kantona Sarajevo i Grada Sarajevo, te programa Kreativna Evropa, partneri CineLinka su: Poljski filmski institut, *European Film Forum*, časopisi *Screen International* i *Variety*, zatim *Berlinale Co-Production Market*, *Conncting Cottbus*, *CineMart*, EAVE, *Holland Film Meeting*, *Sofia Meetings*, *Producers Network*, njemački regionalni filmski centar *Medienboard Berlin-Brandenburg*, njemački regionalni fond *Mitteldeutsche Medienförderung* i brojni drugi partneri.

Organizaciona struktura. Na čelu organizacije industrijske sekcije su direktor industrijske sekcije i menadžer. *CineLink*-om rukovode direktor industrijske sekcije i direktor *CineLink*-a. U menadžmentu *CineLink*-a su: koordinator, menadžer za marketing i PR, koordinator sastanaka i koordinator službe za goste.

5.3.2. *Connecting Cottbus*

Filmski festival u Kotbusu (Njemačka) je prv put održan 1991. godine i smatra se najznačajnijim festivalom istočno-evropskog filma. Kotbus je grad smješten jugoistočno od Berlina, nedaleko od granice sa Poljskom i pripada dvojezičnoj (njemački i srpski jezik) oblasti Lužica u brandenburškoj regiji.

Connecting Cottbus predstavlja koprodukcijsku platformu koja je usmjerena na povezivanje istočno-evropskih i zapadno-evropskih projekata i partnera.⁶⁰

Selekcija projekata. Selekcija marketa *Connecting Cottbus* je usmjerena na projekte dugometražnih filmova iz zemalja istočne Evrope koji mogu da koproduciraju sa

⁶⁰ <http://www.connecting-cottbus.de/>, posjet maj 2016.

producentima iz zapadno-evropskih zemalja. Broj odabranih projekata varira između 10 do 15.

Organizacija događaja. *Connecting Cottbus*, za razliku od *CineMart* modela, organizuje se kroz sesije prezentacija projekata pred publikom koja je sastavljena od predstavnika industrije (producers, finansijera, agenata za prodaju, distributera, predstavnika televizijskih stanica, i sl.). Poziv za goste je otvoren, što znači da se ne upućuju pozivi profesionalcima odabranim prema vrsti projekata koji se predstavljaju, već svi zainteresovani mogu da se prijave za akreditaciju. Uoči prezentacija, organizuje se *CocoLab*. Market se održava dva do tri dana tokom trajanja Festivala. Nakon prezentacije, organizuju se sastanci „jedan-na-jedan“ u skladu sa planom i rasporedom zainteresovanih za projekte i producers projekata, a koji se održavaju posljednjeg dana marketa.

CocoLab je program radionica koje se održavaju uoči prezentacija projekata, na kojem se prezenter (producers i reditelji odabranih projekata) susreću sa ekspertima iz oblasti razvoja scenarija, finansiranja, prodaje, marketinga, prije i nakon javnih prezentacija. Svaka prezentacija se pojedinačno priprema jedan dan uoči *pitching*-a, nakon čega učesnici dobijaju komentare i sugestije ekspertske komisije kako bi se dalje unaprijeđivali u skladu sa potrebama projekta.

Nagrade. Žiri sastavljen od tri eksperta iz različitih oblasti odlučuje od dodjeli nagrade *CoCo Post Pitch Award* koja podrazumijeva usluge postprodukcije slike filma (u iznosu od 25,000 eura) koje omogućava jedan od sponzora marketa. *CoCo Best Pitch Award* je nagrada za najbolju prezentaciju (novčana nagrada u iznosu od 1,500 eura), a dodjeljuje se po odluci glasanja svih učesnika, a producer nagrađenog projekta dobija akreditaciju za *Producers Network* na *Marché du Film* u Kanu. Filmu koji dobije glavnu nagradu na Festivalu, dodjeljuje se *CoCo Special Pitch Award* kojom se omogućava učešće sljedećeg projekta na marketu.

Partneri. Partneri marketa *Connecting Cottbus* su podijeljeni u sljedeće kategorije:

- Podrška: njemački regionalni filmski centar *Medienboard Berlin-Brandenburg*, Kreativna Evropa, regionalni fond *Mitteldeutsche Medienförderung*

- Sponzori nagrada: kompanija za usluge postprodukcije *The Post-Republic*, kompanija za prevod i izradu podnatpisa *Cinemia Audiovision*, kompanija za nahsinzronizaciju *Berliner Synchron*, *Producers Network* u Kanu
- Partneri: program za razvoj scenarija Centralne i Istočne Evrope *MidPoint*, radionice za producente *Maia*, Internacionalni filmski festival u Odesi, MEDIA desk regije Berlin-Brandenburg, Internacionalni filmski festival u Transilvaniji, radionice za producente EAVE, koprodukcijski market *CineLink* – Sarajevo Film Festival, Fondacija za umjetnost i kulturu - Istanbul

Organizaciona struktura. Menadžmentom industrijske sekcije rukovodi direktor. U organizaciji istaknuta mjesta imaju i programski savjetnik i menadžer, menadžer marketa, savjetnik i koordinator *pitching* sesija.

5.3.3. *Agora i Crossroads*

*Agora*⁶¹ je industrijska sekcija Internacionalnog filmskog festivala u Solunu (Grčka), osnovana 2005. godine, kao filmski market čiji je cilj povezivanje profesionalaca Jugoistočne Evrope, Balkana i Mediterana, i to iz Albanije, Alžira, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Crne Gore, Hrvatske, Kipra, Češke, Egipta, Francuske, Makedonije, Grčke, Mađarske, Izraela, Italije, Jordana, Libana, Libije, Malte, Maroka, Palestine, Poljske, Portugalije, Rumunije, Srbije, Slovačke, Slovenije, Sirije, Španije, Tunisa i Turske. Najvažniji programi su koprodukcijski forum *Crossroads* i *Agora Works in Progress*. Nezavisno od *Agora* funkcioniše i *Balkan Film Fund*, koji dodjeljuje sredstva projektima u razvoju.

Koprodukcijski forum *Crossroads*

Koprodukcijski forum *Crossroads* je koprodukcijski market koji se organizuje u sklopu Internacionalnog filmskog festivala u Solunu. Na forumu mogu učestvovati producenti iz regija Balkana i Mediterana koji razvijaju projekat dugometražnog igranog filma. Sa druge strane, gosti su predstavnici industrije i to producenti, distributeri, predstavnici televizija, agenti prodaje i konsultanti specijalizovani za razvoj projekta. *Crossroads* je

⁶¹ <http://www.filmfestival.gr>

usmjeren na zemlje malog kinematografskog kapaciteta, pa je cilj da projekti dobiju mogućnost da se predstave na širem tržištu.

Riječima direktorice marketa *Crossroads*, Ijane Sari,⁶² uloga Agore u savremenoj grčkoj kinematografiji je krucijalna:

„Zahvaljujući ovoj sekciji, mnogi se mlađi producenti i reditelji upoznaju sa pravilima filmske industrije. Ukoliko nemaju projekat, učestvuju kao posmatrači, te upoznaju profesionalce iz Evrope i drugih zemalja. Mnogi projekti su započeli svoju internacionalnu karijeru upravo u Solunu i odatle su krenuli na druge festivale. Ima mnogo primjera, počevši od filma *Očnjak* (*Kynodontas*, Jorgos Lantimos, 2009) koji je učestvovao u programu *Works in Progress*, do filma *Mustang* (*Mustang*, Deniz Gamze Erguven, 2015).“

Selekcija projekata. Projekti koji imaju pravo prijavljivanja su dugometražni igrani filmovi u svim fazama pretprodukcije, iz pomenutih teritorija. Projekti koji se prijavljuju mogu biti već uspostavljena koprodukcija ovih zemalja ili projekti koji traže partnere iz regiona, kao prirodnu saradnju u odnosu na temu kojom se bave. Projekti u selekciji se ocjenjuju prema umjetničkom kvalitetu i nivou mogućnosti realizacije. Broj odabranih projekata varira između 10 i 18 godišnje, a glavnu selekciju vrši umjetnički direktor sa konsultantima.

Organizacija događaja. Koproduksijski forum *Crossroads* je organizovan kao trodnevni događaj koji se sastoji od sesija prezentacija projekata (eng. *pitching*), individualnih sastanaka i dodjele nagrada godišnjeg žirija. Učesnici, uoči održavanja događaja, imaju priliku da rade sa konsultantskim ekspertskim timom na unaprijeđenju prezentacije, ali i analizi svih aspekata projekta.

Nagrade. Partnerske nagrade koje dodjeljuje međunarodni žiri su:

1. *The Two Thirty Five Inc* (2|35) – nagrada za postprodukciju slike i zvuka, zajedno sa akreditacijom za *Producer's Network* na Filmskom festivalu u Kanu.
2. *The CNC Development Award* – nagrada za razvoj projekta u iznosu od 10,000 eura.

⁶² Intervju je sproveden za potrebe izrade rada.

