

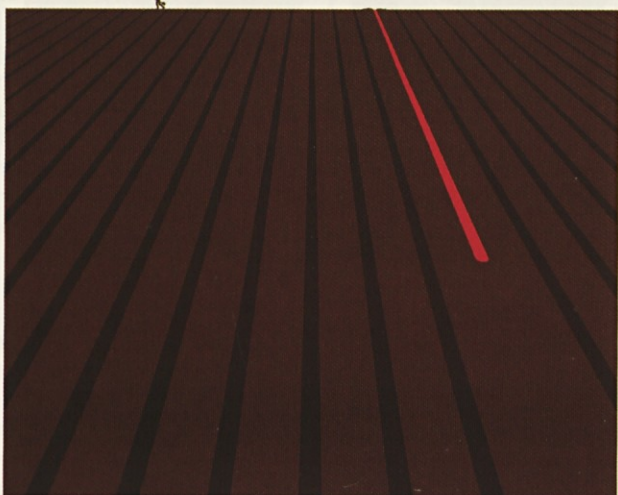
filmska memorabilia
Matic Majcen

Mondo: vodnik po zbirateljskih nebesih

Zbiratelje filmskih spominkov je nekje po letu 2010 zajela nova mrzlica. Na določen dan, ne glede na to, kje na svetu so, vneto čakajo pred računalniškim zaslonom in neumorno pritiskajo tipko F5 za osvežitev zaslona. Čakajo namreč, da bo njihova najljubša založba v prodajo spustila zelo omejeno in točno določeno naklado kakšnega uradno licenciranega izdelka v luksuzni embalaži, pa naj bo to ekskluzivna izdaja filma na BluRayu, vrhunsko oblikovan plakat, popolna replika filmskega lika v obliki igrarče ali prvič izdan *soundtrack* na vinilni plošči. Ko se bo ta izdelek pojavil na spletu – ne vedoč točno, ob kateri uri – bo zaradi majhne naklade razprodan v

nekaj minutah. Tisti, ki bodo dovolj bliskovitih prstov, da jim bo v tem času uspelo opraviti nakup, bodo imeli v rokah sodobno popkulturno umetnino, katere vrednost je že samo z uspešnim nakupom vsaj podvojila izvirno ceno, tisti, ki bodo ostali praznih rok, pa bodo svoj gnev nad nepravilnostjo spletne prodaje stresli na Facebooku. Ti prizori so postali vse večja stalnica na področju zbiranja sekundarnih filmskih izdelkov, ki se je iz nekdanjega nakupovanja in izmenjavanja v realnem svetu v zadnjih nekaj letih močno predruožilo. To pa se je v največji meri zgodilo zaradi največje in vodeče založbe na tem področju, založbe Mondo, ki je postala sinonim za nov spletni *revival* filmskega zbirateljstva ter obenem imena, ki ga

BLOOD SIMPLE



JUNE 5, 2011 ALAMO DRAFTHOUSE CINEMA PRESENTS THE TEXAS MONTHLY ROLLING ROADSHOW AUSTIN, TX

zbiratelji bodisi izrekajo s posebnim spoštovanjem ali pa ga preklinjajo do onemoglosti.

Da gre res za izrazito novodoben pojav, soroden bliskovitim vzponom spletnih podjetij, najbolje priča zgodba o nastanku te mlade založbe. Ena izmed odločilnih anekdot o izvoru sega v leto 2004, ko se je Justinu Ishmaelu, takrat 20-letnemu filmskemu fanatiku, v srce usidrala prigoda, ki jo je slišal o Quentinu Tarantinu. Namreč, raper RZA je bojda prišel domov k režiserju na ogled filma **Master of the Flying Guillotine** (1977, Jimmy Wang), in ko je že mislil, da si ga bosta ogledala z DVD-ja, ga je Tarantino presenetil in je iz svoje zaloge potegnil izvirno 35-milimetrsko kopijo filma. Ishmaela je to tako zelo navdušilo, da je začel tudi sam kupovati poceni skladiščene in zavržene filmske kopije ter jih zbirati, obenem pa z njihovo preprodajo služiti za vsakdanji kruh. Eden izmed paketov je pri eni tovrstnih kupčij romal na naslov kina Alamo Drafthouse v teksaškem Austinu, katerega direktor je bil Tim League. Ta je ob kinodvorani ravno takrat odprl trgovinico s kratkimi majicami, potiskanimi s filmskimi motivi, ki jo je poimenoval Mondo Tees.¹ Nekaj telefonskih klicev med Ishmaelom in Leaguom – in našli sta se sorodni duši; Ishmael se je sčasoma zaposlil v tamkajšnjem kinu. League je medtem dobil idejo, da bi projekcije kulturnih in klasičnih filmov obogatili z lastnimi, posebej oblikovanimi plakati, zato je k sodelovanju povabil ilustratorja rok plakatov Roba Jonesa. Leta 2004 so tako nastali prvi Mondovi filmski plakati za projekcije filmov **Bojevniki podzemlja** (The

