

Pogovor z Jimom Starkom

2. Višegrajski filmski forum
(Bratislava, 17.-20. oktober 2012)

Gorazd Trušnovec, foto: Lena Kusnierikova

V slovaški prestolnici je konec oktobra potekal 2. Višegrajski filmski forum, ki je bil letos s predavanji in delavnicami posvečen nizkoprorračunski filmski produkciji. Dogodki, organizirani v okviru VFF, so bili odprti za vse, od študentov preko ustvarjalcev z avdiovizualnega področja do zainteresirane javnosti s ciljem podpore sodelovanju med študenti in filmskimi ustvarjalci iz srednje in vzhodne Evrope, pomoči pri ustvarjanju ugodnih delovnih pogojev, izmenjave praktičnih izkušenj na področju mednarodnih koprodukcij in na področju nizkoprorračunskih produkcij nasploh.

S svojimi deli so se predstavljale praška FAMU, budapeštanska SZFE, filmska šola PWSFTViT iz Łodza, bukareštanska UNATC in ljubljanska AGRFT. Predavali so ugledni mednarodni gosti kot režiser **Udayan Prasad**, znan po filmih, kot je po Kureishijevi predlogi posnet *Moj sin fanatik* (My Son the Fanatic, 1997), eden najbolj uglednih evropskih montažerjev **Hervé Schneid**, znan po sodelovanju z Larsom von Trierjem in s timom Jean-Pierre Jeunet & Marc Caro ter režiser in filmski snemalec **Fred Kelemen**, bližnji sodelavec madžarskega cineasta Béle Tarra pri njegovih zadnjih delih.

Nemara največ pozornosti pa je zbudil producent **Jim Stark**, ki je imel predavanje z naslovom What I Have Learned about the Best Way to Make a Movie in vodil tridnevno delavnico z izbranimi študenti. Jim Stark je tisti neodvisni ameriški producent, ki je lansiral kariero Jima Jarmuscha – bil je producent njegovih zgodnjih celovečercerov *Bolj čudno od raja* (Stranger than Paradise, 1984), *Pod udarom zakona* (Down by Law, 1986), *Vlak skrivnosti* (Mystery Train, 1989) in *Noč na zemlji* (Night on Earth, 1991), za pasom pa ima še vrsto kulturnih neodvisnih celovečercerov, od filma *V godlji* (In the Soup, 1992, Alexandre Rockwell) do adaptacije Bukowskega, *Faktotum* (Factotum, 2005, Bent Hamer). Kot producent in koscenarist filma *Cold Fever* (Á koldum klaka, 1995, Friðrik Þór Friðriksson), pa tudi kot soustanovitelj islandske filmske akademije je bil zaslužen za revitalizacijo in mednarodni prodor sodobne islandske kinematografije, s katero sodeluje še danes – in za razliko od ljudi, ki jim je zagnal kariere, ostaja samotar in operira celo brez lastne produkcijske pisarne. Intervju z njim je nastal po predavanju na akademiji.

Kakšna je po vašem prihodnost ameriške neodvisne filmske produkcije in kako je nanjo vplival prehod na digitalno tehnologijo?

Digitalna tehnologija postaja vse cenejša in vse bolj razširjena, filmskih proizvajalcev in laboratorijev je vse manj, tako da bo šel trak počasi iz uporabe. Toda avtorji bodo vseeno še delali s filmom, saj je snemanje na Super 16 mm lahko cenejše od uporabe Red kamere, kjer moraš intenzivno osvetljevati in paziti na detajle, kar zahteva večji vložek časa, denarja in energije. Torej višji proračun. Seveda je vse odvisno od avtorske skupine, ki ustvarja film, od zgodbe, ki jo hoče ta povedati in od estetike, ki tej zgodbi ustreza. Govorimo kajpak o filmu kot načinu zajema vizualne informacije, saj je ves nadaljnji proces že povsem

digitalen. Del tega, kako se držati predvidenega proračuna pa je bilo od nekdaj ustvarjalno prilagajanje temu, kar bi lahko bila najboljša delovna metoda za doseg željenega učinka. Kar pomeni, da se morajo še vedno uskladiti režiser, direktor fotografije in producent.