3. Koprodukcijski forum *Sofia Meetings* Filmskog festivala u Sofiji bira projekat koji će biti prezentovan u okviru sljedećeg izdanja.
4. Radionica za razvoj scenarija *MFI Script 2 Film* nagrađuje jedan projekat učešćem.
5. *Initiative Film* nudi razvoj scenarija jednom grčkom projektu.
6. *Cinemed* bira jedan projekat za podršku razvoju.

Partneri. *Crossroads* market podržavaju Ministarstvo kulture Grčke, Kreativna Evropa i razni partneri i sponzori, među kojima su nacionalni filmski centar Francuske - CNC, program kanskog *Marché du Film - Producer's Networks*, koprodukcijski market Filmskog festivala u Sofiji - *Sofia Meetings*, radionica za razvoj scenarija - *MFI Script 2 Film Workshops*, i mnogi drugi.

Organizaciona struktura. Industrijskom sekcijom *Agora* rukovodi koordinator, koji je ujedno umjetnički direktor marketa *Crossroads*. Tu su još i menadžer industrijske sekcije, koordinatori i asistenti. U okviru ove sekcije radi ukupno 12 ljudi.

5.3.4. *Sofia Meetings*

*Sofia Meetings*⁶³ je industrijska sekcija Internacionalnog filmskog festivala u Sofiji (Bugarska), osnovana 1996. godine. Ova sekcija je koncipirana kao koprodukcijski market za prve, druge i treće dugometražne igrane filmove autora. Glavni programski segmenti marketa su *Second Film Projects* (za druge filmove autora), *Plus Minus One Projects* (za prve ili treće filmove autora) i *Projects in Bank* (za filmove koji već imaju osigurana sredstva).

Selekcija projekata. Pravo da se prijave imaju sve zemlje evropske zemlje. Svake broj projekata se kreće oko šest za sekcije za prve, druge i treće filmove, dok je najbrojnija selekcija za filmove sa već osiguranim dijelom sredstava, od 10 do 15.

Organizacija događaja. Prezentacija projekata je javna. To znači da se predstavljanje projekata (eng. *pitching*) održava planiranim rasporedom, pred publikom koju čine predstavnici evropske filmske industrije: producenti, distributeri, agenti za prodaju,

⁶³ <http://sofiameetings.siff.bg/>

predstavnicima televizijskih stanica, selektori festivala, itd. Nakon javnih prezentacija, svi zainteresovani mogu da rezervišu termine za sastanke sa projektnim timovima. Izuzetak je sekcija *Projects in Bank*, koja je planirana kroz nizove unaprijed dogovorenih sastanaka (*CineMart* model), bez javnih prezentacija. Posljednjeg dana festivala, žiri marketa dodjeljuje nagrade u više kategorija.

Nagrade. Nagrade koje se dodjeljuju na marketu *Sofia Meetings* su mahom partnerske:

1. Filmski studio *Nu Boyana* dodjeljuje Gran Pri za najbolji projekat, kroz usluge u iznosu od 50,000 eura i direktnim finansiranjem od 5,000 eura.
2. Studio *Focusfox* iz Mađarske dodjeljuje nagradu u vidu usluga postprodukcije u vrijednosti od 10,000 eura.
3. *Hungarian Filmlab* dodjeljuje nagradu u vidu usluga laboratorije i postprodukcije u vrijednosti od 10,000 eura.
4. *EastWest Filmdistribution* nagrada podrazumijeva usluge konsultacija na scenariju sa Stivenom Goldsmitom, irsko-američkim piscem i konsultantom (vrijednost 5,000 eura).
5. *Young Producer Award – Yapimlab* (Turska) nagrađuje producenta jednom nedjeljom konsultacija u Istanbulu i predstavljanjem turskim producentima (vrijednost 5,000 eura).
6. *Producers Network* omogućava dvije akreditacije za učešće na filmskom marketu u Kanu.
7. Koprodukcijski market *Crossroads* (Solun, Grčka) selektuje i predstavlja jedan projekat u okviru sljedećeg izdanja.
8. *Mediterranean Film Institute* nagrađuje jedan projekat učešćem na radionici za razvoj scenarija *MFI Script 2 Film Workshops*.

Partneri. *Sofia Meetings* podržavaju: Kreativna Evropa, Ministarstvo kulture Bugarske, Nacionalni filmski centar Bugarske, filmski studio *Nu Boyana*, platforma *Festival Scope*, lanac *Europa Cinemas*, laboratorija *Hungarian Filmlab*, i mnogi drugi, dok su partnerski festivali Filmski festival Kotbus i *Connecting Cottbus*, radionice za producente EAVE, *Producers Network* u Kanu, market *Euro Mediterranean Co-production Forum* i ostali.

Organizaciona struktura. U organizaciji marketa *Sofia Meetings* rade direktor, glavni koordinator, organizatori sastanaka, asistenti, moderator prezentacija projekata i konsultant projektnih timova.

6. PROJEKAT INDUSTRIJSKE SEKCIJE FILMSKOG FESTIVALA HERCEG NOVI – MONTENEGRO FILM FESTIVALA

6.1. Opis problema

Stanje u crnogorskoj kinematografiji ukazuje na potrebu za poboljšanjem cjelokupne infrastrukture – od uspostavljanja stabilnog javnog fonda za sufinansiranje projekata u različitim kategorijama do formiranja uslova za učinkovitije djelovanje koprodukcija. Koprodukcije su jedna od ekonomskih strategija kojima se doprinosi razvoju audiovizuelnog sektora, posebno u zemljama malog kinematografskog kapaciteta, odnosno zemljama koje, podrazumijevano, proizvode filmove u otežanim uslovima, tzv. zahtjevne filmove (eng. *difficult films*). Povećanje broja izvora finansiranja, veće tržište za distribuciju i prikazivanje, te veća gledanost, osnovni su razlozi zbog kojih se evropski producenti sve više okreću toj strategiji. Stoga, koprodukcije predstavljaju izazov zemljama sa malim audiovizuelnim kapacitetom obzirom na uzak izbor izvora finansiranja i nedovoljna sredstva koja se ulažu u industriju, što se ogleda i u stavovima aktera crnogorskog filmskog sektora. U Crnoj Gori postoji konsekventan rast broja zaposlenih u industriji, stoga i projekata u razvoju, a prosjek iznosa sredstava koja se opredijeljuju za sektor ne raste. Posljedica toga je da se producenti sve više okreću koprodukcijama, koje su mahom regionalne: prevashodno uslijed izostanka insitucionalnog okvira za međunarodnu saradnju (članstva u evropskom fondu Eurimaž), ali i nedovoljne mobilnosti producenata i njihovih projekata.

U cilju poboljšanja okvira za uspostavljanje koprodukcija, neophodno je uzeti u obzir i pravno-normativni i institucionalni okvir kao inicijativu *odozgo ka dolje* (eng. *top-down*), kao i projektni okvir unutar same organizacije audiovizuelnog sektora (eng. *bottom-up*), stoga treba tragati za rješenjima unutar postojećih struktura. Pravno-normativne i institucionalne mjere unaprijeđivanja međunarodne saradnje su, sa tim u vezi, konsolidacija sa aktuelnim procedurama u legislativnom okviru za koprodukcije (potpora izmjenama Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji), članstvo u fondu Eurimaž, kao i poboljšanje uslova unutar nacionalnih okvira koji se ogledaju u formiranju fondova i poziva za razvoj projekata i manjinske koprodukcije. Sa druge strane, izuzetno važan dio sprovođenja ideje o važnosti koprodukcija pripada sektoru, te je dio

odgovornosti i na akterima kinematografskog lanca da ukažu na potrebu i važnost za ovom vrstom saradnje, posebno kada se ona tiče projekata koji se razvijaju u otežanim uslovima, bilo da je riječ o ograničenim budžetima ili drugim preduslovima, a koji su podrazumijevana praksa zemalja malog audiovizuelnog kapaciteta.

Jedan od načina za uspostavljanje boljeg okvira za funkcionisanje koprodukcija svakako su filmski festivali kao platforme za umrežavanje profesionalaca, odnosno industrijske sekcije koje od devedesetih godina prošlog vijeka postaju ustaljena programska praksa festivala u Evropi. Štaviše, inicijative namijenjene profesioncima na velikim filmskim festivalima preusmjerile su se sa završenih filmova u zvaničnom programu na projekte u razvoju, kako bi se izašlo u susret potrebama profesionalaca koji su sve više zainteresovani za mogućnosti koprodukcija. Danas postoji potreba da festivali postanu marketi projekata, a ne samo gotovih proizvoda. Sa tim u vezi, u nastavku ćemo izložiti mogućnosti projekta industrijske sekcije Filmskog festivala Herceg Novi – Montenegro Film Festivala.

6.2. Detaljan opis projekta

Industrijska sekcija Filmskog festivala Herceg Novi – Montenegro Film Festivala predstavlja svojevrsno središte za regionalne filmske profesionalce koji žele da razvijaju projekte u koprodukciji. Glavna cjelina industrijske sekcije Festivala je koprodukcijski market *Herceg Novi Project Hub*⁶⁴.

