

D N F O

Zaradi nakopičenih ekonomskih problemov, neukročenega video piratstva, državljanske vojne na tleh nekdanje Jugoslavije in neznosnega goljufanja poljskih prikazovalcev filmov (kot vemo, lažno prikazovanje podatkov o številu gledalcev tudi na naših tleh še ni povsem izumrlo) se kinematografija v vzhodni Evropi (kamor v Varietyju prištevajo tudi našo domovino, četudi se sami umeščamo v srednjo Evropo) še vedno ni »pobrala«. Kljub naraščajočim stroškom za propagando pa so za vzhodnoevropske distributerje in njihove ameriške partnerje še vedno vzpodbudni zelo dober obisk nekaterih vodilnih filmov, pristajanje gledalcev na višje cene vstopnic in napovedi o sprejetju copyright zakonov, za katere upajo, da bodo končno le pomagali ukrotiti pirate. Med majorji in domačimi »hišami« se vzpostavljajo nove povezave in strategije lansiranja filmov. Peter Dignan, predstavnik 20th Century-Fox v Nemčiji, ki nadzoruje območje srednje Evrope, napoveduje, da bo najmočnejši teritorij postala Poljska s svojimi 40 milijoni prebivalcev, vendar naj bi do tega prišlo šele čez približno tri leta, ko se bo izboljšal gospodarski položaj te države. Ameriške uspešnice kljub vsem težavam niso izgubile svoje učinkovitosti: **Robin Hood - princ tatov** je npr. na Poljskem priigral 1,4 milijona USD, 800.000 USD na Češkem in Slovaškem, 400.000 na Madžarskem in 300.000 USD na ozemlju nekdanje Jugoslavije, kar je dokaj impresivno glede na ceno vstopnic, ki je v teh državah med 35 centi in 1 USD (pri nas je še nekoliko višja). Te številke so bile nedosegljive še pred nekaj leti, ko so navedene države kupovale filme za sorazmerno majhno »fiksno« ceno, cene vstopnic pa so bile občutno nižje. Za Jugoslavijo velja, da jo večina majorjev trenutno obravnava kot dva ločena teritorija - vzhodni in zahodni: Warner Bros. zalaga vzhodni del prek beograjskega distributerja TuckVision, zahodnega pa še naprej prek Jadran filma (v Sloveniji filme WB posredujejo Ljubljanski kinematografi); Columbia TriStar sodeluje s Continental Filmom (v Sloveniji Mladina film); 20th Century-Fox bo pogodbe za svoje filme sklenil predvidoma do letošnjega festivala v Cannesu; tudi Buena Vista Intl. bo svoje filme posredovala prek domačih distribucij, potem ko se bo iztekel njen globalni deal z WB; UIP pa zaradi težav z nekdanjim partnerjem Inex filmom že leto dni noče dostavljati svojih filmov in vse kaže, da svoje dejavnosti pri nas še ne bo kaj kmalu obnovil.

IGOR KERNEL

D N F O

MANEKENKA

MANNEQUIN ON THE MOVE

■■□□□

režija: Stewart Raffill
 scenarij: Edward Rugoff
 fotografija: Larry Pizer
 glasba: David McHugh
 igrajo: Kristy Swanson, William Ragsdale
 producent: Rank, ZDA, 1991

Kako definirati slab sequel? Običajno dejstvo, da se mu zvezde iz prejšnjega dela (delov) izognejo že na daleč, razumemo namreč šele kot posledico.

Nujno, ne le koristno merilo definicije utegne biti *fabulativna nadgradnja*. Primer zanjo je večslojnost časovno-prostorskih paradoksov iz sci-fi konceptualne zakladnice Zemeckisove **Vrnitve v prihodnost**. Naš film pa navzlic fantastičnim primesem ostaja lesen... in to ne le dobesedno: podobno kot pri **Vrnitvi v plavo laguno** smo priča *goli ponovitvi, ne pa nadaljevanju ali predelavi* že znanega materiala! Kje so potemtakem presežki Prvotnega, ki jih izgubi Naknadno?

Medtem ko sta Andrew Mc Carthy in Kim Cattrall v leta 1987 posneti komediji **Mannequin** igrala v izločeno lutko ujet staro-egipčanski spiritus in njenega oživjevalca, smo v neprimerno manj uspešni in donosni **Mannequin On The Move** povsem na istem. Nepomembna je razlika provenience zabludelega duha, tokrat temačne mittelevropske kraljevine **Hauptmann-Koenig**, pomembna pa razlika neinventivnih štosov in pretiranega psihološkega karikiranja. Film, ki na države lepi imena, ki

zvenijo kot znamke nemških vin, posledično zgreši celo starejše otroke, ki so jim vse skupaj tudi name-nili.

Torej: po tisoč letih izložbeni aranžer Jason odkrije skrivnost lutke - za kazen jo je po naročilu zlobne kraljice olesenel čarovnik in tako preprečil romanco med bogatim princem in lepo, a revno kmetico. A *magic spell* traja le tisočletje, interprete so preoblekli za kulisami... in viteška etika se preseli v okolje, estetiko in logiko veleblagovnice. Med Jasonom in oživljenim lesom, ki bo vsake toliko ponovno otrdel, vznikne ljubezen. Motijo jo čarovnikov potomec iz Mitteleurope in redke duhovite domisljice Jasonovega šefa, Hollywood Montrosea, stereotipnega gay-konstrukta, prefabriciranega za pričakanja *straight* gledalcev. Prav zares bebavo, ko pa bi bilo, denimo, mogoče posneti dobro *slapstick* smešnico ali celo kakšno nadčasovno variacijo filma **Making Mr. Right** Susan Seidelman! Tam se je odlična komika, izvirajoča iz paradoksov identitete subjekta, v veselje filozofskega uma vozila sem ter tja po transverzali telo/duša.

Tokrat se to žal ne zgodi, zato po-vejmo to z novoveškimi klasiki: fizika

nam čisto vsega o telesih ne more povedati, je pomislil Leibniz, in se zaradi tega bridko počil z Descartesom, ki je nasprotno trdil, da je mogoče materialno telo fizikalno *in samo* fizikalno opisati. Navsezadnje je bil ravno Leibniz med prvimi po sholastiki, ki je dušo razumel kot samostojno substanco.

Ce torej sklepamo po zgoraj orisanem scenariju, tedaj se **Manekenka** proglašaja za strogo leibnizovski film - a kaj, ko lastnim junakom dopusti le Kartezija in zato obstane na kaj trhljih nogah! Leseni v nogah in glavi so namreč vsi - razen lesene manekenke.

Seidelmanova je upoštevala »krutega« Descartesa, pri katerem sublimnosti ni in je vse mehansko. Tako je dosegla zelo sublimne in spontane komične učinke. Stewart Raffill z ekipo je dosegel bolj malo.

TOMAŽ KRŽIČNIK