Na predavanju ste zveneli precej pesimistično glede možnosti prodaje nizkoprorračunskih in neodvisnih filmskih del v prihodnosti. Mar digitalna revolucija in distribucija, o kateri govorimo, torej video-na-zahtevo in drugi načini ogleda filmov, ne pomenijo nastopa krasne nove dobe za neodvisno sceno, kar se tiče promocije in prodaje?

Če sem zvenel negativistično glede prihodnosti digitalnega načina distribucije je to prav zato, ker je bilo vse skupaj predstavljeno kot novo upanje za male produkcije oziroma specializirane filme, kamor uvrščamo ameriški neodvisni film, pa tudi večino 'tujih' filmov, torej vso neholivudsko produkcijo. Teoretično je to lepa možnost, predstaviti film vsakemu, ki se zanima zanj, za témo, umetniški izraz ... A doslej, kljub temu, da ljudje že premorejo vso potrebno tehnično in programsko opremo, ni bilo tu nobenih prihodkov! Kar velja za številne spletne zadeve, torej, vprašanje kako s tem zaslužiti. Tradicionalni viri dohodkov – prodaja televizijam, videotržišče, kinodvorane – vse to je v drastičnem zatonu ali pa so dohodki praktično izginili. Domača digitalna distribucija ni nikakršna zamenjava za klasična tržišča kljub številnim platformam, specializiranim za art filme – kar pozanimajte se, koliko od tega dejansko prejmejo producenti neodvisnih filmov. Številke so smešno nizke. Svoj delež si vzamejo bančni posredniki, digitalne platforme, distributer, pa še kak prisklednik za povrh in na koncu ti ostane nekaj zanemarljivih odstotkov. Pa še to le če film sploh koga zanima! V praksi se soočamo z vprašanjem trženja in promocije. Kako zbuditi zanimanje pri potencialnih gledalcih? Zaenkrat se kot možnost kaže izjemna aktivnost na družbenih omrežjih, pa še tu se je potrebno dobesedno vsiljevati ciljnim skupinam, ki so neredko precej nišne ... Avtorji, ki jih poznam in s katerimi delam, energijo in čas raje vlagajo v ustvarjanje filmov kot da bi dve leti neprestano viseli na internetu in poskušali na vse možne načine vplivati na dovolj povečan pretok njihovih filmov, da bi to kaj pomenilo ... Morda se bo vse spremenilo, morda bo kdo iznašel metodo, kako to početi učinkovito. In pri vsem, kar je v danem trenutku na razpolago za ogled, kakšne možnosti mislite da imate prav z vašim filmom?

Presenetljivi so tudi vaši podatki o tem, koliko producentu pri nese uspešen festivalski film ...

Neuradne, toda preverjene informacije so naslednje: če se znajdete med srečneži, ki se uvrstijo na katerega od festivalov kategorije Cannes in Berlin, in če filma tam brutalno ne spljuvajo, če ima torej vsaj zmerno uspešno festivalsko predstavitev s pozitivnimi recenzijami – ko vzame svoj delež prodajni agent in ko pokriješ nastale stroške, lahko produkcijska družba računata na končni zaslužek v rangu 200.000 EUR. In to so filmi, ki so stali v povprečju milijon ali dva evrov. Najmanj! Zaslužek je torej v najboljšem primeru 10 %, kar kot finančna investicija nima



Cold Fever

nobenega smisla. Seveda pa večino filmov, predstavljenih v Cannesu in Berlinu financirajo nacionalni filmski skladi ali druge subvencijske sheme v okoljih, ki obravnavajo film kot kulturno vrednoto, pomembno za ohranjanje jezika, promoviranje teritorija in tako dalje.

Verjetno se strinjate, da je devede mrtev, neodvisne filme danes težko prodajate večjim televizijam, digitalne platforme še ne prinašajo profita – kje je torej prihodnost?