Herceg Novi Project Hub je koprodukcijski market namijenjen razvoju i produkciji prvih i drugih dugometražnih igranih filmova, sa ciljem da pažljivo izabrani autorski projekti pronađu tržišni potencijal. *Herceg Novi Project Hub* je namijenjen prvim i drugim filmovima, usljed potrebe profesionalaca da se povezuju na osnovu različitih iskustava, ali i otežanih uslova u kojima se ovakvi projekti razvijaju. Ovaj market ima za cilj da poveže filmske producente i autore sa ciljem razvoja projekata i saradnje iz zemalja regiona i Mediterana (Albanija, Bugarska, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Grčka, Hrvatska, Kosovo, Makedonija, Rumunija, Slovenija, Srbija). Učesnici marketa dobijaju priliku da

⁶⁴ Hub (eng.) - središte, čvor, osovina

predstave svoje projekte potencijalnim koproducentima i steknu kontakte među vodećim akterima filmske industrije.

Selekcija projekata se pažljivo vrši na osnovu kvaliteta i autentičnosti projekta, njegove mogućnosti da bude koproducirani i kvaliteta produkcijske eksplikacije i plana, tj. stepena izvjesnosti realizacije. Projekti moraju da budu prvi ili drugi dugometražni igrani filmovi autora, a njihov ukupan budžet ne treba da prelazi 500,000 eura, zbog veće izvjesnosti realizacije projekta u što kraćem roku. U selekciji *Herceg Novi Project Hub* nalazi se od 10 do 15 izabranih projekata.

Projekti koji mogu biti izabrani moraju da ispunjavaju sljedeće uslove:

- Projekat je prvi ili drugi igrani dugometražni film reditelja (sa predviđenim trajanjem od minimalno 70 minuta), koji prethodno nije učestvovao na marketima i sličnim događajima koji nisu partneri *Herceg Novi Project Hub*.
- Projekat mora biti u fazi razvoja ili rane preprodukcije.
- Projekat treba da ima internacionalni prikazivački potencijal.
- Glavni kriterijum za odabir je kvalitet i autentičnost projekta i iskustvo reditelja i/ili producenta.
- Reditelj treba da ima prethodne projekte koji su prikazani na međunarodnim festivalima ili drugim platformama (kratke filmove, televizijske formate, reklame, muzičke spotove).
- Producent treba da ima evidenciju o dosadašnjim projektima (eng. *track record*) gdje je poželjno iskustvo u međunarodnim koprodukcijama.

Organizacija događaja. Tokom trodnevnog događaja koji se održava posljednjih dana Festivala, u foajeu dvorane „Park“ u Herceg Novom, odvijaju se sastanci predstavnika projekata i aktivnih regionalnih predstavnika industrije.

Događaj je koncipiran kroz organizaciju sastanaka predstavnika odabranih projekata (producent i reditelj) i predstavnika industrije, tzv. delegata (producenti, finansijeri, distributeri, agenti za prodaju, predstavnici televizijskih stanica, i sl.), po principu *jedan-na-jedan* (eng. *one-to-one*). Sastanci se pažljivo pripremaju tako što tim konsultanata, u

odnosu na prirodu projekata, izrađuje dosije svakog projekta koji se objedinjuje u katalogu projekata (eng. *pitchbook*). Zatim se bira spisak delegata, u odnosu na odabrane projekte, i na kraju se izrađuje plan sastanaka koji se distribuira svim učesnicima i gostima. Sastanci su ograničenog trajanja (do 20 minuta), tokom kojih producent i reditelj mogu da predstave projekat (eng. *pitching*) i diskutuju sa potencijalnim partnerom.

Prije održavanja sastanaka, producenti i reditelji odabranih projekata učestvuju na trodnevnoj radionici *ProjectLab*, gdje sa odabranim mentorima rade na unaprijeđivanju prezentacije, kao i budućeg rada na projektu. Radionice se održavaju mjesec dana prije održavanja marketa, u Herceg Novom.

Pored mogućnosti da se povežu sa partnerima, najbolji projekti se nagrađuju.

Fond nagrada. Posljednjeg dana marketa, nakon prezentacije projekata sedmočlanom međunarodnom žiriju, donose se odluke o nagradama, koje su mahom partnerske:

- 1) Nagrada za razvoj koprodukcije Ministarstva kulture / Filmskog centra (20,000 eura)**
- 2) Nagrada za razvoj projekta (10,000 eura)**
- 3) Usluge postprodukcije slike (10,000 eura)**
- 4) Stipendija za učešće na radionici za producente EAVE**
- 5) Učešće na marketima *CineLink*, *Connecting Cottbus*, *Crossroads* i *Sofia Meetings*.**

1) Fond za podršku koprodukcijama:

Fond za podršku koprodukcijama predstavlja zajedničku inicijativu Filmskog festivala Herceg Novi i Ministarstva kulture Crne Gore / Filmskog centra, a cilju je da se stimuliše učešće u evropskim koprodukcijama i da se omogući podrška u fazi razvoja projekata. Fond za podršku koprodukcijama omogućava finansijsku podršku projektima koji imaju realističan plan finansiranja i procjenu uspjeha kao međunarodna koprodukcija.

2) Fond za podršku razvoju projekata:

Grant dodijeljen filmskim projektima usmjeren je na aktivnosti daljeg razvoja scenarija i razvoja samog projekta kroz aktivnosti predstavljanja projekta međunarodnim partnerima

na međunarodnim koprodukcijskim platformama ili filmskim festivalima. Maksimalan iznos koji je opredijeljen projektima je 10 000 eura, kao nagrada za najbolju prezentaciju (*Best Pitch Award*).

3) Usluge postprodukcije slike je nagrada koju dodjeljuje kompanija u čijoj je djelatnosti postprodukcija slike, a koja je prepoznata po kvalitetu. Nagrada je servisna i podrazumijeva usluge u vrijednosti od 10,000 eura.

4) Stipendija za učešće na EAVE Radionici za producente. EAVE (European Audio-visual Entrepreneurs) je najprestižniji program radionica i obuke namijenjen filmskim producentima. Jedan od programa je Radionica za producente koja je namijenjena profesionalcima koji su prepoznati u svojoj zemlji, a žele da prošire djelovanje u evropskoj industriji. Svaki od kandidata prolazi strogu selekciju, a ova nagrada omogućava učešće sa plaćenom kotizacijom.

5) Učešće na marketima. Ova nagrada se odnosi na četiri projekta kojima se obezbjeđuje direktno učešće na marketima *CineLink* (najvažniji regionalni koprodukcijski market pri Sarajevu Film Festivalu), *Connecting Cottbus* (koji povezuje istočnoevropske i zapadnoevropske profesionalce, u cilju stimulisanja koprodukcija među ovim područjima), *Crossroads* (marketa Filmskog festivala u Solunu, čiji je cilj povezivanje zemalja Jugoistočne Evrope) i *Sofia Meetings* (marketa Filmskog festivala u Sofiji namijenjenom prvim, drugim i trećim filmovima iz područja Jugoistočne Evrope).

6.3. Nosioi projekta

Filmski festival Herceg Novi – Montenegro Film Festival

Filmski festival Herceg Novi – Montenegro Film Festival je jedini filmski festival u Crnoj Gori sa statusom manifestacije od izuzetnog nacionalnog značaja. Filmski festival Herceg Novi je prvi put održan 1987. godine kao Jugoslovenski festival filmske režije. Shodno političkim prilikama u zemlji, Festival se kretao paralelno sa društvenim problemima pa je tako mijenjao i ime i koncepciju, što predstavlja jedan od osnovnih problema Festivala uprkos tridesetogodišnjoj tradiciji. Danas Festival funkcioniše po reorganizaciji uspostavljenoj 2009. godine, kada je Odlukom o statusu manifestacije od

izuzetnog nacionalnog značaja uspostavljen stabilan izvor finansiranja i nova programska politika. Festival čine četiri programske sekcije: takmičarska selekcija dugometražnih igranih filmova iz jugoistočne Evrope i Mediterana, selekcija dokumentarnog filma, selekcija studentskih filmova i selekcija filmova „festivalskih pobjednika“.⁶⁵

Obzirom na dugu tradiciju i trenutnu profilaciju festivala, uočljivi su višestruki problemi, među kojima je i nedostatak industrijske sekcije koja je praksa i tendencija većine evropskih festivala, kako je ranije u radu i pomenuto. Festivali, prevashodno, imaju medijatorska svojstva, prvo između filmova i publike i to konstantno stvarajući novu publiku i kreirajući kulturne potrebe, a zatim i među profesionalcima funkcionišući kao platforma za uspostavljanje mreža i saradnji među profesionalcima čime se, naposljetku, stavlja akcenat na sagledavanje lokalne filmske industrije u širem, evropskom i međunarodnom kontekstu.

