



UNIVERZITET UMETNOSTI U BEOGRADU
FAKULTET DRAMSKIH UMETNOSTI
POZORIŠTA, FILMA, RADIJA I TELEVIZIJE

STIMULATIVNI INSTRUMENTI I STRATEGIJE KULTURNE POLITIKE
U OBLASTI FILMSKE PROIZVODNJE U SRBIJI

DOKTORSKA DISERTACIJA

KANDIDAT

Darja Bajić

Index broj: 10/2009d

MENTORKA

Red. prof. dr Vesna Đukić

BEOGRAD

2017.

SADRŽAJ

Abstrakt 5

Abstract 7

1. Uvod 9

- 1.1. Naučni problem 11
- 1.2. Predmet rada 12
- 1.3. Ciljevi rada 13
- 1.4. Ključni pojmovi 13
- 1.5. Hipoteze 24
- 1.6. Istraživačko pitanje 25
- 1.7. Metodologija 25

2. Sociokulturni ciklus savremene filmske proizvodnje u Srbiji 27

- 2.1. Filmska publika 28
- 2.2. Umetničko obrazovanje i razvoj filmske publike 30
 - 2.2.1. Edukacija rukovodilaca institucija koje se bave kulturom u Srbiji 39
- 2.3. Stvaralaštvo 33
 - 2.3.1. Podsticajno okruženje 34
- 2.4. Faze procesa filmske proizvodnje 36
- 2.5. Kulturni proizvod – film 39
- 2.6. Uloga difuzije 40
- 2.7. Uloga animacije 45
- 2.8. Obaveza arhiviranja 46
- 2.9. Proizvodni proces filma 50
 - 2.9.1. Faza predpripreme 57
 - 2.9.1.1. Ideja i pisanje scenarija 58
 - 2.9.1.2. Razvoj projekta 59
 - 2.9.2. Faza pripreme 63
 - 2.9.3. Faza produkcije 66
 - 2.9.4. Faza postprodukcije 69
 - 2.9.5. Faza distribucije 71

2.9.6. Faza prikazivanja 73

3. Proizvodnja filmova u Srbiji 81

3.1. Proizvodnja filmova u periodu socijalizma 83

3.1.1. Centar filmskih radnih zajednica 87

3.1.2. Filmska proizvodnja devedesetih godina 90

3.2. Proizvodnja filmova u tranziciji 92

3.2.1. Filmski centar Srbije 94

3.3. Zaključak poglavlja 96

4. Značaj kulturne politike na filmsku proizvodnju 100

4.1. Kulturna politika u odnosu na kinematografiju 101

4.2. Podsticajni Instrumenti i strategije filmske proizvodnje u Srbiji –
istorijska analiza 102

4.2.1. Pravno politički instrumenti 102

4.2.1. Ekonomski instrumenti 104

4.2.3. Vrednosno idejni 107

4.2.4. Organizacioni instrumenti 109

4.2.5. Strategije povezivanja 110

4.2.5.1. Partnerstvo javnog, privatnog i nevladinog sektora 114

4.2.6. Strategije postizanja održivosti 116

4.2.7. Programsko organizaciono kompetitivne strategije 118

5. Lanac vrednosti filmske proizvodnje 120

5.1. Promocija kulturne raznolikosti 121

5.2. Novi trendovi u javnim praktičnim politikama 124

5.3. Stimulacija lanca vrednosti filmske proizvodnje 125

5.3.1. Stvaralaštvo i grantovi za umetnike 125

5.3.2. Proizvodnja i poreske olakšice za pokretanje proizvodnje 127

5.3.3. Distribucija i kvote audiovizuelnog sadržaja 130

5.4. Participacija i redukcija cena 133

6. Stimulacija filmske proizvodnje 136

6.1. Neposredna stimulacija filmske proizvodnje 136

6.1.2. Diversifikacija izvora finansiranja 137

6.2. Posredna stimulacija filmske proizvodnje 138

6.2.1. Stimulacija infrastrukture	138
6.2.2. Stimulacija ljudskih resursa	141
6.2.3. Stimulacija tehničkog i tehnološkog razvoja	144
6.3. Nov model stimulacije filmske proizvodnje	145
7. Zaključak	154
8. Naučno teorijski doprinos	169
9. Literatura	171

ABSTRAKT

Prvo poglavlje je uvodni deo doktorata u kojem se, nakon uvodnog razmatranja političkog, ekonomskog i kulturnog konteksta teme, definiše polazni okvir naučnog istraživanja: naučni problem, predmet i ciljevi rada, pojmovno-hipotetički okvir, istraživačko pitanje i metodologija istraživanja.

U drugom poglavlju se sa stanovišta menadžmenta filmske proizvodnje sagledava socio-kulturni ciklus filma kao zaokružena celina sastavljena od pojedinačnih elemenata u nizu (kulturne potrebe filmske publike, umetničko obrazovanje i edukacija rukovodilaca u kulturi, filmsko stvaralaštvo i podsticajno okruženje, proizvodnja i film kao proizvod, difuzija kroz filmske festivale i sl, animacija filmske publike, te arhiviranje i digitalizacija filma). Drugi deo poglavlja čini celovit uvid u sve faze proizvodnog procesa filma koji, pored predpripreme i pripreme, obuhvata i produkciju, postprodukciju, distribuciju i prikazivanje filmova.

Treće poglavlje čini istorijska analiza proizvodnje filmova u Srbiji sprovedena u dve vremenske tačke preseka: u periodu socijalizma tokom druge polovine 20. veka i u periodu tranzicije početkom 21. veka sagledana i sa aspekta menadžmenta filmske proizvodnje kroz delatnost Centra filmskih radnih zajednica i Filmskog centra Srbije.

Četvrto poglavlje disertacije čini analiza kulturne politike u odnosu na kinematografiju fokusirana na pregled instrumenata i strategija filmske proizvodnje u Srbiji. Obuhvata analizu pravno-političkih, ekonomskih, vrednosno-idejnih i organizacionih instrumenata kulturne politike u oblasti filma koja je, takođe, kao i u prethodnom poglavlju, sprovedenu u dve vremenske tačke preseka (socijalizam, tranzicija). U drugom delu poglavlja proučavaju se ključne strategije kulturne politike i menadžmenta u kulturi koje ukazuju na neophodnu sinergiju države i institucija filmske proizvodnje kako bi se smanjilo njihovo finansiranje iz državnog budžeta, a one osposobile da funkcionišu na tržištu. Proučavane strategije su: povezivanje javnog, privatnog i civilnog sektora, postizanje održivosti privatizacijom u cilju da privreda postane strateški partner javnog sektora i konačno, programsko-organizacione strategije usmerene na povećanje obima

produkcije i usluga, razvoj publike i širenje tržišta, diferencijaciju programa, programsko fokusiranje i diversifikaciju resursa.

Peto poglavlje je posvećeno proučavanju savremenog koncepta "lanca vrednosti" (value chain) koji, u oblasti kulturne politike i menadžmenta u kulturi, podrazumeva čitav sistem podsticajnih mera usmerenih, pored stvaralaštva, i na proizvodnju, distribuciju i participaciju. U njemu se analiziraju različiti aspekti načela promocije raznolikosti kulturnih izraza koji se odnose na filmsku proizvodnju, kao i novi trendovi u javnim praktičnim politikama onih država koje su ratifikovale UNESCO Konvenciju o zaštiti i unapređenju raznolikosti kulturnih izraza, među kojima je i Srbija.

Šesto poglavlje predstavlja projetno modelovanje novih efikasnijih i efektivnijih stimulacija filmske proizvodnje prilagođeno promenjenim političkim, ekonomskim, društvenim i kulturnim okolnostima u Srbiji i međunarodnom okruženju. Obuhvata modelovanje neposredne stimulacije kroz budžetsko finansiranje i posredne stimulacije za razvoj infrastrukture, ljudskih resursa i tehničko-tehnoloških kapaciteta, arhiviranja i digitalizacije filma.

Sedmo poglavlje donosi zaključak izveden na osnovu sprovedenih teorijsko-empirijskih istraživanja u kojem se konstatuje da Srbija u tranzicionom periodu stimuliše razvoj kinematografije isključivo koristeći ekonomski instrument direktnog i indirektnog finansiranja, dok su svi ostali raspoloživi instrumenti i strategije, prema teoriji kulturne politike i menadžmenta u kulturi – u potpunosti zanemareni. Time je istovremeno i potvrđena polazna hipoteza da država u procesu tranzicije mora koristiti različite instrumente i strategije kako bi stimulisala sve faze procesa i omogućila kontinuitet filmske proizvodnje dok ona ne bude dovoljno jaka da samostalno funkcioniše na tržištu ne dovodeći u pitanje kvalitet i posebnost filma kao umetničkog dela.

ABSTRACT

The first chapter in this doctoral dissertation is an introduction which, after considering the political, economic and cultural context of the topic, defines the benchmark of scientific research: the scientific problem, subject and the objectives of the work, the conceptual and hypothetical framework, the research questions and the methodology used.

The second chapter, coming from the perspective of film production management, looks at the socio-cultural cycle of film as a circle composed of individual elements completed whole, created from equal parts lined up in a row (the cultural needs of the film audience, art education and the education of the cultural leaders, film creativity and a supportive environment, production and film as a product, diffusion through film festivals and the like, the animation film audience, and the archiving and digitalization of film). The second part of the chapter provides comprehensive insight into all the phases of the film production process, which, in addition to pre-production preparations, includes the production, post-production, distribution and exhibition of films.

The third chapter makes a historical analysis of film production in Serbia, conducted during two time periods of intersection: the period of socialism during the second half of the 20th century and the period of transition during the beginning of the 21st century viewed in terms of management and film production activities through the Center of Working Film Professionals and the Film Center of Serbia.

The fourth chapter of this doctoral dissertation is an analysis of the cultural policy in relationship to filmmaking, focused on the review of the instruments and strategies behind film production in Serbia. This includes an analysis of the legal and political, economic, and evaluative conceptual and organizational instruments of culture policy in the field of film which is, also, as in the previous chapter, conducted through two time periods of intersection (socialism, transition). The second part of this chapter studies the key strategies of cultural policy and cultural management indicating the necessary synergy that the state institutions and film productions leverage in order to reduce

their funding from the state budget, while they enable them to operate in the market. Studied strategy is around connecting the public, private and civil sectors, achieving sustainable privatization in order for the economy to become a strategic partner of the public sector and finally, programming and organizational strategies aimed at increasing the volume of production and services, audience development and market expansion, the diversification of programs, program focus, and the diversification of resources.

The fifth chapter is devoted to the study of the modern concept of the "value chain" which, in the realm of cultural policy and the management of cultural policies, involves a system of incentives directed, in addition to creation, and in the manufacturing, distribution and participation. It analyzes various aspects of the principles of promoting the diversity of cultural expressions relating to film production, as well as new trends in the public policy of those countries that have ratified the UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, among which is Serbia.

The sixth chapter represents modeling of new, more effective and efficient stimulation of film production that has adapted to the changed political, economic, social and cultural circumstances in Serbia and the international environment. It includes the modeling of direct stimulation of the budget through financing and indirect stimulation for the development of infrastructure, human resources and technological capacity of archiving and digitizing film.

The seventh chapter brings the conclusion drawn on the basis of the conducted theoretical and empirical research which states that Serbia is in a transitional period, stimulates the development of film exclusively using the economic instrument of direct or indirect funding, while all other available instruments and strategies, according to the theory of cultural policy and cultural management – are completely ignored. This also confirmed the starting hypothesis that the country in the transition process must use a variety of instruments and strategies to stimulate all stages of the process and allow for the continuity of film production until she is strong enough to independently operate on the market without compromising the quality and uniqueness of film as a work of art.

1. UVOD

Tema kojom želim da se bavim, inspirisala me je kroz dugogodišnju praksu. Tokom godina bavila sam se različitim delovima životnog ciklusa filma, od proizvodnog procesa, preko distribucije i prikazivanja. Različiti problemi, tokom rada na projektima, nedovoljna stimulacija filmske proizvodnje, raspad bioskopske mreže, kao i nezavidan položaj umetnika, producenata i filmskih radnika u Srbiji, inspirisali su me da ih naučno objasnim i pokušam da dam naučna rešenja primenjiva u praksi.

Zakon o kinematografiji počeo je da se primenjuje jula 2012. godine. Njime je Filmski centar Srbije dobio status ustanove kulture i stvorila se mogućnost da se kroz zakonsku regulativu trajno reši stimulacija filmske proizvodnje.

Kultura i umetnost utiču na sopstveni razvoj, ali i na razvoj pojedinca i društva. Kvalitetna umetnička dela utiču na sistem vrednosti u društvu. Eduard Tajlor naglašava koherentnost i dvosmernost individualnog i kolektivnog. Društvo prenosi kulturno nasleđe na pojedinca, a pojedinac, stvarajući nove vrednosti, doprinosi razvoju društva. Prema definiciji kulturne politike i pretpostavke da se kultura ne može razvijati sama bez pomoći države, potrebno je, kroz instrumente i strategije kulturne politike, sagledati mogućnosti i potrebe stimulacije proizvodnog procesa filma.

Film nije roba iako zavisi od funkcionisanja tržišta. Film je kompleksno umetničko delo i tehnički je zahtevnije od drugih dela iz oblasti kulture. Zato je potrebno da se, kroz stimulaciju filmske proizvodnje u Srbiji, stvore uslovi za podsticaj celog životnog ciklusa projekta, od ideje stvaralaca i proizvodnje, do distribucije i prikazivanja filmova.

Naučni rad se zasniva na pozicioniranju i prepoznavanju stanja kinematografije na tržištu kulture u Srbiji. Koristiću teorije i prakse kulturnih industrija primenljivih u specifičnim uslovima tranzicije, i Kjarinijeve teorije filma koja definiše odnos umetnosti, industrije i tržišta.

Osnovni indikatori odnosa države prema filmskoj proizvodnji u Srbiji su: Identifikacija problema, definisanje strategije razvoja i mogućnosti posredne i neposredne stimulacije filmske proizvodnje. Metodom istorijske analize biće utvrđeni instrumenti i strategije kulturne politike koji su bili primenjivani u periodu socijalizma. Metodom funkcionalne strateške analize u radu će biti sagledano trenutno stanje i mogućnosti razvoja filmske proizvodnje.

U Srbiji nije samo problem blokade tranzicionih tokova, već zastoja u stvaranju osnova za razvoj novog ekonomskog poretka. U takvim uslovima društvo zanemaruje kontinuitet kulturno – umetničkog razvoja, kontinuitet proizvodnje umetničkog dela, kontinuitet producenata i kontinuitet autora i njegovog stvaralaštva. Podcenjuje se doprinos razvoja kulturne industrije i umanjuje se njen doprinos u ekonomskom razvoju zemlje. Ekonomska kriza ugrožava stvaralaštvo i egzistenciju filmskih radnika i utiče na smanjenje konzumiranja kulturnih dobara.

Integracija i usmeravanje kulture u razvojne politike i strategije na svim nivoima mora biti izraženija i efikasnija. Zato u Srbiji, nije dovoljno samo primeniti uobičajna iskustva prevazilaženja problema zemalja u tranziciji. Potrebno je izgraditi novu, pravnu i ekonomsku infrastrukturu, koja će podržati i zaštititi nacionalni program strategije razvoja domaće filmske proizvodnje i trajno rešiti stimulaciju filmske proizvodnje u Srbiji.

Generalna skupština Ujedinjenih nacija u svojoj deklaraciji ističe važnost doprinosa kulture za ostvarivanje nacionalnih i međunarodnih razvojnih ciljeva jedne zemlje. Kinematografija, kao kulturni podsistem, doprinosi stvaranju nacionalnog identiteta kao deo evropske i svetske kulturne baštine.

1.1 Naučni problem

Transformacija razvoja kulturne politike u periodu posle Drugog svetskog rata pa sve do danas, sa razvojem neoliberalizma, dovodi do toga da privatni sektor postaje dominantniji od javnog. Javlja se težnja da se smanji upliv države i njenog kapitala na tržište.

U posleratnom periodu u Jugoslaviji, proizvodnja filma je bila kontrolisana od strane države i u njenom tehničkom i umetničkom aspektu. Šezdesetih godina, Udruženje filmskih umetnika Srbije osniva Centralnu filmsku radnu zajednicu (kasnije Centar film), čime započinje decentralizacija filmske proizvodnje. Kinematografija je u periodu socijalizma bila u potpunosti stimulisana (posredno i neposredno) od strane države. Srbija je u tom periodu proizvodila više od 50% filmova ukupno proizvedenih na području Jugoslavije¹.

Deregulacija, deetatizacija, privatizacija i liberalizacija tržišta dešavala se krajem osamdesetih i devedesetih godina 20. veka u liberalno demokratskim državama i tranzicionim državama Centralne i Istočne Evrope². Ovaj proces imao je jak i višestruk uticaj na kulturu prvenstveno u socijalističkim državama, koje su bile prinuđene da uspostave saradnju javnog i privatnog sektora. Državni budžet se smanjuje i kreće ka iznalaženju novih izvora stimulacije kulture. Može se reći da se prvi znaci privatne proizvodnje u Jugoslaviji javljaju osamdesetih godina.

Prelaskom iz socijalističkog društveno političkog sistema u kapitalistički³, sa planski orjentisane ekonomije na tržišnu, u većini zemalja u tranziciji dolazi do krize koja sa sobom povlači čitav niz neželjenih posledica⁴ koje se odražavaju na kinematografiju kao kulturni podsistem. Otežavajuće okolnosti tranzicionog perioda u Srbiji predstavlja predtranzicioni period. Karakteriše ga diskontinuitet u odnosu na trendove kulturnih

¹ Volk, Petar, *20. Vek srpskog filma*, Institut za film, Jugoslovenska kinoteka 2001. Beograd

² Throsby, David, *Economics and Culture*, Cambridge University Press, 2001. New York (str146)

³ Senet, Ričard, *Kultura novog kapitalizma*, Arhipelag, 2007. Beograd

⁴ Dragičević Šešić, Milena i Dragojević, Sanjin, *Menadžment umetnosti u turbulentnim okolnostima*, Clio, 2005. Beograd, str. 22.

politika predhodnih režima, diskonuitet u odnosu na dominantne trendove u regionu⁵ i prekid kontinuiteta kulturno umetničke proizvodnje. Ako se uporede zemlje u regionu, pored sličnih problema tranzicije, posebna pažnja se mora posvetiti i sankcijama UN uvedenih dva puta u periodu od 1992 do 2001, kao dodatni element blokade tranzicije u Srbiji.

Državna intervencija je neophodna, jer tržišni mehanizam ne može automatskim delovanjem tržišnih zakonitosti, da izvuče privredu iz krize. Država mora substituisati tržišne mehanizme sve dok oni ne budu dovoljno jaki da sami funkcionišu. Potrebno je stvoriti novi model stimulacija filmske proizvodnje koji će omogućiti efikasan i kontinuiran razvoj filmske proizvodnje u novonastalim društvenim, političkim i ekonomskim okolnostima. Obezbeđivanje profesionalnih uslova rada u kinematografiji preduslov je za stvaranje kvalitetnijih filmskih dela. Nov model trebalo bi da obezbedi višestruku korist umetnicima, filmskim radnicima, društvenoj zajednici, državi i iznad svega svetskoj i nacionalnoj kulturnoj baštini.

1.2 Predmet rada

Predmet doktorske disertacije su stimulativni instrumenti i strategije kulturne politike usmereni na proces filmske proizvodnje u Srbiji.

Budući da se Srbija od 2000. godine nalazi u procesu tranzicije, tj. prelaska iz socijalističkog društveno-političkog sistema u kapitalistički, što podrazumeva i tranziciju planski orjentisane ekonomije na tržišnu, predmet disertacije je ograničen na proučavanje tranzicione kulturne politike koju karakteriše potreba da se stimulišu sve faze procesa i omogući kontinuitet filmske proizvodnje dok ona ne bude dovoljno jaka da samostalno funkcioniše na tržištu ne dovodeći u pitanje kvalitet i posebnost filma kao umetničkog dela.

⁵ Đukić, Vesna, *Tranzicione kulturne politike*, Zadužbina Andrejević, 2003. Beograd, str. 33.

1.3 Ciljevi

U skladu s definisanim predmetom doktorske disertacije, postavljeni su sledeći teorijski i praktični ciljevi naučnog istraživanja:

- Teorijsko-empirijsko proučavanje sociokulturnog ciklusa filma i identifikacija faza životnog ciklusa procesa filmske proizvodnje.
- Teorijsko-empirijsko proučavanje i identifikacija stimulativnih instrumenata i strategija kulturne politike i menadžmenta filmske proizvodnje.
- Uporedna analiza stimulativnih instrumenata i strategija kulturne politike u Srbiji usmerenih na proces filmske proizvodnje u socijalizmu i u tranzicionom periodu u oblasti tehničkog, umetničkog i komercijalno industrijskog procesa filmske proizvodnje.
- Projekcija novog modela stimulacija koji bi omogućio efikasniju i efektivniju proizvodnju filmova.

1.4. Ključni pojmovi

Tranzicija

Kapitalizam je složen sistem sa ekonomskim, društvenim, kulturnim i ideološkim obeležjima. U istorijskom smislu predstavlja zaokruženu društveno ekonomsku formaciju koja je danas dominantni sistem u svetu. Suštinu kapitalizma predstavljaju tri institucionalne karakteristike: jedna socijalno-politička (težnja za akumulacijom), jedna organizaciona (tržište) i jedna administrativna (koegzistencija privatne i javne oblasti). Sve tri karakteristike uzajamno snaže jedna drugu.⁶

⁶ Heilbroner, Robert and Milberg, William, *The Crisis of Vision in Modern Economic Thought*, Cambridge University Press, 1996. Cambridge

Kapitalističko jezgro kreira osnovne proizvodne impulse, ali i tokove tranzicije, odnosno prilagođavanje proizvodnih sistema bivših socijalističkih privreda⁷. Tranzicija je proces prelaska iz socijalističkog društvenog uređenja u kapitalističko, sa tržišno orijentisanim ekonomijom. Tranzicioni proces se razlikuje od zemlje do zemlje. Vremensko trajanje procesa, prilagođavanje proizvodnih sistema, decentralizacija i privatizacija zavise od spremnosti države da njima upravlja. Država često ulazi nespremna u taj proces, nemajući strateški plan, već pribegava samo formalnim rešenjima.

Bivše socijalističke zemlje su primorane da relativno brzo uvedu veliki broj sistemskih promena, nemajući mogućnost da ih predhodno provere i predvide njihove posledice. Posledice mogu biti brojne: visoka stopa nezaposlenosti, nepostojanje odgovarajućih zakonskih akata, stagnacija proizvodnje... Neželjene posledice vrlo često dovode do dubokih ekonomski, političkih pa i društvenih kriza koje se odražavaju i na kulturu i pojedine kulturne podsisteme čiji opstanak i razvoj dovode u pitanje. Džon Majnard Kejnz smatra da se kriza može prevazići kroz intervenciju države, koja treba da supstituiše delovanje tržišnih mehanizama.

Kulturna tranzicija obuhvata proces društvenih promena u oblasti kulture, usled kojih dolazi do restrukturiranja kulturnih vrednosti⁸. Kulturna tranzicija podrazumeva niz radikalnih promena u kulturnom stvaralaštvu i proizvodnji; u organizaciji kulturnih delatnosti i ukupne kulturne infrastrukture; u promeni kulturnih institucija i dinamičnim promenama kulturnih vrednosti i kulturnih identiteta⁹. Promenom vlasništva državnih, odnosno društvenih preduzeća, koja su činila okosnicu tržišta filmske proizvodnje u Srbiji nije se vodilo računa o zadržavanju namene. Samim tim došlo je do urušavanja infrastrukture, tržišta i kontinuiteta filmske proizvodnje. To je dalje impliciralo krizu u celokupnom sociokulturnom ciklusu.

⁷ Vasiljević, Branko, *Lekcije iz savremene političke ekonomije*, Zavet, 2002. Beograd

⁸ Primorac, Jaka, *Promjena strukture rada u kreativnoj ekonomiji: kultura, tranzicija i kreativna klasa*, doktorska disertacija, Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu 2010. Zagreb

⁹ Švob Đokić, Nada; Primorac, Jaka Primorac i Jurin, Krešimir, *Kultura zaborava, Industrijalizacija kulturnih delatnosti*, Naklada Jesenski i Turk, 2008. Zagreb

Kulturna politika

Kulturna politika predstavlja skup upravljačkih mera i aktivnosti kojima nosioci javne praktične politike, na osnovu političkog, pravnog, finansijskog autoriteta dobijenog na demokratskim izborima, upravljaju kulturnim životom i kulturnim razvojem na određenoj teritoriji.¹⁰ Koristeći se inovativnim strategijama i instrumentima kulturne politike, razvija se kontinuirana proizvodnja. Instrumenti kulturne politike, prema prirodi svog delovanja, dele se na: organizacione (strateško planiranje, ljudski resursi...), ekonomske (finansiranje), pravno političke i vrednosno idejne. Inovativne strategije kulturne politike koje doprinose razvoju su: strategija povezivanja bazirana na partnerstvu, koja se sa stanovišta kulturne politike odnosi se na partnerstvo javnog, privatnog i nevladinog sektora, kao i na međuvladinu saradnju. Sa stanovišta menadžmenta odnosi se na koprodukcije. Izuzetno je značajna i strategija internacionalizacije, koja podrazumeva sve oblike međunarodnog povezivanja i doprinosi međunarodnoj rekogniciji učesnika. Strategija internacionalizacije je podstaknuta međunarodnim pravnim aktima, strukturnim fondovima i mrežama. Strategija postizanja održivosti podrazumeva strategije privatizacije, deetatizacije kao i strategiju spajanja sa drugom organizacijom. Programsko - organizaciono kompetitivne strategije se odnose na povećanje obima produkcije i usluga, komercijalizaciju i diversifikaciju programa i resursa, širenje usluga, razvoj publike i širenje tržišta, programsko fokusiranje.

Implementiranjem odgovarajućih strategija kulturnih politika stvara se sistem. Kada se uspostavi sistem proizvodnje, dolazi se do proste reprodukcije, odnosno stalnog ponavljanja proizvodnje u istom obimu. Nakon toga dolazi do proširene reprodukcije koja podrazumeva kvantitativno uvećanje obima što je prema Marksu prirodno kretanje proizvodnje u kapitalizmu¹¹.

Prema međunarodnom ekspertskom timu Saveta Evrope, kulturna politika je rešenost organa vlasti, da na demokratski način intervenišu u određenim oblastima i

¹⁰ Đukić, Vesna, *Država i kultura Studije savremene kulturne politike*, Institut za film, pozorište, radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti, 2010. Beograd

¹¹ Vasiljević, Branko, *Lekcije iz savremene političke ekonomije*, Zavet, 2002. Beograd

aktivnostima, da bi ostvarili definisane strateške ciljeve. Osnovna ideja je da kultura ne može da se razvija bez pomoći države. Potrebno je da postoje instrumenti kojima se neposredno upravlja kulturnim razvojem, a ne samo indirektno stvarajući povoljni ambijent i uslove da se kultura i umetnost samostalno razvijaju¹².

Kinematografija

Kinematografija je oblast kulture, umetost i privredna delatnost. U najširem smislu, pojam kinematografija obuhvata celokupnu delatnost proizvodnje kinematografskog dela. Kinematografiju čine osnovne delatnosti: produkcija, distribucija i javno prikazivanje. Delatnosti koje doprinose razvoju kinematografije su: obrazovanje i širenje filmske kulture, unapređivanje autorskog, naučnog i teorijskog odnosa prema kinematografiji, očuvanje i popularisanje filmskih i drugih audio-vizuelnih dela¹³.

U užem smislu, kinematografija obuhvata kompletnu infrastrukturu, kao i pojedince i organizacije koje se profesionalno bave filmom. Kriterijumi za podelu kinematografije su brojni. Najčešća podela kinematografije je prema državama u kojima nastaju. Postojanje nacionalne kinematografije uslovljeno je kontinuitetom proizvodnje. Ako ona ne postoji, reproduktivne delatnosti postaju servis i tržište stranih kinematografija. Svaka kinematografija ima svoje osobenosti i razlikuju se prema načinu finansiranja i sticanja prihoda. Osnovna organizaciona struktura svih produkcija je istovetna. Sve se zasnivaju na istoj tehnici i istovetnom tehnološkom procesu..

Pojam kinematografsko delo označava film, odnosno videogram ili audio-vizuelno delo bilo koje dužine, bez obzira na nosač na kojem je snimljeno, posebno igrani, dokumentarni i animirani filmovi namenjeni bioskopskom prikazivanju¹⁴.

¹² Đukić, Vesna, *Država i kultura Studije savremene klturne politike*, Institut za film, pozorište,radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti , 2010. Beograd

¹³ *Leksikon filmskih i televizijskih pojmova* Univerzitet umetnosti u Beogradu, 1993. Beograd

¹⁴ Zakon o kinematografiji RS, usvojen

26.12.2011. http://www.fcs.rs/app/zakon_o_kinematografiji.pdf (preuzet 23.05.2013)

Film

Ezenštajn definiše film kao konkretnu i dinamičnu umetnost, koja može da stavi u dejstvo rad misli, jedinu koja je u stanju da inteligenciji vrati njene konkretne, emocionalne životne izvore. Film ne poznaje granice, često ni jezike¹⁵, a prema Edgaru Morenu film sam od sebe razvija sistem apstrakcija, logičkog rasuđivanja i stvaranja ideja. Nizanje kadrova teži da obrazuje jezik¹⁶. Gledalac se identifikuje sa filmom. Istovremeno on se i distancira u meri u kojoj film oseća kao tvorevinu kulture. Film dovodi stvaraoce i korisnike u odnos međusobne komunikacije, ali i komunikacije sa samim sobom¹⁷.