Zasluzek s spletno distribucijo se utegne v prihodnosti vendarle povecati. Morda preko sponzorstva, novih načinov oglaševanja ali izboljšane trženja. Počasi se zamejuje tudi piratstvo. Resnici na ljubo plačujejo festivali za projekcije višje pristojbine kot kdaj koli, kar je fino, in tako se nekaj le nabere. Televizijsko tržišče je sesuto, na začetku moje kariere smo filme rutinsko prodajali nemškimi televizijam tudi za 300.000 EUR, prikazovali so jih v udarnih terminih, ker je televizija veljala za kulturni medij, naši filmi pa za umetniško zvrst, dandanes pa so vse televizije podvržene komercialni in ratingom. Prevladujejo resničnostni šovi in tekmovanja talentov. Če televizije že kupijo kakovosten film, ga kupijo poceni in uvrstijo v pozno večerni termin.

Številni filmi, ki ste jih producirali, so uspešno nabirali nagrade po festivalih, tudi na Sundanceu, vendar pa ste izjavili, da vpliv festivalov na filme ni nujno pozitiven, saj naj bi diktirali določeno estetiko. Lahko to podrobneje razložite?

Festivalski selektorji imajo seveda svoj okus in cilje, in čeprav so ti lahko različni, zadnja leta opažam izrazit trend v smeri vizu-

alnega na račun zgodbe. Na festivale se zlahka uvrstijo filmi brez pravih zgodb, s šibko izoblikovanimi liki in z malo dialogov, ker so selektorji navdušeni nad njihovo vizualno izdelano podobo. Če se zdijo filmi preveč 'klasični', so zlahka zavrženi ali pa označeni za 'televizijski film'. Zmeraj me zmede, ko Evropejci govorijo o TV filmu, kot da bi vedeli, kaj to pomeni, razen da s tem označijo slab film. Morda gre zgolj za ciklične trende. Sundance je nekdanj promoviral nizkopračunsko, avtorsajdersko, neodvisno produkcijo, potem pa je nekako po Stevenu Soderberghu prevzel vlogo novačenja mladih talentov, ki bi jih lahko usmerili v Holivud. Kar me ne zanima.

S čim se soočate na področju kinematografske distribucije?

Filma še nikoli ni bilo tako težko pripeljati v kino. V ZDA se za neodvisne art in tuje filme zanima pretežno publika nad petdesetimi leti, trend pa se seli tudi v Evropo. Ta medij za mlajšo publiko enostavno ni več tako privlačen. Glasbeni video, videoigre, resničnostna televizija, vampirske in otroške filmske franšize – to še gre. Nikogar pa v resnici ne zanimajo ameriški avtorji. Če se spremeni tržni trend, če bo kdo s te scene našel način, kako promovirati sebe in filme, potem se situacija morda lahko izboljša. Pa še to ne za vse.

Kaj menite o televizijskih serijah, ki prevzemajo štafeto kakovostne produkcije oziroma umetniške forme, obravnavajo jih v akademskih krogih, vplivajo na način pripovedovanja ...

Da razčistimo: nisem snob. Med vikendi si rad ogledam kako uspešnico, še raje pa dobro serijo kot so *Oglaševalci*, *Kriva pota*,

Downton Abbey in druge. Všeč mi je, da lahko na ta način poveš zelo sofisticirano, kompleksno in niansirano zgodbo o posameznikih in situacijah in jo razvijaš dlje kot uro in pol. V tem so serije podobne romanom. Mimogrede, ti so praviloma slaba predloga za film, ker je v njih preprosto preveč vsega. Skozi zaplete v seriji pa je možen dolg razvoj. V najboljših serijah lahko celo najdeš individualen kreativni glas, vizijo, posamezniki so si izborili veliko svobode, da lahko povejo zgodbo res na način, kot jo hočejo. Ena od zadev, ki me trenutno zanimajo, je prav oblika pripovedovanja, ki ni zamejena z 90 minutami.