Partneri

Najvažniji planirani partneri marketa *Herceg Novi Project Hub* su:

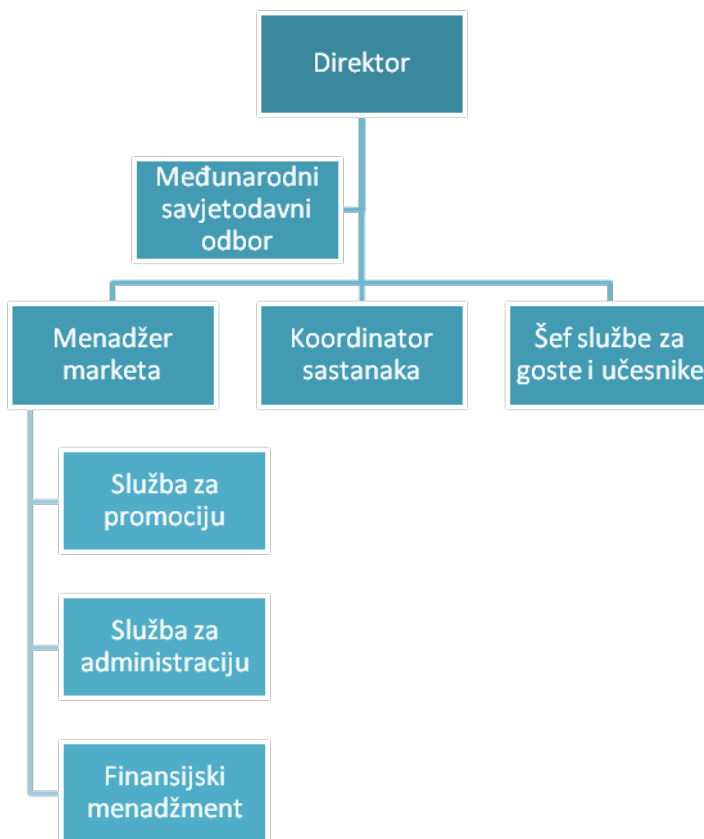
- Ministarstvo kulture Crne Gore / Filmski centar
- Srodni marketi: *CineLink* (Sarajevo, Bosna i Hercegovina), *Connecting Cottbus* (Kotbus, Njemačka), *Crossroads* (Solun, Grčka), *Sofia Meetings* (Sofija, Bugarska)
- Kreativna Evropa – potprogram MEDIA
- Kompanije za postprodukciju (sponzori nagrada)
- EAVE

6.4. Organizaciona šema

Na čelu organizacione strukture je **direktor**. Izvršne funkcije obavljaju **menadžer industrijske sekcije**, **koordinator sastanaka (eng. *matchmaker*)** i **koordinator sektora za goste i učesnike**. U programskoj koncepciji učesvuje **međunarodni savjetodavni odbor**, koji je sastavljen od sedam članova, renomiranih predstavnika partnera marketa i

⁶⁵ Pogledati www.ffhn.me

industrije iz cijelog svijeta. Zajedničke službe sa Festivalom su **služba za promociju**, **služba za administraciju** (statistička analiza, arhiviranje, pravni poslovi) i **finansijski menadžment**.



Grafikon 11: Organizaciona šema industrijske sekcije Filmskog festivala Herceg Novi

Selekciju projekata za *Herceg Novi Project Hub* vrši direktor u konsultaciji sa Savjetodavnim odborom.

Žiri za dodjelu nagrada čine predstavnici partnerskih institucija, organizacija, marketa i kompanija, te relevantni stručnjaci iz industrije, a on broji pet članova.

6.5. Ciljevi projekta

Opšti, odnosno dugoročni, cilj projekta je razvoj međunarodne saradnje u audiovizuelnom stvaralaštvu, kao jedne od strategija za unaprijeđivanje statusa nacionalne kinematografije.

Specifični ciljevi:

- Podsticanje i promocija međunarodnih koprodukcija;
- Omogućavanje vizibiliteta i podrške projektima u fazi razvoja i produkcije;
- Omogućavanje uspostavljanja međunarodnih koprodukcija, te međunarodnih koprodukcija sa crnogorskim učešćem;
- Stvaranje uslova za podršku produkciji uspostavljanjem fondova za razvoj projekata i koprodukcija.

6.6. Ciljne grupe

Direktnu ciljnu grupu čine filmski profesionalci (timovi producenata i reditelja) koji razvijaju prve ili druge dugometražne igrane filmove sa potencijalom za koprodukciju. Indirektnu ciljnu grupu čine filmski profesionalci, donosioci odluka, te cjelokupna javnost (crnogorska, regionalna i međunarodna) koja će se o projektu informisati putem medija.

6.7. Aktivnosti

Aktivnosti obuhvaćene projektom se sporovode u 3 faze: priprema, realizacija i evaluacija, a u nastavku ćemo izložiti one koje se odnose na uspostavljanje prvog (pilot) projekta.

A. Priprema

A1. Koordinacija sektora industrijske sekcije o usaglašavanju plana aktivnosti i angažovanja osoblja.

A2. Formiranje Međunarodnog savjetodavnog odbora.

A3. *Fundraising* projekta, koji podrazumijeva komunikaciju sa Ministarstvom kulture / Filmskim centrom, apliciranje za međunarodne grantove za podršku projektima iz srodnih oblasti (na prvom mjestu apliciranje za grant potprograma Kreativne Evrope – MEDIA), komunikacija sa potencijalnim partnerima (Opština Herceg Novi, institucije,

srodni marketi, privatne kompanije: producerske kompanije, kompanije za postprodukciju, kompanije za iznajmljivanje opreme za snimanje, itd.).

A4. Promocija. Iako je promocija jedna od aktivnosti projekta, ona se odvija u nekoliko faza, paralelno sa ostalim aktivnostima projekta. Aktivnosti podrazumijevaju: izradu vizuelnog identiteta projekta, onlajn promociju (veb-sajt i socijalne mreže), komunikaciju sa medijima i koordinaciju redovnih objava, plan produkcije i distribucije promotivnih materijala.

A5. Objava poziva za učešće na Marketu. Poziv se objavljuje u mjesecu januaru i zatvara se u martu, kako bi aplikanti imali dovoljno vremena da ispune obrazac i prikupe potrebne priloge.

A6. Selekcija projekata na osnovu ustpostavljenih kriterijuma. Proces izbora projekata traje dva mjeseca, obuhvatajući mart i april.

A7. Objava rezultata. Lista projekata za učešće na Marketu se objavljuje u mjesecu maju. Deset dana prije zvanične objave u medijima, koordinatori obavještavaju sve prijavljene projektne timove o rezultatima.

A8. Selekcija delegata. Odmah nakon utvrđivanja liste projekata za učešće na Marketu, koordinatori i konsultanti biraju moguće predstavnike industrije kao delegate i pažljivo planiraju sastanke predstavnika projekata i pozvanih delegata prije samog događaja. Spisak delegata se pažljivo izrađuje kako bi se osiguralo da mogu da doprinesu odabranim projektima. Delegati su koproducenti, distributeri, agenti za prodaju, predstavnici TV stanica i ostali potencijalni finansijeri.

A9. Izrada rasporeda sastanaka. Nakon što je završena selekcija projekata, pravi se detaljan dosije svih selektovanih projekata. Na osnovu ovog dosijea, delegati mogu da biraju projekte koji ih zanimaju, i o tome treba da obavijeste osoblje Marketa. Nakon toga se izrađuje plan sastanaka za svakog gosta ponaosob.

A10. Koordinacija smještaja i puta sa gostima: učesnicima, delegatima i mentorima.

B. Realizacija

B1. Održavanje radionice za pripremu za učešće na marketu. Radionicu *ProjectLab* vode međunarodno prepoznati stručnjaci – mentori, koji tokom tri dana intenzivno rade sa učesnicima na unaprijeđivanju njihove prezentacije, pronalaženju ključnih prednosti i nedostataka scenarija, cjelokupnog projekta i prezentacije.

B2. Finalizacija i distribucija rasporeda sastanaka učesnicima.

B3. Održavanje marketa *Herceg Novi Project Hub*. Market se održava u posljednja tri dana Festivala. Tokom održavanja, pored sesija sastanaka, održavaju se i prateći programi čije su teme aktuelni trendovi u industriji (konferencije i panel diskusije, okrugli stolovi i predavanja). Posljednjeg dana organizuje se javna prezentacija (eng. *pitching*) projekata žiriju, nakon čega se donose odluke o nagradama.

B4. Početak isplate nagradnih grantova. Isplata granta se vrši maksimalno 40 dana od potpisivanja ugovora sa nagrađenim aplikantima.

C. Evaluacija

C1. Evaluacija (kvalitativna i kvantitativna)

6.8. Vremenski okvir aktivnosti

U okviru tabele vremenskog okvira aktivnosti prikazane su aktivnosti sva tri segmenta industrijske sekcije Filmskog festivala Herceg Novi – Montenegro Film Festivala.