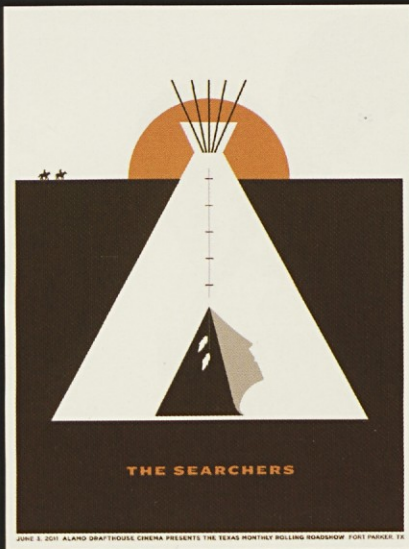


Warriors, 1979, Walter Hill), **Foxy Brown** (1974, Jack Hill) in **Better Off Dead** (1985, Savage Steve Holland), a si tisti čas še nihče ni mislil, v kakšne razsežnosti bo zrasla ta praksa.

Zelo kmalu so tudi drugi lokalni ilustratorji, navdušeni nad svežim pristopom k že obstoječi filmski ikonografiji, želeli podati svoje vizualne interpretacije najljubših filmov. Leta 2005 je takrat še nepoznano, majhno podjetje izdalo 20 plakatov, ki pa so potrdili, da kulturni filmi tradicionalno privlačijo zvesto ter dokaj veliko bazo oboževalcev, ne glede na to, ali gre za pretekle studijske uspešnice tipa *Vojna zvezd* ali obskurne *horror* ter eksploatacijske filme. Potem pa se je leta 2010 zgodilo. Ishmael, sedaj že na polno zaposlen s snovanjem in licenciranjem plakatov, je pridobil prvo veliko studijsko licenco za izdelavo plakata, namreč za film **Volkodlak** (The Wolfman, 2010, Joe Johnston) studia Universal, ki ga je narisal Martin Ansin. Mondo je v tistem času še natančno napovedoval uro začetka prodaje, kar se je v tem primeru prvič izkazalo za napako. Strežnik se je namreč ob tisti uri zaradi prevelikega obiska sesul. »Plakat je bil v prodaji 5 ur, a samo zato, ker od tega 4 ure in 59 minut nisi mogel dostopati do spletne strani,« se je pozneje spominjal Ishmael.

Eno zmed ključnih ilustratorskih imen, Tyler Stout, se je Mondu pridružil že leta 2005. 28-letni risar se ponaša z že na prvo oko prepoznavnim slogom, v katerem kolektiv likov iz določenega filma ročno ilustrira v vertikalni postavitvi. Njegovi plakati za filme **Izgnubljeni fantje**, **Pobesneli Max 2**, **Neslavne barabe**, **Ubila bom Billa**, **Vojne zvezd**, **Vozi!** in **Best Worst Movie** (slednji je postal tudi uradni plakat filma) so bistveno pripomogli k rasti in

¹ Izvirno domeno mondotees.com iz tistega časa podjetje Mondo uporablja še danes.



prepoznavnosti podjetja, saj so tudi njegovi izdelki začeli pridobivati vrednost, s čimer so pokazali, da Mondo lastnoročno ustvarja nov trg sodobnih pop umetnin. Danes je Stout sam kulturni ilustrator, čigar plakati že takoj po izdaji dosežejo večkratnik svoje izvirne cene, z leti pa cene zgolj dodatno naraščajo. Na primer: na zbirateljskem portalu *Espresso Beans* je neka stranka Stoutov poster za Carpenterjev film **Stvor** (The Thing, 1982) pred kratkim prodala za 3.000 dolarjev, kar je stokratnik izvirne cene iz leta 2008.