Film kao društvena i istorijska pojava, svedok je jednom stanju civilizacije i nešto što može da produži ili doprinese menjanju određene društvene stvarnosti¹⁸.

Film prema Luidiju Kjariniju poseduje tri aspekta: tehnički, umetnički i komercijalno - industrijski. Tehnički, obuhvata sredstva, tehniku, radnike i stručnjake koji obezbeđuju umetniku sredstva za rad. Drugi aspekt je čisto umetnički i odnosi se na stvaranje filma kao umetničkog dela. Komercijalno industrijski aspekt, posmatra delo kao proizvod. Kjarini smatra da ova tri aspekta moraju biti odvojena. Pogotvo treba razdvojiti umetnički i komercijalno industrijski, jer umetnost teži da podvuče razlike između dva filma, a industrija teži da ih izjednači.¹⁹ Producent, kao rukovodilac procesa, ima značajnu ulogu u zaštiti umetničkog dela. Međutim, producent je istovremeno i spona između umetničkog, tehničkog i komercijalno industrijskog aspekta. Film je autentično umetničko delo, ali i kompleksan proizvodni proces u kome učestvuje niz umetnika i filmskih radnika i koji podrazumeva tehnička i finansijska sredstva.

Svaki film, kao kulturni proizvod, je jedinstven i neponovljiv i svaki pruža jedinstveni doživljaj gledanja. Filmovi su informacije, slobodnog umetničkog izraza i specifičnog

¹⁵ Ažel, Anri, *Estetika filma*, Beogradski izdavčko – grafički zavod, 1978. Beograd (str 113)

¹⁶ Moren, Edgar, *Film ili čovek iz mašte*, Institut za film, 1967. Beograd (str131)

¹⁷ Stojanović, Dušan, *Film kao prevazilaženje jezika*, Univerzitet umetnosti u Beogradu, 1975. Beograd (str.269)

¹⁸ Ažel, Anri, *Estetika filma*, Beogradski izdavčko – grafički zavod, 1978. Beograd (str.115)

¹⁹ Chiarini, Luigi, *Cinema quinto potere*, Lateraza 1954. Bari

autorskog pogleda na svet, koje gledalac prima. Film je umetničko delo trajne vrednosti, ne troši se eksploatacijom i omogućava bezgranično konzumiranje istog dela. Film je kreativni proces, ma koliko bio planiran, njegovi efekti su gotovo ne predvidivi.

Zakon o Kinematografiji²⁰ Republike Srbije članom tri definiše film na sledeći način. Kinematografsko delo je film, odnosno videogram odnosno audio-vizuelno delo bilo koje dužine, bez obzira na nosač na koji je snimljeno, posebno igrani, dokumentarni i animirani filmovi koji su namenjeni bioskopskom prikazivanju.²¹ Zakon o Autorskom i srodnim pravima²² definiše članom dva autorsko delo kao originalnu duhovnu tvorevinu autora, izraženo u određenoj formi, bez obzira na njegovu umetničku, naučnu ili drugu vrednost, njegovu namenu, veličinu, sadržinu i način ispoljavanja, kao i dopuštenost javnog saopštavanja njegove sadržine. Alinejom pet, istog člana, Zakon definiše filmsko delo (kinematografska i televizijska dela) kao autorsko delo.

Proizvodnja i produkcija

U Srpskom jeziku se pojmovi *proizvodnja* i *produkcija* koriste kao sinonimi. Vrlo često se pod pojmom produkcija podrazumevaju i predprodukcija i postprodukcija²³. Međutim, produkcija zauzima središnji deo proizvodnje filma - snimanje. Proizvodnja filma se nastavlja u distribuciju i prikazivanje.

Filmska proizvodnja se sastoji od nekoliko faza²⁴. Razvojna faza podrazumeva gotov scenario, probni kasting i nacrt budžeta. Predprodukcija obuhvata izradu svih kreativnih elemenata, sklapanje ugovora sa učesnicima projekta i zatvaranje finansijske konstrukcije. Produkcija podrazumeva snimanje svih sekvenci, kadrova i scena. Postprodukcija je faza u kojoj se odvija montaža, obrada slike i zvuka i završava se

²⁰ Zakon o kinematografiji, Službeni glasnik RS, 99/11, ispravka 2/12

²¹ Zakon o kinematografiji, Službeni glasnik RS, 99/11, ispravka 2/12, Član 3.

²² Zakon o Autorskom i srodnim pravima, Službeni glasnik RS, 104/09, 11. Decembar 2009, član 2.

²³ Leksikon filmskih i televizijskih pojmova, Univerzitet umetnosti u Beogradu, 1993. Beograd

²⁴ De Vany, Arthur, *The Movies, Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1* Edited by Victor A. Ginsburgh and David Throsby, 2006.

<http://www.sciencedirect.com/science/handbooks/15740676/1> (pristupljeno 05.08.2013.)

premijskim prikazivanjem filma. Svaka od ovih faza iziskuje bespovratno utrošena finasijska sredstva. Ukoliko ne dođe do premašivanja planiranog budžeta ostaje se na nuli. Povraćaj uloženi sredstava se vrši kroz distribuciju. Budući, da distribucija vrlo često ne može da povрати sva uložena sredstva, pa čak ni u najrazvijenijim industrijama kao što je Holivud, dalji povraćaj sredstava vrši se drugim oblicima distribucije. Potencijalna mogućnost sticanja zarade ostvaruje se distribucijom filma na drugim, inostranim tržištima, prikazivanjem filma na televizijama, prodajom DVD, distribucijom filma putem internet i drugih modernih tehnologija. Kontinuirana proizvodnja omogućava, da zarada stečena od jednog filma, bude osnova za početak izrade sledećeg.

Kontinuitet proizvodnje filmova, analogno *kontinuitetu kulturno umetničkog razvoja*²⁵ u društvu, ima posredan uticaj na razvoj umetnosti. Unutrašnji uticaj, ispoljava se u mogućnosti postupnog, prirodnog razvoja umetničkog stvaranja. Spoljašnji uticaj kontinuiteta ogleda se u formiranju i dugotrajnom delovanju niza kulturnih institucija, razvijenom kulturno umetničkom tržištu i kultivisanoj umetničkoj publici. Tako uređen sistem sposoban je za prihvatanje i razvijanje umetničkih talenata. Kontinuitet mora biti dugotrajan, neprekidan i mora se odvijati u najpovoljnijim uslovima. Nasilni prekidi kontinuiteta u razvoju umetnosti imaju veoma negativne efekte za njen razvoj. Društva, u kojima je razvoj umetnosti duže vremena bio slobodan i kontinuiran, omogućavaju uspešniji razvoj umetnosti i ostvarivanje većeg broja potencijalnih talenata. Kontinuitet proizvodnje domaćeg filma, doprinosi stvaranju nacionalnog identiteta i omogućava kvalitativan doprinos svetskoj baštini filma.

Postoji osnovna razlika između filmske industrije koja se finansira privatnim kapitalom i (zasniva se na profitu) i kinematografije čiji proces proizvodnje stimuliše država. Američki i Evropski model, iako na prvi pogled suprotstavljeni, dopunjuju i stvaraju raznovrsnost i bogatstvo - svetsku kulturnu industriju.

²⁵ Ranković, Milan, *Opšta sociologija umetnosti*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, 1996. Beograd

Kulturne industrije

Termin *kulturne industrije* odnosi se na one industrije koje stvaraju, proizvode i komercijalizuju nematerijalne sadržaje kulturne prirode. Ti sadržaji intelektualne svojine i mogu biti u formi proizvoda ili usluge²⁶. Kako svaka industrija tako i kulturna, podrazumeva kreiranje odnosno stvaranje proizvoda i proizvod sam. U kulturnoj industriji i kreacija i proizvod imaju svojstva umetničkog dela i predmet su zaštite Autorskog prava. Klasične industrije podrazumevaju serijsku proizvodnju koja stvara istovetne proizvode. Za razliku od njih kulturne industrije stvaraju jedinstven kulturni proizvod iako se mogu koristiti serijskom proizvodnjom u cilju umnožavanja kulturnog proizvoda pri čemu proizvod u smislu autorskog dela ne gubi svoju vrednost.

Kultura je bitna komponenta ljudskog razvoja. Predstavlja izvor identiteta, inovacija i kreativnosti za pojedinca i zajednicu. Ona je važan faktor u borbi protiv siromaštva, obezbeđujući ekonomski rast i vlasništvo nad razvojnim procesima. Danas, razvoj ne podrazumeva samo mobilizaciju resursa i akumulaciju kapitala. Razvoj je i poboljšanje života siromašnih transformacijom društva, što podrazumeva društvene i kulturne promene. Poželjne promene nisu uniformne, one se razlikuju od kulture do kulture i uslovljene su ekonomskim, društvenim i kulturnim okolnostima²⁷.

Kako kulturne industrije predpostavljaju veliku ekonomsku važnost, neizbežna je tenzija između ostvarivanja primarnih kulturnih ciljeva i logike tržišta, između komercijalnih interesa i želje za održanjem različitosti²⁸. Uticaj države bi trebao da bude manje direktan²⁹ i više usmeren na stvaranje olakšica i popravljane tržišnih mehanizama.

²⁶ *Culture, trade and globalization: questions and answers*. UNESCO 2000.

<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001213/121360e.pdf> (pristupljeno 03.06.2013)

²⁷ Streetn, Paul, *Culture and Economic Development, Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1* Edited by Victor A. Ginsburgh and David Throsby, 2006.

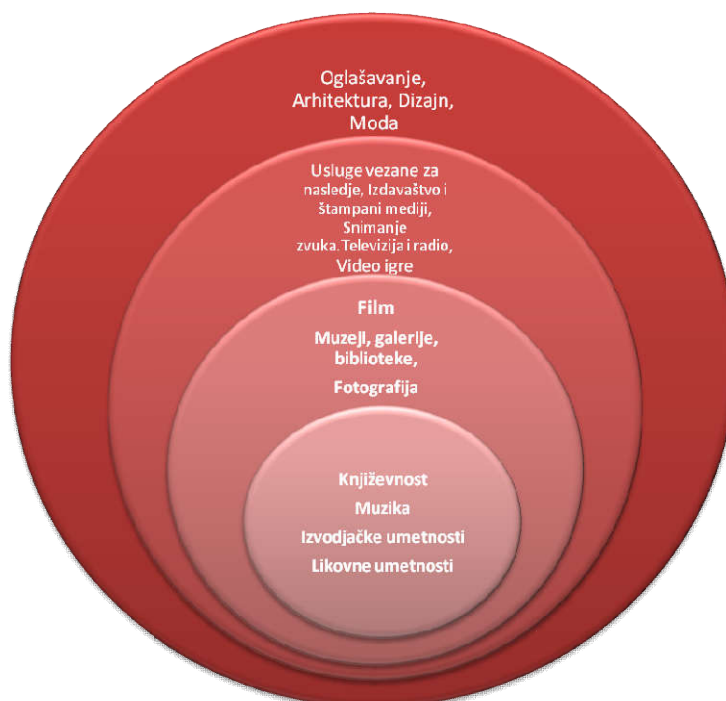
<http://www.sciencedirect.com/science/handbooks/15740676/1> (pristupljeno 05.08.2013.)

²⁸ *Our Cultural Diversity*, Report of World Commission on Culture and Development, UNESCO <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001055/105586e.pdf> (pristupljeno 07.06.2013.)

²⁹ United Nations, Resolution adopted by the General Assembly, 65/166. Culture and development <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Brussels/pdf/SG%20Report%20Culture%20and%20Development%20A%2066%20187.pdf> (pristupljeno 20.05.2013)

Razvoj kulturnih industrija utiče na razvoj ekonomije. Merenje doprinosa je kompleksno, zbog specifičnosti kulturnih proizvoda. Merenje se izvršava kombinacijom ekonomskih i strukturalnih analiza, koje mogu biti dugoročne i kratkoročne. Ekonomske analize procenjuju direktan doprinos kulturnih industrija u generisanju osnovnih makroekonmskih agregata³⁰ kao što su: bruto domaći proizvod, bruto dodata vrednost, bruto vrednost proizvodnje, zaposlenost, fiksni kapital, trgovina, uvoz i izvoz.

Moguć je pristup kulturnim industrijama pomoću *Modela koncentričnih krugova*³¹. Ovaj model pravi razliku između kulturnih i industrijskih vrednosti koje proizvode kulturna dobra i usluge. Umetnik - izvor kreativnosti pozicioniran je u centru. Krugovi se formiraju na odnosu kulturnog i komercijalnog sadržaja. Što se krugovi više šire, kulturna vrednost opada u odnosu na komercijalnu vrednost, da bi na samom kraju model obuhvatao i srodne industrije. Sve industrije koje se nalaze unutar krugova imaju kreativnost kao osnovni ulaz. Svaki proizvod ima određeni stepen kulturnog sadržaja i podrazumeva korišćenje intelektualne svojine kao izvor ekonomske moći. Film prema modelu Trozbija spada u *druge središnje kulturne industrije*.



Grafički prikaz br. 1 Sopstvena analiza autora na osnovu *Modela koncentričnih krugova*, Dejvida Trozbija

³⁰ Mikić, Hristina *Measuring The Economic Contribution of Cultural Industries*, 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics Handbook No. 1

³¹ Trozbi, Dejvid, *Ekonomika kulturne politike*, Clio, 2012. Beograd str 94.

Sve mogućnosti koje nudi kulturna industrija, neće se realizovati, ukoliko nema institucionalne i političke podrške zaštite autorskih prava. Autor svoje umetničko delo eksploatiše kroz naplatu autorskih prava. Autorska prava obezbeđuju sredstva za realizaciju dela ali i podstiču nastavak i širenje proizvodnje. Sa druge strane, autorska prava omogućavaju potrošačima da kupe, odnosno pristupe umetničkom delu i obezbeđuju im pristup novim delima u budućnosti. Razvoj novih tehnologija ne sme dovesti u pitanje narušavanje autorskih prava. Treba da podstakne poštovanje istih i da omogući univerzalni pristup umetničkom delu.³² Prekid proizvodnje kulturnih dela na tržištu, do koje bi došlo usled nepoštovanja autorskih prava, dovelo bi do gubitka dobiti za društvenu zajednicu jer bi se prekinuo važan izvor finansijskih sredstva što bi dalje dovelo u pitanje proizvodnju novih dela a samim tim bi se smanjila ponuda kulturnih dela.

Strategije stimulacija proizvodnog procesa

Prema Dejvidu Trozbiju država može intervenisati na različitim tačkama proizvodnog procesa. Ako se stimuliše na prvoj tački, stimuliše se umetnik, ako na poslednjoj stimuliše se publika, odnosno potrošnja.³³ Kako je oblik proizvodnje cikličan, postaje sve jedno gde se stimulacija izvršava. Međutim, kada ne postoji kontinuitet proizvodnje, moraju se razmotriti sve potencijalne mogućnosti stimulacije države u svim fazama životnog ciklusa projekta. Država može intervenisati neposredno (izdvajanjem finansijskih sredstava iz budžeta) ili posrednom stimulacijom različitih sektora u okviru kojih se razvija i u kome deluje industrija (fiskalnom politikom, razvojem tržišta, razvojem tehničkih baza, bioskopa, zapošljavanja...).

³² Streetn, Paul, *Culture and Economic Development, Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1* Edited by Victor A. Ginsburgh and David Throsby, 2006.

<http://www.sciencedirect.com/science/handbooks/15740676/1> (pristupljeno 05.08.2013.)

³³ Trozbi, Dejvid, *Ekonomika kulturne politike*, Clio, 2012. Beograd

Stimulacije se mogu realizovati strategijama kulturne politike koristeći se sledećim instrumentima:

- Ekonomski instrument koji omogućava efikasniji mešoviti sistem finansiranja.
- Pravno politički instrument koji unapređuje zakone, kako bi obezbedio stimulaciju i kontinuitet proizvodnje filma.
- Organizacioni instrument koji postavlja i ostvaruje strategiju razvoja proizvodnje filma.
- Vrednosno idejni instrument koji ocenjuje i indirektno usmerava razvoj filmskog stvaralaštva.

Strategija povezivanja, kao međusektorsko i međuvladino partnerstvo, je izuzetno značajna za razvoj filmske proizvodnje. Filmska proizvodnja, po svojoj prirodi se razvija i deluje u raznim oblastima. Strategija internacionalizacije, takođe, može doprineti širenju tržišta, razvijanju znanja i veština, širenju kulture i prepoznatljivosti srpske kinematografije i njenih autora u svetu. Stimulacije kulturne politike, kako bi ostvarile potpuni efekat, moraju biti praćene nizom odluka koje donose organizacije. Programsko-organizaciono kompetitivne strategije, koje su prvenstveno namenjene institucijama, mogu pomoći kako državnim tako i privatnim institucijama koje se bave proizvodnjom, distribucijom i prikazivanjem. Povećanje obima produkcije i usluga, diversifikacija programa, programsko fokusiranje, razvoj publike i širenje tržišta kulture, mogu obezbediti efikasnije poslovanje i kontinuitet proizvodnje. Uspostavljanjem liberalnog tržišta, otvaraju se mogućnosti kako za saradnju tako i za spajanje institucija različitih oblasti filmske proizvodnje. Privatizacija se smatra jednim efektivnim i efikasnim faktorom ekonomskog života. Međutim, da bi privatna svojina postigla održivost, potrebno je uređeno tržište. Potrebno je stimulisati privatne producentske kuće, koje bi snažile i razvijale tržište. Promenom vlasništva državnih, odnosno društvenih preduzeća u Srbiji, koja su činila okosnicu tržišta filmske proizvodnje, nije se vodilo računa o održavanju namene. Samim tim je došlo do urušavanja infrastrukture, tržišta i kontinuiteta filmske proizvodnje.

1.5. Hipoteze

Osnovna hipoteza od koje se polazi u eksplikaciji doktorske disertacije je da u periodu tranzicije država mora posredno i neposredno stimulisati proizvodnju filmova koristeći se instrumentima i strategijama kulturne politike, kako bi stvorila adekvatne uslove i omogućila kontinuiranu proizvodnju.

Da bi tako postavljenu opštu hipotezu bilo moguće proveriti, postavlja se i niz pomoćnih hipoteza s fokusom na stimulacijama države usmerenim ka uspostavljanju kontinuiteta filmske proizvodnje.

Pomoćne hipoteze su:

- Kontinuitet rada filmskih producenata i autora ne utiče samo na kvantitet proizvodnje, već i na njen kvalitet, jer omogućava razvoj filmske umetnosti i inovativnih pristupa autora.
- Iako film kao komercijalno-industrijski proizvod egzistira na tržištu, umetnički i tehnički aspekti ne smeju biti zavisni samo od tržišta da ne bi doveli u pitanje kvalitet i posebnost filma kao umetničkog dela.
- Film kao oblast kulturne industrije može doprineti uvećanju makroekonomskih agregata i razvoju drugih oblasti ekonomije.
- Da bi se uspostavio razvoj proizvodnje koji bi mogao da doprinosi ekonomskom i društvenom razvoju, neophodan je razvoj svesti društva o značaju filma, kao umetničkog dela i kao proizvoda kulturne industrije.
- Posrednom stimulacijom, država kroz različite resore javnih praktičnih politika (kultura, obrazovanje, privreda, oporezivanje i sl) trajno obezbeđuje pogodne uslove za razvoj kontinuirane proizvodnje filmova u Srbiji.
- Primena i poštovanje autorskih i srodnih prava, obezbeđuje egzistenciju autora i omogućava njihov kontinuirani rad, odnosno, stvaranje novih umetničkih dela.

1.6. Istraživačko pitanje

Koje su najefikasnije stimulacije koje se mogu primeniti na proizvodnju filmova, koristeći se prvenstveno ekonomskim, pravno političkim i inovativnim instrumentima i strategijama kulturne politike, kako bi se uspostavila kontinuirana proizvodnja.

1.7. Metodologija

Metodologija je zasnovana na interdisciplinarnom multiperspektivističkom pristupu predmetu doktorske disertacije.

Teorijsko istraživanje je obuhvatilo proučavanje, klasifikaciju i sistematizaciju različitih teorijskih izvora u okviru različitih oblasti društveno-humanističkih nauka: kulturne politike i menadžmenta u kulturi, ekonomike kulturne politike, političke ekonomije, prava, teorije kulturnih i kreativnih industrija, teorija filma i mnogih drugih.

Za empirijsko istraživanje korišćena je metoda studije slučaja kojom su dubinski istražene relevantne filmske organizacije u Srbiji od značaja za savremenu filmsku proizvodnju: Filmski centar Srbije, Udruženje filmskih radnika Srbije, Udruženje filmskih umetnika Srbije, Asocijaciju filmskih reditelja i Asocijaciju filmskih producenata. U okviru te metode, primenjena je i funkcionalna strateška analiza (FSA) koja je, zajedno sa tehnikom SWOT analize, omogućila sagledavanje trenutnog stanja kroz analizu snaga i slabosti (SW), mogućnosti i pretnji relevantnog okruženja (OT).

U okviru FSA, eksterna analiza međunarodnih aspekata filmske proizvodnje obuhvatila je programe EU (Euroimage i drugi evropski fondovi za stimulaciju koprodukcije i prikazivanja), Evropsku konvenciju o kinematografskoj koprodukciji, UNESCO Konvenciju o zaštiti i unapređenju raznolikosti kulturnih izraza koju je Srbija ratifikovala i mnoge druge relevantne međunarodne dokumente.

Normativna analiza pravnog okvira koju čine zakonska i podzakonska regulativa, primenjena je s ciljem da se identifikuje stepen uređenosti oblasti u kojima se razvija i deluje filmska proizvodnja i stepen usklađenosti sa međunarodnim regulativama. Na taj način je obuhvaćen: Ustav Republike Srbije, Zakon o kinematografiji RS, Zakon o kulturi RS, Zakon o autorskim i srodnim pravima RS, Zakon o porezu na dodatu vrednost RS, Zakon o privatizaciji RS, Zakon o radu RS, Zakon o porezu na dobit RS, Evropska konvencija o kinematografskoj koprodukciji, Bernska konvencija, Marakeška konvencija i dr.

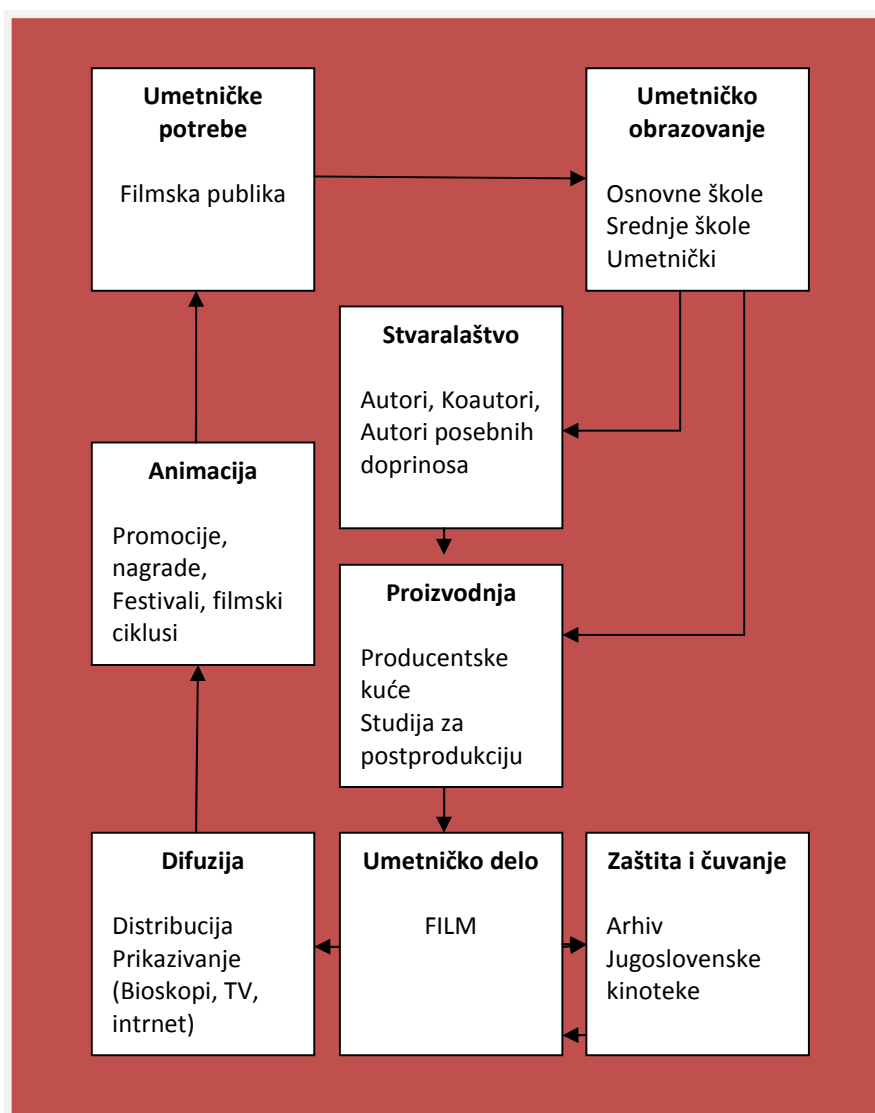
Metoda istorijske analize dokumentacije iz perioda socijalizma omogućila je da se identifikuje tadašnji model stimulacije filma i utvrdi koji su instrumenti i strategije kulturne politike bili primenjivani, koji su prestali da se koriste, a koji su doživeli modifikaciju usled tranzicije.

U radu je korišćena i komparativna analiza stimulacija usmerenih na pojedinačne faze filmske proizvodnje uvedenih u u zemljama regiona ili zemljama sa sličnim političko društvenim i ekonomskim problemima (Slovenija, Poljska), ali i u zemljama sa dugom tradicijom negovanja razvoja kinematografije (Francuska, Španija, Austrija).

Na osnovu dobijenih rezultata konstruisan je novi efikasniji i efektivniji model stimulacije filmske proizvodnje u Srbiji primenom logičkih metoda siteze i dedukcije i opštenaučne metode modelovanja.

2. SOCIOKULTURNI CIKLUS SAVREMENE FILMSKE PROIZVODNJE U SRBIJI

Sociokulturni ciklusi u kulturi i umetnosti su zaokružene celine sastavljene od pojedinačnih elemenata u nizu. Posle nekog perioda ciklus se ponavlja istim redom, ali pri tome prikazuje kvalitativne i kvantitativne razlike, kako u pojedinačnim delovima ciklusa tako i u celokupnom ciklusu.³⁴ Savremenu filmsku proizvodnju u Srbiji je potrebno sagledati kroz sociokulturni ciklus, kako bi se identifikovali svi akteri koji ga čine, ali i kako bi pozicionirali potencijalne tačke na kojima se može vršiti uspešna stimulacija proizvodnje filma.



Grafički prikaz br. 2 Sopstvena analiza autora Sociokulturnog ciklusa filmske proizvodnje

³⁴ Tadić, Dimitrije, Civilni sektor I Ministarstvo kulture – Nove perspektive u oblasti vizuelnih umetnosti, NVO Milenium, 2012. Kragujevac, str. 28.

2.1. Filmska publika

Kulturna potreba se javlja kao sastavni deo univerzuma ljudskih potreba koje su se stvarale i koje se stvaraju u ljudskom društvu³⁵. Proizvodnja ne dostavlja samo materijal potrebi, nego i potrebu materijalu. Umetnički predmet, a tako i svaki proizvod, stvara publiku koja ima smisao za umetnost i koja ume da uživa u lepom.³⁶ Jednom stvorene, ustanovljene i stabilizovane potrebe stižu i svoju relativnu samostalnost, te tako kulturne potrebe postaju određena društvena i ljudska konstanta, i kao takve vrše povratni uticaj na uslove koji su ih izazvali.³⁷ Osnovne komponente kulturne potrebe su: psihološka, preciznije rečeno motivaciona, a druga je ekonomska.

Motivacija se izražava kroz interesovanje za neki vid kulturne proizvodnje. Smatra se da je motivacija jača ukoliko je kontinuirano uvedena od početka formiranja ličnosti. Ekonomska komponenta se odnosi na princip da je za zadovoljavanje kulturnih potreba, potrebno izdvojiti izvesni novčani iznos. Spremnost da se izdvoji novčana suma za te potrebe uslovljena je veličinom porodičnog budžeta i razvijenošću kulturnih potreba. Što je kulturna potreba jača, realnije je da će osoba izdvojiti sredstva, ali uvek postoji donja granica kada se ne može očekivati da će konzument, između egzistencijalnih i kulturnih potreba, odabrati kulturne.

Potreba za filmom je nastala upravo sa samim filmom, dok je potreba za umnožavanjem knjiga u velikom broju primeraka postojala i pre izuma štamparije, jer je postojala i sama knjiga, rukopis i tekst.³⁸

Konzumenti filmskog dela, dele se na stručnu javnost (filmske profesionalce i kritičare), ljubitelje filmske umetnosti, amatere koji se bave filmskim stvaralaštvom i konzumente filmskog dela u cilju zabave. Svi oni zajedno čine filmsku publiku. Načini na koji filmska

³⁵ Nemanjić, Miloš, Filmska i pozorišna publika Beograda, Socijalno-kulturni uslovi formiranja u periodu 1961 – 1984. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 1991. Beograd, str. 29.