In to je?

Transmedijska produkcija, ki omogoča nadaljevanje pripovedovanja v drugih medijih in njihovo prepletanje. Na ta način lahko živiš z zanimivimi liki dlje časa, tedne in mesece, pri čemer je publika lahko tudi interaktivna. Vse te možnosti je odprl splet, kar se mi zdi v ustvarjalnem smislu fantastično.

Ste se zavestno odločili, da ostanete zvesti nizkoproračunski produkciji?

Drugačnih ponudb nisem dobil, niti jih nisem iskal. Pri majhnih filmih, kakršne produciram, je vse odvisno od nas. Če je film dober, smo za to zaslužni sami, če je slab, ne moremo kriviti drugih. V holivudskem sistemu si zgolj delček kolesja, prisiljen v kompromise. Če bi bil stacioniran v EU, bi verjetno delal dva- do trikrat večje filme, v ZDA pa me drži pri nizkih proračunih to, da ni nikjer denarja. Sicer to pomeni manj pritiska na tim in več razpoložljivega časa za delo, omejitev pa te tudi silijo da si bolj ustvarjalen glede načinov, kako boš zgodbo povedal. Morda z manj posnetki, manj ljudmi, manj lokacijami in prizori. Zaradi varčevanja je morda več poudarka na splošnih planih, kar je lahko vizualno zanimivo in emocionalno privlačno.

V New Yorku ste producirali filme Vladana Nikolića in Darka Lungulova, vas je morda kontaktiral še kak drug avtor s področja bivše Jugoslavije?

Nikoliću me je predstavil Richard Peňa in vsaj deset let sva se pogovarjala o projektih. Prinesel mi je scenarij, ki bi ga lahko



Pod udarom zakona

posneli za 50.000 dolarjev, kar smo uspeli hitro zbrati in film *Ljubezen* (Love, 2005) smo posneli v treh tednih. Predvajan je bil v Benetkah, na Tribeci ... Pomagal sem mu tudi pri drugih projektih, *Zenit* (Zenith, 2010) recimo je eden od teh vznemirljivih transmedijskih del. Pravkar je zaključil s snemanjem filma *Allure* (2013) na temo tujk v New Yorku, povsem improviziran, posnet digitalno, za nekaj tisočakov. On me je prosil, če lahko pomagam tudi Darku Lungulovu, ki je za svoj film *Tam in tukaj* (Tamo in ovde, 2009) iskal kakšno večjo zvezdo, kar pri danem proračunu ni bilo izvedljivo, sem mu pa predstavil nekaj odličnih igralcev ... V vaši regiji imam znanca, sodelujem s festivalom v Zadru, stalno dobivam predloge za projekte, dejansko ima Nikolić prav zdaj scenarij, ki bi se naj dogajal na otoku, morda ga bomo posneli na Hrvaškem.

Za konec: katere so lastnosti dobrega producenta?

Mislím, da moraš imeti dober okus, domišljijo in sposobnost, če naj citiram *Rdeče čevljičke* (The Red Shoes, 1948, Powell & Pressburger), iz majhnih stvari narediti velike. Iz diskusij in idej na papirju sestaviti projekt ter pogum, energijo in inteligenco, da to izpelješ in da znaš zadevo prodati. Potrebna je tudi sposobnost dela z ljudmi – tudi sam sem kdaj v skušnjavi, da bi vse skupaj pustil, toda dober producent ostane zraven v težkih časih.

Ena od skrivnosti vašega uspeha naj bi bila tudi v tem, da vse življenje delujete kot »one man band« ...

Včasih me deprimira, ko vidim prijatelje v finih pisarnah, obkrožene s sodelavci, a mi ni treba vstajati ob jutrih in skrbeti, kako bom pisarno in ljudi v njej plačal. Zame je v tem svoboda. Počnem kar res želim in se ukvarjam s projekti, ki so mi všeč. In če moraš vsak teden plačati račune te svobode ni.



V godlji