Danes Mondo izda več kot tristo filmskih plakatov na leto. Takšni nenadejani prodajni uspehi so seveda takoj porodili zamisel o novi širitvi. Leta 2011 je Mondo svojo dejavnost iz kratkih majic in plakatov razširil v novo nišo, v kateri je še bolj razburkal zbirateljske vode: v izdajanje filmskih *soundtrackov* na ekskluzivno oblikovanih vinilnih ploščah. Založba je s tem pametno zajezdila val novega vzpona vinilk v glasbeni industriji, in čeprav je z uradno filmsko glasbo povezano kompleksnejše in zahtevnejše licenciranje, je bil Mondo, tudi s pomočjo vse zvestejših oboževalcev založbe, kakršna sta Quentin Tarantino in Zack Snyder, ki sta podjetju pomagala pri nakupu licenc, tudi na tem področju enormno uspešen. Prva plošča, ki so jo izdali, je bil *soundtrack* filma **Maniac** z novim oblikovanjem izpod rok Jeffa Proctorja. Že s to izdajo je založba takoj pokazala, da v srž razume bistvo tovrstnega izdajanja, ki bolj kot na sami vsebini temelji na fetišističnem podoživljanju izvirnika. Mondo je na ta način do popolnosti izpopolnil umetnost izdajanja sekundarnih izdelkov, ki jim je nadel novo oblikovanje, nov ovitek, spremno besedo ter predvsem barvne kombinacije vinila, povezane z motivi iz filma, s čimer so nekaj, kar je pogosto dokaj nezanimivo, pretvorili v vizualno fantastičen izdelek, ki oboževalce izvirnega filma in zbiratelje privablja predvsem zaradi svoje zunanje podobe. Do danes je Mondo tako izdal približno 50 *soundtrackov* na vinilnih ploščah, kar vključuje tako

obskurne ali kultne filme tipa **The Beyond** (1981, Lucio Fulci), **The Deadly Spawn** (1983, Douglas McKeown) ali **Blue Sunshine** (1978, Jeff Lieberman) kot tudi alternativne različice *soundtrackov* za večje studijske hite, kot so **Jurski park**, **Pobesneli Max: Cesta besa** ali **Varuhi galaksije**.

Strategija pa vendarle ne bi bila tako uspešna, če ne bi Mondo v tem času izpopolnil tudi načina prodaje teh izdelkov. Prvič, pri založbi so se ogromno naučili iz lekcije plakata *Volkodlak* ter so prenehali objavljati uro začetka prodaje. Namesto tega dandanes vedno naznanijo samo datum, točna ura pa je stvar ugibanja in maničnega osveževanja spletne strani. Drugič, podjetje v večini primerov plakatov ali vinilnih plošč ne tatisne v neomejeni nakladi, temveč v točno določenem številu izvodov, ki lahko sega od 50 do več 100 ali 1.000. Poleg tega po navadi ob glavni izdaji (plakati v običajnih barvah, plošče na črnem vinilu) vzporedno dajo v prodajo še različico tega izdelka, ki je natisnjena v manj izvodih, pogosto celo manj kot sto, in je opremljena z drugačnimi barvnimi shemami ali dodanimi elementi. Oboje najpogosteje doživi samo en natis,





nato je izdelek za vedno razprodan. S takšnimi strategijami založba načrtno dviguje ceno in prestiž svojim artiklom ter jim daje eliten zbirateljski pridih.