³⁶ Marks, Karl, Prilog kritici političke ekonomije, Kultura, 1960. Beograd, str 202.

³⁷ Nemanjić, Miloš, Filmska i pozorišna publika Beograda, Socijalno-kulturni uslovi formiranja u periodu 1961 – 1984. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 1991. Beograd, str. 31.

³⁸ Nemanjić, Miloš, Filmska i pozorišna publika Beograda, Socijalno-kulturni uslovi formiranja u periodu 1961 – 1984. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 1991. Beograd, str. 41.

publika može konzumirati filmsko delo su različiti. Prikazivanje filma u bioskopu, emitovanje na zemaljskim, satelitskim i kablovskim televizijskim kanalima, DVD izdanje filma, VOD (video na zahtev), skidanje filmova sa internet legalnih i ilegalnih sajtova... Razvojem tehnologija, mogućnost gledanja filmova se multiplikuje, što s jedne strane omogućava publici da u svakom trenutku bilo gde može uživati u filmskom delu, ali isto tako ugrožava ulogu bioskopa kao primarnog sredstva difuzije filmskog dela.

Publika, obasuta raznim mogućnostima da zadovolji svoje kulturne potrebe, uvećava svoje apetite, pa samo uživanje u kulturnom delu više nije dovoljno. Publika uglavnom hoće nešto više. Ona želi da prisustvuje događaju i želi da se oseti vrlo posebnom i privilegovanom. To objašnjava visok procenat festivalske publike, premijerene publike i publike koja posećuje specijalizovane manifestacije (cikluse filmova pojedinih kinematografija, cikluse filmova autora, cikluse filmova određenog žanra...). Ovo je i posledica neprofilisanog programa bioskopa i komercijalne bioskopske ponude. U Evropi pa i u Srbiji, prevladavaju sinepleksi sa komercijalnim filmskim hitovima kao dominantnim sadržajima, pa malo zahtevnija publika redje ima priliku da dodje u kontakt sa filmovima po svom ukusu.

Kreativna Evropa je počela sa digitalizacijom bioskopa kako bi pružila vrhunske tehničke uslove za prikazivanje filmova. 1992. godine, stvorila je mrežu EUROPA CINEMAS, koja sada već povezuje 1088 bioskopa (2684 sale) u 41 zemlji (654 grada)³⁹, sa ciljem očuvanja evropskog filma i evropskih vrednosti. Prema istraživanju koje je sproveda na sto ispitanika u dvadeset i dve zemlje koje je sproveda radi pronalaženja načina za stvaranje publike⁴⁰ čak 80% smatra da je najveća pretnja Evropskom filmu gubitak mlade publike. Holivudsku produkciju vide na drugom mestu sa 65%. Zatim pretnju predstavlja prodaja prava prikazivanja po teritorijama (56%), lanac vrednosti (53%) kvalitet filmova (52%) gledanje filmova kod kuće legalnim putem (49%) piraterija (42%) event cinema (35%).

³⁹ Europa Cinemas, <http://www.europa-cinemas.org/en/Network/About-Europa-Cinemas>

⁴⁰ New Approaches to Audience Building, A Survey of Innovation in the Europa Cinemas Network https://issuu.com/europacinemas/docs/network_review_survey_web

Gledanje filmova kod kuće legalnim putem najčešće se odnosi na servis Video na zahtev⁴¹, koji omogućava korisnicima da uz novčanu nadoknadu iznajme audio-vizuelni sadržaj za lične potrebe na ograničeni vremenski period. Interesantno je, da prikazivači u okviru mreže Europa Cinemas ne prepoznaju ovaj vid emitovanja filmskog dela kao veliku pretnju bioskopskom prikazivanju, zato što se i dalje oslanjaju na kolektivni doživljaj gledanja filma u bioskopu koji je zapravo i primarni izvor saopštavanja filmskog dela. Kreativna Evropa kroz razne programme koje podržava, a koji su orjentisani ka privlačenju i kreiranju mlade publike, upravo jača sistem Videa na zahtev. Za razliku od zemalja Evrope i Sveta, u Srbiji Video na zahtev još uvek nije dosegao svoju potpunu funkciju.

Filmska kritika je jedan od bitnih promotivnih sredstava koja informiše i usmerava publiku. U Srbiji nema stručnih časopisa i sajtova, pa se filmske kritike mogu naći u dnevnim novinama. Većina takvih kritika se, nažalost, svodi na najave i izveštaje sa premijera. Elektronski mediji izuzev specijalizovane emisije na javnom servisu posvećene filmu *Velika Iluzija*, kao i radijskih emisija o kulturi, takodje na javnom servisu, koje daju veliko mesto filmskim autorima i filmovima, ne daju dovoljno prostora filmskoj kritici. Ostale medijske kuće su zainteresovane isključivo za filmske inostrane i domaće zvezde i filmske događaje i to iz pozicije senzacionalizma⁴².

2.2. Umetničko obrazovanje i razvoj filmske publike

Umetničko obrazovanje se može sagledati kroz dva aspekta. Jedan aspekt je stručno umetničko obrazovanje, koje je namenjeno profesionalcima: umetnicima, saradnicima u umetničkim delatnostima, rukovodiocima institucija koje se bave kulturom. Drugi aspekt je umetničko obrazovanje u širem smislu, koje ima za cilj da edukuje i stvara publiku.

⁴¹ Video on Demand (VOD)

⁴² Na 45.FESTu 2017. Intervju sa Monikom Beluči zatražilo je 24 novinara, sa Karlosom Saurom 7, sa Bojanom Vuletćem 5. Podaci dobijeni iz Centra beogradskih festivala – CEBEF.

Na oba navedena aspekta jak uticaj, kada je u pitanju kinematografija, ima osnovno i srednjoškolsko obrazovanje. Za razliku od literature, likovnih, primenjenih i muzičkih umetnosti, dramske i filmske umetnosti nisu sastavni deo obrazovanja u osnovnim i srednjim školama u Srbiji. Program predmeta Istorija umetnosti u osnovnim i srednjim školama ne uključuje ni na koji način istoriju filma, pa čak ni pozorišta. To je u izvesnom smislu paradoksalno jer mlade generacije od najranijeg detinjstva odrastaju uz vizuelne sadržaje i najakše usvajaju informacije upravo kroz takvu formu. Obrazovanje iz ovih oblasti prepušteno je samostalnoj inicijativi roditelja, profesora i samih učenika. Svoj talenat i interesovanje osnovci i srednjoškolci ispoljavaju kroz dramske i slične sekcije, gde vrlo često nemaju stručnu osobu koja bi mogla na pravi način da ih usmerava. Drugi način je upisivanje privatnih škola koja nude obrazovanje ovog tipa, kao što su škole glume, animacije... Za razliku od muzičke umetnosti koja se sistemski razvijala kroz redovno obrazovanje, ali i kroz specijalizovane škole (niža i viša muzička škola, baletska škola), filmska i dramska umetnost, kao i studije medija, se u velikom broju školskih institucija gube čak i iz vanškolskih aktivnosti⁴³ Nacionalni savet za obrazovanje je 2007. godine je kreirao nacionalnu obrazovnu platformu koja je definisala koncepte i prioritete buduće strategije. Organizovano je nekoliko javnih debata o načinima uključivanja dramske umetnosti u osnovno i srednjoškolsko obrazovanje. Dokument o preporukama za razvoj i poboljšanje kvaliteta predškolskog, osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja u Srbiji odobrio je Nacionalni savet u februaru 2010. godine.⁴⁴ Medjutim, i dalje nema nikakvog pomaka u pogledu unapredjivanja osnovnog i srednješkolskog obrazovanja, uvodjenjem predmeta filmske i dramske umetnosti.

Uprva tu nastaje osnovni problem - gubitak mlade publike. Kulturne navike se ne razvijaju i kao posledica se javlja odsustvo kulturne potrebe. Filmsko delo privlači mlade gledaoce uglavnom ukoliko je film zabavnog karaktera. Film zahtevnijeg sadržaja i kompleksnijeg umetničkog izraza, uglavnom ne nailazi na razumevanje mladih. Nemajući razvijene potrebe i iskustvo u percipiranju umetničkog dela, umesto da pokušaju takav film da razumeju, uglavnom se od njega distanciraju. To u daljem posrednom smislu

⁴³ Serbia / 8.3. Arts and cultural education / 8.3.1. Institutional overview, Chapter published 18.08.2015.

⁴⁴ isto

navodi i mlade autore da napuštaju publiku kao parametar, zanemaruju komunikaciju sa publikom i okreću se isključivo mišljenju stručne javnosti.

Kako bi se umetnost razvijala, jedan od osnovnih mehanizama je i edukacija buduće filmske publike ali i budućih filmskih stvaralaca u školama. Na taj način se ostvaruje uzročno posledična veza koja stvara pogodno okruženje i stimuliše kompletan proizvodni proces.

U Beogradu postoji samo jedna specijalizovana srednja umetnička škola za medije i dramske umetnosti koja je namenjena samo deci koja pretenduju da postanu profesionalci u ovoj oblasti.

Visokoobrazovnih akreditovanih institucija koje pružaju obrazovanje iz barem jedne grane filmske umetnosti ili delatnosti ima ukupno šest u Srbiji od čega je četiri u Beogradu⁴⁵. Dakle, umetničko obrazovanje namenjeno je samo studentima koji odaberu profesiju filmske umetnosti.

2.2.1. Edukacija rukovodilaca institucija koja se bave kulturom u Srbiji

Da bi se u oblasti kulture stvarala vrhunska umetnička dela, izuzetno je važno da ljudi koji upravljaju institucijama kulture poseduju obrazovanje iz ove oblasti. Čest je slučaj da direktori, menadžeri i državni, gradski i opštinski činovnici koji imaju nadzornu ili upravnu funkciju nad institucijama, nemaju nikakvo iskustvo ni predznanje o proizvodnom procesu i funkciji institucija kojima upravljaju. Tada se dovodi u pitanje kvalitet i dalekosežnost njihovih odluka.

Na konkursima za direktore institucija kulture, ili pri izboru članova upravnog odbora često se ne traže visoke stručne spreme iz oblasti umetnosti i kulture. Od kandidata se

⁴⁵ Fakultet dramskih umetnosti, Univerzitet umetnosti u Beogradu; Univerzitet u Novom Sadu – Akademija umetnosti; Univerzitet u Prištini – Fakultet umetnosti u Zvečanu; Univerzitet Džon Nezbit – Fakultet za kulturu i medije; Alfa univerzitet – Akademija umetnosti u Beogradu; Fakultet za medije i komunikaciju u Beogradu

traži da poseduju 5 godina iskustva i diplomu fakulteta društvenih nauka, bez bližih odrednica, da li su praksu stekli obavljajući posao u kulturi. Posedovanje diplome fakulteta iz grupe društvenih fakulteta ne svedoči o sposobnosti za upravljanjem institucije kulture. Pogotovo ako se uzme u obzir da kadrovi pri postavljanju na funkcije nisu obavezni da prođu adekvatan kurs iz menadžemnta institucije kulture, sa akcentom na kulturnu delatnost koju obavlja institucija na čije čelo dolaze. Na taj način se izjednačava kulturni proizvod sa bilo kojim drugim proizvodom i očekuje se prost reciprocitet: koliko se uloži toliko treba i da se zaradi. Ukoliko zarade nema, a najčešće je nema, dovodi se u pitanje potreba postojanja institucija, kvaliteta umetničkih dela, pa i kredibiliteta autora. Umetnički proizvod se doživljava kao zabava i izvor zarade, ne kao značajni element u razvoju društva i promociji društva i zemlje u svetu. Pod tim uslovima je nemoguće ostvariti održiv razvoj i dovodi se u opasnost samo funkcionisanje socikulturnog ciklusa.

2.3. Stvaralaštvo kao proces

Stvaralaštvo prema Aristotelu⁴⁶ je svrsishodno i izvire iz nagona za uobličavanjem i iz čežnje za emocionalnim izrazom. Opažajni svet transformiše stvarajući nove vrednosti. Po svojoj suštini, umetnost je podražavanje stvarnosti; ona pred prirodom drži ogledalo. Ali, težnja umetnosti nije podražavanje spoljne pojave stvari, nego njihovog unutarnjeg smisla, jer se u ovome, a ne u spoljnim manirima ili u detalju, sastoji njihova realnost. Kreativnošću se nadograđuje talenat i stvaraju nove vrednosti.

Erih Nojman⁴⁷ vidi pripadnike kulture kao nekog ko se bori sa kolektivno svesnim i nesvesnim kroz pravila, uverenja, životne stilove i vrednosti. Pojedinci koji te vrednosti, uverenja i pravila preispituju, i osećaju tenziju izmedju svesnog i nesvesnog, često se smatraju buntovnicima i autsajderima. Medjutim, vrlo često se desi da su upravo oni – keativni geniji koji najdublje utiču na transformaciju kulture i društva. Duboka kreativnost i originalnost prema Nojmanu pojavljuje se kao erupcija neočekivanog

⁴⁶ Aristotel, O pesničkoj umetnosti, Dereta, 2015. Beograd

⁴⁷ Neumann, Erich, Art and Creative Unconscious, Princeton/ Bollingen 1974.

prosvetljena i kao takvo može se tumačiti kao dominantna kulturna vrednost ili pak kao pretnja. Ukoliko se kreativnost shvati kao pretnja etabliranim kulturnim vrednostima i moralnim načelima društvene zajednice, koju predstavljaju, diktiraju i promovišu predstavnici različitih nivoa vlasti, onda dolazi do gušenja kreativnosti i pokušaja da se nametnu granice i standardi u kojima se stvara. Posledica takvog odnosa prema stvaralaštvu može dovesti do mediokriteta i zaustaviti razvoj nacionalne kulture i stvaraoaca. Federiko Fellini se na Nojmanovo vidjenje nadovezao mišljenjem da kreativni tip nije svestan čina povezivanja svesnog i nesvesnog, već samo načina na koji pokušava da ih pomiri.

Filmsko stvaralaštvo je individualno. Medjutim, kako je filmsko delo kolektivna umetnost i stvaralaštvo individualnih umetnika, pre svega autora, ono se kontrolisano usmerava ka istom cilju. Ideja kao osnova prerasta u „skicu“, potom u scenario i dalje se razvija do konačne verzije scenarija. Shodno tempu razvoja scenarija i osnovne ideje, razvijaju se i drugi stvaralački procesi kod autora (direktora fotografije, scenografa, kostimografa, kompozitora...). Ono što je specifično za filmsku umetnost jeste da se stvaralački proces ne završava kada svako od autora završi svoj deo posla (scenario, skice kostima i scenografije...) ono se nastavlja i razvija kroz fazu produkcije i postprodukcije. Završava se izradom prve kopije filma. Svoju potpunu funkciju film ispunjava tek kada izadje u javnost premijernim prikazivanjem u interakciji sa publikom.

2.3.1. Podsticajno okruženje

Analogijom kojom je podsticajno okruženje bitno za razvoj talenta i kreativnosti bitno je za razvoj stvaralaštva. Razvoj stvaralaštva umetnika, ali i razvoj stvaralaštva celokupne kinematografije uslovljeno je podsticajnim okruženjem. Termin podsticajno okruženje podrazumeva institucionalni okvir koji je u nadležnosti države i državnih organa (pravna regulativa, ekonomske olakšice za neprofitni sektor) kao i povoljan društveno-kulturni

kontekst koji ohrabruje i neguje građanske vrednosti na čije stvaranje, osim institucija utiču i drugi društveni činioци (mediji, obrazovni sistem, porodične vrednosti...)⁴⁸.

Podsticajno okruženje za razvoj filmskog stvaralaštva i kinematografije u Srbiji je dosta nepovoljno. Institucionalni okvir ogleda se u Zakonu o kulturi⁴⁹, Zakonu o kinematografiji⁵⁰ i Zakonu o autorskom i srodnim pravima⁵¹. Zakoni daju izvesan okvir delovanja kulture, kinematografije i stvaralaštva i prava autora, ali se ne sprovode u dovoljnoj meri koja bi omogućavala čvrst okvir za razvijanje delatnosti. Primera radi Zakon o autorskom i srodnim pravima kao i Zakon o proizvodnji optičkih diskova⁵² predviđja borbu protiv neovlašćenog umnožavanja i korišćenja autorskog dela kao i pribavljanje protivpravne koristi. Faktički se ne sprovodi kontrola poštovanja zakona i ne sankcioniše se adekvatno. Medjutim, korišćenje interneta popularnih torenta kao osnovni izvor protivpravnog korišćenja umetničkog dela ne sankcioniše ni jedan zakon. Time se direktno ugrožavaju prava autora i producenata, kao i tržište kulture i uže gledano kinematografije. Ljudi koji krše navedene zakone kao i publika koja konzumiranjem piraterizovanih autorskih dela takodje krši zakone, nemaju dovoljnu svest o tome.

Na učesnike u stvaranju filmskog dela koji nisu autori, primenjuje se Zakon o obligacionim odnosima. Poreske olakšice se odnose na angažovanje saradnika i autora koji su u stalnom radnom odnosu, ili članovi udruženja. Poreska stopa na njihove honorare se kreće izmedju 34 i 43%, u slučaju da ne spadaju ni u jednu od kategorija, porez na autorski honorar ide i do 50% ukupne zarade. Takve stope u velikoj meri opterećuju budžet filma. Na celokupan budžet filma, odnosno sav novac koji prodje kroz račun producentke kuće pri realizaciji filmskog dela, plaća se porez na dodatu vrednost u iznosu od 20%. Interesantno je, da Zakon o kinematografiji predviđja vraćanje stranim producentima 20% od ukupnih sredstava utrošenih za vreme proizvodnje filma u Srbiji, dok domaće produkcije nemaju poreskih olakšica. Na bioskopsku ulaznicu stopa poreza

⁴⁸ Kancelarija za saradnju sa civilnim društvom, Vlada Republike Srbije

⁴⁹ Zakon o kulturi, Službeni glasnik RS 72/2009

⁵⁰ Zakon o kinematografiji, Službeni glasnik RS, 99/11, ispravka 2/12

⁵¹ Zakon o Autorskom i srodnim pravima, Službeni glasnik RS, 104/09, 11. Decembar 2009.

⁵² Zakon o proizvodnji optičkih diskova, Službeni glasnik RS 52/11

iznosi 10%, međutim, kada deo prihoda prikazivač uplaćuje na račun distributera ili producenta, u zavisnosti od toga ko poseduje prava na prikazivanje, stopa poreza iznosi 20%. Finansijske stimulacije koje se dobijaju putem javnog konkursa Filmskog centra Srbije za proizvodnju filmskog dela, u proseku ne prelaze izmedju 30% i 40% ukupnog budžeta filma. Praktično gledano, producentska kuća barem polovinu dobijene finansijske stimulacije vraća u državni budžet kroz porez na dodatu vrednost.

2.4. Faze procesa filmske proizvodnje

Filmska proizvodnja se sastoji od nekoliko faza⁵³. Razvojna faza podrazumeva gotov scenario, probni kasting i nacrt budžeta. Predprodukcija obuhvata izradu svih kreativnih elemenata, sklapanje ugovora sa učesnicima projekta i zatvaranje finansijske konstrukcije. Produkcija podrazumeva snimanje svih sekvenci, kadrova i scena. Postprodukcija je faza u kojoj se odvija montaža, obrada slike i zvuka i završava se premijernim prikazivanjem filma. Svaka od ovih faza iziskuje bespovratno utrošena finasijska sredstva. Ukoliko ne dođe do premašivanja planiranog budžeta, ostaje se na nuli. Povraćaj uloženi sredstava se vrši kroz distribuciju. Distribucija vrlo često ne može da povрати sva uložena sredstva, ni da ostvari zaradu, pa čak ni u najrazvijenijim industrijama kao što je Holivud.

Proces filmske proizvodnje u Srbiji jednak je proizvodnom procesu bilo koje kinematografije. Razlika je u mnogo manjim budžetima koji producenti uspeju da obezbede za proizvodnju i još manjim mogućnostima da kroz distribuciju povrate uložena sredstva i ostvare zaradu. Najbliže zaradi uglavnom se primaknu filmovi koji su po žanru komedije uz obavezno učešće poznatih glumaca, pri čemu produkciona ulaganja nisu velika.

⁵³ De Vany, Arthur, *The Movies, Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1* Edited by Victor A. Ginsburgh and David Throsby, 2006.

<http://www.sciencedirect.com/science/handbooks/15740676/1> (pristupljeno 05.08.2013.)

Filmski sektor u Srbiji je u celosti privatna svojina, odnosno, civilni sektor. Krajem socijalizma i ukidanjem državne, odnosno društvene svojine, gase se sva državna i društvena preduzeća koja su se bavila filmskom proizvodnjom. Prestanak rada takvih firmi, koje su zapošljavale i angažovale po projektu filmske stvaraocice i saradnike, praktično ostavlja ljude bez posla i prekida kontinuiranu proizvodnju. Filmski stvaraoci i saradnici osnivaju svoje producentske kuće u pokušaju da stvore filmsko delo. Kontinuitet proizvodnje filmova, analogno *kontinuitetu kulturno umetničkog razvoja*⁵⁴ u društvu, ima posredan uticaj na razvoj umetnosti. Unutrašnji uticaj, ispoljava se u mogućnosti postupnog, prirodnog razvoja umetničkog stvaranja. Spoljašnji uticaj kontinuiteta ogleda se u formiranju i dugotrajnom delovanju niza kulturnih institucija, razvijenom kulturno umetničkom tržištu i kultivisanoj umetničkoj publici. Tako uređen sistem sposoban je za prihvatanje i razvijanje umetničkih talenata. Kontinuitet mora biti dugotrajan, neprekidan i mora se odvijati u najpovoljnijim uslovima. Nasilni prekidi kontinuiteta u razvoju umetnosti imaju veoma negativne efekte za njen razvoj. Društva, u kojima je razvoj umetnosti duže vremena bio slobodan i kontinuiran, omogućavaju uspešniji razvoj umetnosti i ostvarivanje većeg broja potencijalnih talenata.

Zatvaranje državnih firmi prinudilo je filmske stvaraocice, producente i saradnike, da osnivaju svoje producentske kuće u pokušaju da stvore filmsko delo. Bez predhodno kreiranog tržišta i povoljnog podsticajnog okruženja, ozbiljno je ugroženo filmsko stvaralaštvo a samim tim i kinematografija Srbije kao jedna od potencijalno jakih grana industrije. Usled takvih okolnosti, paradoksalno početnoj tendenciji jačanja privatnog sektora, samostalne producentske kuće pri proizvodnji filmskog dela u velikoj meri zavise od države, preciznije rečeno, od produžene ruke ministarstva kulture, Filmskog centra Srbije. Zavisnost se ne ogleda samo u sufinansiranju filmske proizvodnje već i u prikazivanju i plasmanu filma. Privatni privredni sektor, koji bi trebalo da nadomesti odsustvo ulaganja države, prolaskom kroz tranziciju nije dovoljno jak, nije dovoljno osvešćen i nije dovoljno stimulisan da bi ulagao u filmsku proizvodnju. Prema Zakonu o porezu na dobit, pravna lica koja ulože sredstva u proizvodnju kulturnog dela imaju pravo na umanjenje do 10% poreza na godišnju dobit. Inostrani fondovi, koji su još jedan

⁵⁴ Ranković, Milan, *Opšta sociologija umetnosti*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, 1996. Beograd

način za sufinansiranje projekata kao i dobar partner za plasman filma na inostranom tržištu, u velikoj meri zahtevaju čvrste garancije o osiguranim finansijskim sredstvima i iskazuju preferenciju ka projektima koji se realizuju kroz regionalno partnerstvo (koprodukciju). Navedene zahteve inostranih fondova izuzetno je teško realizovati bez finansijske pomoći države.

Evropska konvencija o kinematografskoj koprodukciji⁵⁵ vrlo jasno postavlja kriterijume i uslove koji se moraju poštovati. Raspodela učešća koprodukcionih zemalja u formiranju kreativne grupe, izvodjačke i tehničke grupe, proporcionalna je procentu finansijskog ulaganja koproducenata. Na isti način se utvrđuje i zemlja porekla filma, osim u specifičnim situacijama koje predviđa ovaj dokument. Pitanje je koliko se u takvim okolnostima zaista stvara istinski nesputano stvaralaštvo, a koliko procenti ulaganja direktno utiču na konačno filmsko delo.

Nemogućnost povraćaja uloženi sredstava i ostvarivanje dobiti u velikoj meri je izazvana privatizacijom bioskopa bez obaveze novih vlasnika za održavanjem primarne delatnosti. Film je, prema definiciji, namenjen bioskopskom prikazivanju, pa bi prvenstveno od bioskopskog prikazivanja trebalo da se vrši povraćaj sredstava. Gašenjem malih bioskopa širom Srbije i uvođenjem sinepleksa, koji se pri kreiranju bioskopskog repertoara isključivo vode ostvarivanjem prihoda, prednost dobijaju holivudski blokbusteri. Srpski film gotovo da ni nema šansu da opstane duže od dve do tri nedelje na repertoaru. Pojedini filmovi iz grupe Garažnih filmova ni ne dobiju šansu za distribuciju. Kada je 2000. godine došlo do ekspanzije sinepleksa u Sloveniji⁵⁶, Opština Ljubljana, Ministarstvo za kulturu i Slovenačka kinoteka, su kao odgovor rešili da obnove jedan od prvih bioskopa u centru Ljubljane koji bi vršio promociju nacionalne kinematografije i art filmova. Danas je Kinodvor član Europa Cinemas mreže i 2008. godine postao je centar za kulturu namenjen kinematografiji, sa izuzetno jakim animacionim aktivnostima posvećenim edukaciji dece i mlade publike. *Kinodvor* je javna institucija kulture koja se finansira iz republičkog budžeta i budžeta lokalne samouprave.

⁵⁵ European Convention on Cinematographic Co-Production, Strasbourg 2.10.1992. Ukaz o proglašenju Zakona o ratifikaciji Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji, donela je Skupština Srbije I Crne Gore 05.03.2004.

⁵⁶ Republika Slovenija je pristupila Evropskoj uniji 2004. godine.

Slično je postupila i Hrvatska osnivanjem bioskopa Kino Europa u Zagrebu, ali i izdvajanjem značajnih sredstava za digitalizaciju bioskopa širom Hrvatske koji su se nalazili u sklopu Domova kulture.

Potencijalna mogućnost sticanja zarade ostvaruje se distribucijom filma na drugim, inostranim tržištima, prikazivanjem filma na televizijama, prodajom DVD, distribucijom filma putem internet i drugih modernih tehnologija. Kontinuirana proizvodnja omogućava, da zarada stečena od jednog filma, bude osnova za početak izrade sledećeg.

2.5. Kulturni proizvod – film

Ejzenštejn definiše film kao konkretnu i dinamičnu umetnost, koja može da stavi u dejstvo rad misli, jedinu koja je u stanju da inteligenciji vrati njene konkretne, emocionalne životne izvore. Film ne poznaje granice, često ni jezike⁵⁷, a prema Edgaru Morenu film sam od sebe razvija sistem apstrakcija, logičkog rasuđivanja i stvaranja ideja. Nizanje kadrova teži da obrazuje jezik⁵⁸. Gledalac se identifikuje sa filmom. Istovremeno on se i distancira u meri u kojoj film oseća kao tvorevinu kulture. Film dovodi stvaraoce i korisnike u odnos međusobne komunikacije, ali i komunikacije sa samim sobom⁵⁹.

Film kao društvena i istorijska pojava, svedok je jednom stanju civilizacije i nešto što može da produži ili doprinese menjanju određene društvene stvarnosti⁶⁰.

Film prema Luidiju Kjariniju poseduje tri aspekta: tehnički, umetnički i komercijalno - industrijski. Tehnički, obuhvata sredstva, tehniku, radnike i stručnjake koji obezbeđuju umetniku sredstva za rad. Drugi aspekt je čisto umetnički i odnosi se na stvaranje filma

⁵⁷ Ažel, Anri, *Estetika filma*, Beogradski izdavačko – grafički zavod, 1978. Beograd (str 113)

⁵⁸ Moren, Edgar, *Film ili čovek iz mašte*, Institut za film, 1967. Beograd (str131)

⁵⁹ Stojanović, Dušan, *Film kao prevazilaženje jezika*, Univerzitet umetnosti u Beogradu, 1975. Beograd (str.269)

⁶⁰ Ažel, Anri, *Estetika filma*, Beogradski izdavačko – grafički zavod, 1978. Beograd (str.115)

kao umetničkog dela. Komercijalno industrijski aspekt, posmatra delo kao proizvod. Kjarini smatra da ova tri aspekta moraju biti odvojena. Pogotvo treba razdvojiti umetnički i komercijalno industrijski, jer umetnost teži da podvuče razlike između dva filma, a industrija teži da ih izjednači.⁶¹ Producent, kao rukovodilac procesa, ima značajnu ulogu u zaštiti umetničkog dela. Međutim, producent je istovremeno i spona između umetničkog, tehničkog i komercijalno industrijskog aspekta. Film je autentično umetničko delo, ali i kompleksan proizvodni proces u kome učestvuje niz umetnika i filmskih radnika i koji podrazumeva tehnička i finansijska sredstva.