Mjesec		IX	X	XI	XII	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Aktivnosti																	
A Priprema	A1																
	A2																
	A3																
	A4																
	A5																
	A6																
	A7																
	A8																
	A9																
	A10																
B Realizacija	B1																
	B2																
	B3																
	B4																
C Evaluacija	C1																

Tabela 6: Vremenski okvir aktivnosti industrijske sekcije Filmskog festivala Herceg Novi – Montenegro Film Festivala

6.9. Budžet

Ukupan budžet projekta je 115,030 eura, od čega se za nagradne fondove opredjeljuje 40,000 eura, honorare zaposlenih 33,350 eura, honorare eksperata 9,900 eura, smještaj i putne troškove 15,980 eura, operativne troškove 9,300 eura i promotivne aktivnosti 6,500 eura. Ovdje treba uzeti u obzir da projekcija vrijednosti projekta podrazumijeva sve stavke, od kojih je samo dio direktnih troškova, što ćemo objasniti u planu finansiranja.

Opis troška	Jedinica	Broj	Cijena	Bruto
1 - Fond za nagrade				
Nagrada za koprodukcije	po projektu	1	€ 20,000.00	€ 20,000.00
Nagrada za razvoj projekta	po projektu	1	€ 10,000.00	€ 10,000.00
Partnerska nagrada	po projektu	1	€ 10,000.00	€ 10,000.00
			Subtotal 1	€ 40,000.00
2 - Honorari projektnog tima				
Direktor	mjesec	12	€ 700.00	€ 8,400.00
Menadžer	mjesec	6	€ 500.00	€ 3,000.00
Koordinator - <i>Matchmaker</i>	mjesec	6	€ 350.00	€ 2,100.00
Šef Službe za goste	mjesec	4	€ 500.00	€ 2,000.00
Asistent u službi za goste	mjesec	3	€ 250.00	€ 750.00
Menadžer Službe za promociju i komunikaciju	mjesec	12	€ 500.00	€ 6,000.00
Asistent u Službi za promociju	mjesec	6	€ 250.00	€ 1,500.00
Finansijski menadžer (šef računovodstva)	mjesec	12	€ 400.00	€ 4,800.00
Pravnik	mjesec	12	€ 400.00	€ 4,800.00
			Subtotal 2	€ 33,350.00
3 - Honorari eksperata				
Savjet	ukupno	7	€ 700.00	€ 4,900.00
Mentori / Konsultanti	ukupno	5	€ 500.00	€ 2,500.00
Žiri	ukupno	5	€ 500.00	€ 2,500.00
			Subtotal 3	€ 9,900.00
4 - Put i smještaj				
Putni troškovi učesnika Marketa	ukupno	24	€ 250.00	€ 6,000.00
Troškovi smještaja učesnika	ukupno	24	€ 90.00	€ 2,160.00
Putni troškovi eksperata	ukupno	23	€ 250.00	€ 5,750.00
Troškovi smještaja eksperata	ukupno	23	€ 90.00	€ 2,070.00
			Subtotal 4	€ 15,980.00
5 - Operativni troškovi				
Najam prostora za Market	ukupno	3	€ 1,500.00	€ 4,500.00
Najam kancelarije	mjesec	12	€ 250.00	€ 3,000.00
Računi (internet, telefon, struja, voda, održavanje)	mjesec	12	€ 100.00	€ 1,200.00
Kancelarijski materijal	mjesec	12	€ 50.00	€ 600.00
			Subtotal 5	€ 9,300.00
6 - Promocija				
Dizajn vizuelnog identiteta	ukupno	1	4000	€ 4,000.00
Onlajn promocija	ukupno	1	500	€ 500.00
Štampa materijala	ukupno	1	2000	€ 2,000.00
			Subtotal 6	€ 6,500.00
Total			€	115,030.00

6.10. Plan finansiranja

Projekat industrijske sekcije Filmskog festivala Herceg Novi – Montenegro Film Festivala može se finansirati iz velikog broja javnih i privatnih izvora. Od javnih izvora, za sredstva se mogu planirati Ministarstvo kulture Crne Gore, Filmski centar (zajednički Fond za koprodukcije), Opština Herceg Novi i MEDIA potprogram Kreativne Evrope. Privatna sredstva odnose se, prevashodno na sponzorstva, a *in-kind* predstavlja ulaganje partnera kroz korišćenje njihovih kapaciteta.

Opis troška	Izvor	Iznos
Nagrada za koprodukcije	Ministarstvo kulture / Filmski centar	20,000 eura
Nagrada za razvoj projekata	MEDIA	10,000 eura
Partnerske nagrade	Kompanije za postrodukciju	10,000 eura
Honorari zaposlenih	MEDIA / Opština Herceg Novi	33,350 eura
Honorari eksperata	MEDIA	9,900 eura
Put i smještaj	Sponzorstva / Opština Herceg Novi	15,980 eura
Operativni troškovi	<i>in-kind</i> Filmski festival Herceg Novi	9,300 eura
Promocija	MEDIA / <i>in-kind</i> Filmski festival Herceg Novi	6,500 eura

6.11. Efekti

Dugoročni efekti projekta industrijske sekcije Filmskog festivala Herceg Novi – Montenegro Film Festivala se odnose na unaprijeđivanje statusa nacionalne kinematografije kroz korišćenje koprodukcija kao jedne od ekonomskih strategija u zemljama malog kinematografskog kapaciteta. U tom smislu željeni efekti su:

- Uspostavljanje stabilnog institucionalno-normativnog okvira za koprodukcije;
- Povećanje broja dugometražnih igranih filmova u manjinskoj i većinskoj crnogorskoj koprodukciji;
- Međunarodna prisutnost crnogorskih filmova.

6.12. Evaluacija

Evaluacija projekta industrijske sekcije Filmskog festivala Herceg Novi – Montenegro Film Festivala se odnosi na kvalitet projekta i njegovu efektivnost, a zatim na efikasnost menadžmenta. Koristeći tabelu analize postignutog organizacionog razvoja (Dragičević Šešić, Dragojević, 2005, 155), evaluacija će se vršiti na sljedeći način:

Parametri	Kriterijumi	Indikatori	Metode
Kvalitet aktivnosti	Korišćenje plana aktivnosti kao instrumenta u redovnom radu; Koherentnost ciljeva i ostvarenih aktivnosti	Broj sastanaka koordinacionog tima koji dovode u vezu plan i izvještaje sektora	Analiza sadržaja zapisnika sastanaka; Analiza sadržaja plana aktivnosti sektora; Analiza sadržaja internih izvještaja sektora; Analiza broja i vremenskog okvira planiranih u odnosu na realizovane aktivnosti.
Kvalitet kadrova	Stručno znanje Timski rad	Motivisanost Samoinicijativa Marljivost Pouzdanost Spremnost na učenje Spremnost na prenošenje znanja	Intervjui; Organizaciona dijagnostika.
Finansijska stabilnost	Diversifikacija izvora	Pravovremenost u	Analiza finansijskog

	Efikasnost i svrsishodnost u korišćenju sredstava	sticanju sredstava Odnos programskih i administrativnih troškova Ulaganje u investicije, tehničku opremu, edukaciju kadrova	izvještaja u odnosu na budžet i plan finansiranja.
Komunikaciono-marketingška politika – kvalitet djelovanja	Prepoznatljivost u javnosti Ugled u stručnim krugovima Medijska prisutnost Interes sponzora i donatora	Zastupljenost u medijima Kvalitet dizajna promotivnog materijala Povećan broj aplikacija Porast prihoda i uvećani <i>fundraising</i>	Analiza broja objava u medijima; Analiza broja aplikacija

6.13. Održivost projekta

Održivost projekta predstavlja mogućnost nastavka djelovanja rezultata (efekata) i ciljeva projekta nakon formalnog završetka. Aspekti održivosti su finansijski, politički i administrativni.

Finansijska održivost projekta ogleda se u mogućnosti korišćenja diversifikovanih izvora finansiranja. U tom smislu, postoji visok stepen korisšćenja sredstava sa različitih nivoa fondova, poput javnih, i to međunarodnih (Kreativna Evropa – MEDIA), nacionalnih (Ministarstvo kulture Crne Gore / Filmski centar) i lokalnih (Opština Herceg Novi), potom i sredstava dobijenih sponzorstvima privatnih kompanija i donatora. Takođe, projekat ima tendenciju da razvije internacionalnu mrežu partnera, institucija, fondova, festivala i marketa, kako bi se osigurala platforma za njegov dalji razvoj.

Politička održivost podrazumijeva da će realizacija projekta inicirati zakonska i strateška rješenjima za unapređenje okvira za koprodukcije. U tom smislu, ukazivanjem na važnost

ovog oblika međunarodne saradnje razvijaju se i mehanizmi za uspostavljanje stabilnog pravno-normativnog okvira za razvoj nacionalne kinematografije.

Administrativna održivost oslanja se na korišćenje administrativnih i organizacionih kapaciteta Filmskog festivala Herceg Novi, kao nosilaca projekta, koji će biti angažovani tokom cijele godine, uslijed specifičnosti ciklusa aktivnosti koje se sprovode.