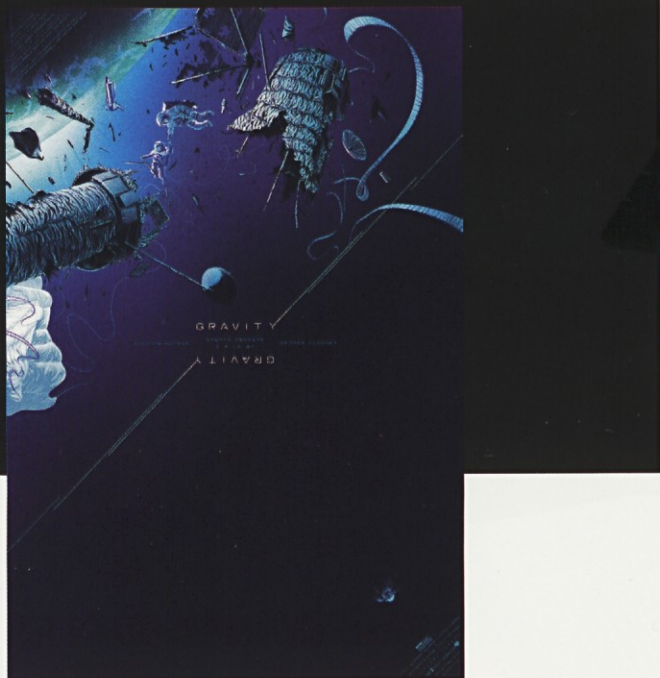
Ravno iz takšnih pristopov, ki njihove izdelke omejuje na majhno število kupcev in ne nujno na široko občinstvo, izhajajo tudi najglasnejše kritike podjetja. Najpogostejši očitek se glasi, da spletni sistem prodaje, v katerem v prodajo spustijo le nekaj sto primerkov, in to ob nedoločeni uri, daje prednost zvitim preprodajalcem, ki imajo v ta namen izdelano programsko opremo: ta jim omogoča avtomatsko izvedbo nakupa, preden človeška roka sploh utegne vpisati vse osebne podatke v spletni obrazec. Tudi zaradi tega so najbolj zaželeni izdelki razprodani le nekaj sekund (!) po tem, ko jih Mondo spusti v prodajo. Najbolj ironično je, da so izdelki večkrat razprodani, še preden založba na Facebooku in Twitterju sploh uspe objaviti obvestilo o začetku prodaje. Za običajne kupce je najbolj moteča izkušnja to, da ti dodajanje izdelka v spletno košarico sploh ne zagotavlja končnega nakupa in da lahko obvestilo o razprodanem artiklu prejmeš tudi po tem, ko si že vpisal podatke s

kreditne kartice, iz česar izhaja največ gneva na družbenih omrežjih po koncu prodaje. Še toliko bolj boleče za te kupce pa je, da se ti isti izdelki že nekaj minut zatem pojavijo na Ebayu po oderuških cenah, saj so jih preprodajalci (»flipperji«) z avtomatiziranimi programi v največ primerih kupili zgolj za to, da lahko z njimi zaslužijo, in sploh nimajo interesov, povezanih z oboževalsko filmsko kulturo.

Navedimo nekaj primerov Mondovih izstopajočih izdaj *soundtrackov* na vinilnih ploščah. Leta 2014 je Mondo izdal glasbo Stevena Pricea iz filma **Gravitacija**, potem ko je bila z izvirno naslovnico že uradno dosegljiva na CD-ju. Vendar pa je Mondo to uradno izdajo bistveno predrugačil in nadgradil ter je za oblikovanje najel Kevina Tonga, ki je najprej izdelal »brezgravitacijski« plakat, ki ga lahko gledate iz različnih perspektiv, ta pa je postal še osnova za ovitek plošče. Slednja je izšla v dveh različicah: prva na črnem vinilu, ki je splošno dosegljiva na trgu, tisti kupci, ki pa so jo naročili še pred izidom, pa so se morda našli med redkimi srečneži, ki jim je Mondo v ovitek namesto črne različice vtaknil varianto, imenovano *Modro nebo/Oblak (Blue Sky/Cloud)*. Ta je bila natisnjena na modri vinil z belo obrobo, ki je s sredinsko nalepko videti, kot da astronaut na nas kuka iz vesolja. Ta velja za najredkejšo in ni bila izdelana v več kot 200 izvodih. Čez nekaj mesecev je založba na svoji spletni strani izdala še tretjo različico, natisnjeno v 500 izvodih, ki poleg temno modre plošče vključuje še zunanji ovitek iz odsevne folije, kakršno uporabljajo v vesolju.



Prav tako leta 2014 je Mondo prvič sploh na vinilni plošči izdal orkestralno glasbo Alexa Northa za **Odisejo v vesolju**, ki jo je Stanley Kubrick na veliko presenečenje skladatelja notorično zavrnil in je namesto tega uporabil predobstoječo glasbo: to v filmu slišimo danes. Ovitek in ploščo je oblikoval Jay Shaw,



v enkratnem natisu pa je izšla v 2.001 izvodu. Kupci, ki so se do plošče dokopali v prednaročilu (ko so jo seveda tudi že razprodali), so se podobno kot pri *Gravitaciji* lahko znašli med 200 srečneži, ki jim je Mondo namesto črnega vinila v ovitek umestil varianto, imenovano *Onkraj neskončnosti* (*Beyond the Infinite*), ki vizualno imitira potovanje po psihadelični vesoljski pokrajini v zaključku filma.