Svaki film, kao kulturni proizvod, je jedinstven i neponovljiv i svaki pruža jedinstveni doživljaj gledanja. Filmovi su informacije slobodnog umetničkog izraza i specifičnog autorskog pogleda na svet, koje gledalac prima. Filmsko delo je autorsko delo i zaštićeno je Zakonom o Autorskom i srodnim pravima⁶² kao originalna duhovna tvorevina autora, izražena u određenoj formi, bez obzira na umetničku, naučnu ili drugu vrednost dela, njegovu namenu, veličinu, sadržinu i način ispoljavanja, kao i dopuštenost javnog saopštavanja njegove sadržine. Film je umetničko delo trajne vrednosti, ne troši se eksploatacijom i omogućava bezgranično konzumiranje istog dela. Film je kreativni proces, ma koliko bio planiran, njegovi efekti su gotovo nepredvidivi. Izuzetno je teško sa sigurnošću proceniti konačan ishod filma. To se pre svega odnosi na prihvatanje filma od strane publike, uspeh na tržištu, kao i buduće mesto u istoriji filma. Filmsko delo svoju pravu vrednost može dostići i mnogo godina nakon premijere, usled promena društvenih okolnosti ili podneblja prikazivanja filma.

2.6. Uloga difuzije

Difuzija kulture se može posmatrati iz dva aspekta. Jedan je omogućavanje publici da dodje u neposredan kontakt sa umetničkim delom, a samim tim i da posredno obezbedi pristup osnovnom umetničkom nukleusu, odnosno ideji autora. Drugi aspekt se odnosi

⁶¹ Chiarini, Luigi, *Cinema quinto potere*, Lateraza 1954. Bari

⁶² Zakon o Autorskom i srodnim pravima, Službeni glasnik RS, 104/09, 11. Decembar 2009, član 2.

na širenje, odnosno prenošenje kulture, ideja i poruka umetničkog dela drugim nacijama, narodima, kulturnim podnebljima...

Primarna difuzija filmskog dela odvija se kroz prikazivanje filma u bioskopskim dvoranama. Na taj način publika dolazi u neposredan kontakt sa filmskim delom i posredni kontakt sa autorima i idejom koju kroz umetnost publika usvaja. Važan aspekt primarne difuzije je kolektivan doživljaj. Publika, u medjusobnoj interakciji pri gledanju filma, kreira i kolektivni doživljaj koji će nakon završetka prikazivanja filmskog dela dodati ličnom doživljaju i na taj način sublimisati i razmeniti iskustva sa osobama sa kojima je podelila taj doživljaj. Razmena osećanja i razmišljanja, dovode do formiranja kritičkog stava, a gledalac obogaćuje svoje životno iskustvo.

Bioskopi su dugo odražavali demokratičnost i socijabilnost koja je bila nepoznata ostalim mestima za prikazivanje kulturnih sadržaja, jer su se gledaoci osećali jednakim bez obzira na socijalni status.⁶³ Danas međjutim, sinepleksi kako bi proširili ponudu i pronašli način za povećanje cena ulaznica, izdvajaju posebna takozvana VIP mesta, koja gledaocima uz malo veću cenu karte nude osećaj povlašćenih gledalaca.

Festivali su značajan oblik difuzije kulture, budući da se kroz njihove programe određena vrsta stvaralaštva vrednuje nagradama ili samim izborom, čime se ostvaruje uvid u umetničke domete jedne sredine u određenom periodu⁶⁴ Veoma su privlačni za publiku, jer omogućavaju da se sa drugima podeli umetnički doživljaj i lično kulturno iskustvo. *Festival je prozor u svet lokalne zajednice*, mesto susreta velikog broja ljudi, turista i lokalnog stanovništva, pri čemu se umetnički doživljaj dugo pamti⁶⁵

Filmski festivali su multifunkcionalni i imaju tri nivoa funkcionisanja. Prvi nivo je publika koja dobija priliku da pogleda filmska dela koja im inače nisu dostupna. Drugi nivo su filmski autori i profesionalci, njih festival predstavlja neretko i po prvi put široj javnosti i

⁶³ Nemanjić, Miloš, *Filmska i pozorišna publika Beograda, Socijalno-kulturni uslovi formiranja u periodu 1961 – 1984*. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 1991. Beograd, str. 48.

⁶⁴ Dragičević Šešić, Milena i Stojković, Branimir, *Kultura, menadžment, animacija, marketing*, CLIO, 2003. Beograd, str. 171.

⁶⁵ Djukić, Vesna, *Kulturni turizam*, CLIO, 2005. Beograd, str.87.

internacionalnoj publici. Takođe, pruža im priliku međusobnog upoznavanja, a kada su u pitanju internacionalni festivali i upoznavanja sa lokalnim kolegama. Treći nivo su marketi – mesta na kojima se sklapaju poslovni dogovori o ustupanju prava na prikazivanje i dogovori o koprodukcijama.

Filmski festivali se mogu podeliti po sadržaju koji prikazuju na internacionalne i nacionalne. Oni se dalje mogu deliti po vrstama i žanrovima filmova koje prikazuju. Takođe, mogu biti strogo profilisani i namenjeni određenoj ciljnoj grupi. Festivali se mogu odrediti i prema profesiji koju kroz nagrade posebno valorizuju. Filmski festivali obično podrazumevaju da u svom programu imaju i takmičarske programske celine. Ukoliko toga nema manifestacija više odgovara filmskoj smotri. Nagrade predstavljaju valorizaciju autora i filmskih dela. One su vrlo stimulatívne i za autore i za publiku koja svoje povorenje poklanja žiriju, njegovom vrednovanju i odluci o dodeli nagrada.

U Srbiji je danas aktivno 37 festivala⁶⁶ ne računajući dva festivala od kojih je jedan imao drugo izdanje⁶⁷ u junu mesecu i jednog⁶⁸ koga očekuje prvo izdanje krajem juna meseca. Većina festivala je podržana od strane Ministarstva kulture, Filmskog centra Srbije, gradske i lokalne uprave. Svakako najznačajniji među njima je Medjunarodni filmski festival FEST koji je osnovan 1971. godine pod sloganom *Hrabri novi svet*. Prvi FEST je imao privilegiju da „otvori” gvozdenu zavesu između Istoka i Zapada, i postane mesto okupljanja svetski poznatih i progresivnih filmskih stvaralaca. Njegov društveno politički i edukativni značaj uticao je na brojne mlade generacije filmskih stvaralaca i bioskopsku publiku. FEST je tokom svog postojanja prolazio kroz transformacije koje su bile posledica i društveno – političkih i ekonomskih promena, kao i svetskih tendencija u razvoju filmskih festivala. Veliki pomak u programskoj tendenciji FEST ostvaruje 2015. godine kada uvodi tri takmičarska programa. internacionalni *Glavni takmičarski program* je osmišljen sa ciljem da istakne autore koji su zapaženi u svetu ali nisu još uvek nagradjeni na festivalima A kategorije. *Nacionalni program* koji pored srpskih filmova u zasebnom delu predstavlja i filmove u kojima je Srbija manjinski koproducent.

⁶⁶ Podaci dobijeni od Filmskog centra Srbije, 01.06.2017.

⁶⁷ Dok'N'Ritam, Festival muzičkog dokumentarnog filma

⁶⁸ Ravno Selo Film Festival

Takmičarski program *Granice* koji prikazuje filmove koji poseduju izrazite umetničke vrednosti i inovativni pristup u sadržaju i formi filmskog dela. Program Granice na neki način predstavlja i vezu sa tradicijom i osnovnom misijom sa kojom je FEST osnovan. Osim nagrada koje se dodeljuju u takmičarskim programima FEST je uveo i nagrade za specijalni doprinos filmskoj umetnosti – Beogradski Pobednik, koji se svake godine dodeljuje domaćim i inostranim umetnicima⁶⁹. Nagrada, osim što daje značaj umetničkom doprinosu priznatih autora i glumaca, privlači i velika svetska imena. Na taj način festival neguje i promovise umetničke vrednosti u zemlji i inostranstvu, ali i privlači i vezuje publiku.

Manje obimne i thenički manje zahtevne manifestacije zastupljene u Srbiji, jesu ciklusi filmova istaknutih autora, koje u najvećoj meri organizuje i prikazuje Jugoslovenska kinoteka, i dani inostranih kinematografija koje organizuju inostrani kulturni centri i ambasade uz podršku bioskopa, uglavnom članica mreže Europa Cinemas (Španski metar, Dani izraelskog filma, Dani norveškog filma). Možda je najbolji primer manifestacija Španski metar koja je ove godine doživela desto izdanje, i pored programa savremene hispanse kinematografije imala je i dva prateća programa: Omaž glumici i počasnoj gošći Ani Belen i program dokumentarnih filmova *Imaginarna geografija*. Ova manifestacija se etablirala u Beogradu, ali vremenom je počela da deo programa prikazuje i u Novom Sadu. Ove godine Španski metar je samo za program savremene hispanse kinematografije, posetilo oko četiri hiljade gledalaca⁷⁰.

Jako je važno održavati kontinuitet festivala i manifestacija. Na taj način se vezuje publika koja razvija svoje kulturne potrebe i navike. Vezuju se i autori koji svoja dela predstavljaju na festivalu. Festival pronalazi i kreira svoj program, potom ga nadograđuje i izaziva pozitivne efekte za lokalnu zajednicu i nacionalnu kinematografiju.

Filmski festivali su ujedno i najefikasniji način promocije filma i autora. Tri najznačajnija filmska festivala nalaze se u Evropi i to su festivali u Kanu, Veneciji i Berlinu. Oni, ne

⁶⁹ Dobitnici Beogradskog Pobednika: FEST 2015 Milena Dravić; Aleksandr Sokurov i Ričard Drajfus (Richard Dreyfuss) FEST 2016 Velimir Bata Živojinović; Viktorija Abril (Victoria Abril) i Džon MekTirnan (John McTiernan) FEST 2017 Ljubiša Samardžić; Karlos Saura (Carlos Saura) i Hju Hadson (Hugh Hudson)

⁷⁰ Podaci dobijeni iz Instituta Servantes u Beogradu

samo da podižu cenu filmova i autora koji se prikazuju u okviru bilo koje programske celine na nekom od ovih festivala, već i kreiraju umetničke i produkcione tendencije evropske i svetske kinematografije.

Filmski festival u Veneciji, osnovan je 1932. godine kao deo Venecijanskog bienala, velikog kulturnog događanja, koje u Veneciji okuplja umetnike iz celog sveta. Osim umetničke dimenzije, festival neguje i komercijalno značenje, pa se tako njime obeležava i početak jesenje bioskopske sezone. Na *Mostri* se premijerno prikazuju i takmiče filmovi u dve kategorije - *Venecija* sa prestižnom nagradom *Zlatni lav* i *Upstream*, gde priznanje *San Marko* dobijaju alternativni filmovi. *Mostra* je postala zaštitni znak Venecije, koja svake godine privlači filmske zvezde, novinere i filmske kritičare.

U Berlinu, gradu u kome je zid delio Istok i Zapad, u atmosferi hladnog rata, u zapadnom delu grada 1951. godine osnovan je festival sa misijom *Prozor u slobodan svet*. Ovaj, danas najprestižniji festival, zadržao je osnovnu misiju prikazujući filmove sa političkim temama. Na samom početku, o nagradama je odlučivala publika, a od 1965. godine, *Zlatnog* i *Srebrnog medveda* dodeljuje stručni inostrani žiri. Pored takmičarskog programa, festival prikazuje programske celine *Panorama*, *Berlinare specijal*, *Forum*, *Nemački film*, *Omaž*, *Retrospektive* kao i programske celine kratkometražnih i dokumentarnih filmova. U centru Berlina, na Potsdamer Platzu, pored glamuroznih svetskih premijera, održavaju se i dva najveća film marketa na svetu: *Evropski filmski market* i *Berlinare market koprodukcija*. Godišnje ovaj festival poseti preko petnaest hiljada učesnika, novinara i filmskih kritičara iz celog sveta.

Filmski autori prvi put su se okupili na festivalu u Kanu 1946. godine. Sve do 1960. godine, to je bila smotra revijalnog karaktera. Tada je oformljen Kan Market, koji je počeo da privlači veliki broj producenata i distributera. Kanske nagrade, računaju se u najprestižnije nagrade na svetu i svojim autorima, producentima, scenaristima i glumcima obezbeđuju zagantovano mesto u svetu filma. *Zlatnu plamu* dodeljuje devetočlani međunarodni žiri. Žiri programa *Cinefondation* dodeljuje *Zlatnu palmu* za najbolji kratkometražni film mladih studenata filmskih škola. *Zlatna kamera* se dodeljuje najboljem debitantu.

2.7. Uloga animacije

Animacija publike ne podrazumeva samo stvaranje publike, podsticaj da publika učestvuje u kulturnim događajima već i stvaranje pogodne atmosfere za aktivno uključivanje. Animacija je postala neophodan oblik posredovanja između ljudi i umetnosti, oblik delovanja među tradicionalnom nepublikom, akcija koja ima relacijsko svojstvo, jer predstavlja ukupnost delovanja kojima se uspostavlja živ odnos između primaoca i kulturnih aktivnosti⁷¹.

Usled mnoštva ponudjenih sadržaja koje diktira savremeno društvo, dolazi do opšteg trenda smanjivanja konzumenata kulturnih dobara pa i samog filma. Ponudjeni sadržaji često su jednoznačne i jednosmerne forme koje su dopadljive i lake za usvajanje, čime se pospešuje gubljenje, ili kada su deca u pitanju, nerazvijanje navike i potrebe za kompleksnijim sadržajem. Odsustvo takve potrebe izazvano je nedostatkom edukacije. Deca se u najranijem periodu života navikavaju na kratke i brze audiovizuelne sadržaje. Sa druge strane edukacija u nastavi ne čini ništa da nadomesti, odnosno da iskanališe takvu vrstu navike i da je razvija u pravcu koji će omogućiti deci da prepoznaju kvalitet i značaj filmskog dela.

Taj problem prepoznala je i Kreativna Evropa, koja podržava i razvija mnoštvo programa koji upravo rade na podsticaju mlađih generacija da postanu publika i učesnici samog kreativnog procesa. Kreativna Evropa je program Evropske komisije namenjen da pruža podršku kulturnim i audiovizuelnim sektorima⁷². Jedan od projekata koji je prepoznao potrebe i navike mladih je MOVING CINEMA⁷³. Projekat je podržan od strane Kreativne Evrope a nosilac projekta je neprofitna kulturna organizacija *A Bao a Qu* iz Barselone. Oni pokušavaju da, na način blizak ciljnoj grupi mladih, koristeći njihov omiljeni način komunikacije – internet, plasiraju sadržaje i privuku ih da aktivno učestvuju. Jedan od načina je platforma INSIDE CINEMA. Zamišljena je da zainteresovanim korisnicima omogući da, osim filma, vide i deo procesa proizvodnje. Korisnici mogu imati uvid u

⁷¹ Dragičević Šešić, Milena i Stojković, Branimir, *Kultura, menadžment, animacija, marketing*, CLIO, 2003. Beograd, str. 181.

⁷² Creative Europe https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about_en

⁷³ <http://movingcinema.eu/es/partners/a-bao-a-qu/>

scenarija, beleške, filmove o snimanju filma, glumačke probe i slično. Na taj način idu ka cilju stvaranja edukovane publike.

Edukovana publika ima tendenciju da postane stalna publika. Ona je zahtevna i ima potrebu za unapredjenjem svog znanja i iskustva. Ima želju za istraživanjem i upoznavanjem ranijih dela određenog autora, ili kinematografije određene nacije ili žanra. Za takvu publiku od izuzetnog značaja jesu specijalizovanje manifestacije kao što su festivali, ciklusi filmova, dani raznih nacionalnih kinematografija, interaktivna predavanja, druženja sa autorima...

Za razumevanje umetnosti potrebna su izvesna predznanja i poznavanja sredstava i simbola koja se koriste u umetničkom delu. Kada su filmovi u pitanju, nije sporno da publika može biti prepuštena isključivo svojoj senzibilnosti. Međutim, do konzumiranja kompleksnih dela koja izazivaju i veće zadovoljstvo, dolazi se edukacijom. Tako se razvija i kritički stav i prepoznaje kvalitet umetničkog dela.

2.8. Obaveza arhiviranja

Sociokulturni ciklus savremene filmske proizvodnje se zatvara arhiviranjem. Kako arhiviranje u smislu filmske proizvodnje, podrazumeva čuvanje kulturnog proizvoda – filma u njegovom izvornom obliku, arhiviranje ne označava kraj života filmskog dela. Ono treba da obezbedi adekvatne uslove za čuvanje filmskog dela, po potrebi da vrši prebacivanje filmskog dela sa organskog u digitalni zapis prateći tehnološki razvoj. Na taj način bi filmsko delo uvek bilo dostupno za prikazivanje na svim medijima.

Arhiviranje kopija svih filmova čija je zemlja porekla Srbija i svi filmovi koji su prikazani u redovnoj distribuciji na teritoriji Srbije, vrši Jugoslovenska kinoteka. Svaki producent, odnosno distributer je dužan po Zakonu o kinematografiji, da 30 dana nakon završetka distribucije filma, dostavi kopiju ili digitalnu kopiju Arhivu Jugoslovenske kinoteke.

Jugoslovenska kinoteka osnovana je 5. avgusta 1949. godine po rešenju broj 3851 Komiteta za kinematografiju Vlade FNRJ. Pravilnik o radu Jugoslovenske kinoteke potpisali su tadašnji predsednik Komiteta za kinematografiju Vladislav Ribnikar i predsednik vlade FNRJ Josip Broz Tito. U Pravilniku su jasno definisani zadaci kinoteke: da sakuplja i čuva sva kinematografska dela proizvedena u FNRJ kao i ostale filmske materijale, zatim inostrane filmove, scenarija, fotografije i druga dokumenta; da proučava sakupljeni materijal, omogućí filmskim stvaraocima gledanje starih filmova i radi na širenju filmske kulture.

Jugoslovenska kinoteka 1992. godine dobija status ustanove od opšteg značaja⁷⁴ i podpada pod ingerenciju Ministarstva kulture SRS i time postaje zvanični filmski arhiv Republike Srbije zadržavši prepoznatljivo ime Jugoslovenska kinoteka. Kinoteka je zadržala primarnu funkciju od svog osnivanja, a prema statutu ona vrši sledeću delatnost: zaštitu filmske arhivske gradje, dokumentacionog materijala i prateće filmske gradje – fonoteka i biblioteka, odnosno prikuplja, čuva, obradjuje, sistematizuje, istražuje, prezentuje, dokumentuje, objavljuje i daje na korišćenje filmsku i prateću filmsku gradju, odnosno kulturna dobra od značaja za domaću i inostranu kulturu⁷⁵.

Dolaskom novih tehnologija i digitalnih formata, Jugoslovenska kinoteka je dobila novu funkciju u očuvanju filmskih kopija. Filmska traka, na kojoj je vršen zapis od početka istorije filma, dokazala je svoj vek trajanja od oko sto godina. Novi digitalni zapisi još uvek nemaju takvo iskustvo i ograničenje trajanja je nepoznato. Američki studiji, u cilju apsolutne zaštite filma, digitalnu kopiju filma prebacuju na filmsku traku. Filmski studio Univerzal ide još dalje, pa za svaki film izradjen u HD formatu pravi kopiju mastera koju čuva, izradjuje negativ i dubl negativ filmske trake. Na taj način filmsko delo je u potpunosti zaštićeno.

Jugoslovenska kinoteka, često kroz svoju istoriju, nije imala uslova za adekvatno čuvanje kopija filmova pa su mnoge bivale oštećene. Danas se takve kopije moraju prvo restaurirati pa potom prebaciti u digitalni format. Novi tehnički uslovi prikazivanja filma

⁷⁴ Zakon o delatnostima od opšteg interesa iz oblasti kulture, Službeni glasnik RS, br 49/92

⁷⁵ Statut Jugoslovenske kinoteke, poglavlje V delatnost kinoteke, član 19. Br 27808 od 15.11.2011.

zahtevaju digitalne kopije. To zahteva remastering kompletnog fonda Kinoteke u digitalni format. Remastering kopija moraju raditi edukovani, specijalizovani stručnjaci. Oni vode računa o svim elementima filmskog dela i slici i zvuku, kako se nova digitalna kopija ne bi, ni u kom segmentu, razlikovala od originala.

Zaključak poglavlja

Da bi se ostvario kvalitetan sociokulturni ciklus filmske proizvodnje potrebno je razvijati kulturne potrebe i navike prvenstveno kod mlade generacije koja je osnovni impuls budućeg filmskog stvaralaštva i proizvodnje. Jedan od mehanizama je svakako edukacija u osnovnim i srednjim školama, ali i podizanje svesti kod postojeće publike i vladajuće elite, o značaju filma kao umetnosti i kulturnog proizvoda. Na vladajuću elitu je posebno potrebno izvršiti uticaj. Oni su donosioci odluka o implementiranju odgovarajućih stimulativnih instrumenata i strategija, koje mogu uticati na razvoj kinematografskih delatnosti. Takodje oni su ti koji svoju moć delegiraju na direktore institucija i članove odbora, koji neposredno utiču na realizaciju i razvoj konkretnih sektora kinematografije. Kreiranjem pogodnog okruženja, stvara se mogućnost daljeg razvoja stvaralaštva i filmske proizvodnje. Difuzija i animacija su takodje značajne tačke koje doprinose ostvarivanju neposrednog kontakta između umetnika, odnosno umetničkog dela i konzumenata umetničkog dela. Zato je važno da država podstiče razvoj bioskopske mreže kao i postojećih i novih manifestacija koje mogu omogućiti difuziju. Razvijanjem novih platformi i pristupa za animaciju, podstiču se i publika i buduća publika, da učestvuju u percepciji umetničkog doživljaja.

Stvaralaštvo i filmska proizvodnja jesu potencijal kinematografske delatnosti, pogotovo što su autori i producenti u Srbiji razvili sposobnost funkcionisanja u veoma teškim uslovima (u uslovima rata, agresije, ekonomskih sankcija, ekonomskih kriza). Medjutim, to apsolutno ne znači da je dovoljno prihvatiti argument da će se filmski radnici i umetnici već nekako snaći. Ne bi smelo da se snalažljivost i entuzijizam autora, producenata i drugih filmskih radnika, uzme za princip funkcionisanja filmske

proizvodnje. Filmsko stvaralaštvo i proizvodnja jesu kreativan proces ali i proizvodni proces koji funkcioniše na tržištu, nalik drugim industrijama. Osim toga, filmska proizvodnja podrazumeva i tehničko tehnološki proces koji je potreban i za proizvodnju dela, za difuziju ali i arhiviranje. Taj proces takodje mora biti u okviru svetskih standarda da bi filmsko delo moglo ostvariti kontakt sa publikom i van zemlje. I obratno važi isti princip. Da bi vršili primarnu difuziju kroz bioskopsko prikazivanje stranih filmskih dela, potrebno je imati tehnički opremljene bioskope koji mogu podržati prikazivanje novih formata kopija filmskog dela.

Arhiviranje ima za cilj čuvanje i održavanje tehničke ispravnosti kopije sa koje se reprodukuje filmsko delo. Neophodno je redovno prebacivanje arhiviranih filmova na kopije nove tehnologije, kako bi filmska kopija produžila svoj životni vek i kako bi filmsko delo u svakom trenutku bilo dostupno za javno prikazivanje. Zato je ovo takodje veoma važna tačka koju treba razvijati. Ona se nalazi na kraju sociokulturnog ciklusa, ali takodje inicira njegov početak.

2.9. PROIZVODNI PROCES FILMA

Proces filmske proizvodnje je kompleksan i dugotrajan. Od početne ideje do konstrukcije budžeta, knjige snimanja, odabira uloga i članova ekipe može potrajati i više od godinu dana. Smatra se, da je od koncepcije do kompletno završene postprodukcije, potrebno najmanje 18 meseci⁷⁶. Proces za kompleksnije projekte može trajati i duže. U svojoj osnovi filmska proizvodnja jeste umetničko-kreativan proces, ali isto tako poseduje i industrijski aspekt koji podrazumeva konzistentan finansijski i pravni okvir poslovanja. Producent, na osnovu spremnosti projekta i finansijske konstrukcije, procenjuje kada se otpočine sa realizacijom projekta. U Srbiji se često kreće u realizaciju projekta bez predhodno kompletnog završenog planiranja svih aspekata projekta. Ovakav pristup nije posledica neznanja, već okolnosti u kojima se odvija proizvodni proces filma.

Infrastruktura koja podrazumeva pravnu regulativu, razvoj tržišta, fiskalnu politiku i mešoviti sistem finansiranja, nije suštinski rešena, pa se u svakoj fazi proizvodnog procesa filma nailazi na niz problema. Mešoviti sistem finansiranja u savremenoj srpskoj filmskoj proizvodnji podrazumeva, da država određena finansijska sredstva, preko ministarstva za kulturu, delegira Filmskom centru Srbije. FCS deo sredstava, namenjen za sufinansiranje kinematografskih delatnosti (proizvodnju, distribuciju i prikazivanje), raspodeljuje putem javnog konkursa. Problem je što visina sredstava nije fiksna, već varira iz godine u godinu. Visina ukupnih sredstava izdvojenih po konkursu, nije jasno predočena u dokumentu kojim se raspisuje konkurs, kao ni maksimalni procenat u odnosu na ukupan nacrt budžeta, koji se može dobiti u vidu stimulacije. Producenti i autori koji konkurišu za sufinansiranje projekta nemaju jasan parametar i često predaju uvećan predlog budžeta, u odnosu na realan. Jedini parametar koji imaju, jesu objave rezultata predhodnih konkursa za kategoriju u kojoj konkurišu. Visina fiktivne projekcije budžeta može biti uvećana zbog sigurnosti da se na konkursu dobije što veći iznos stimulacije, pa se projektu dodele veća sredstva od realne potrebe. S druge strane, predlog budžeta može biti i smanjen, kako komisija ne bi negativno reagovala na visoke iznose u stavkama budžeta, pa sredstva dobijena na konkursu neće značiti mnogo za

⁷⁶Vogel, Harold L. *Entertainment industry Economics, A guide for Financial Analysis*, Cambridge University Press, 2011. USA (84str)

realizaciju projekta. Ne postoji sistematizacija nacrtu budžeta od strane FCSa, odnosno, precizirani rasponi cena tehničkih usluga i usluga autora i saradnika na tržištu. Ne postoji ni tabela procentualnih odnosa honorara, prema ukupnom budžetu filma koju bi trebalo poštovati. Ovakvim preciznim odredbama bi se značajno olakšao posao i producentima koji apliciraju i supervizoru koji vrši procenu nacrtu budžeta za projekte koje odabere konkursna komisija. Na ovaj način bi se izbegla i mogućnost manipulacije.

Primeru radi, Filmski institut Austrije⁷⁷ za svoje konkurse ima tačno propisan i unapred utvrđen iznos stimulacije po kategorijama. Takođe je precizirano da li su stimulacije trajne ili su u vidu pozajmica. Tačno je utvrđen procenat koji se može dobiti kao stimulacija u odnosu na ukupan budžet projekta. Jasno je utvrđena srazmera honorara članova ekipe, kao i bodovna lista za vrednovanje autora, producenata i projekta. Dodatni bodovi se dobijaju na osnovu prikazivanja predhodnih filmova na festivalima, dobijenim nagradama na festivalima (tačno utvrđeni festivali i nagrade koji donese bodove i koliko bodova donose) broja gledalaca, i poseban tretman dokumentarnih i dečijih filmova sa izrazitom nekomercijalnom svrhom. Na osnovu ovakvog pravilnika, raspodela sredstava je transparentna. Tako producenti i autori, pre prijavljivanja na konkurs, mogu znati na šta računaju i na koji način će njihov projekat biti procenjivan.

Još jedna pravna regulativa statuta FCSa koja je nedovoljno precizirana, jeste izbor članova komisija. Izbor članova komisije vrši direktor FCSa, bez propisanih i utvrđenih kriterijuma. Direktor, po sopstvenom naodjenju, može odabrati i članove komisije koji nemaju dovoljno iskustva u proceni scenarija i budućeg filmskog dela. Kada se uzme u obzir predhodno navedeno, da nema utvrđenih striktnih pravila i kriterijuma po kojima se vrši odabir projekata za sufinansiranje, ostvalja se veliki prostor za predpostavku, da kvalitet nije najnužniji parametar za odabir, bilo članova komisije, bilo projekata. Takođe, može se nametati i pitanje kada jedan čovek odlučuje o članovima komisije, da li to znači da je podložan pritiscima sa strane. Imena članova komisije se ne objavljuju na početku konkursa, već na kraju ili tokom trajanja konkursa. To stvara dodatni problema, jer producenti i autori mogu predati projekat u koji je direktno ili indirektno

⁷⁷ Austrian Film Institute, Funding Guidelines, July 1st, 2016. Vienna

uključen član komisije. Kada se takav slučaj dogodi, obično se rešava izuzimanjem člana komisije iz glasanja za projekat u kome učestvuje ili ima lični sukob interesa privatne prirode. To se radi isključivo na osnovu lične savesti. Članovi komisija za svoj rad dobijaju novčanu naknadu. Oni su dužni da nakon izbora projekta daju pismeno obrazloženje odabranih projekta. Projekti koji su odbijeni ne dobijaju nikakvo obrazloženje. Ono bi u mnogome pomoglo, da producent ili autor čiji je projekat odbijen, unese potrebne izmene i razmotri sugestije, kako bi poboljšao projekat i spremio za naredni konkurs. Još jedna zanimljivost jeste da se na konkurs mogu prijaviti i amateri, ili da se za reditelja ili producenta prijavljuju osobe koje se inače ne bave tim profesijama. Nakon dobijenih sredstava na konkursu, moguće je zameniti producenta ili reditelja, odnosno takav postupak se ne sankcioniše. To je apsurdno uzevši u obzir da se na konkurs uz scenarijo predaje i rediteljska i producentska eksplikacija sa finansijskim planom. Tako se dalje dovodi u pitanje da li se na kraju dobija projekat za koji su sredstva dodeljena, ili potpuno nov projekat. Direktor FCSa se bira putem javnog konkursa koji raspisuje Upravni odbor FCSa. Kandidat koga Upravni odbor odabere, Ministarstvo kulture predlaže na usvajanje Vladi Republike Srbije⁷⁸.