Prilog: Obrazac prijavnog formulara za *Herceg Novi Project Hub*

Napomena: Sve prijave se publikuju i popunjavaju na engleskom jeziku. Formular je u elektronskom obliku i šalje se elektronskom poštom sa obaveznim priložima koji su navedeni na kraju formulara.

1. Opšti podaci

Naziv projekta

Kompanija

Zemlja

Producent

Reditelj

Scenarista

2. Kontakt podaci osobe odgovorne za prijavu

Ime i prezime

Pozicija u projektu

Adresa

Broj telefona

E-mail

3. Podaci o projektnom timu

Profil kompanije i aktivnosti (maksimalno 850 karaktera):

Filmografija kompanije (posljednje tri godine):

CV reditelja (maksimalno 850 karaktera):

Filmografija reditelja (posljednje tri godine):

Prethodni radovi reditelja (sa linkovima za pregled):

CV scenariste (maksimalno 850 karaktera):

Filmografija scenariste (posljednje tri godine):

4. Podaci o projektu

Originalni naziv:

Naziv na engleskom:

Žanr:

Trajanje:

Tehnika snimanja:

Format za prikazivanje:

5. Finansiranje

Predviđeni budžet:

Obezbjeđena sredstva:

Izvori obezbjeđenih sredstava:

Osigurani partneri projekta:

Plan finansiranja:

6. Rezime projekta (maksimalno 3 reda):

7. Sinopsis projekta (maksimalno 2000 karaktera):

8. Rediteljska eksplikacija (maksimalno ½ stranice).

9. Producentska eksplikacija (maksimalno ½ stranice).

10. Šta očekujete od marketa / Šta tražite na marketu

11. Da li je projekat prijavljen na druge markete? Ukoliko je odgovor „DA“, navedite koje.

12. Uz popunjenu aplikaciju obavezno priložiti:

1) Tritment (5-10 strana)

2) Scenario

3) Motivaciono pismo

7. ZAKLJUČAK

Parafrizirajući Marksovu ideju na kojoj, po Viktoriji D. Aleksander (2007: 48), počivaju teorije odraza, možemo reći da svaki oblik društvene nadgradnje (ili superstrukture), koju čine kultura i ideologija, odražava odnose unutar tog društva (ili infrastrukturu). Tako možemo reći i da film jedne zajednice odražava prostor i okruženje u kojem se razvija, te da socio-politički i kulturološki aspekti utiču na ovu oblast u svim njenim domenima. U raspravi o filmu kao kulturnom izuzeću, francuska ministrica kulture, Aureli Filipeti /Filippetti/ izjavila je da film predstavlja „srce evropskog kulturnog identiteta i preduslov za ekonomski razvoj društva“⁶⁶. U ovom stavu je ključ promišljanja evropske kinematografije kao oblasti koja svojom infrastrukturom, ali i sadržajem koji proizvodi, postaje reprezent vrijednosti koje njeguje jedna zajednica, te međusobnih društvenih odnosa unutar nje.

U crnogorskom kulturnom pejzažu film je djelatnost koja se odvija po tromom ritmu uslovljenom dinamikom regulisanja okvira za njenu egzistenciju, kad zapravo, u malim zajednicama ovi okviri treba da budu dovoljno fleksibilni kako bi odgovorili na potrebe nosioca sektora. Okvire evropske kinematografije male zajednice često interpretiraju kao konglomerat birokratskih peripetija, dok je situacija upravo suprotna – evropski film počiva na autentičnim izrazima i kulturnoj raznolikosti i podstiče autohtono promišljanje o modelovanju nacionalnih kinematografija unutar njenih okvira, determinisano potrebama nosioca nacionalne industrije. Evropska kinematografija je utemeljena kulturnom politikom, odnosno u težnjama objedinjavanja kulturnog prostora i projektovanja zajedničkog kulturnog identiteta. Sa tim u vezi, ovaj rad se bavio kinematografskim koprodukcijama kao instrumentom utvrđivanja zajedničkog zaleđa međukulturnom saradnjom, ali i jednom od osnovnih ekonomskih strategija razvoja kinematografije u zemljama malog audiovizuelnog kapaciteta.

⁶⁶ Iz teksta *France accuses: the cultural exception threatened by EU/USA negotiations*, u kojem se polemše o statusu filma kao kulturnom izuzeću, raspravi koja se vodila u 2013-oj godini; <http://cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&did=234831>, posjećeno 20. aprila 2016.

U prvom poglavlju predstavljen je teorijski i istorijski kontekst za razmatranje kinematografske koprodukcije kao jednog od nosilaca evropskog filma. Ovo poglavlje mahom počiva na pregledu i analizi institucionalizovanih inicijativa kulturne kooperacije koje nastaju i razvijaju se u određenom istorijskom trenutku, onda kada je bila neophodna nova revitalizacija evropskih zemalja, te i film biva prepoznat kao važan dio ekonomsko-političke interesne platforme, stoga se naporu u uspostavljanju okvira međudržavne saradnje proširuju i na oblast kinematografije. U tom kontekstu nastaju prve formalne saradnje među nacionalnim kinematografijama i uspostavljaju okviri za dalje funkcionisanje koprodukcija.

U drugom poglavlju analizirani su savremeni modeli djelovanja koprodukcija u Evropi sa posebnim akcentom na važnost koprodukcija za zemlje malog kinematografskog kapaciteta. U prvom dijelu poglavlja se analizira krovni akt za njihovo djelovanje, Evropska konvencija o kinematografskoj koprodukciji, zatim fond Eurimaž, da bi se predstavljanjem istraživanja Evropskog audiovizuelnog opservatorijuma ukazalo na uspješnost njihovog funkcionisanja i učinak koprodukcija na evropskom tržištu. Na osnovu nalaza i rezultata ovog i još relevantnih istraživanja zaključuje se da se koprodukcijom ostvaruju višestruke prednosti, koje se mogu sistematizovati kao *kreativne, ekonomske i prednosti za nacionalne politike u ovom domenu*. U kategoriji *kreativnih razloga* podrazumijevaju se elementi poput sadržaja i priče filma, sa jedne strane, a potom pristup kadrovskim izvorima i glumačkoj podjeli iz drugih zemalja, kao i mogućnost pristupa lokacijama i određenim tehničko-tehnološkim potencijalima. U kategoriju *ekonomskih razloga* svrstavaju se: mogućnost ostvarivanja većeg budžeta pristupom većem broju javnih i privatnih izvora, pristup širem tržištu za ostvarivanje prihoda od prikazivanja filma, mogućnosti za razvoj kompanije, poboljšanje lokalne industrije i profesionalizaciju ekipe, razmjena znanja i iskustava, te ostvarivanje stabilne finansijske strukture. *Nacionalne i evropske politike finansiranja filmova* se unaprijeđuju koprodukcijama samim tim što se unaprijeđuje i diversifikacija izvora finansiranja i učešća u filmskim projektima kao jednog od osnovnih konstituenata kulturnog identiteta. Pored toga, osigurava se bolji učinak samih politika, obezbjeđuje se široka i međunarodna mreža saradnika i kontakata. Drugi dio poglavlja bavi se skorijom evaluacijom Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji, te su izložene

zvanične preporuke za njeno unaprijeđivanje. Većina ovih preporuka odnosi se na modifikaciju u skladu sa potrebama zemalja manjeg kinematografskog volumena i tzv. zahtjevnih filmova (eng. *difficult film*), što sa tim dovodi u vezu zaključak da su koprodukcije jedna od osnovnih ekonomskih strategija razvoja kinematografije u zemljama malog audiovizuelnog kapaciteta.

Treće poglavlje se bavi analizom aktuelnog stanja u crnogorskoj kinematografiji. Važno je naglasiti da se crnogorski film u evropskim legislativnim i normativnim odrednicama smatra *zahtjevnim filmom*, te da industriji treba pristupiti jedino pod ovom pretpostavkom. U tom smislu, u poglavlju je predstavljena funkcionalna analiza crnogorskog kinematografskog pejzaža, sa posebnim osvrtom na okvir za funkcionisanje koprodukcija, u cilju izvođenja mjera za njegovo unaprijeđenje. Na kraju poglavlja, u odnosu na rezultate istraživanja i nalaze funkcionalne analize, izložene su strateške mjere koje postavljaju *povećanje broja instrumenata međunarodne saradnje na polju audiovizelnog stvaralaštva* kao prioritetnu oblast za unaprijeđivanje crnogorske kinematografije. Te mjere su: *ratifikacija i podrška audiovizuelnim inicijativama, stvaranje uslova za podršku filmskoj produkciji i regulisanje institucionalnog i programskog okvira za promociju koprodukcija*. Ratifikacija i podrška audiovizuelnim inicijativama podrazumijeva pristupanje fondu Eurimaž i konsolidacija sa aktuelnim prijedlozima za izmjenu odredbi Evropske konvencije o kinematografskim koprodukcijama. *Stvaranje uslova za podršku filmskoj produkciji* odnosi se na mjere uspostavljanja fondova za razvoj projekata i manjinske koprodukcije. *Regulisanje institucionalnog i programskog okvira za promociju koprodukcija* odnosi se na projektovanje platformi za razvoj koprodukcija. Industrijske sekcije festivala od nacionalnog značaja, po uzoru na vodeće evropske festivale, doprinose poboljšanju statusa nacionalnih kinematografija u međunarodnim okvirima, ali i omogućava domaćim producentima da stvaraju stabilne mreže inostranih partnera, što je dodatno pojašnjeno i analizirano u četvrtom poglavlju.