Istega leta je Mondo izdal tudi glasbo iz filma **Zora neumnih mrtvecev** (*Shaun of the Dead*, 2004, Edgar Wright) v treh različnih barvnih variacijah, za oblikovanje je poskrbel Jock. Še bolj kot to pa je 500 naključnih kupcev presenetila dodatna plošča, ki jo je podjetje z žrebom dodajalo k naročilom. Gre za vinilno ploščo, imenovano ZED (Zombie Extermination Disc), na kateri sploh ni posnete nikakršne glasbe, temveč je narejena samo zato, da jo kupec umesti v svojo zbirko za primer zombijevske apokalipse, da se mu ne bi bilo treba soočiti s tako bolečimi dilemami kot lika v filmu, ko sta pri ubijanju živih mrtvecev kot hladno orožje uporabiila najljubše plošče iz svoje zbirke. Plošči so priložena tudi duhovita navodila za pravilno metanje vinilne plošče v zombije.

Založba svojo inovativnost pri oblikovanju v zadnjem letu potrjuje s serijo malih 7-inčnih plošč z glasbenimi temami iz izvirnih animiranih serij *Batman* in *Superman*. Serija plošč je izšla v produkcijsko zahtevnem oblikovanju, ki vključuje izrez vinilne plošče v obliki Batmanovega ali Supermanovega logotipa ter ovitek plošče z raztegljivimi netopirskimi krili.

Založba Mondo pa se tu še zdaleč ni ustavila. Svojo izdajateljsko dejavnost so leta 2011 razširili še na izdajanje retro VHS-različic dokaj obskurnih filmov, kot so

Sledgehammer (1983, David A. Prior), **Blue Sunshine** (1978, Jeff Lieberman), **The Visitor** (1979, Giulio Paradisi), **Soultangler** (1987, Pat Bishow) ali **Run Coyote Run** (1987, James Bryan). Ob koncu leta 2014 so začeli izdajati tudi svojo serijo BluRay plošč v *steelbook* pakiranju z ekskluzivnimi naslovnici sodobnih klasikov, kot so **Fantovska leta**, **Vozi!**, **Panov labirint** ali **Ex Machina**, s čimer nastaja nekakšna vzporedna, sodobnejša različica zbirke Criterion Collection. Ob tem se je Mondo spustil še v izdajanje modne kolekcije na podlagi enega samega filma. To se je zgodilo ob izidu filma **Room 237** (2012, Rodney Ascher), pri čemer je Mondo izdal kapo, šal, pulover, preprogo ali hišni predpražnik s prepoznavnim vzorcem iz Kubrickovega **Izžarevanja**. Še toliko bolj odmevno je podjetje z letom 2015 začelo izdelovati elitne, zbirateljske licenčne igrače. Mondo želi na dolgi rok z njimi ustvariti visokokakovostne igrače, ki bi nadomestile cenene replike v ameriških trgovskih verigah. Detajlna Mondova replika *Hellboya* ali *Železnega velikana* vas bo tako stala med 200 in 300 dolarji. Na koncu omenimo še povsem svežo Mondovo širitev na vzhajajoče področje *soundtrackov* računalniških iger. Ob koncu leta 2015 izide prvi v tej seriji, namreč glasba iz igre *The Last of Us* na štirih ploščah z oblikovanjem Ollyja Mossa in Jaya Shawa.

V skladu z vsem napisanim ni presenetljivo, da je Mondo vzpodbudil tudi vrsto posnemovalcev. Če so podjetja za izdelavo in prodajo sekundarnih in ekskluzivnih plakatov že dolgoletna stalnica na spletu, pa je v zadnjih letih vzniknila vrsta podjetij, kot so Waxwork Records in One Way Static, ki se po Mondovem zgledu specializirajo za izdajanje osveženih *soundtrackov* na vinilnih ploščah, temu posnemanju pa so se pridružile celo starejše založbe, kakršni sta Invada in Milan. Med omenjenimi ima Mondo še naprej veliko prednost v prepoznavnosti, predvsem tiste manjše pa pogosto poročajo



o tem, da se na tržišču zaradi povečane produkcije bije prava bitka za licence kulturnih in klasičnih filmov. Kako daleč gre to brskanje po filmskih arhivih, priča zanimiva letošnja izdaja *soundtracka* za povsem pozabljeni film **Phase IV**, ki ga je leta 1974 v edinem režiserskem poskusu posnel sloviti oblikovalec Saul Bass. Konceptualno ambiciozni film se v času izida ni uspel odločneje vpisati na filmski zemljevid in je večno plaval v kulturnih vodah, iz njega pa so se norčevali tudi v seriji *Mystery Science Theater 3000*. Založba Waxwork je glasbo iz tega filma prvič sploh izdala na vinilni plošči v štirih barvnih kombinacijah, v luksuznem pakiranju in z novim dizajnom Killiana Enga.