Sukob interesa koji postoji u pravilniku Filmskog centra Srbije nije dovoljno precizno protumačen. Sukobom interesa se smatra da producent, odnosno autor, ne može aplicirati na konkurs ukoliko je u srodstvu sa zaposlenima u Filmskom centru Srbije, ali zato ta klauzula ne podrazumeva članove Upravnog odbora. Upravni odbor, prema statutu, usvaja i ne usvaja predloge odabranih projekata konkursne komisije, bez utvrdjenih parametara. Njihov uticaj može biti znatno veći od uticaja zaposlenog saradnika na poziciji internacionalne saradnje ili urednika izdavačke delatnosti.

Ono što bi svakako trebalo sprečiti, jeste da Upravni odbor pojedinačno odobrava projekte. Razlog je, što su pravo na odabir projekata preneli na stručnu komisiju koja je upoznata sa kompletnom konkursnom dokumentacijom, a pre svega scenarijom. Upravni odbor bi trebalo da zadrži pravo da ne odobri kompletnu listu, ukoliko smatra da je bilo neregularnosti u radu komisije. Upravni odbor bi trebalo da se bavi unapredjivanjem

⁷⁸ Statut Filmskog centra Srbije

rada FCSa i da učestvuje u kreiranju strategije razvoja srpske kinematografije. Zato bi i članovi Upravnog odbora morali biti ljudi sa zavidnim iskustvom iz oblasti kinematografije.

Uslovi i dinamika isplaćivanja stimulacija dobijenih na osnovu konkursa preciziraju se tipskim ugovorima koji Filmski centar Srbije potpisuje sa dobitnicima. U članu Ugovora precizira se iznos i broj rata za isplatu, sa naznakom da će se sredstva isplatiti kada se steknu uslovi, odnosno kada Ministarstvo kulture prebaci sredstva za tu namenu na račun FCSa. Iako ovu odrednicu koriste i druge javne institucije koji su direktni i indirektni budžetski korisnici, ovakva nepreciznost uzrokuje problema. Dobitnici sredstava na konkursu praktično ne znaju u kom periodu će moći da raspoložu sredstvima. Zato ne mogu imati precizan finansijski plan. Takođe, ne mogu prikazati da poseduju sredstva, u slučaju kada inostrani konkursi traže takvu vrstu dokaza, kao što ne mogu biti ni podobni za podizanje bankovnih kredita. Francuski centar za kinematografiju, kao poseban vid stimulacije, pruža garancje banci kako bi producent za projekat mogao dobiti kredit. Obezbeđivanje finansija preko kredita za filmsku proizvodnju, standardni je proces u Američkoj kinematografiji. Veliki studiji sami sebi mogu biti garanti, a veliki projekti u kome učestvuju svetske zvezde, dovoljan su zalog po sebi. U Srbiji ukoliko producent dobije sredstva od FCSa, nakon uplate prve rate, ona se mora opravdati pre uplate sledeće. Prilažu se kopije ugovora i faktura uz narativni izveštaj o trošenju sredstava. Za uplatu stimulacije, u slučaju konkursa za proizvodnju i razvoj projekta, producenti moraju otvoriti poseban podračun samo za tu namenu. To olakšava kontrolu Filmskog centra Srbije u trenutku pravljenja računa dobitnika sredstava.

Fiskalna politika države nije u dovoljnij meri prilagodjena kako bi pružila stimulaciju proizvodnom procesu filma. Visoki su porezi i doprinosi na autorske honorare i honorare saradnika. Istovremeno država dozvoljava otvaranje agencija koje nisu u sistemu PDVa i prepoznaje ih kao regularan način poslovanja. Agencije porez plaćaju po paušalu. U praksi to znači, da se autoru preko agencije uplaćuje neto zarada. Vlasnik agencije, koji ne mora biti autor kome je honorar namenjen, platiće paušalni porez na godišnju zaradu. Zakon ne prepoznaje otvaranje i poslovanje agencija kojima je, zapravo, glavna delatnost

naplaćivaje usluga za treća lica. U praksi ovaj slučaj je čest i kako ne postoji zakonska regulativa, odnos između agencije i uplatioca sredstava, reguliše se prema dobrim poslovnim običajima. Uplatilac na neto iznos dodaje 10% za troškove agencije. Ovakav način poslovanja je isplativiji, ali dugoročnije gledano, može naneti štetu na više nivoa. Država dobija paušalni porez umesto redovnog, a autori i saradnici ostaju bez pokrivenih doprinosa i pravno vidljivog radnog staža. Producenti štede novac, ali istovremeno smanjuju mehanizme kontrole lica koja angažuju na ovaj način. U slučaju sudskog spora međusobno se tuže producent i agencija. Producent može tužiti agenciju kao pravnog zastupnika autora i saradnika, ali autori i saradnici moraju nagovoriti agenciju da tuži producenta u njihovo ime.

Zato su potrebne poreske olakšice. One bi omogućile direktan odnos poslodavca i angažovanih lica, gde bi i prava i obaveze bile definisane ugovorom, a država bi imala redovan prihod od poreza i doprinosa. Poreske olakšice nisu predviđene ni za stalni uvoz i kupovinu opreme: snimajuću tehniku, tehniku za obradu i prikazivanje filmova. Oprema se u tom slučaju uvozi kao da je polovna, jer se obračunavaju manji porezi, ali onda i osiguranje tehnike glasi na polovnu opremu i povlači manju premiju. U slučaju da se zaista oprema ošteti, naplata osiguranja neće nadoknaditi realnu štetu.

Povraćaj PDV predviđen je za inostrane produkcije koje novac troše u Srbiji, dok Francuska predviđa mogućnost da domaće produkcije povrate između 20% i 30% poreza na sve troškove proizvodnje po filmu do ukupne cifre od 30 miliona evra. Ovakve mere su doprinele da je u 2016. godini 83,7% većinski francuskih produkcija preko 70% svojih troškova utrošilo na teritoriji Francuske. Takođe Francuska dozvoljava povraćaj poreza između 25% i 30% na troškove televizijskih kuća koje proizvode igrane i dokumentarne filmove.⁷⁹ Nacionalni centar za film⁸⁰ smatra, da se ovakvim poreskim olakšicama stimulišu producenti da ceo proizvodni proces realizuju u Francuskoj. Na taj način se sprečava trošenje sredstava u inostranstvu, gde producenti mogu pronaći povoljnije usluge.

⁷⁹ Results 2016, Films, television programmes, production, distribution, exhibition, exports, video, new media, May 2017. Centre national du cinema et de l'image animee - CNC

⁸⁰ Centre national du cinema et de l'image animee - CNC

Kreiranje umetničke ideje kao osnove budućeg filmskog dela, i njena materijalizacija (verbalizacija) kroz izradu scenarija može trajati negраниčeno dugo. Ovo je upravo nukleus umetničkog dela. Sam predlog scenarija ne znači i njegovu nužnu realizaciju. Scenario, kao i ideja koju plasira, prolaze kroz valorizaciju kako umetničku i sadržajnu tako i kroz materijalnu procenu. Procenjuje se da li se za scenario mogu naći sredstva, da li sa sa optimalnim sredstvima može realizovati projekat delmično, ili u potpunosti kako je predviđeno scenarijom. Holivudski studiji su mehanizam procene doveli do skoro savršenog sistema. Nakon što umetnički odbori daju sugstije za razvoj scenarija i definišu konačan izgled istog, pristupaju detaljnoj finansijskoj analizi. Da li projekat može zaraditi? Kome je namenjen i da li je isplativo angažovati mušku ili žensku zvezdu? Kog ranga mora biti reditelj? Procene se vrše i koliko je optimalno trošenje sredstava za svaku stavku budžeta. Na osnovu procene rizika, donosi se zaključak da li će se film realizovati ili ne.

U Srbiji se naravno ne primenjuje ovakav sistem, jer je tržište kulture suviše malo, nema adekvatnih istraživanja ni tržišta, ni potrošnje, ni publike pa shodno tome nema ni pouzdanih i relevantnih parametara na osnovu kojih bi se ovakva procena mogla raditi. Odluku za ulaženje u proizvodni proces donose producenti i najuži autorski tim na osnovu iskustva, sagledavanja konkurencije i možda najviše, na osnovu mogućnosti da sakupe optimalna sredstva za realizaciju projekta. Apstraktni rizik se savladava racionalnom odlukom da se ne ulazi u realizaciju, ili ogromnim entuzijazmom za koji se predpostavi da može nadomestiti nedovoljna sredstva. U drugom slučaju, vrlo često ili dodje do obustave realizacije projekta na određeno ili neodređeno vreme ili realizovan projekat evidentno ocrta nedostatak potrebnih sredstava.

Svaki film ima isti proizvodni proces i faze filmske proizvodnje kroz koje film od ideje do finalne kopije prolazi, bez obzira na kinematografiju kojoj pripada, zemlju porekla, finansijsku konstrukciju, Troškovi proizvodnje filma zavise od žanra filma, scenarija, tehničkih i umetničkih zahteva reditelja opisanih u knjizi snimanja. Na primer, razlike između realizacije savremene drame, istorijskog spektakla ili naučne fantastike su brojne, ali su faze filmske proizvodnje iste.

Faze filmske proizvodnje⁸¹ sagledane kroz životni ciklus projekta⁸² mogu se podeliti na sledeći način.

- Razvojna faza, odgovara fazi koncepcije i podrazumeva, scenario, probni kasting i nacrt budžeta. U ovoj fazi definišu se kratkoročni i dugoročni ciljevi.
- Priprema, odgovara fazi planiranja, podrazumeva izradu svih kreativnih elemenata: izrada knjige snimanja, usvajanje objekata snimanja, izrada skica kostima. Ova faza takodje podrazumeva i definisanje svih učesnika projekta. Postavljaju se pravni, finansijski i tehnički okviri. U ovoj fazi se izrađuje i započinje realizacija marketing plana, koja se dalje nastavlja paralelno sa fazama koje slede.
- Produkcija podrazumeva snimanje kadrova i odgovara fazi realizacije. Ova faza podrazumeva vrhunac umetničkog i timskog stvaralaštva. Paralelno sa ovom fazom, odvija se faza kontrole projekta koja se nastavlja i u fazi postprodukcije.
- Postprodukcija je faza u kojoj se nastavlja kreativni proces kroz montažu, komponovanje muzike, obradu slike i zvuka, izradu različitih nosača kopije filma. Ovo se takođe može smatrati fazom realizacije. Postprodukcija se završava izradom prve kopije filma. U ovoj fazi marketing plan je na vrhuncu aktivnosti.
- Potpuna evaluacija se može uraditi nakon određenog vremenskog perioda distribucije i prikazivanja. Proverava se uticaj efikasnost projekta u odnosu na ciljeve, njegov doprinos kulturno umetničkoj sredini, uticaj na željene ciljne grupe, finansijski bilans, prisutnost filma na domaćim i inostranim festivalima, doprinos prezentacije nacionalne kinematografije u svetu.
- Terminacija projekta u slučaju filmske proizvodnje je deponovanje filma u arhiv kinoteke. Važno je napomenuti da se terminacija odnosi samo na proizvodni proces, jer film kao umetničko i kulturno delo nije ograničenog trajanja.

⁸¹ De Vany, Arthur, *Hollywood Economics, How extreme uncertainty shapes the film industry*, Routledge Taylor & Francis Group, 2004. New York

⁸² Dragičević Šešić, Milena i Stojković, Branimir, *Kultura, menadžment, animacija, marketing*, CLIO, 2003. Beograd (str147.)

„Sve me zanima, jer je sve bitno. Od početka pisanja scenarija pa do poslednjih doterivanja za vreme miksovanja. Film u svakoj od tih faza može da ti isklizne iz ruku. Na primer, pisanje je vrlo slobodna delatnost zato što si sam za pisaćom mašinom, a istovremeno je i uzbudljivo jer izgleda kao da čitaš roman, a da bi znao šta se desilo posle, moraš da nastaviš da pišeš... Snimanje je međjutim nešto opipljivije... Sve je materijalizovano i nisi sam, saradjuješ sa stotinu ljudi gotovo uvek u nekom duševnom stanju vrlo bliskom krajnjoj napetosti, očajanju, strasnoj ljubavi. Film te neprekidno uzbudjuje, i tebe i druge.”⁸³



Grafički prikaz br. 3 Sopstvena grafička analiza autora Faza filmske proizvodnje

2.9.1. Faza predpripreme

Predpripreme odgovaraju fazi koncepcije životnog ciklusa projekta i podrazumevaju: gotov scenario, rad na knjizi snimanja, konstituisanje autorske ekipe, nacrt budžeta i kasting. Definišu se kratkoročni i dugoročni ciljevi. Ova faza se u slučaju proizvodnog procesa filma može podeliti na dva dela: Ideja i pisanje scenarija, kao osnovna koncepcija i razvoj projekta u kojoj od scenarija kroz izradu i razradu knjige snimanja nastaje definitivni izgled projekta, čijim daljim razvojem se dolazi do realizacije odnosno nastajanja filmskog dela.

⁸³ Pajan, Migel Huan, Savremeni španski film; Intervju sa Pedrom Almodovarom, Clio, 2004. Beograd (str21)

2.9.1.1. Ideja i pisanje scenarija

„Reči utiču na stvaranje drugačije slike, iskrivljuju cilj kome teži filmska imaginacija. Treba prekinuti, zaustaviti se na vreme. U tom trenutku zapažam da scenario nije dovoljan, da je beskorisno nastavljati dalje na literarnom planu. I tada otvaram kancelariju, počinjem da sazivam svet, organizujem defile stotinu lica. To je neka vrsta žrtvenog rituala da bi se stvorila atmosfera. Za mene najzabavnija faza: u njoj je film otvoren za sve mogućnosti, suočen sa mnogim nepoznicama.”⁸⁴

Kreiranje umetničke ideje kao osnove budućeg filmskog dela, i njena materijalizacija (verbalizacija) kroz izradu scenarija može trajati negranično dugo. Ovo je upravo nukleus umetničkog dela. Sam predlog scenarija ne znači i njegovu nužnu realizaciju. Scenario kao i ideja koju plasira prolaze kroz valorizaciju kako umetniču i sadržajnu tako i kroz finansijsku procenu. Razmatra se da li se za scenario mogu naći sredstva i da li se sa optimalnim sredstvima može realizovati projekat delmično ili u potpunosti kako je predviđeno scenarijom.

Holivudski studiji su mehanizam procene doveli do skoro savršenog sistema. Nakon što umetnički odbori daju sugestije za razvoj scenarija i definišu konačan izgled istog, pristupaju detaljnoj finansijskoj analizi. Targetiraju se ciljne grupe. Vršiti se finansijska procena ulaganja i procena mogućnosti ostvarivanja dobiti. Procene se vrše i koliko je opravdano trošenje sredstava za svaki segment finansijske konstrukcije. Na osnovu procene rizika, donosi se odluka o daljoj realizaciji projekta.

Evropski model podrazumeva mogućnost finansijske stimulacije izrade scenarija. Filmski centar Srbije svake godine raspisuje konkurs za razvoj scenarija na koji se mogu prijaviti sami autori bez producenata. Ovakvom stimulacijom se podstiče rad na kreativnom stvaranju i finansijski se obezbeđuju autori kako bi nesmetano realizovali ideju. Visina honorara autora se određuje procentom u odnosu na celokupan budžet filma. Izdvajanje dobrog honorara daje mogućnost autorima da se posvete isključivo radu na tom

⁸⁴ Federiko Felini Napraviti film, Institut za film, Beograd 1991. 124str.

projektu u dogovorenom periodu. Osim toga Evropske zemlje smatraju, da na taj način štite autore od prihvatanja komercijalnih poslova koji mogu štetiti njihovoj reputaciji. Srpski producenti pak, često skrivaju realne visine honorara autora pri izradi kalkulacija za konkurs, zbog mišljenja da visoki honorari nekompetentnim članovima komisije i javnosti mogu delovati kao jedini cilj realizacije filmskog dela. Dejvid Trozbi⁸⁵ je napomenuo da je teško objasniti ljudima da ono što njima predstavlja zabavu jeste zapravo posao od koga neko živi.

2.9.1.2. Razvoj projekta

Kao osnov i početak formalne saradnje u ovoj fazi potpisuju se ugovori između producenta i autora (među kojima je glavni reditelj) koautora i autora pojedinih doprinosa filmskom delu. Ugovorom koji je usaglašen sa Zakonom o autorskom i srodnim pravima⁸⁶, autori na producenta prenose uglavnom sva prava, osim moralnih autorskih prava koja su neotudjiva. Na osnovu ugovora producent stiče pravo da scenario snimi, samim tim i postane vlasnik filmskog dela, te da ga dalje prikazuje i stavlja u promet. Nakon pribavljenih prava, producent pravi nacrt budžeta i projektuje kratkoročne i dugoročne ciljeve.

⁸⁵ Throsby, David, *Economics and Culture*, Cambridge University Press, 2001. New York

⁸⁶ Zakon o Autorskom i srodnim pravima, Službeni glasnik RS, 104/09, 11. Decembar 2009, poglavlje 6.2.3.4. Ugovor o filmskom delu.

Autor	Reditelj
Koautori	Scenarista
	Direktor fotografije
	Kompozitor
Autori pojedinih doprinosa filmskom delu	Scenograf
	Kostimograf
	Koreograf
Izvodjači	Glumci
	Plesači
	Pevači i instrumentalni izvodjači
Stručni i tehnički saradnici (prema sektorima)	Sektor produkcije
	Sektor režije
	Sektor kamere
	Sektor scenografije
	Sektor kostimografije
	Sektor tehnike
	Sektor rasvete
	Sektor zvuka
	Sektor montaže
Sektor specijalnih efekata	

Tabela br. 1 Sopstvena analiza autora na osnovu Zakona o Autorskom i srodnim pravima i konkursne dokumentacije Filmskog centra Srbije

Definisanjem kratkoročnih i dugoročnih ciljeva izrdjuje se plan projekta. Na osnovu toga jasno se kristališu mogućnosti za pronalaženje potencijalnih partnera za različite faze projekta.

Nacrt budžeta se izradjuje prema scenariju i rediteljskoj eksplikaciji i služi kao osnov za kreiranje projekcije budžeta. Nacrt budžeta prikazuje planirane rashode po fazama proizvodnje u okviru kojih se rashodi detaljno razradjuju po sektorima proizvodnje. Na osnovu nacrta budžeta izradjuje se finansijski plan koji prikazuje izvore i dinamiku prihoda.

Izvori prihoda mogu biti novčana sredstva dobijena na nacionalnim i internacionalnim konkursima, kao i materijalna sponzorstva i donacije. Kako u приходima tako i u rashodima, ciframa se predstavljaju i nematerijalna sponzorstva i donacije, odnosno roba i usluge koje se obezbedju bez plaćanja materijalne naknade.

Kada je obezbeđivanje prihoda u pitanju, evropske producentske kuće uglavnom kao osnovni i inicijalni prihod, uzimaju sredstva izdvojena iz državnih, regionalnih i evropskih fondova, kao i nacionalnih televizija. Američke produkcije se u celosti finansiraju sopstvenim, odnosno privatnim kapitalom.

U ovoj fazi se raspolaže sa dovoljnim informacijama o izgledu i načinu proizvodnje budućeg filma i moguće je konkurisati za sufinansiranje razvoja projekta na konkursu Filmskog centra Srbije. Sredstva dobijena na ovom konkursu, mogu se koristiti za deo honorara autora, putne troškove za odlazak u inostranstvo zarad pronalaženja koprodukcijских partnera, kao i ostale aktivnosti koje su predviđene u ovoj fazi.

U razvoj projekta reditelju i scenaristi se pridružuju i drugi koautori i autori pojedinih doprinosa filmskom delu: direktor fotografije, scenograf i kostimograf. Svi oni moraju biti usaglašeni kako bi stvorili estetsko jedinstvo, ostvarili rediteljku viziju i kroz svoj rad doprineli radnji filma, formiranju likova i vizuelnom identitetu filma. „S obzirom na zavisnost scenografije od tehnike osvetljenja i od snimateljevog rada, filmski scenograf mora u potpunosti biti upoznat s kinematografijom. Mora umeti da čita scenario i istovremeno da gleda na njega pod uglom finansija.”⁸⁷ Kostim bi trebalo da pomaže glumcu da stvori lik, međutim na isti način može mu i smetati. „ Veština da se nametne kostim glumcu – i tim pre glumici! – za pravog kostimografa jeste veština jednako važna kao umeće crtanja ili osećanje za boju.”⁸⁸

U zavisnosti od specifičnosti filmskog dela planiranog za realizaciju, u ovoj fazi se mogu priključiti kompozitor i koreograf ukoliko filmsko delo zahteva muziku iz kadra ili igracke scene. Osim izbora kompozitora, koreografa, pevača i plesača „ Treba spojiti muziku i ples, naći najbolji položaj kamere da bi taj ples iskazao ono što si ti naumio, treba ga uklopiti sa radnjom što je zanimljivo jer onda ima i dramaturški značaj.”⁸⁹ Još jedan umetnički saradnik koji se prema zahtevnostima filmskog dela može priključiti je i specijalista za specijalne efekte koji se izvode u toku snimanja i specijalista za vizuele

⁸⁷ Vajda, Andžej, Film zvani želja, Narodna knjiga, 1988. Beograd (str72;73)

⁸⁸ Vajda, Andžej, Film zvani želja, Narodna knjiga, 1988. Beograd (str77)

⁸⁹ Pajan, Migel Huan, Savremeni španski film; Intervju sa Karlosem Saurom, Clio, 2004. Beograd (str144)

efekte (CGI –computer generated imagery) koji se izvode u fazi post produkcije, ali je priprema za efekte potrebna i u fazi snimanja.

Nakon konsultacija sa rediteljem, svi članovi angažovani u ovoj fazi, pripremaju svoje elaborate. Elaborati treba da sadrže: skice, plan i dinamiku tehničke realizacije kao i predložene specifikacije troškova. Na osnovu elaborata producent može imati detaljniji uvid u projekat i može ažurirati nacrt budžeta.

Nakon obilaska objekata, izrade elaborata, i eventualnih dogovora sa glavnim glumcima ukoliko se u ovoj fazi zna podela bez kastinga, piše se knjiga snimanja. Izradom knjige snimanja se pretežno literarni scenario prevodi na tehnički jezik filma, što ujedno i predstavlja najznačajniji dokument u proizvodnji filma na osnovu kog proističe rad svih članova ekipe⁹⁰ Knjiga snimanja sadrži detaljan opis svakog kadra. Detaljan opis kadra podrazumeva: preciziranje plana, rakursa, trajanja, kompoziciju i montažni kontekst kadra, kao i dramske, dimaničke i ritmičke ekspresije⁹¹. Knjiga snimanja dakle sadrži praktično sve vizuelne i audio detalje kadra koji će biti vidljivi u konačnoj verziji filma. Sadrži dijalog odnosno dramski tekst kadra, opis objekata enterijera i eksterijera, raspored glumaca, opis rekvizite i dekora, opis atmosfere, doba dana i tačan dan, mesec i godinu za svaki objekat.

Na osnovu knjige snimanje producent može izvršiti još jednu koreckciju nacrta budžeta kako bi došao do što realnije cifre koja je potrebna za realizaciju projekta. U ovoj fazi se troše izvesna novčana sredstva izdvojena za razvoj projekta. Istovremeno, ovo je trenutak kada se vrši procena da li je zahtevnost projekta, i u kojoj meri izvodljiva. Zaključuje se da li je nacrt budžeta izvodljiv za realizaciju ili se mora smanjiti, pa u skladu sa smanjenjem nacrta budžeta potrebno je korigovati i zahtevnost projekta (smanjiti broj objekata, izvršiti najam jeftinije kamere i slično). Ukoliko se ne može korigovati zahtevnost projekta, a producent proceni da je nemoguće sakupiti optimalna sredstva za proizvodnju, projekat se obustavlja. Praktično ovo je poslednji trenutak za odustajanje

⁹⁰ Jovanović, Sreten, Osnovi filmske produkcije, Fakultet dramskih umetnosti, 2007. Beograd (str137,138.)

⁹¹ Bošković, Boško, Osnovi filmske režije, Univerzitet umetnosti u Beogradu, 1986. Beograd

od projekta. Uložena sredstva su bespovratna ali u odnosu na potencijalni gubitak ulaskom u sledeću fazu, zanemarljiva su.

Tokom čitave faze razvoja projekta jedan od osnovnih zadataka producenta jeste prikupljanje sredstava. Pored konkursa za razvoj projekta, Filmski centar Srbije nudi i konkurs za sufinansiranje projekata po kategorijama (dugometražno igrani, krtakometražni igrani, dugometražni dokumentarni, kratkometražni dokumentarni, eksperimentalni i studentski završni film). Producent, nakon dobijenih sredstava na nekom od ova dva konkursa, može naći koproducenta iz regiona ili zemalja Evropske Unije, čime se kvalifikuje za konkurisanje na njihove filmske fondove. Na osnovu svih parametara koje je prikupio iz knjige snimanja i elaborata, producent može imati odredjeniju ciljnu grupu sponzora i donatora koji bi mogli da pronadju svoj interes u davanju usluga, novčanih i robnih sponzorstava.

2.9.2. Faza pripreme

Priprema odgovara fazi planiranja, podrazumeva izradu svih kreativnih elemenata i preciziranje svih tehničkih elemenata.

Ova faza započinje razradom knjige snimanja i ukoliko je potrebno unošenjem dodatnih korekcija. Knjiga snimanja se kao najznačajniji dokument distribuirá svim sektorima. Za produkciono zahtevnije projekte uz knjigu snimanja se izradjuje i storibord koji je sastavljen od nacrtanih sličica svakog kadra ili scene opisane u knjizi snimanja. Prema knjizi snimanja izradjuje se plan snimanja. Plan snimanja se pravi po danima snimanja sa naznačenim kadrovima i scenama koje se snimaju dnevno, lokacijama, potrebama tehnike, potrebnim likovima - glumcima, statistima i potrebnim članovima ekipe. Na osnovu plana snimanja, za vreme produkcije filma, prave se dnevna radna naredjenja

U ovoj fazi definišu se i sklapaju svi pojedinačni ugovori sa učesnicima projekta prema sektorima. U zavisnosti od zahtevnosti filmskog dela, kao i od budžeta projekta, zavisí

brojnost i radni profil članova po sektorima. Radi lakše organizacije posla, filmska ekipa se prema vrsti posla deli po sektorima. Svaki sektor ima svog šefa koji je direktno odgovoran za rad svog tima, u kvalitativnom smislu reditelju, a u finansijskom producentu. Šef sektora je dužan da poštuje dnevne planove i dogovorene rokove u fazi priprema. Filmski centar Srbije prema svojim formularima u okviru konkursnih dokumentacija predviđa sledeće sektore: Sektor režije, Sektor produkcije, Sektor kamere, Sektor zvuka, Sektor scenografije, Sektor kostima, Sektor rasvete, Sektor montaže i Sektor postprodukcije.

U fazi priprema se preciziraju svi rashodi i prihodi, pa se nacrt budžeta koriguje u odnosu na realno stanje do konačnog budžeta. Rashodi se utvrđuju na osnovu knjige snimanja, plana snimanja, tehničke specifikacije, elaborata scenografije i kostima, elaborata specijalnih efekata koji se izradjuju u fazi produkcije ili vizuelnih efekata koji se izradjuju u fazi postprodukcije (CGI). Rashodi se utvrđuju i na osnovu projektovanih troškova produkcije, projektovanja rashoda kompletne postprodukcije filma, i postignutim dogovorima o visini honorara sa svim članovima ekipe i dodatnim troškovima.