Četvrto poglavlje se, dakle, bavi industrijskim sekcijama filmskih festivala, kroz analizu istorijskog konteksta njihovog nastanka, studije slučaja i analizu funkcionalnih modela transnacionalnih koproduksijskih marketa: *CineLink*, (Sarajevo, Bosna i Hercegovina),

Connecting Cottbus (Kotbus, Njemačka), *Crossroads* (Solun, Grčka) i *Sofia Meetings* (Sofija, Bugarska), čime se ukazuje na njihove prednosti:

- 1) *Mogućnost sklapanja koprodukcija*, kao produkcijske strategije od izuzetnog značaja za razvoj kako filmskog projekta, direktno, tako i preduslova za unaprijeđenje kinematografskog okvira jedne zajednice;
- 2) *Omogućavanje vizibiliteta projektima već u fazi razvoja*;
- 3) *Mogućnost unaprijeđivanja scenarija i produkcijskih aspekata projekta*, kroz susrete sa profesionalcima iz drugih okruženja i različitog stepena iskustva;
- 4) *Omogućavanje lokalnim profesionalcima da budu u direktnoj komunikaciji sa recentnim trendovima u filmskoj industriji*, u evropskom i širem kontekstu.

Peto poglavlje predstavlja konkretan projekat industrijske sekcije Filmskog festivala Herceg Novi – Montenegro Film Festivala, koprodukcijski market *Herceg Novi Project Hub*. Jedan od načina za uspostavljanje boljeg okvira za funkcionisanje koprodukcija svakako su filmski festivali kao platforme za umrežavanje profesionalaca i uspostavljanje saradnje, odnosno industrijske sekcije koje od devedesetih godina prošlog vijeka postaju ustaljena programska praksa u Evropi. Štaviše, inicijative namijenjene profesionalcima na velikim filmskim festivalima preusmjerile su se sa završenih filmova u zvaničnom programu na projekte u razvoju, kako bi se izašlo u susret potrebama profesionalaca koji su sve više zainteresovani za mogućnosti koprodukcija. Dugoročni efekti projekta industrijske sekcije Filmskog festivala Herceg Novi – Montenegro Film Festivala se odnose na unaprijeđivanje statusa nacionalne kinematografije kroz korišćenje koprodukcija kao jedne od ekonomskih strategija u zemljama malog kinematografskog kapaciteta.

U odnosu na sve izloženo, zaključci mogu biti sljedeći:

- Koprodukcije predstavljaju instrument kulturne politike koja njeguje vrijednosti uspostavljanja jedinstvenog evropskog kulturnog identiteta kao kurioziteta u kontekstu globalizovanog društva. Međunarodne, evropske koprodukcije, u tom

smislu, predstavljaju saradnju producenata iz različitih zemalja, koji ulažu sopstvena i javna sredstva u cilju proizvodnje audiovizuelnog djela.

- Koprodukcije, kao produkcijska strategija, predstavljaju praksu evropskih producenata, stoga su pravno-normativno i institucionalno regulisane na evropskom i nacionalnom nivou.
- Prednosti koprodukcija su višestruke: *kreativne, ekonomske i prednosti za nacionalne politike u ovom domenu*. U kategoriji *kreativnih razloga* podrazumijevaju se elementi poput sadržaja i priče filma, sa jedne strane, a potom pristup kadrovskim izvorima i glumačkoj podjeli iz drugih zemalja, kao i mogućnost pristupa lokacijama i određenim tehničko-tehnološkim potencijalima. U kategoriju *ekonomskih razloga* svrstavaju se: mogućnost ostvarivanja većeg budžeta pristupom većem broju javnih i privatnih izvora, pristup širem tržištu za ostvarivanje prihoda od prikazivanja filma, mogućnosti za razvoj kompanije, poboljšanje lokalne industrije i profesionalizaciju ekipe, razmjena znanja i iskustava, te ostvarivanje stabilne finansijske strukture. *Nacionalne i evropske politike finansiranja filmova* se unaprijeđuju koprodukcijama samim tim što se unaprijeđuje i diversifikacija izvora finansiranja i učešća u filmskim projektima kao jednog od osnovnih konstituenata kulturnog identiteta. Sve to ukazuje na izuzetan značaj koprodukcija kao ekonomske strategije razvoja kinematografija sa malim kinematografskim obimom, odnosno zajednica koje proizvode *zahtjevne filmove*.
- Crna Gora se nalazi u kategoriji zemalja malog ekonomskog obima, tako da se crnogorska kinematografija susreće sa brojnim problemima koji se ogledaju u ograničenim izvorima javnih sredstava, te nedovoljno razvijenom infrastrukturuom (institucionalnim i pravno-normativnim okvirom) u odnosu na trenutne potrebe tržišta. U tom smislu, koprodukcije treba da predstavljaju prioritetnu oblast za dalji razvoj crnogorske kinematografije i tome treba pristupiti strateški, sistemskim rješenjima.
- Industrijske sekcije festivala od nacionalnog značaja, po uzoru na vodeće evropske festivale, doprinose poboljšanju statusa nacionalnih kinematografija u

međunarodnim okvirima, ali i omogućava domaćim producentima da stvaraju stabilne mreže inostranih partnera i koproduciraju.

Na osnovu ovih zaključaka, kojima se potvrđuju stavovi iz uvoda u tezu, moguće je dokazati i osnovnu hipotezu rada: „koprodukcijski marketi predstavljaju jednu od osnovnih podsticajnih mjera za unaprijeđivanje kinematografije zemalja malog audiovizuelnog kapaciteta“.

U magistarskom radu *Koprodukcijski marketi u savremenoj evropskoj kinematografiji - Projektovanje industrijske sekcije Filmskog festivala Herceg Novi - Montenegro Film Festivala*, istražene su mogućnosti djelovanja koprodukcija, kao jedan od preduslova za razvoj nacionalne kinematografije u širem kontekstu. Analizom recentnih dešavanja u evropskom okruženju, došlo se do prijedloga strateških mjera izloženih u radu. Projektni dio odnosi se na prijedlog mjera za unaprijeđenje okvira za djelovanje koprodukcije, te modelovanje jedne od prioritenih aktivnosti – projekat koprodukcijskog marketa u okviru festivala od nacionalnog značaja, te rad ima prevashodno praktičnu namjenu. Ona se ogleda u potrebi za komunikacijom sa širim međunarodnim kontekstom, koji, koliko god trenutno daleko i kompleksno djelovao, traži minimalnu adaptibilnost sistema i spremnost da se film shvati kao djelatnost od posebne važnosti za jednu društvenu zajednicu.

8. LITERATURA I NETOGRAFIJA

1) Bibliografija:

1. **Alberstat, Philip**, 2012, *The insider's guide to film finance*, Oxford: Focal Press
2. **Aleksander, Viktorija D.**, 2007, *Sociologija umetnosti*, Beograd: Clio
3. **Baujard, Thierry, Lauriac, Marc**, et al., 2009, *Study on the Role of Banks in the European Film Industry – Final Report*. Berlin: Peaceful Fish
4. **Babac, Marko**, 1993, *Leksikon filmskih i televizijskih pojmova*, Beograd: Univerzitet umetnosti
5. **Behlin, Peter**, 2002, *Film kao roba*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
6. **Betz, Mark**, 2001, *The Name above the (Sub)Title: Internationalism, Coproduction, and Polyglot European Art Cinema*; *Camera Obscura*: 46, Duke University Press (www.muse.jhu.edu)
7. **Bray, Mark, Packer, Steve**, 1993, „Education in small states: Concepts, challenges, and strategies“, Vol. 13. *Pergamon*
8. **Čekić, Šehad**, 2010, *Savremeni modeli upravljanja nacionalnom kinematografijom u Evropi – Mogućnosti konstituisanja i projektovanje modela centralne institucije za upravljanje kinematografijom u Crnoj Gori – Magistarski rad*, Cetinje: Univerzitet Crne Gore - Fakultet dramskih umjetnosti
9. **De Valck, Marijke**, 2007, *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*, Amsterdam: Amsterdam University Press
10. **Di Foggia, Giacomo**, 2014, „Cinephilia and Festivals: On the Need to Analyze the Lives and Ideas of Festival Founders“, *Cinergie*, god.14, str. 1-8.
11. **Domenak, Žan-Mari**, 1991, *Evropa: kulturni izazov*, Beograd: Biblioteka XX vek
12. **Dragićević Šešić, Milena, Dragojević, Sanjin**, 2005, *Menadžment umetnosti u turbulentnim okolnostima*, Beograd: Clio
13. **Dragićević Šešić, Milena; Stojković, Branimir**, 2002, *Kultura – menadžment, animacija, marketing*, Beograd: Clio