Vsekakor je treba poudariti, da tudi založbe, kakršna je Waxwork Records, vrhunsko opravljajo svoje delo. Med njene vrhunce tako npr. sodi glasba iz filma **Rosemaryjin otrok** z oblikovanjem Jaya Shawa, pri kateri je prvih 200 kupcev dobilo vinilko, na vsaki strani obarvano z drugačno barvo, kar je bilo po besedah založnika doseženo prvič v zgodovini glasbe. Prava redkost tega podjetja pa je omejena izdaja glasbe iz filma **Petek, trinajstega**, pri katerem je oblikovanje prav tako delo Jaya Shawa. Slednjo izdajo so v 100 izvodih izdelali tako, da so vinilno ploščo napolnili z rdečo tekočino, ki imitira pretakanje krvi, medtem ko se vrtil na gramofonu. Plošča je toliko redkejša, ker so se mnogi izvodi bojda razlili po policah filmskih zbirateljev.

Vse napisano pa še niti približno ne predstavlja konca Mondovih prihodnjih širitvenih načrtov. Z letom 2014 je podjetje začelo prirejati svojo lastno konvencijo po zgledu bolj uveljavljenega Comic-Cona. MondoCon se bo vsako leto odvil v Austinu, nanj pa založba s samostojnimi stojnicami povabi nepregledno število ilustratorjev, ki med konvencijo podpisujejo svoje izdelke, podjetje pa tam v prodajo spusti tudi vrsto novih izdelkov. Poleg tega je Mondo začel tudi sam kupovati manjše založbe. Njihov prvi nakup je bila založba

Death Waltz, ki ima pod svojim okriljem prav tako kakšnih 50 izdaj *soundtrackov* kulturnih filmov na vinilnih ploščah. O tem, da je vse večjo založbo začel resno jemati tudi studijski in institucionalni establišment, pa priča dejstvo, da je Akademija filmskih znanosti začela njihov vse večji nabor plakatov dodajati v svoj mogočni arhiv več kot 38.000 uradnih plakatov. Ob tem je treba poudariti, da ta institucija pred tem raznih sekundarnih, oboževalskih različic na svoje police ni dodajala.

Mondo, ki se kljub široki paleti dejavnosti danes še vedno formalno opredeljuje kot galerija, tako ne bo nehal vnašati razdora med svoje občinstvo. Podjetje, ki nenehno zagovarja, da to počne iz čistega filmskega oboževstva in zbirateljstva, obenem spretno krmari po zahtevnih korporativnih vodah ter skrbi za nenehno rast, hkrati pa s tem, ko postaja glavni igralec na področju filmskih izdelkov, s svojimi pravili in načinom delovanja tudi samo spreminja trg. Mondo je sinonim nove, vznemirljive dobe za filmsko zbirateljstvo in ki je filmski industriji pokazal tudi to, kako je mogoče vsebinsko še tako nepomemben izdelek spraviti na trg, vse dokler ga z novo, bleščečo vizualno podobo uspeš povzdigniti v zbirateljski fetiš.

Za konec še pripis, ki slikovito pokaže, da vendarle obstajajo meje izdajanja izdelkov iz obskurnih filmov – ali pač ne? Namreč, pred nekaj meseci je ena izmed manj znanih ameriških založb s področja filmskih predmetov na enem izmed zbirateljskih forumov objavila novico, da bo poskrbela za izdajo vinilnega *soundtracka* »so-bad-it's-good« filmske klasike Tommyja Wiseauja **The Room** (2003). Izdaja naj bi izšla v razširjeni različici na dveh ploščah z novo studijsko obdelavo izvornih posnetkov, natisnili pa bi jo naj v šestih barvnih kombinacijah, ki bodo nosile imena, kot so *Čokoladni marmor*, *Eksplodirajoča rdeča vrtnica* ali *Vroča rožnata zmešnjava*. V času pisanja teh vrstic še vedno ni povsem jasno, ali je ta novica resnična ali zgolj šala. Presodite sami.