Prihodi se prema dinamici priliva sredstava raspodeljuju na rashode i čine finansijski plan. Zatvorena finansijska konstrukcija podrazumeva, da su svi rashodi pokriveni приходima. Rashod ne sme biti veći od prihoda, jer u tom slučaju se ulazi u rizik da se započne faza produkcije, a da postoji mogućnost da se projekat usled nedostatka finansijskih sredstava ne završi. Teorija zastupa stav da se u realizaciju projekta ne ulazi pre zatvaranja finansijske konstrukcije. Medjutim, praksa u srpskoj kinematografiji je pokazala da se producenti često upuštaju u realizaciju projekta kada osiguraju samo delimična sredstva. Oni često obezbede finansijska sredstva samo za fazu produkcije, sa idejom da se sredstva potrebna za postprodukciju naknadno obezbede. Samim tim se ulazi u rizik da se ne isplate poslednje rate honorara autora i saradnika, koje su inače ugovorom o autorskom delu predviđene da se isplaćuju nakon završene postprodukcije. Rizik da se sredstva potrebna za postprodukciju ne obezbede, praktično znači da postoji mogućnost da se projekat ne završi i da filmsko delo ne ugleda bioskopsku salu. Razlog ovakvoj praksi jesu nedovoljna sredstva namenjena za sufinansiranje filmske proizvodnje u Srbiji, kao i neuredjeni mehanizmi stimulacija koji bi u značajnoj meri pomogli

producentu da obezbedi sponzorstva, donatorstva i mogućnost zarade na tržištu. Tako da proces prikupljana sredstava ili foundrasing može potrajati i nekoliko godina. Možda je dobar pokazatelj da je ovo česta praksa u domaćoj kinematografiji, i ugovor FCSa sa dobitnicima sredstava na konkursu za sufinansiranje proizvodnje, koji daje dvogodišnji rok za završetak filma, a često prihvata i višegodišnje probijanje roka.

U ovoj fazi se odvijaju sve potrebne pripreme u okviru svih sektora. Organizuje se kasting i vrši podela svih uloga, osim uloga koje su već podeljene u fazi predpriprema. Izradjuje se ili adaptira scenografija i nabavlja ili kupuje rekvizita. U sektoru kostimografije se šiju, kupuju i adaptiraju kostimi za glumce i statiste, izradjuju maske, priprema se šminka i frizura. Precizira se tehnička specifikacija kamere i prateće opreme, rasvete i tonske opreme. Paralelno sa ovim pripremama odvijaju se i glumačke probe. Ukoliko je u projekatu potrebna muzika iz kadra u ovoj fazi se komponuje, izvodi i tonski snima muzika. Ukoliko projekat zahteva plesne ili baletske scene, pravi se i uvežbava koreografija. U fazi priprema glumci prolaze i dodatne obuke ukoliko je to potrebno zbog specifičnosti lika koji tumače (konsultacije sa stručnjacima o specifičnostima profesije koje glumac tumači u filmu, ili rad sa lektorom ako u filmu ima stranog jezika ili specifičnog dijalekta...). Specijalni i vizuelni efekti u filmu se precizno dogovaraju sa rediteljem i obavljaju se sve neophodne probe i pripreme.

Probna snimanja se često smatraju suvišnim troškom ili čak hirom reditelja. Pogotovo za zahtevnije projekte probna snimanja mogu biti od ključnog značaja, jer se tek na realnim objektima u realnim uslovima koji će biti na snimanju, mogu uvideti nedostaci koje bi trebalo otkloniti pre same produkcije. „Ona daju i odgovor na mnoga pitanja koja se tiču budućeg filma. Kako sa ekrana zvuče napisani dijalozi? Kako izgledaju snimljeni kostimi? Kako se ponaša ekipa sa kojom treba zajedno da radimo? ... Iz mojih iskustava ipak proizilazi da probna snimanja ako su radjena profesionalno, mogu budući film da spasu od poraza.”⁹²

⁹² Vajda, Andžej, Film zvani želja, Narodna knjiga, 1988. Beograd (str62;63)

U ovoj fazi bi trebalo kreirati marketinški plan i započeti sa njegovom implementacijom. „Marketing u velikoj meri primenjuje postupak ubedjivanja u okviru koga se ljudima o nečemu daju informacije na takav način da se u njima podstiče želja da to uvrste u svoje iskustvo, ali za to je potrebno vreme o čijoj raspoloživosti često odlučuju spoljni činoci. ”⁹³ Usled nedostatka finansijskih sredstava u Srbiji se često sa marketingom, promocijom i oglašavanjem počinje tek u krajnjoj fazi postprodukcije.

Marketing ne služi samo da se privuče publika koja konzumira filmsko delo, već i da se promocijom projekta u javnosti podstaknu i sponzori i donatori da prepoznaju svoj interes učešća u budućem filmskom projektu.

2.9.3. Faza produkcije

Produkcija podrazumeva snimanje slike i zvuka i odgovara fazi realizacije. Filmski kadar je osnovna izražajna jedinica filmskog stvaranja u smislu tumačenja njegove tehničke i stvaralačke funkcije, bez obzira na sredstva i vrstu kompozicionog, dramskog, vremenskog i dinamičkog oblikovanja⁹⁴. Tehničko tumačenje kadra odnosi se na vremenski ograničen interval protoka filmske trake, odnosno digitalnog fajla kada je u pitanju digitalna tehnologija, koji beleži deo neposredno zatečene ili inscenirane statične ili dinamične stvarnosti. Stvaralačko tumačenje podrazumeva stvaralačku nadrgadnju objektivne stvarnosti koja ima za cilj da kod gledaoca izazove doživljaj estetskog kao i da podstakne njegovu misaonu i čulno-psihološku aktivnost. Svaki filmski kadar mora imati svoju funkciju u okviru jedne filmske fraze, filmske scene ili filmskog dela u celini⁹⁵.

Faza produkcije podrazumeva vrhunac umetničkog i timskog stvaralaštva. Reditelj kroz proces kadriranja stvara filmsko delo. Direktor filma i drugi autori i glumci, shodno svojim profesionalnim zadacima doprinose i upotpunjuju stvaralački proces. Saradnici u

⁹³ Digl, Kit, Marketing umetnosti, CLIO, 1998. Beograd (str.26)

⁹⁴ Bošković, Boško, Osnovi filmske režije, Univerzitet umetnosti u Beogradu, 1986. Beograd (str18)

⁹⁵ Bošković, Boško, Osnovi filmske režije, Univerzitet umetnosti u Beogradu, 1986. Beograd (str21)

svim sektorima omogućavaju tehničku izvodljivost umetničke kreacije. Faza produkcije zahteva angažovanje najvećeg broja saradnika.

Produkcija, odnosno snimanje, započinje okupljanjem ekipe na objektu, prema dnevnom radnom naredjenju. Andžej Vajda preporučuje „ Ako nećete da lutate u prvim danima i nedeljama snimanja – nikad ne počinjite od takozvanih pasaža – manje važnih scena-veznika... Ako prvi dani snimanja treba da izazovu usredsredjenost, da sve podstaknu na maksimalnu efektivnost, da cementiraju ekipu i glumce – film treba počinjati od velikih važnih scena, čiji je smisao u budućem filmu lako odrediti. Glumci će u njima naći materijal za analizu likova, a reditelj će pokazati sebi i drugima kako vidi svoj film.“⁹⁶

Faza produkcije se obično smatra najskupljom fazom, međutim to nije isključivo pravilo. Filmovi koji imaju zahtevnu postprodukciju, odnosno filmovi koji zahtevaju obimne intervencije u oblasti vizuelnih efekata, mogu imati veće rashode u fazi postprodukcije. Zato je važno da se finansijska konstrukcija kompletno zatvori pre početka produkcije.

Faza produkcije jeste najkreativniji proces. Da bi kreativni proces dao apsolutni kvalitet on mora biti vrlo detaljno isplaniran i kontrolisan. Zato se paralelno sa ovom fazom, odvija faza kontrole projekta koja se nastavlja i u fazi postprodukcije. Kontrola projekta je izuzetno važna jer svaki dan snimanja iziskuje značajano bespovratno trošenje finansijskih sredstava. Broj dana snimanja unapred je odredjen planom snimanja i kalkulacijom. Svaki dodatni dan koji nije predhodno predvidjen, dodatno iziskuje finansijska sredstva. Zato se planovi i izveštaji vrlo detaljno izradjuju. Kontrola projekta podrazumeva izradu dnevnih, nedeljnih, mesečnih izveštaja i finansijskih izveštaja⁹⁷. Nakon svakog snimajućeg dana, produkciji se uz radno naredjenje dostavlja dnevni izveštaj. Dnevni izveštaj izradjuju sekretarica režije i pomoćnik režije. Na osnovu tih izveštaja producent ima uvid da li se poštuje plan snimanja i ima blagovremeni uvid u probleme koji nastaju tokom snimanja.

⁹⁶ Vajda, Andžej, Film zvani želja, Narodna knjiga, 1988. Beograd (str69;70)

⁹⁷ Jovanović, Sreten, Osnovi filmske produkcije, Fakultet dramakih umetnosti, 2007. Beograd

Još jedan značajan element kontrole jeste skladištenje, provera tehničke ispravnosti i čuvanje snimljenog materijala. Snimljeni materijal se čuva na najmanje tri hard diska. Nova tehnologija je ubrzala dolazak materijala u montažu. Ustalila se praksa da se u toku snimanja film paralelno postavlja u montaži, prema knjizi snimanja i listi snimljenih kadrova. Preciznu listu snimljenih kadrova, uz naznačene korekcije reditelja u odnosu na knjigu snimanja i obeležene odabrane dublove od strane reditelja, priprema sekretarica režije i oni se u montažu dostavljaju zajedno sa snimljenim materijalom. Na ovaj način reditelj, direktor filma i producent u svakom trenutku mogu pogledati prvu ruku izmontiranih scena.

Sektor produkcije na čelu sa producentom, izvršnim producentom i direktorem filma koordiniše svim sektorima i obezbeđuje najbolje moguće uslove za realizaciju snimanja. Zaposleni u ovom sektoru organizuju i usaglašavaju rad ekipe, glumaca i omogućavaju kontinuirani rad blagovremenim pripremama objekata, scenografije i kostima i planiraju transport i catering za naredni dan. Sektor produkcije paralelno vrši i kontrolu projekta. On u slučaju nepredvidjenih okolnosti, ili usled nepovoljnih vremenskih uslova, koriguje plan snimanja i koriguje rad ekipe. Radi poboljšanja efikasnosti rada, producent i direktor filma zakazuju sastanak ekipe.

Tokom snimanja radni dan traje 12 sati, računajući dolazak i odlazak ekipe sa objekta, i svaki sedmi dan je slobodan. Najčešće se nakon slobodnog dana, kada je to potrebno, prelazi sa noćnih na dnevna snimanja ili obrnuto, vodeći računa da između dva snimajuća dana prodje minimum 12 sati.

Ova faza pruža dosta mogućnosti za marketing i promociju filma najviše kroz odnose s javnošću. „ Najavljeni film za novinare predstavlja kuku o koju se mogu kačiti intervjui i zato mu oni sa zadovoljstvom obezbeđuju efekte odnosa s javnošću.”⁹⁸ Novinari i televizijske ekipe mogu provesti dan sa filmskom ekipom, mogu dobiti intervjue glumaca i autora. Na taj način javnost se upoznaje sa budućim delom. Novinari dobijaju ekskluzivne priče i imaju spremna pitanja o novom filmu za glumce i reditelja na kojoj

⁹⁸ Digl, Kit, Marketing umetnosti, CLIO, 1998. Beograd (str.38)

god manifestaciji da ih sretnu. Kroz intervjuje publika pobudjuje svoje interesovanje i prenosi ga dalje. Samo snimanje često prati i snimanje filma o filmu koji se kasnije može koristiti u promotivne svrhe, što kod publike posebno nailazi na pozitivan efekat jer mogu videti šta se dešava „iza kamere” i šta njihovi omiljeni glumci misle o filmu. Ovaj vid promocije je koristan za sam film ali i za afirmaciju glumaca koji do tada nisu bili poznati javnosti. Do premijere filma ima sasvim dovoljno vremena da se od anonimnih glumaca naprave svima poznata i bliska lica.

2.9.4. Faza postprodukcije

Postprodukcija je faza u kojoj se odvija montaža, komponovanje muzike, obrada slike i zvuka, izrada različitih nosača kopije filma čime se završava ova faza. Ovo se takođe može smatrati fazom realizacije. Postprodukcija se završava izradom kopije filma.

Montaža filma započinje paralelno sa snimanjem filma. Prva faza montaže se sastoji od postavljanja scena i kadrova prema knjizi snimanja i listi snimljenih kadrova. Funkcija montaže je da omogući sintetično prostorno vremensko oblikovanje umetničke stvarnosti, kao i da uspostavi ritmičke i dramaturške odnose kadrova u filmu⁹⁹. Montaža ima nekoliko faza i verzija sve dok reditelj ne postigne željeni izgled filma. Postignutim dogovorom o konačnoj verziji filma između reditelja i producenta završava se montaža i film se predaje na dalju obradu.

Paralelno sa montažom odvija se i snimanje i obrada zvučnih efekata, nadsinhronizacija ukoliko je potrebno ponoviti interpretaciju glumca ili zameniti glas glumca. Paralelno se komponuje i snima kompletna muzika potrebna za film. Muzika se postavlja pred završetak poslednje ruke montaže. Pripremaju se i elementi vizuelnih (CGI) efekata koji će se implementirati nakon poslednje ruke montaže.

⁹⁹ Bošković, Boško, Osnovi filmske režije, Univerzitet umetnosti u Beogradu, 1986. Beograd (str16)

Nakon poslednje ruke montaže, film prelazi na onlajn montažu u kojoj se montirani kadrovi manje rezolucije zamenjuju kadrovima visoke rezolucije, kako bi film imao apsolutni kvalitet i bio pogodan za bioskopsko prikazivanje. Vršiti se obrada zvuka koja podrazumeva čišćenje dijaloga, postavljanje zvučnih efekata i muzike. Nakon kolor korekcije slike i tonske obrade vrši se sinhronizacija konačne verzije tona i slike. Na osnovu te verzije se izradjuju i fajlovi za titl. Nakon kompletne obrade slike, materijal je spreman za izradu kopija. Kopije koje se izradjuju u visokoj rezoluciji su DCP formata, i izradjuje se jedna za master, jedna za čuvanje, i prema odluci producenta o broju izradjuju se i kopije za prikazivanje. Kopije koje se izradjuju u nižoj rezoluciji su masteri u HD rezoluciji, BluRay i DVD formata na osnovu kojih će se vršiti dalje umnožavanje.

Obrada slike i zvuka može biti različitog trajanja u zavisnosti od potreba filma, odnosno od količine potrebnih intervencija koje su potrebne za konačnu verziju filma.

Marketinške aktivnosti u ovoj fazi dosežu maksimalni intenzitet. Reklamna kampanja se aktivira dve do tri nedelje pred premijeru filma, u zavisnosti od sredstava kojim se raspolaže za tu namenu. Organizuju se konferencije za štampu, intervjui, gostovanja autora i glumaca, kampanja na društvenim mrežama, oglašavanje na bilbordima i reklamni spot na televizijama.

Centralni događaj kampanje je premijera filma. Poruka oglašavanja mora govoriti o proizvodu na upadljiv, interesantan, ubedljiv, sažet, nezaboravan i krajnje neodoljiv način.¹⁰⁰ Film je generalno vrlo inspirativan, jer po svojoj prirodi može nuditi vrlo atraktivan promotivni materijal. Možda i najvažnije srdestvo oglašavanja koje privlači najviše pažnje jesu filmski trejleri. Oni se sastoje iz najupečatljivijih kadrova i scena iz filma, obično atraktivno izmontiranih, praćenih muzičkim pasažima i zvučnim efektima. Obično se pravi nekoliko trejlera različitog trajanja. Oni su vrlo pogodni i za društvene mreže i razne internet portale. Plakat, kao i fotografije iz filma, bitni su elemnt koji bi pored osnovnih informacija o filmu, trebalo da dočara atmosferu i vizuelni identitet filma na način da privuče pažnju gledalaca i podstakne ih da pogledaju film.

¹⁰⁰ Digl, Kit, Marketing umetnosti, CLIO, 1998. Beograd (str.195)

2.9.5. Faza distribucije

Distribucija podrazumeva organizaciju prosledjivanja završene kopije filma prikazivačima, kao i prodaju optičkih diskova filma, odnosno prodaju prava na preuzimanje filma sa VOD i drugih platformi¹⁰¹. Producent ustupa distributeru prava na prikazivanje, na festivalsko prikazivanje, i prodaju primeraka filma na različitim formatima i na različitim medijima. Ustupljena prava su ugovorom obično ograničena na određeni vremenski period i teritoriju. Ugovorom se takodje precizno definišu mediji za koja distributer dobija prava prodaje filma.

U Srbiji ima registrovanih 12 distributerskih kuća. Domaći distributeri uglavnom dobijaju prava za prikazivanje na teritoriji republika bivše Jugoslavije i Srbije, prava na prikazivanje u celom svetu ustupaju se inostranim distributerskim kućama. Ustupanje prava na prikazivanje u celom svetu se takodje može ograničiti izuzimanjem određenih teritorija, izuzev zemalja Evropske Unije, koje se zbog jedinstvenog tržišta ne mogu pojedinačno izuzimati.

Prva faza distribucije je bioskopsko prikazivanje filma koja otpočinje premijernim prikazivanjem filma. Od ovog trenutka počinje faza evaluacije. Premijera filma je značajan događaj, jer u tom trenutku filmsko delo po prvi put dolazi u kontakt sa publikom, ostvaruje svoju primarnu funkciju ali postaje i javno dostupno kritičkom sudu kako profesionalaca tako i publike.

Marketing je izuzetno pojačan dve do tri nedelje pred premijeru, i u tom periodu su distributeri voljni da ulažu finansijska sredstva i ljudske resurse. Američka literatura se oslanja na pravilo, da prve dve nedelje prikazivanja određuju dalji život filma. Smatra se da potencijalni povraćaj uloženi sredstava, kao i profit, se ostvaruje upravo u okviru te dve nedelje.

¹⁰¹ <http://www.imdb.com/glossary/D>

Problem kod realizacije marketinške kampanje u Srbiji jesu visoke cene oglašavanja na televizijama i bilbordima koje su vrlo često nedostupne za efektnu kampanju. Uglavnom se kampanje svode na promocije preko društvenih mreža, kroz gostovanje autora i glumaca u različitim emisijama i davanje intervjua za štampana i onlajn izdanja.

Filmski centar Srbije raspisuje konkurs za stimulaciju distribucije, isključivo za distribuciju domaćih filmova uključujući i manjinske koprodukcije. Pri apliciranju na konkurs distributeri moraju podneti ugovore sa producentima, dokaz o uplati prihoda producentima, dokaz o ulaganju u promociju filmova, ugovore sa prikazivačima, kao i overene izveštaje prikazivača¹⁰².

Prema predlogu komisije 2016. godine Upravni odbor FCSa je doneo odluku UO 03-2277, 05.12.2016. kojom se stimuliše svih pet prijavljenih distributerskih kuća sa ukupnim iznosom od 5 miliona dinara. Komisija je utvrdila bodovnu listu po kojoj je valorizovala učesnike i recipročno broju bodova procentualno rasporedila ukupnu sumu predviđenu za ovaj konkurs¹⁰³. Prvo plasirani MCF MegaCom Film imao je 20 prijavljenih domaćih filmova i manjinskih koprodukcija i osvojio 1.871.345,00 dinara, dok je petoplasirani bio Delius Film sa prijavljenim 1 filmom i ukupnom stimulacijom od 233.918,00 dinara.

Distributerima je ovo dobar motiv da se trude oko promocije domaćeg filma i brinu o njegovom bioskopskom životu. Medjutim, veće distributerske kuće imaju licence za uvoz filmova holivudskih giganata. Da bi dobili jedan filmski hit često su primorane da uzmu paket od nekoliko drugih filmova koje holivudski studiji smatraju neuspešnim. Distributer, koji plaća prava na prikazivanje ovakvih paketa filmova ima, interes da ih drži što duže na repertoaru. On ih, bez obzira na kvalitet filmova, reklamira ne bi li povratio uložena sredstva i ostvario zaradu. Slična situacija se dešava i kada domaći distributeri otkupljuju prava na prikazivanje od evropskih prodavca prava (world sales). Oni ih uslovljavaju da evropski film mora ostvariti određeni broj gledalaca i određeni broj

¹⁰² <http://www.fcs.rs/konkurs/javni-konkurs-za-finansiranje-i-sufinansiranje-projekata-u-kinematografiji-za-2017-godinu-u-kategoriji-stimulacija-distribucije/>

¹⁰³ Predlog komisije za dodelu sredstava po konkursu za finansiranje i sufinansiranje projekata u kinematografiji za 2016. Godinu – Stimulacija distribucije, broj 03-2277, donešena 01.12.2016. Odluka preuzeta sa sajta Filmskog centra Srbije

projekcija u kontinuitetu. I u jednom i u drugom slučaju, domaći distributeri naprosto zaboravljaju na domaći film. Manjak bioskopa i uslovi koje im američki i evropski prodavci postavljaju smanjuju intenzitet i mogućnost eksploatacije domaćeg filma. Dok za domaći film distributer plaća procenat zarade producentu, u svim ostalim slučajevima on zadržava svu zaradu, jer je unapred otkupio prava za pakete filmova. Tako veliki broj stranog filma i uslovi koji su postavljeni, popunjavaju kapacitet malog broja bioskopa i zatvaraju vrata domaćem filmu.

2.9.6. Faza prikazivanja

Prikazivanje podrazumeva javno saopštavanje filmskog dela. Obično se pod ovim pojmom podrazumeva bioskopsko prikazivanje.

Potpuna evaluacija se može uraditi nakon određenog vremenskog perioda distribucije i prikazivanja. Proverava se uticaj efikasnosti projekta u odnosu na ciljeve, njegov doprinos kulturno umetničkoj sredini, uticaj na željene ciljne grupe, finansijski bilans, doprinos prezentacije nacionalne kinematografije u svetu.

Filmski centar Srbije za ovu fazu predviđa konkurs za stimulaciju gledanosti¹⁰⁴, na koji se mogu prijaviti reditelji, scenaristi i producenti, koji su premijerno prikazali filmsko delo u konkursom propisanom periodu i imali više od 50.000 gledalaca. Na ovaj konkurs se prijavljuju pravna lica, pa je pretpostavka da producent konkuriše i za sebe i za reditelja i za scenaristu, s tim što će se dobijena sredstva deliti u sledećem odnosu: producent 60%, reditelj 25%, scenarista 15%. Sredstva dobijena na konkursu moraju se utrošiti u sledeći projekat u periodu od 3 godine.

Stimulacija prikazivanja domaćeg filma takodje je predviđena kroz konkurs Filmskog centra Srbije. Na ovaj konkurs mogu se prijaviti prikazivači koji imaju najmanje 100

¹⁰⁴ Prijava za konkurs za stimulaciju gledanosti, Filmski centar Srbije, objavljen 01. Jula 2017.

projekcija godišnje od čega 30% prikazanih filmova mora biti domaće ili evropske produkcije. Prikazivač bi morao da poseduje salu od najmanje 50 mesta i da je u predhodnoj godini zabeležio bar 1000 gledaoca domaćeg dugometražnog filma u periodu od 01.01.2015. do 01.07.2016. za koji je raspisan konkurs. Takodje prikazivač mora ispuniti uslov da je imao bar sedam projekcija domaćeg dugometražnog igranog filma u prime time terminu u okviru predvidjenog perioda.¹⁰⁵ Ovaj konkurs je raspisan prvi put 2017. godine, do tada je Filmski centar Srbije davao stimulaciju bioskopima, namenjenju preddigitalizaciji i snabdevanju opremom. Visina stimulacije namenjena za ovaj konkurs, biće objavljena zajedno sa rezultatima konkursa.

Stimulacija gledanosti i prikazivanja je od velikog značaja jer se s jedne strane motivišu prikazivači da prikazuju domaće filmove, da im pružaju veću pažnju nego komercijalnim filmovima holivudske produkcije, trude se da podstaknu publiku da dolazi u bioskop i time produžavaju život distribucije domaćeg filma. S druge strane, autori i producenti se takodje motivišu da stvaraju filmove koji će biti komunikativni i trude se da što bolje promovišu film, kako bi privukli gledaoce.

Terminacija projekta u slučaju filmske proizvodnje je deponovanje filma u Arhiv kinoteke. Važno je napomenuti da se terminacija odnosi samo na proizvodni proces, jer film kao umetničko i kulturno delo nije ograničenog trajanja.

Zaključak poglavlja

Svaka faza prorizvodnog procesa filma podrazumeva obiman i dugotrajan posao. Podrazumeva finansijska ulaganja, rashode na materijalne neophodnosti, ali i na honorare i doprinose filmske ekipe. Za producenta ne postoje garancije da će se uložena sredstva vratiti i da će se ostvariti zarada. Konkursi koje raspisuje Filmski centar Srbije su od velike pomoći, medjutim samo finansijska stimulacija nije dovoljna. Sredstva koja su

¹⁰⁵ Prijava za konkurs za stimulaciju bioskopskog prikazivanja domaćeg filma, objavljen 15. Maja 2017. Filmski centar Srbije

opredeljena za tu namenu su nedovoljna i ne mogu pomoći svakom autoru i producentu, već nekolicini čije projekte komisija pozitivno proceni. Opet i projekti koji dobiju stimulaciju na konkursu dobijaju u proseku osiguranih 20% do 30% ukupnog budžeta. Ukupan iznos budžeta namenjenog za stimulacije varira iz godine u godinu, nije jasno predočen po kategorijama, pred raspisivanje konkursa, što znatno otežava rad producenata, autora, prikazivača i distributera, koji računaju na potencijalnu mogućnost dobijanja sredstava. Iz tog razloga je potrebno zakonski definisati trajno rešenje finansiranja kinematografije u Srbiji. Dok se ne uvedu trajna rešenja, vlašće neuredjeni sistem funkcionisanja kinematografije koji podrazumeva nestabilan kontinuitet i proizvodnje i rada autora, a samim tim ugrožava opstanak nacionalne kinematografije.

Godina konkursa	Ukupan iznos u RSD	Iznos za sufinansiranje proizvodnje dugometražnih igranih filmova	Napomena
2016.	566.082.647	(jesenji) 200.000.000 (prolećni) 172.000.000	
2015.	183.355.600	99.000.000	
2015. i 2014.	163.421.219	/	Specijalizovani konkurs za proizvodnju sa temom Prvi svetski rat u iznosu od 50.000.000
2014.	243.436.000	185.800.000	
2013.	287.029.958	66.000.000	
2011. i 2012.	204.492.002	144.500.000	Konkurs raspisalo Ministarstvo kulture
2010.	239.925.000	169.100.000	
2009.	/	/	Konkurs nije rapisan
2008.	216.875.000	172.000.000	
2007.	205.550.000	163.000.000	
2006.	112.803.957	109.057.707	

Tabela br. 2 Sopstvena analiza autora prema podacima Filmskog centra Srbije

Neke kategorije za koje su se raspisivali konkursi ranijih godina ne raspisuju se ove godine. S druge strane pojavljuju se novi konkursi.

Specijalizovani konkursi kao što je 2014. bio Konkurs za proizvodnju projekta sa temom Prvi svetski rat, ili 2017. godine Konkurs za projekat o jačanju kinesko srpskog prijateljstva i Konkurs sa nacionalnom tematikom kao i kategorija stimulacije komercijalnog filma nisu bili najavljeni unapred. Ovi specijalizovani konkursi su iznenada objavljeni, a od datuma objave do isteka konkursa ostavljen je standardni rok od mesec dana. Tako su autori i producenti, imali izuzetno kratak rok za izradu umetničkog i tehničkog predloga projekta. Još jedna nepoznanica jeste, da li će se ove kategorije, koje su se iznenada pojavile, iznenada i nestati.

Nestandardizovanje konkursnih kategorija, dovelo je i do nenajavljenog neraspisivanja konkursa za kategoriju sufinansiranja završetka filma odnosno faze postprodukcije 2016. godine, dok je 2013. godine dva puta bio raspisan konkurs za manjinske koprodukcije.

Novine koje su započele 2016. godine, koje su pozitivne jeste raspisivanje konkursa za sufinansiranje proizvodnje igranih i dokumentarnih, kratkometražnih i dugometražnih filmova kao i razvoj scenarija dva puta godišnje, što zaista daje mogućnost autorima i producentima da sprema projekte.

Kako finansijski budžet namenjen za stimulaciju kinematografije nije stalan, kategorije za konkurisanje za sufinansiranje su promenjive. Potrebno je uvesti i stimulacije koje nisu isključivo finansijske prirode. Takve stimulacije se mogu uvesti kroz pravne regulative, razvoj tržišta, fiskalnu politiku i mešoviti sistem finansiranja.