14. **Enrich, Enric**, 2004, *Legal Aspects of the International Film Co-Production*, European Audiovisual Observatory (www.obs.coe.int)
15. **Everett, Wendy**, 2005, *European Identity in Cinema*, Bristol: Intellect
16. **Goulding, Daniel J.**, 2004, *Jugoslavensko filmsko iskustvo, 1945.-2001.*, Zagreb: VBZ
17. **Hall, Stuart, Du Gay, Paul**, 2003, *Questions of Cultural Identity*. London: SAGE Publications
18. **Halle, Randall**, 2008, *German Films after Germany: Toward a Transnational Aesthetic*, Illinois: University Press
19. **Hill, John, Church Gibson, Pamela**, 1998, *The Oxford Guide to Film Studies*, Oxford: University Press
20. **Jovanović, Sreten**, 1998, *Osnovi filmske produkcije*, Beograd: Fakultet dramskih umetnosti
21. **Kanzler, Martin, Newman-Baudais, Susan, Lange, André**, 2008, *The circulation of European coproductions and entirely national films in Europe (2001-2007) - Report prepared for the Council of Europe Film Policy Forum co-organised by the Council of Europe and the Polish Film Institute*, European Audiovisual Observatory, (www.obs.coe.int)
22. **Kastratović, Gojko**, 1999, *Crnogorska kinematografija i filmovi o Crnoj Gori*, Podgorica: Društvo za očuvanje baštine
23. **Klaić, Dragan**, 2007, *Mobility of Imagination: A Companion Guide to International Cultural Cooperation*, Budapest: Center for Arts and Culture, Central European University
24. **Kosanović, Dejan**, 2002, *Jugoslavija – raskrsnica pokretnih slika*, u *La Metticia di Fuoco Oltre il Continente Balcani*, La Bienalle di Venezia
25. **Kotecki, Kristine**, 2014, *Europeanizing the Balkans at the Sarajevo Film Festival*, *Journal of Narrative Theory* 44.3: 344-366. Project MUSE. (Web. 9 Jun. 2016. <https://muse.jhu.edu/>).
26. **Krausz, Danny**, 2012, *Minority Co-productions: A Gift, A Burden, A Must, A Need*; prezentacija za potrebe MEDICI radionice: Amsterdam, 2015. www.focal.ch/medici-training

27. **Majer, Tomas**, 2002, *Identitet Evrope*, Beograd: Službeni glasnik
28. **Marjanović, Jovan, Bakšić Čamo, Amra, Solomun, Predrag**, 2013, *Mapiranje filmske industrije u Bosni i Hercegovini 2013*, Banja Luka: Vizart, Sarajevo: Obala Art Centar
29. **Milla, Julio Talavera**, 2011, *Co-production in Europe. Multinational and Binational Cinema Treaties*;
<http://www.cineuropa.org/dd.aspx?t=dossier&l=en&tid=1364&did=144475>
30. **Moren, Edgar**, 1989, *Kako misliti Evropu*, Sarajevo: Svjetlost
31. **Mundell, Ian**, 2009, „CineMart thriving in tough times”, *Variety*, e-izdanje, 13. januar 2009, <http://variety.com/2009/film/features/cinemart-thriving-in-tough-times-1117998470/>
32. **Nordfjord, Bjorn**, 2007, *Iceland*, u: Hjort, Mette, Petrie, Duncan (ur.) *The Cinema of Small Nations*, Edinburgh: Edinburgh University Press
33. **Peranson, Mike**, 2009, „First You Get the Power, Then You Get the Money: Two Models of Film Festivals“, *Cineaste*, 33(3), str. 37;
http://www.scifilondontv.com/FFA/Dekalog3/Dekalog3_02Peranson.pdf
34. **Redžić, Mirza**, 2014, „Made in War (Boomed in Peace): The Sarajevo Film Festival”, *EFC Narratives*, <http://www.culturalfoundation.eu/library/mirza-redzic-sff-essay>
35. **Steinhart, Daniel**, 2006, „Fostering International Cinema: The Rotterdam Film Festival, CineMart, and the Hubert Bals Fund“, *Mediascape* (2), str. 1-13
36. **Thompson, Kristin, Bordwell, David**, 2002, *Film History: An Introduction*, New York: McGraw-Hill
37. **Thompson, Kristin**, 1987), „The End of the "Film Europe" Movement“. U: O'Regan, T., Shoesmith, B. (ur.) *History on/and/in Film*, Perth: History & Film Association of Australia, str. 45-56.
38. **Trifonova, Trifonova**, 2007, Code unknown: European identity in cinema. *Scope* (8), 1-20.
39. **Turan, Kenneth**, 2003, *Sundance to Sarajevo: Film festivals and the world they made*, Univ of California Press

40. **Vigand, Emma**, 2013, *France accuses: the cultural exception threatened by EU/USA negotiations*, <http://cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&did=234831>
41. **Volk, Petar**, 1986, *Istorija jugoslovenskog filma*, Beograd: Institut za film i Partizanska knjiga
42. **Wayne, Mike**, 2002, *The Politics of Contemporary European Cinema: Histories, Borders, Diasporas*, Bristol, Portland: Intellect
43. **Wutz, Josef, Perez, Valentin**, 2014, *Dissemination of European Cinema in the European Union and the International Market*, Paris: Jacques Delors Institute (<http://www.delorsinstitute.eu/011-20405-Dissemination-of-European-cinema-in-the-EU-and-the-international-market.html>)
44. **Wong, Cindy Hing-Yuk**, 2011, *Film Festivals: Culture, People and Power on the Global Screen*, New Brunswick, New Jersey, London: Rutgers University Press
45. *State of the Region*, 2015, *Screen International*: specijalno izdanje SFF
46. *Cinema of Small Nations*, transkript konferencije *Cinema of Small Nations*, Valletta Film Festival, 9-10. jun 2016.
47. *Coproduction Market Guide*, MEDIA Antena Catalunya, MEDIA Antena Andalucia, MEDIA Antena Euskal Herria, MEDIA Desk Spain, http://www.europacreativamedia.cat/rcs_auth/convocatories/guia_mercats_copro.pdf
48. *Agreement on film and video coproductions between the Government of Canada and the Federal Executive Council of the Assembly of the Socialist Federal Republic of Yugoslavia*, 1988. (www.havc.hr)
49. *European Convention on Cinematographic Coproduction*, 1992; European Treaty Series - No. 147 (www.conventions.coe.int)
50. *Film Co-Production Agreement between France and Yugoslavia*, French Official Gazette of 28 August 1977. (www.cnc.fr)
51. *Kraków Report - Shaping Policies for the Cinema of Tomorrow*, ThinkTank – on European Film and Film Policy, Danish Film Institute, 2008. (<http://www.filmthinktank.org/>)
52. *Nacionalni izvještaj kulturne politike Crne Gore*, Ministarstvo kulture Republike Crne Gore, Podgorica, septembar 2003.

53. *Recommendations CM/Rec(2009)/7 of the Committee of Ministers to member states on national film policies and the diversity of cultural expressions*, 2009.
54. *Evaluation and proposed revisions of the European Convention on Cinematographic Co-Production: A report prepared for Council of Europe*, 2012, London: Olsberg-SPI
55. Komunikacija komisije o državnoj potpori za filmove i ostala audiovizualna djela, Službeni list Evropske unije, C332/1, 15.11.2013.
56. *European Convention on Cinematographic Coproduction*; Strazbur, 2.X1992; European Treaty Series - No. 147 (www.conventions.coe.int)
57. *Agreement on Film and Video Co-Productions between the Government of Canada and the Federal Executive Council of the Assembly of the Socialist Federal Republic of Yugoslavia*, potpisan u Montrealu, 11. 2. 1988; u *Treaty Series: Treaties and international agreements registered or filed and recorded with the Secretariat of the United Nations (1998) United Nations, United States of America* (str. 113-161)
58. *An overview of Europe's film industry*, 2014, European Parliament, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/545705/EPRS_BRI\(2014\)545705_REV1_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/545705/EPRS_BRI(2014)545705_REV1_EN.pdf)
59. Zakon o kinematografiji, Službeni list Crne Gore, broj 42/2015, <http://www.skupstina.me/zakoni/web/dokumenta/zakoni-i-drugi-akti/726/760-5913-26-2-15-1-7.PDF>

2) Netografija:

1. <http://www.coe.int/t/dg4/eurimages> (Eurimaž)
2. https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media_en (Kreativna Evropa - program MEDIA)
3. www.sff.ba (Sarajevo Film Festival)
4. <http://www.marchedufilm.com/en> (Marche du Film, Kan)
5. <https://iffr.com/en/professionals/iffr-industry/cinemart> (CineMart)
6. <http://sofiameetings.siff.bg/> (Sofia Meetings)
7. <http://www.connecting-cottbus.de/> (Connecting Cottbus)
8. <http://www.filmfestival.gr/> (Agora)
9. www.filmthinktank.org/
10. www.cineuropa.org