Francuska je 1949 osnovala organizaciju Unifrans¹⁰⁶ za promociju francuske kinematografije u svetu. Unifrans finansijski ili kroz posredovanje stimuliše: učešće francuskih filmova, autora i glumaca na preko 80 festivala u svetu, pruža podršku u premijernim prikazivanjima francuskih filmova, posreduje u medijskom plasmanu,

¹⁰⁶ UniFrance

istražuje potražnju i uspehe francuskog filma u inostranstvu... Unifrans se finansira od strane Ministarstva kulture, Nacionalnog instituta za film ali od komercijalnih sponzora – vodećih francuskih proizvođača. Kao posledica proističe sledeće: Francuska je druga zemlja po izvozu filmova na strana tržišta, 2/3 ukupne francuske produkcije se izveze. Procenjuju da je svaki dan bar jedan francuski film na bioskopskom repertoaru širom sveta dok se dnevno na inostranim televizijama prikaže oko 40 francuskih filmova. Zarada koju francuski film ostvari u toku godine od prodaje ulaznica u inostranstvu procenjuje se na 350 miliona evra. Francuske filmove u toku godine u bioskopu pogleda oko 65 miliona gledaoca širom sveta, dok na teritoriji Francuske 35% ukupne gledanosti odlazi na domaću produkciju.¹⁰⁷

Francuski Nacionalni institut za film¹⁰⁸, upravlja fondom za stimulacije za proizvodnju, distribuciju i prikazivanje. Srdstva za fond se prikupljaju iz tri izvora: takse od bioskopske ulaznice, takse od televizijskih usluga, takse na video i video na zahtev. U 2016. godini ukupna sredstva prikupljena na ovaj način iznosila su 678,7 miliona evra. Iz tog fonda se stimulišu filmski ali i televizijski i multimedijalni sektor. Ukupna stimulacija 2016. godine iznosila je 784,5 miliona evra od čega je za filmski sektor izdvojeno 355,9 miliona evra. Takodje u ovaj fond ulaze i sredstva od posebnih такси ostvarenih za profit od proizvodnje, distribucije i prikazivanja pornografskih sadržaja i sadržaja koji podstiču nasilje, kao i od finansijskih kazni koje izriče regulatorno telo CSA¹⁰⁹.¹¹⁰

Ukupno ulaganje u proizvodnju većinske francuske produkcije, u 2016. godini, iznosilo je 1,4 biliona evra (ukupno 159 filmova francuske produkcije i 124 koprodukcije). Francuska ulaganja iznose 93% ukupne sume, dok svega 0,7% stranih ulaganja. Najviše ulažu producenti 38,3%; televizije kroz koprodukcije i predprodaje prava na prikazivanje 25,4%; ukupna investicija CNCa 6,4%; SOFICA¹¹¹ – Udruženje za finansiranje kinematografije i

¹⁰⁷ Podaci dobijeni sa sajta Unifrance

¹⁰⁸ Centre national du cinema et de l'image animee – CNC

¹⁰⁹ Conseil Superieur De L'Audiovisuel

¹¹⁰ Results 2016, Films, television programmes, production, distribution, exhibition, exports, video, new media, May 2017. Centre national du cinema et de l'image animee – CNC (str200)

¹¹¹ SOFICA – Le Societes de financement de l'industrie cinematographique et de l'audiovisuel

audiovizuelnih delatnosti 2,4% ostatak procenta čine prihodi od ugovora sa domaćim prikazivačima, ugovora za video i video na zahtev;¹¹²

SOFICA je jedan od instrumenata kulturne politike koja je namenjena stimulaciji filmske proizvodnje. To je udruženje koje okuplja firme koje ulažu u kinematografiju, bilo kao stimulacija proizvodnje po projektu bilo kroz učešće u producentskoj kući. Minimalna svota koja se može donirati je 5.000 EUR, a maksimalna 18.000 EUR na godišnjem nivou, i podrazumeva učlanjivanje u SOFICA udruženje i obavezne donacije u trajanju od 5 godina. Za uzvrat, finansijeri mogu dobiti poresku olakšicu od 36% na uloženu sumu ili 25% umanjenja maksimalnog neto ulaganja po godini 18.000eur. U 2016. godini za investiciju u 2017. godinu, SOFICA je prikupila 63,07 miliona evra, koliki je bio prosek i u predhodne dve godine.

Preferencija SOFICA udruženja jeste ulaganje u nezavisne filmske projekte. Udruženje, kakvo je SOFICA, daje sigurnost investitorima da će dobiti olakšice koje su propisane i da će sredstva koja ulažu zaista biti utrošena na projekte. Limitom godišnjeg ulaganja se sprečava monopol pojedinaca koji bi u tom slučaju mogli vršiti uticaj na autore i projekte i uopšte pravac razvoja kinematografije. Producentima i autorima je olakšano jer ne moraju koristiti plasman proizvoda firme kroz film, a i firma ne mora procenjivati povezanost svojih usluga ili proizvoda i konteksta projekta. Sam rad udruženja kontroliše ministarstvo finansija i CNC.

Fiskalna politika Francuske nije stimulatívna samo za finansijere u kinematografiji, već i za produkcije koje imaju pravo na povraćaj od poreza od ukupnih uložениh sredstava u filmsku proizvodnju, čime se stimulišu produkcije da većinu sredstava troše upravo na teritoriji Francuske.

Prosek ukupnog budžeta igranog filma u Francuskoj je 4,64 miliona evra dok za dokumentarni film prosečan budžet iznosi 1,68 miliona. Na honorare sa pratećim

¹¹² Results 2016, Films, televisión programmes, production, distribution, exhibition, exports, video, new media, May 2017. Centre national du cinema et de l'íimage animee – CNC (str78)

porezima odlazi 58,4%, na snimajuću i postproduksijsku tehniku 10,9%, i na troškove snimanja 30,7%.¹¹³

Uključivanje regiona jedne zemlje u stimulaciju i pružanje pomoći produkciji filmova je od izuzetne važnosti. CNC u svom godišnjem planu sufinansiranja predviđa posebno unapredjivanje ovog sistema.

Dobar primer za aktiviranje lokalnih zajednica da ulažu i razvijaju film ima kinematografije Španije. Ona preko svog nacionalnog instituta za film EL ICCA¹¹⁴ uvezuje čak 23 film commissiona na svojoj teritoriji, koji pružaju usluge i pomoć u filmskoj proizvodnji nacionalnih i internacionalnih produkcija. Španija, na primer, stimuliše amortizaciju koju obračunava prema budžetu filma, i podacima gledanosti filma u bioskopskom prikazivanju u prva dva meseca.

Poljska ima deset operativnih regionalnih filmskih fondova, koji u vidu pozajmica i trajnih stimulacija pomažu proizvodnju poljskih filmova i koprodukcija. Podrazumeva se da je uslov prijavljivanja na fond, snimanje filma i trošenje kompletnog iznosa stimulacije, u regiji na čiji se fond aplicira.¹¹⁵

Poljski filmski institut je za 2016. godinu izdvojio oko 32 miliona evra za pozajmicu i trajnu stimulaciju za nekoliko kategorija u tri segmenta: razvoj projekta, produkcije i koprodukcije. Konkursi se raspisuju u tri sesije.¹¹⁶ Prva sesija za kategoriju stimulacija produkcije podržala je 14 dugometražnih igranih filmova uključujući 6 koprodukcija. Ukupan iznos je blizu 4,6 miliona evra. Najveća stimulacija iznosila je 697.600 hiljada evra.¹¹⁷ Inače pravila filmskog fonda nalažu da tražena stimulacija ne bi smela da iznosi više od 50% ukupnog budžeta, izuzev zahtevnih projekata koji mogu tražiti pomoć do 70% ukupnog budžeta.

¹¹³ Results 2016, Films, televisión programmes, production, distribution, exhibition, exports, video, new media, May 2017. Centre national du cinema et de l'image animee – CNC (str86)

¹¹⁴ El Instituto de la Cinematografía y de las Artes audiovisuales

¹¹⁵ Film Commission Poland, Regional film funds.

¹¹⁶ Polish Film Institute,

¹¹⁷ Cineuropa, Article: 14 films supported by the Polish Film Institute, By Dorota Hartwich; 21.04.2016.

U Srbiji je u 2016. godini proizvedeno 22 dugometražna igrana filma uključujući i manjinske koprodukcije¹¹⁸ FCS je podržao 8 igranih filmova i 2 manjinske koprodukcije. 7 filmova praktično spada u kategoriju garažni film. Termin Garažni film je počeo da se koristi 2014. godine i podrazumeva filmove koji se prave sa jako malim budžetima, redukovanom snimajućom tehnikom i ekipom. Minimalna sredstva se obezbeđuju samo za neophodne troškove. Ovakvi filmovi ne prelaze budžet od 10.000 evra, često koštaju i manje i oslanjaju se na entuzijazam autora i ekipe. U distribuciji su ovi filmovi praktično nevidljivi, ali im domaći festivali daju podršku kroz festivalska prikazivanja, pogodovo FEST i Autorski festival. Ovi filmovi pokazuju veliku želju i entuzijazam pre svega mladh autora da se bave filmom, ali i ukazuju na, možda jedan od najvećih problema srpske kinematografije nedostatak strategije razvoja kinematografije.

Francuska, Austrija i Španija su razvijene zemlje, sa mnogo većim standardom nego Srbija, pa visine ulaganja nisu uporedive, ali sistemi stimulacija koje su uvedene, kao i očita briga i razumevanje značaja i razvoja kinematografije svakako se mogu prihvatiti. CNC medju osnovnim ciljevima navodi negovanje nasledstva pravljenja filmova. Jako je bitno održavanje kontinuiteta proizvodnje i stvaranja svesti o bitnosti učešća države, regiona, preduzetnika i samih pojedinaca na očuvanju kinematografskog nasledstva. Kontinuitet filmske proizvodnje se održava stvaranjem kompletnog sistema stimulacija, na svim tačkama proizvodnog procesa od ideje do prikazivanja filma.

¹¹⁸ Filmski centar Srbije

3. PROIZVODNJA FILMOVA U SRBIJI

Sedam meseci nakon prve filmske projekcije u svetu filma Braće Limijer održane u Parizu, 6. juna 1896. godine, održava se prva filmska projekcija u Srbiji. Već 1897. godine Andre Kar organizuje projekcije prvih kratkih filmova koji su beležili svakodnevni život, snimanih na teritoriji Srbije po uzoru na prve filmove Braće Limijer. Prvi sačuvani film u trajanju od oko 50 minuta je „Krunisanje Kralja Petra I”. Snimio ga je Frenk Storm Moteršo 1904. godine. Važno je napomenuti da su se filmske projekcije održavale i u prestonicama jugoslovenskih republika, ali sve do 1906. godine, kada je italijansko akcionarsko društvo osnovalo prvi stalni bioskop Union u Zagrebu, projekcije nisu bile redovne i organizovale su se po gostionicama.

Na teritoriji Kraljevine Srbije počinje da se razvija kinematografska delatnost, pre svega zahvaljujući Svetozaru Botriću, vlasniku hotela i bioskopa „Pariz”. On, u saradnji sa grupom glumaca Narodnog pozorišta, osniva „Udruženje za snimanje srpskih filmova”. Kao rezultat novoosnovanog udruženja, 1911. godine, nastaje prvi srpski igrani film „Život i dela besmrtnog vožda Karadjordja”.

Za vreme Prvog svetskog rata, tokom boravka srpske vojske na Krfu, vojna komanda 1916. godine, osniva Filmsko odeljenje. Filmsko odeljenje je osnovano po ugledu i uz pomoć Francuske vojske, a imalo je za cilj da zabeleži ratne operacije. Ovo se takodje smatra prvom državnom filmskom institucijom¹¹⁹.

Prvi zakon vezan za kinematografsku delatnost u Kraljevini Jugoslaviji bio je Zakon o uredjenju prometa filmova. Zakon je stupio na snagu 1931. godine i predviđao je da 5% ukupnog repertoara svakog bioskopa moraju činiti domaći kratkometražni i dokumentarni filmovi. Domaći igrani filmovi, u početku su morali da čine 7%, a godinu dana kasnije 15% celokupnog repertoara. Svaki prikazivač koji bi prekršio propisane procenete, morao je da plati novčanu kaznu u visini proporcionalnoj količini neprikazanih filmova. Novčane kazne su se uplaćivale u Centralni državni fond, iz koga bi se

¹¹⁹ Jovanović, Sreten, Osnovi filmske produkcije, Fakultet dramskih umetnosti, 2007. Beograd (str98)

prikupljena sredstva dalje koristila za finansiranje domaće filmske proizvodnje. Zakon je takodje predvideo i osnivanje Državne filmske centrale, kao posebne institucije u okviru Ministarstva unutrašnjih poslova, koja bi se starala o sprovođenju odredba zakona. Zakon je izazvao pozitivne efekte i već je 1932. godine porasla proizvodnja dokumentarnih i kratkometražnih filmova. Međutim, uprkos pozitivnim efektima, zakon nije naišao na odobravanje distributera i prikazivača, a američka filmska industrija je pretila povlačenjem svojih filmova sa tržišta Kraljevine Jugoslavije. Zakon je 1933. godine izmenjen i zadržao se na procentu od 5% u prilog domaće kinematografije.

U tadašnjoj Kraljevini Srbiji, u godinama do početka Drugog svetskog rata, javljali su se konstantni pokušaji razvoja kinematografske delatnosti. U Beogradu je 1936. godine zabeleženo čak 18 bioskopa¹²⁰, dok 2017. godine Beograd broji 6 bioskopa sa redovnim repertoarom i 4 cinepleksa. Godine 1940. na teritoriji Beograda bilo je registrovano pet filmskih preduzeća koja su uglavnom proizvodila dokumentarne i reklamne filmove, što je i razumljivo uzevši u obzir približavanje početka rata. Krajem tridesetih godina prošlog veka bio je osetan pokušaj ostvarivanja dominacije nemačkih filmskih koncerna koji su pokušavali da, kroz svoja predstavništva i osnivanja domaćih firmi sa udelom nemačkog kapitala, plasiraju filmove svoje produkcije. Najdominantniji su bili domaća firma Tesla film i predstavništvo nemačkog UFA filma, koji su 1941. godine, neposredno pred početak rata, osim distribucije i informativnih snimanja, prikupljali i podatke o političkom opredeljenju producenata i njihovim projektima. Bez objave rata, Kraljevina Jugoslavija je napadnuta 6. aprila 1941. godine. Već 22. aprila, nakon objave Bečkog sporazuma, kojim su Italija i Nemačka podelile teritoriju Kraljevine Jugoslavije, vojni predstavnici za vojnu propagandu doneli su uredbe i propise. Njima se sve kinematografske delatnosti, nabavka, distribucija, prikazivanje i snimanje filmova stavljaju u nadležnost Vrhovnog vojnog zapovednika za Srbiju. Celokupan bioskopski filmski fond je bio privremeno konfiskovan¹²¹.

U toku rata, 1944. godine, formirana je Filmska sekcija Vrhovnog štaba Narodno-oslobodilačke vojske i partizanskih odreda Jugoslavije. Filmska sekcija je imala za cilj da:

¹²⁰ Volk, Petar, 20. Vek srpskog filma, Institut za film, Jugoslovenska kinoteka, 2001. Beogard

¹²¹ Volk, Petar, 20. Vek srpskog filma, Institut za film, Jugoslovenska kinoteka, 2001. Beogard (str305)

upravlja stalnim i pokretnim bioskopima, da vrši distribuciju, pravi filmske novosti, osposobi tehničko osoblje i proizvodi filmski materijal. Naravno Filmska sekcija je prvenstveno imala za cilj da zabeleži uspešne vojne akcije pratizanskih odreda. Drugi cilj sekcije je bio da uspostavi kompletnu kontrolu nad prikazivačima, proizvođačima i distributerima. Ovakvo ustrojstvo vodilo je ka pripremi kontinuirane proizvodnje u posleratnim godinama. Posebno je interesantno, što je sekcija u svojim ciljevima eksplicitno naglašavala značaj filma kao umetnosti sa moćnim propagandnim dejstvom, koje će u budućem razvoju uživati potpunu društvenu podršku¹²². Nakon završetka Drugog svetskog rata, Filmska sekcija je svoje delatnosti prenela na Državno filmsko preduzeće, a potom prerasta u Filmsko preduzeće Demokratske federativne Jugoslavije, u nadležnosti Ministarstva prosvete.

3.1. Proizvodnja filmova u periodu socijalizma

Završetkom Drugog svetskog rata otpočinje i nova faza društveno – političkog, pa samim tim i ekonomskog poretka Srbije, kao i cele Federativne narodne republike Jugoslavije. Iz monarhističkog društveno političkog sistema prelazi se u socijalistički, a ekonomski kapital iz privatne svojine prelazi u društvenu.

Komunistička partija Jugoslavije, kao nosilac socijalizma, je još tokom rata uspela da razvije svoj pokret i ideologiju, i da nakon rata uspostavi željeni društveno-politički poredak sa jednopartijskim sistemom. Negativan stav prema inteligenciji Komunistička partija Jugoslavije je izgradila još u predratnom periodu, i zadržala ga dolaskom na vlast, po ugledu na Sovjetski Savez Socijalističkih Republika – SSSR, jednako kako se ogledala i u pogledu obračunavanja sa političkim protivnicima. Medjutim kada je trebalo izgraditi državu i društvo na drugačijim osnovama, pogotovo nakon sukoba sa SSSRom njen stav

¹²² Volk, Petar, 20. Vek srpskog filma, Institut za film, Jugoslovenska kinoteka, 2001. Beograd (str312)

se prema inteligenciji menja.¹²³ „ Činjenica je da je otvaranje društva išlo posredstvom kulture i da je to bio deo državne strategije sa kojom se započela izmena slike o sebi u svetu i proces unutrašnjih društvenih promena. Kultura je izabrana za predhodnicu i sastavni deo spoljne politike.”¹²⁴ Jugoslavija je želela da se distancira od Istočnog bloka i ostvari kontakt sa zapadnim blokom, a da pri tom sačuva dobre odnose sa ideološki bliskim zemljama. Taj manevar je u velikoj meri činila posredstvom kulture. Plasirala je svoje kulturne vrednosti na Zapad ali i puštala zapadnu kulturu da proдре u Jugoslaviju. Ne treba zaboraviti da je pred novom Jugoslavijom bio i zadatak stvaranja kolektivizma, umesto individualizma, ali takodje i stvaranje novog jugoslovenskog identiteta.

U novoj državi 1946. godine, ukida se Državno filmsko preduzeće i osniva Komitet za kinematografiju sa vrlo širokim ovlašćenjima. Komitet je bio vezan za državno i političko rukovodstvo posredstvom Ministarstva za prosvetu i Agitpropa Centralnog komiteta KPJ. Komitet je imao zadatak da neposredno rukovodi i usmerava celokupan filmski razvoj. Da napravi plan organizacije filmske proizvodnje, da pripremi osnivanja preduzeća za proizvodnju i distribuciju, da u okviru privrednog plana obezbedi uslove za gradnju studija i laboratorija, da obezbedi finansijska sredstva i da uspostavi čvrstu kontrolu nad realizacijom svih navedenih zadataka. Komitet za kinematografiju takodje je imao ovlašćenja da brine o idejno estetskim vrednostima sadržaja, umetničkim vrednostima produkcije, da odobrava konačnu verziju scenarija, kontroliše troškove projekta, bira reditelje, direktora filma, glumce pa čak i celu ekipu. Komitet je osnivao posebne umetničko-stručne savete koji su za cilj imali da odrede repertoarsku orijentaciju ali i pravo da pregledaju materijal u toku snimanja i obavezu da pregledaju film nakon završene montaže. Komitet je imao pravo da zabrani prikazivanje određenog filmskog dela ili da traži izmene dela. U slučaju spora između filmskog preduzeća i bilo kog člana ekipe, umesto suda bo je nadležan Komitet za kinematografiju.¹²⁵ Ovakvo ustrojstvo Komiteta i pored apsolutne kontrole i nesumnjivo izražene potrebe za cenzurom, jasno je pokazalo ideju i svest o potrebi za postojanjem i razvojem kinematografije. Vrlo tačno

¹²³ Perišić, Miroslav, *Diplomatija I kultura*, Institut za noviju istoriju Srbije, Narodna biblioteka Srbije, 2013. Beograd

¹²⁴ Perišić, Miroslav, *Diplomatija I kultura*, Institut za noviju istoriju Srbije, Narodna biblioteka Srbije, 2013. Beograd (str10)

¹²⁵ Volk, Petar, *20. Vek srpskog filma*, Institut za film, Jugoslovenska kinoteka, 2001. Beograd (str318-321)

su ocenili, da bi uspostavili kontinuitet moraju uspostaviti sistem i stimulisati svaku tačku proizvodnog procesa.

O percepciji značaja kinematografije govori i zakonski tekst o Petogodišnjem planu za izgradnju zemlje za period od 1947. do 1951. godine. Tu je posebnim članom propisan iznos ulaganja u kinematografiju i to naročito za izgradnju centralnog filmskog grada u Beogradu kao i filmskih ateljea u glavnim gradovima ostalih republika. Označen je i iznos za podizanje novih bioskopskih dvorana i proširenje delatnosti novoformiranih preduzeća za filmsku proizvodnju. Ovim zakonskim aktom, država je pokazala ne samo koliki je značaj kinematografije, već i ideju da paralelno sa infrastrukturom i proizvodnjom podiže i bioskopske dvorane, odnosno uzročno – posledičnu vezu potražnje i proizvodnje.

Zaokret odnosa Komunističke partije prema kulturi desio se 1949. godine nakon Trećeg plenuma Centralnog komiteta KPJ, u čijoj rezoluciji se partija jasno založila za stvaralačku slobodu, što je sugerisalo uvažavanje drugačijeg mišljenja o umetnosti, napuštanje partijskog diktata u kulturi.¹²⁶ Što bi u praksi značilo da partija neće više forsirati socrealizam kao dominantan pravac, već će dozvoliti i podstrekivati kulturnu razmenu sa Zapadnim kapitalističkim zemljama, čija se umetnost do tada smatrala dekadentnom i pogubnom za kulturu i društvo Jugoslavije. Takodje ovakvo vidjenje je impliciralo i decantralizaciju kulture i manje uplitanje partije u direktno rukovodjenje institucijama i preduzećima. Ovakav stav i ideja partije, uticala je i na promenu organizacije kinematografske delatnosti. Komitet za kinematografiju je počeo da donosi odluke u cilju osamostaljivanja filmskih preduzeća da bi se mogao rasformirati 1951. godine.

Avala film dobija pogone za proizvodnju od rasformiranog federativnog preduzeća Zvezda, a istovremeno se osniva i Centralni filmski studio Košutnjak i Centralna filmska laboratorija. Avala film je nesumnjivo imala veće kapacitete za proizvodnju filmova od ostalih filmskih preduzeća u glavnim gradovima drugih republika (Triglav film, Jadran film, Bosna film, Vardar film). Po nekim predviđanjima mogla je da proizvodi i do 25

¹²⁶ Petranović, Branko, Istorija Jugoslavije, III, 1988. Beograd (stri 320-321)

igranih filmova godišnje. Avala film 1951. godine, u skladu sa novim okolnostima, menja svoju organizacionu strukturu i osniva prvi radnički savet, upravni odbor, ali i savet preduzeća koji su činili istaknuti kulturni radnici, umetnici i filmski stvaraoci. Savet preduzeća je predlagao projekte za realizaciju koje bi potom usvajao Radnički savet.

U Jugoslaviji je u to vreme postojala izrazita svest i o podjednakom značaju proizvodnje ali i distribucije, prikazivanja i promocije domaće kinematografije. Prvi poduhvat u tom pravcu bilo je osnivanje Agencije za uvoz i izvoz filmova, 1956. godine, u koju su se morala učlaniti sva preduzeća za distribuciju. Sledeće godine je doneta odluka Saveznog izvršnog veća, a prema tadašnjem Osnovnom zakonu o filmu, koja se odnosila na distributere i prikazivače. Prema ovoj odluci, morala se voditi precizna evidencija broja gledalaca, prodatih ulaznica i ostvarenih prihoda za svaki domaći film u svakoj bioskopskoj dvorani na celoj teritoriji Jugoslavije. Uvedeni su i doprinosi na prodate ulaznice kao i na ekstra prihod distributera. Prikupljen novac dalje bi se koristio za ulaganje u filmsku proizvodnju i kinofikaciju zemlje.¹²⁷

Šezdesetih godina dvadesetog veka Agencija za uvoz i izvoz filmova postalo je Poslovno udruženje - Jugoslavija film, u koje su uključeni i proizvođači filmova, a delatnost je obuhvatila radio televizijsku mrežu, domaće festivale kao i službu za propagandu jugoslovenskog filma u inostranstvu. Avala film postaje najjača producencka kuća u Jugoslaviji sa proizvodnim kapacitetima za 50 filmova godišnje čime je postala konkurentna evropskim producenckim kućama tog vremena. U Avala film difuzionisali su se i Košutnjak film kao centralni studijo i Centralna filmska laboratorija, tako da je Avala mogla da pruži sve usluge potrebne za proizvodnju filmova. Razlog ovakve difuzije Avala filma i programske i organizacione orijentacije, leži možda najviše u činjenici da je u tom periodu Savezni fond iz koga se u značajnoj meri stimulisala i filmska proizvodnja, decentralizuje. Pored toga što je Avala film krenula da razvija različite žanrove čime je postala atraktivna i umetnicima koji su se vezivali za proizvodnju UFUSa, Avala film je intenzivno radila na pružanju koprodukcijiskih i raznih tehničkih usluga, čime je skrenula

¹²⁷ Volk, Petar, 20. Vek srpskog filma, Institut za film, Jugoslovenska kinoteka, 2001. Beograd (str349-351)

pažanju inostranih autora poput Andžeja Vajde koji je u saradnji sa Avalom realizovao film Vrata raja ili film Sidnija Polaka Čuvari zamka.

3.1.1. Centar filmskih radnih zajednica

Centar filmskih radnih zajednica okupljao je autore koji nisu imali mogućnosti da rade u Avala filmu iz nekoliko razloga. Prvo Avala film je krenula da se sve više okreće koprodukcijama, drugo malo je davala prostora umetnicima sa izrazitim autorskim pristupom. Ako bi tako nešto i činila u pitanju su bila renomirana rediteljska imena.

Centar filmskih radnih zajednica je pružao šansu svima sa dobrim idejama. Centar je funkcionisao po principu organizacije udruženog rada. O programu je odlučivao radnički savet sastavljen od samostalnih filmskih radnika i umetnika. Pored saveta delovali su i Radna zajednica i poslovni odbor, opet sačinjeni iz redova filmskih radnika i umetnika. Na taj način oni su stvorili svoj sistem funkcionisanja u okviru kog su odredili sopstvene kriterijume i dugoročne planove razvoja produkcije i stvaralaštva. Oni su činili sve da obezbede uslove u kojima će rad i stvaralaštvo dosegnuti punu materijalnu i umetničku vrednost.

Način produkcije se takodje razlikovao u odnosu na Avala film i slična preduzeća širom Jugoslavije. Članovi ekipe okupljene oko projekta, unutar Centra filmskih radnih zajednica, radili su na učešće. Tačnije, dobijali bi minimalnu naknadu kao honorar, ali bi zato sticali mogućnost da nakon plasmana filma dele prihod koji film zaradi prema utvrdjenim procentima. Zabeleženi su i slučajevi kada bi autori zaradjivali i po nekoliko puta veće honorare koje bi inače dobili u velikim producentskim kućama. Medjutim, ukoliko film ne ostvari zaradu, svako od članova ekipe ostaje na dobijenoj akontaciji. Filmovi koji bi ostvarili zaradu veću od uložениh sredstava za projekat, deo zarade bi odvajali u fond za rizik i proizvodnju novih filmova. Ukoliko bi film bio zabranjen za javno prikazivanje, ekipa koja ga je realizovala ostaje na minimalnoj akontaciji.

Ovakav sistem omogućavao je autorima i saradnicima potpuni uvid u proizvodnju, ali i davao motivaciju. Praktično, od njih samih je zavisilo koliko će film biti uspešan i autori sada postaju apsolutno svesni, da je na njima ne samo da realizuju projekat već i da preuzmu odgovornost. Centar filmskih radnih zajednica je u svoje delatnosti uvrstio i distribuciju, uvoz i izvoz filmova, filmske opreme i materijala i time zaokružio čitav proizvodni proces. Radna zajednica je sklopila trajne ugovore o poslovno tehničkoj saradnji sa svim vodećim distributerima u Jugoslaviji. U saradnji sa njima jako je uticala na smanjenje uvoza inostranih filmova i povećanje prikazivanja domaćih filmova. Iako je Centar filmskih radnih zajednica pripadao Beogradskom centru, on je podsticao razvoj sličnih radnih zajednica i u centrima drugih republika. Nekada je sa njima ostvarivao koprodukcijski odnos.

Za sredinu šezdesetih godina i početak sedamdesetih godina dvadesetog veka vezuje se žanr ratnih filmova, popularno nazvan partizanski filmovi. Danas bi se takvi filmovi nazivali istorijskim spektaklima, što su oni u svojoj srži i bili. U ove filmove je ulagano izuzetno mnogo finansijskih sredstava što je omogućilo i angažovanje svetskih glumačkih zvezdi. Država je mnogo ulagala u ove projekte. Vojska Narodne armije Jugoslavije bila je na raspolaganju filmskoj ekipi, ali ovakvi filmovi su, razume se, bili pod strogim nadzorom predstavnika vlasti. Neretko je i Josip Broz Tito lično pratio rad na ovim filmovima. Oni jesu bili važni i za demonstraciju sile i za verifikovanje začetka komunizma u Jugoslaviji čime se KPJ jako ponosila. Film *Bitka na Neretvi* bio je nominovan za nagradu Oskar u kategoriji najbolji strani film 1969. godine¹²⁸.

Domaći filmovi su prikazivani na svetskim festivalima poput Kana i Berlina, ali ideja o važnosti saradnje sa stranim kinematografijama nije se zaustavila na prezentaciji domaćeg filma u inostranstvu. Ona se razvijala kroz koprodukcije i tehničke podrške stranim produkcijama, kao i angažovanjem inostranih glumaca i autora. Svakako značajan vid saradnje bilo je i osnivanje Medjunaronog filmskog festivala FEST 1971. godine. Beograd su tokom festivala posećivala najveća imena svetske filmske umetnosti. FEST je u to vreme bio tačka susreta umetnika i filmova sa Istoka i Zapada. U prvih deset

¹²⁸ IMDB / *Bitka na Neretvi*

godina svog postojanja FEST je u proseku beležio između 110.000 i 250.000 posetioca.¹²⁹ Pored evidentnog značaja za svetsku kinematografiju, kao i za isticanje nacionalne kinematografije, ovakav pristup imao je političko utemeljenje ideje o neutralnom položaju Jugoslavije. Reklo bi se nedvosmisleno, da je ideja o slobodnom stvaralaštvu i pravcu u kulturi i umetnosti koji je poželjno slediti – uzeti i od Istoka i od Zapada ono najbolje, koje je postavio Komitet KPJ 1949. godine, apsolutno implementirano i davalo rezultate.

Od 1976. do 1980. godine broj bioskopske publike koja prisustvuje projekcijama domaćeg filma konstantno raste. Prosečna posećenost po jednoj projekciji domaćeg filma iznosila je u proseku 255 gledaoca.¹³⁰

Početak osamdesetih godina dvadesetog veka i dalje kao dominantna producentska kuća ističe se Avala film, koja je tokom predhodne dekade trpela velike finansijske probleme i shodno tome nekoliko puta pretrpela reorganizaciju preduzeća. Ipak od 220 igranih filmova koji su proizvedeni u Srbiji od kraja Drugog svetskog rata do osamdesetih godina, Avala film je proizvela čak 130¹³¹. Uz Avala film, kontinuitet u proizvodnji održavao je i Centar filmskih radnih zajednica koji od 1978. godine nosi naziv Centar film. U Srbiji se osnivaju nove radne zajednice i filmska preduzeća, pa ih je sredinom osamdesetih bilo skoro trideset, a godišnja produkcija dosegla je do 18 igranih filmova godišnje. Radne zajednice i filmska preduzeća iz Srbije saradjivale su kroz koprodukcijske odnose sa radnim zajednicama i preduzećima ostalih Jugoslovenskih republika. Tendencija rasta publike koja prati domaći film se nastavlja, da bi kulminirao 1983. godine kada je prosečan broj gledalaca po projekciji iznosio 214, dok je broj gledalaca po projekciji domaćeg filma iznosio 285¹³².

¹²⁹ Nemanjić Miloš, Filmska i pozorišna publika Beograda – Socijalno kulturni uslovi formiranja u periodu 1961-1984. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 1991. Beograd (str289)

¹³⁰ Nemanjić Miloš, Filmska i pozorišna publika Beograda – Socijalno kulturni uslovi formiranja u periodu 1961-1984. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 1991. Beograd (str181)

¹³¹ Volk, Petar, 20. Vek srpskog filma, Institut za film, Jugoslovenska kinoteka, 2001. Beograd (str424)

¹³² Nemanjić Miloš, Filmska i pozorišna publika Beograda – Socijalno kulturni uslovi formiranja u periodu 1961-1984. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 1991. Beograd (str189)

U 1988. godini Srbija se mogla pohvaliti sa čak 25 proizvedenih igranih filmova od ukupno 35 proizvedenih u svim jugoslovenskim republikama. Od toga je 22 proizvedeno u beogradskom centru, dok je 1 bio proizveden u Prištini i 2 u Novom Sadu. I naredne godine Srbija je nastavila da bude lider u proizvodnji sa 22 igrana filma i time ostvarila dvotrećinski udeo ukupne produkcije na teritoriji Jugoslavije. Porast u broju igranih filmova obećavao je kontinuitet proizvodnje i mogućnost za razvoj kinematografije Jugoslavije. Veliki broj filmskih radnih zajednica i preduzeća koja su uspela da uspešno organizuju proizvodnju i da se međusobno udružuju, stvarala su potrebnu infrastrukturnu mrežu. Međutim, 1990. godine porastom tenzija medju narodima i narodnostima koje su živele na teritoriji Jugoslavije i osećanja približavanja kraja postojanja jedinstvene zemlje, opada i filmska proizvodnja. Jugoslavija te godine zabeležava poslednji zajednički rezultat od 28 proizvedenih dugometražnih igranih filmova u Jugoslaviji od čega su 15 proizvele radne zajednice i producentske kuće iz Srbije.

3.1.2. Filmska proizvodnja devedesetih godina

Tokom devedesetih godina Jugoslavija je pretrpela značajne društvene i političke promene. Savezna federativna republika Jugoslavija počela je sa razjedinjenjem 1991. godine otcepljivanjem Slovenije, i razjedinjenje nastavila kroz građanski rat koji je trajao do 1995. godine. Sam rat, kao i razjedinjenje republika, izazvao je brojne posledice koje su se odražavale i na kinematografiju. Osim uništene infrastrukture, razjedinilo se tržište i nagoveštavao se prekid kontinuirane proizvodnje.

Međutim, u tim ratnim godinama društvene i ekonomske krize, Srbija je uspevala da održi kontinuitet proizvodnje. Autori i producenti s iskustvom iz radnih zajednica, osnivali su svoje producentske kuće i često ulagali svoje honorare za realizaciju filma. Državne i društvene producentske kuće transformišu se u deoničarska društva ili privatne kompanije. U ovom periodu se pojavljuju firme i pojedinci koji ulažu finansijska i druga sredstva u film. Učešće tadašnje Televizije Beograd u filmskoj proizvodnji takodje je bilo od velike pomoći. U Srbiji je 1992. godine proizvedeno 11 igranih filmova. Takav

prosek se nastavio i u narednim godinama. Ovakav pristup finansiranja privatne producerske ali i distributerske kuće trebale su da doprinesu razvoju kinematografije i plasmanu srpskih filmova na inostranom tržištu.

Srbiji je 1992. godine Medjunarodna zajednica uvela embargo, čime je izazvana velika ekonomska kriza u zemlji. Zabrana svakog uvoza i izvoza robe, jačala je sivu ekonomiju. Ipak i u takvim uslovima filmska proizvodnja nije prestajala da postoji prvenstveno zahvaljujući entuzijazmu samih autora, ali nije mogla računati na ozbiljan razvoj. Finansijskih sredstava u zemlji je bilo malo i godinama sve manje i manje. Iako se sankcije nisu direktno odnosile na kulturu, znatno su onemogućavale filmsku proizvodnju. Laboratorije Avala filma nisu bile u funkciji, pa se obrada filma i izrada negativa morala izradjivati u inostranstvu. Kako je onemogućen platni promet sa inostranstvom, novac za laboratorijske usluge se plaćao u kešu i to unapred. Onemogućen je uvoz i izvoz, pa se negativ lično prenosio preko granice, bez prijave na carini. Producenti nisu imali pristup stranim fondovima. Negativni imidž Jugoslavije, prilično je doprineo da domaći filmovi na festivalima retko budu selektovani u glavne programe.

Sankcije medjunarodne zajednice obustavljene su 1995. godine. Iste godine Ministarstvo za kulturu Srbije raspisuje javni konkurs za sufinansiranje filmske proizvodnje. Budžet ministarstva jeste bio mali pa je podrška omogućena svega nekolicini filmova. Ovaj događaj je pobudio nadu i autora i javnosti da će filmska proizvodnja nastaviti svoj kontinuitet. Produkcija igranih filmova se narednih godina u proseku svodila na osam filmova godišnje. Filmovi, osim plasmana na inostranim festivalima, nisu mogli da prođu na strana tržišta, što zbog političkih razloga i negativnog imidža Jugoslavije u svetu, što zbog nemanja mehanizama da se stranom tržištu pristupi. Distributeri su sve više gubili interesovanje za domaći film i sve više se vezivali ugovorima za velike inostrane studije i distributere čije filmove su i plasirali.

Jugoslaviji se 1997. godine, od strane Medjunarodne zajednice, ponovo uvode političke i ekonomske sankcije. Ekonomske sankcije su se, pre svega, odnosile na zamrzavanje sredstava Jugoslavije u inostranstvu i zabranu inostranih ulaganja u Jugoslaviju, kao i

zabrana inostrane saradnje državnih preduzeća. U tom periodu Srbija proizvodi oko šest dugometražnih igranih filmova godišnje.

1999. godine, Jugoslavija u čijem sastavu su bile Srbija i Crna Gora, pretrpela je višemesečnu agresiju NATO alijanse, koja je za sobom ostavila civilne žrtve, razrušenu zemlju, potpuno oslabljenu privredu i industriju. Te godine proizvedeno je 10 igranih filmova¹³³.

3.2. Proizvodnja filmova u tranziciji

Iako je proces tranzicije, u smislu prelaska državne i društvene svojine u privatnu, započeo još devedesetih, 2000. godina se često uzima za prelomnu. To je bila godina početka novog veka, ali za Srbiju mnogo značajnija, u pogledu društvenih i političkih promena. Na vlast je došla Demokratska stranka koja je zastupala sve vrednosti srodnih stranaka evropske porodice. Među tim vrednostima bilo je i okretanje ka liberalnom kapitalizmu kao osnovu ekonomije. Proklamovane su Evropske društvene vrednosti, podizala se svest o integraciji sa Evropom kao ideji kojoj se teži. Podsticana je međunarodna saradnja. Međutim, razrušenu i ekonomski iscrpljenu zemlju, neprivlačnog imidža izvan njenih granica, bilo je jako teško podići i uspostaviti bolji sistem funkcionisanja na svim aspektima. Trebalo se razračunati sa političkim protivnicima, sankcionisati tajkune koji su bogatstvo stekli na sivoj ekonomiji, uništiti korupciju koja je vladala u svim segmentima društva i što je najvažnije izgraditi sistem funkcionisanja institucija. Bilo je potrebno uspostaviti zakon i red u društvu i državi. Čini se da se Srbija odnosno SR Jugoslavija, vratila na posleratni period od 1945. godine.

Kapitalizam je složen sistem sa ekonomskim, društvenim, kulturnim i ideološkim obeležjima. U istorijskom smislu predstavlja zaokruženu društveno ekonomsku formaciju koja je danas dominantni sistem u svetu. Suštinu kapitalizma predstavljaju tri

¹³³ Filmska baza, Filmski centar Srbije

institucionalne karakteristike: jedna socijalno-politička (težnja za akumulacijom), jedna organizaciona (tržište) i jedna administrativna (koegzistencija privatne i javne oblasti). Sve tri karakteristike uzajamno snaže jedna drugu.¹³⁴

Kapitalističko jezgro kreira osnovne proizvodne impulse, ali i tokove tranzicije, odnosno prilagođavanje proizvodnih sistema bivših socijalističkih privreda¹³⁵. Tranzicija je proces prelaska iz socijalističkog društvenog uređenja u kapitalističko, sa tržišno orjentisanim ekonomijom. Tranzicioni proces se razlikuje od zemlje do zemlje. Vremensko trajanje procesa, prilagođavanje proizvodnih sistema, decentralizacija i privatizacija zavise od spremnosti države da njima upravlja. Država često ulazi nespremna u taj proces, nemajući strateški plan, već pribegava samo formalnim rešenjima.

Bivše socijalističke zemlje su primorane, da relativno brzo, uvedu veliki broj sistemskih promena, nemajući mogućnost da ih predhodno provere i predvide njihove posledice. Posledice mogu biti brojne: visoka stopa nezaposlenosti, nepostojanje odgovarajućih zakonskih akata, stagnacija proizvodnje... Neželjene posledice vrlo često dovode do dubokih ekonomski, političkih pa i društvenih kriza, koje se odražavaju i na kulturu i pojedine kulturne podsisteme, čiji opstanak i razvoj dovode u pitanje. Džon Majnard Kejnz smatra da se kriza može prevazići kroz intervenciju države, koja treba da supstituiše delovanje tržišnih mehanizama.

Kulturna tranzicija obuhvata proces društvenih promena u oblasti kulture, usled kojih dolazi do restrukturiranja kulturnih vrednosti¹³⁶. Kulturna tranzicija podrazumeva niz radikalnih promena u kulturnom stvaralaštvu i proizvodnji; u organizaciji kulturnih delatnosti i ukupne kulturne infrastrukture; u promeni kulturnih institucija i dinamičnim promenama kulturnih vrednosti i kulturnih identiteta¹³⁷. Promenom vlasništva državnih, odnosno društvenih preduzeća, koja su činila okosnicu tržišta filmske proizvodnje u

¹³⁴ Heilbroner, Robert and Milberg, William, *The Crisis of Vision in Modern Economic Thought*, Cambridge University Press, 1996. Cambridge

¹³⁵ Vasiljević, Branko, *Lekcije iz savremene političke ekonomije*, Zavet, 2002. Beograd

¹³⁶ Primorac, Jaka, *Promjena strukture rada u kreativnoj ekonomiji: kultura, tranzicija i kreativna klasa*, doktorska disertacija, Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu 2010. Zagreb

¹³⁷ Švob Đokić, Nada; Primorac, Jaka Primorac i Jurin, Krešimir, *Kultura zaborava, Industrijalizacija kulturnih delatnosti*, Naklada Jesenski i Turk, 2008. Zagreb

Srbiji, nije se vodilo računa o zadržavanju namene. Samim tim je došlo do urušavanja infrastrukture, tržišta i kontinuiteta filmske proizvodnje. To je dalje impliciralo krizu u celokupnom sociokulturnom ciklusu.

Medju preduzećima koja su privatizovana našli su se i Centar Film, Košutnjak, Avala film kao i Beograd film u čijm sastavu je bilo 16 bioskopskih dvorana. Centar film je uspevao da održi sporadičnu minimalnu filmsku proizvodnju, ali je svakako dominantna delatnost postala distribucija inostranih filmova na domaćem tržištu. Košutnjak film je privatna producencka kuća koja proizvodi filmove i serije uglavnom u koprodukciji sa televizijom. Avala film je dosta dugo bila zatvorena i napuštena, da bi konačno 2015. godine i ona privatizovana, bez jasnih naznaka da li će Avala film zadržati svoju namenu. Filmska laboratorija je ugašena, umesto da bude osavremenjena u skladu sa razvojem filmske tehnologije. Na teritoriji Srbije više ne postoje državne producenckeske kuće, studija ni studija za postprodukciju. Autori i producenti se, po principu filmskih radnih zajednica, udružuju ili samostalno osnivaju svoje producenckeske kuće, studija ili studija za postprodukciju, kako bi uspostavile filmsku proizvodnju.

Shodno okolnostima, godišnja produkcija na teritoriji Srbije od 2000. do 2006. godine kreće od 8 do 11 dugometražnih igranih filmova. Tek od 2007. godine beleži se rast produkcije na 16 dugometražnih igranih filmova. Treba imati na umu da se u ovom periodu vrši i digitalizacija filmskih kamera i postprodukcijske opreme, ali su se u Srbiji i dalje prikazivali filmovi sa filmskih traka, pa je tako svaki domaći film morao da izradi filmsku kopiju. Izrada filmskih kopija vršila se u inostranstvu.

3.2.1. Filmski centar Srbije

Institucija Filmskog centra Srbije datira još iz 1959. godine kada je Udruženje filmskih proizvođača Jugoslavije osnovalo Centar za stručno osposobljavanje filmskih radnika. Potom je Savez filmskih radnika Jugoslavije, 1964. godine preuzeo prava i obaveze centra i preimenuovao ga u Institut za film. Od 1980. godine prava i obaveze nad ovim

preduzećem preuzima Udruženje filmskih umetnika Srbije. Institut za film, 2004. godine menja naziv u Filmski centar Srbije - FCS, proširuje delatnosti, menja organizacionu strukturu i postaje jedinstvena institucija u oblasti kinematografije Srbije. FCS 2006. godine raspisuje prve javne konkurse za sufinansiranje projekata. U decembru 2011. godine prava i obaveze osnivača prelaze na Republiku Srbiju, a 2013. godine FCS stiče status ustanove kulture od nacionalnog značaja.

Prema Statutu Filmskog centra Srbije¹³⁸, centar je osnovan sa ciljem ostvarivanja opšteg interesa u oblasti kinematografije. Posebno se ističe zadatak očuvanja kontinuiteta, slobode i raznovrsnosti kinematografskog stvaralaštva; očuvanje srpskog nacionalnog i kulturnog identiteta; podsticanje domaćeg filmskog stvaralaštva kao i proizvodnje domaćih i stranih kinematografskih dela u Republici Srbiji. Takođe, statut predviđa i podsticanje distribucije i javnog prikazivanja, kao i podsticanje razvoja bioskopske mreže. Kao centralizovana institucija za kinematografiju, FCS se stara o svim kinematografskim delatnostima kao i svim fazama sociokulturnog ciklusa filmskog dela. Ima za cilj i podsticanje razvoja tehničke baze, očuvanja i podsticanja kulturnog identiteta domaćeg kinematografskog stvaralaštva, ali i unapredjenja medjunarodne saradnje i integracije domaće kinematografije u evropske i svetske kinematografije.¹³⁹

Filmski centar Srbije ima mešoviti sistem finansiranja, a Statutom su predviđeni sledeći izvori: budžet Republike Srbije; prihodi koje ostvari pružanjem usluga na tržištu; donacija, dobrotvornih priloga i sponzorstava; i drugih izvora u skladu sa zakonom¹⁴⁰. Sredstva iz budžeta Republike Srbije, koja ujedno imaju i najveći udeo u finansiranju FCSa, potražuje se na osnovu godišnjeg finansijskog plana. U planu su razdvojena sredstva koja se potražuju za programske aktivnosti (konkursi za stimulaciju kinematografskih delatnosti, izdavačku delatnost, promociju FCSa u inostranstvu) i sredstva potrebna za tekuće troškove FCSa (plate zaposlenih, kancelarijski troškovi i slično).

¹³⁸ Statut Filmskog centra Srbije, Br 03-217 od 5. marta 2014, Saglasnost Ministarstva kulture i informisanja dobijena 21. maja 2014.

¹³⁹ Član 2, Statuta Filmskog centra Srbije, Br 03-217 od 5. marta 2014. godine

¹⁴⁰ Član 51, Statuta Filmskog centra Srbije, Br 03-217 od 5. marta 2014. godine

3.3. Zaključak poglavlja

Kinematografija Srbije, je od svog nastanka, pokazala tendenciju za razvojem i unapređivanjem. Ljudi koji su rukovodili kinematografskim delatnostima, pokazivali su razumevanje i želju da uspostave sistem, u okviru koga bi kinematografija trebalo da napreduje. Stvarala se infrastruktura i razvijala kreativnost autora. Težilo se stvaranju posebnosti domaćih filmskih dela.

Srbija je nekoliko puta prolazila kroz političke, društvene i ekonomske promene. Svaka promena zahtevala je prilagodjavanje sistema i uticala na sve segmente pa i na kulturu i kinematografiju. Osim promena, na ekonomsku i društvenu stabilnost Srbije uticali su i ratovi koji su neminovno slabili državu. U tako oslabljenoj državi, kultura je često dobijala poslednje mesto na listi prioriteta razvoja. Kontinuirana proizvodnja filmova ostala je prepuštena entuzijazmu autora.

Srbija je tokom socijalizma bila lider u Jugoslaviji u proizvodnji filmova. Država je pokušavala da putem pravnih regulativa, izgradnje infrastrukture, edukacije profesionalnog kadra, izgradnje tržišta i direktnog finansiranja stvori sistem kontinuirane proizvodnje. Takav sistem je u Srbiji, pored državnih preduzeća za sve oblasti kinematografije, omogućio i rad filmskih radnih zajednica. Radne zajednice su omogućavale fleksibilniju produkciju filmova i stvorile su uslove za razvoj autorskih posebnosti. Kvantitet takve proizvodnje dovodio je do stvaranja vrhunskih umetničkih dela. Sistem radnih zajednica koje su se razvile osamdesetih godina otvarale su mogućnost za razvoj nove, moderne autorske kinematografije, a sistem ulaganja sredstava samih autora i članova ekipe u filmsku proizvodnju stvorili su kinematografiju, koja je pored svojih traganja za autorskim vrednostima, bila okrenuta i publici. Na taj način, kroz autonomno odlučivanje odbora i saveta radnih zajednica, otvorio se put stvaranja nezavisnog filma. To je bilo moguće jer je postojao čitav lanac bioskopa u Beogradu i Srbiji. Može se reći da se osamdesetih godina kinematografija Srbije već pripremala za ono što će doneti tranzicija i stvaranje novog liberalnog tržišta. Nametnuvši se kvalitetom, kinematografija Srbije je uspešno funkcionisala na velikom jugoslovenskom tržištu kulture. U tom periodu gledanost srpskih filmova u Jugoslaviji

dosezala je i do dva miliona gledalaca¹⁴¹. Filmovi su osvajali publiku ali i nagrade na svetskim festivalima. Sistem promocije i prodaje domaćih filmova u svetu bio je centralizovan ali i efikasan (Jugoslavija film).

Apsurdno je da je filmska proizvodnja u uslovima socijalizma bolje funkcionisala nego u tranzicionim usloviama liberalno kapitalističkog tržišta, gde je razvoj tehnologije znatno olakšao kompletan proizvodni proces. Možda je osnovni problem u tome, što su se promene prihvatale bez predhodne analize iskustva jedne od najuspešnijih kinematografija u regionu Jugoistočne Evrope. Dolaskom toliko iščekivane demokratizacije privrede i društva, implementirana su iskustva drugih kinematografija, bez predhodnog prilagodjavanja realnim uslovima i tekovinama nacionalne filmske proizvodnje. Tokom dugih godina tranzicije uništeno je skoro sve ono što je mnogo ranije, pre mnogih kinematografija upravo stvoreno u Srbiji i što se sa današnjeg stanovišta, analizirajući srpsku kinematografiju, može reći da je bio sistem koji je već tada ugradio elemente modernog pritupa tržištu kulture. Sistem koji su tadašnji filmski radnici stvorili je upravo ono što se danas naziva modernim tržištem kulture i kinematografije.

Tokom tranzicije, sve vrednosti pa i sama infrastruktura bile su razrušene. Privatizacija, kao simbol stvaranja liberalnog kapitalističkog tržišta, radjena je bez plana, kao da je sama sebi cilj. Trebalo je tada iskoristiti iskustvo radnih zajednica i prvih privatnih producenstskih kuća osnivanih tokom devedesetih godina po uzoru na radne zajednice. One su već imale modalitet koji je sadržao element ulaganja sopstvene zarade po modelu liberalnog kapitalizma. Pored ulaganja sopstvene zarade ostvarivale su se i koprodukcije sa državnim preduzećima za proizvodnju filma (Avala film), prikazivačima i distributerima, koji su takodje učestvovali u raspodeli ostvarene zarade nakon distribucije filma.

Tranzicija u Srbiji je bila otežana usled sankcija i trajala je duže nego u drugim zemljama. U tom periodu društvena preduzeća (Avala film, Beograd film, Jadran film i druge) nisu

¹⁴¹ Nemanjić Miloš, Filmska i pozorišna publika Beograda – Socijalno kulturni uslovi formiranja u periodu 1961-1984. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 1991. Beograd

se privatizovala na vreme, a kako su godine prolazile, postale su nekonkurentne dolaskom novih tehnologija. Vremenom, ne samo što zastarela tehnologija nije menjana, nego ni studija, bioskopi, ni laboratorije nisu održavani. U iščekivanju da će ih neko kupiti padala je cena na tržištu. U tom periodu, zaposleni u tim firmama prisvajali su raspoloživa sredstva za rad, takodje čekajući da ih neko kupi i ponudi otpremninu. Kada su preduzeća osiromašila, prodavana su po niskim cenama, a kupci nisu imali obavezu da nastave delatnost preduzeća. Sredstva dobijena od privatizacije nisu pripala budžetu namenjenom za kinematografiju. Tako se urušilo tržište kinematografije i mogućnost za kontinuiranu proizvodnju.

Neulaganjem u novu tehnologiju došlo je do jeftine prodaje Avala filma i Beograd filma koji su bili okosnica filmske proizvodnje. Nerešavanje privatizacije filmskih preduzeća tokom dvadeset godina je dovelo do toga da su producenti velika sredstva namenjena za proizvodnju domaćeg filma trošili na najam tehnike i usluge postprodukcije u inostranstvu. Na taj način, velika suma novca umesto da ostane u zemlji i omogući akumulaciju tržišta, otišla je nepovratno. Prodajom bioskopa bez obaveze za održavanje primarne delatnosti, otvorio se prostor stranim prikazivačima da akumuliraju kapital i stvore monopoli. Domaći prikazivači su zatvorili bioskope a budžet za kinematografiju ostao bez stalnog prihoda. Proizvodni proces filma oslabljen je na skoro svim tačkama.

Uspostavljanje institucije Filmskog centra Srbije i proširivanjem njegovih delatnosti, domaća kinematografija je dobila nadu da postoji mogućnost za ponovno uspostavljanje kontinuirane proizvodnje. Podatak da je u 2016. godini proizvedeno 22 igrana filma u Srbiji¹⁴², više je posledica razvoja tehnologije i snalažljivosti autora da kroz kraći proizvodni proces, smanjivanje budžeta i redukciju ekipe realizuje filmsko delo, nego što je takav rezultat posledica adekvatnih uslova za razvoj kinematografije.

Istraživanje tržišta kinematografije u Srbiji, koje je radio francuski Unifrans, govori kako srpski film ima tradicionalno dobar uspeh kod domaće publike. Skoro uvek on zauzima prva dva mesta od deset najgledanijih filmova. U 2015. godini udeo gledanosti domaćeg

¹⁴² Filmska baza, Filmski centar Srbije

filma bio je 22,1%. Najveći udeo u gledanosti imali su američki filmovi 66,1%, francuski filmovi 4,7%, ostali evropski filmovi 6,2% i filmovi proizvedeni u drugim zemljama 0,8%. Ukupno prikazanih filmova u Srbiji te godine bilo je 212, od čega 108 američkih filmova, 50 filmova drugih zemalja, 31 francuski film i 23 domaća filma. Medjutim ukupna poseta gledalaca u bioskopu uprkos najnižoj ceni karte, manja je od zemalja Jugoistočne Evrope.¹⁴³ Od ukupnog broja gledalaca 23 srpska filma od ukupne gledanosti u proseku su imali 0,96% gledalaca po filmu, dok su strani filmovi u proseku po filmu imali 0,42% gledalaca. Prva dva mesta od 10 najgledanijih filmova¹⁴⁴ zauzela su dva domaća filma *Gorčilo* (218.465) i *Bićemo prvaci Sveta* (214.994). Prvi sledeći film bio je američki *Pedeset nijansi sive*¹⁴⁵ (162.117). Te godine peto i šesto mesto zauzele su svetski poznate franšize Džeјms Bond (007 Spekra¹⁴⁶) i Zvezdani ratovi (VII deo Budjenje sile¹⁴⁷), dok je desetu poziciju opet zauzeo domaći film *Pored mene* (73.760).

Ovakvi podaci pokazuju da domaći film izaziva interesovanje publike. Kada postoji potreba konzumenata, to je već dobar korak ka stvaranju uslova za unapredjenje proizvodnje. Potom je potrebno omogućiti konkurentne uslove za prodaju, kroz podsticanje prikazivanja i distribucije domaćeg filma. Na taj način se krug zatvara a sama proizvodnja postaje jača.

¹⁴³ Podaci dobijeni iz Unifransa, Izveštaj o uspešnosti Francuskog filma u svetu; Poglavlje Srbija i Crna Gora, Izveštaj priredio Joel Chapron (str260-263), Unifrance, 2016. Pariz

¹⁴⁴ Podaci dobijeni iz Unifransa, Izveštaj o uspešnosti Francuskog filma u svetu; Poglavlje Srbija i Crna Gora, Izveštaj priredio Joel Chapron (str260), Unifrance, 2016. Pariz

¹⁴⁵ *Fifty Shades of Grey*, Sjedinjene američke države (2015)

¹⁴⁶ *Spectre*, Velika Britanija (2015)

¹⁴⁷ *Star Wars: Episode VII – The Force Awakens*, Sjedinjene Američke Države (2015.)

4. ZNAČAJ KULTURNE POLITIKE ZA FILMSKU PROIZVODNJU

Kulturna politika predstavlja skup upravljačkih mera i aktivnosti kojima nosioci javne praktične politike, na osnovu političkog, pravnog, finansijskog autoriteta dobijenog na demokratskim izborima, upravljaju kulturnim životom i kulturnim razvojem na određenoj teritoriji.¹⁴⁸ Koristeći se inovativnim strategijama i instrumentima kulturne politike, razvija se kontinuirana proizvodnja. Instrumenti kulturne politike, prema prirodi svog delovanja, dele se na: organizacione (strateško planiranje, ljudski resursi...), ekonomske (finansiranje), pravno političke i vrednosno idejne. Inovativne strategije kulturne politike koje doprinose razvoju su: strategija povezivanja bazirana na partnerstvu, koja se sa stanovišta kulturne politike odnosi se na partnerstvo javnog, privatnog i nevladinog sektora, kao i na međuvladinu saradnju. Sa stanovišta menadžmenta odnosi se na koprodukcije. Izuzetno je značajna i strategija internacionalizacije, koja podrazumeva sve oblike međunarodnog povezivanja i doprinosi međunarodnoj rekogniciji učesnika. Strategija internacionalizacije je podstaknuta međunarodnim pravnim aktima, strukturnim fondovima i mrežama. Strategija postizanja održivosti podrazumeva strategije privatizacije, deetatizacije kao i strategiju spajanja sa drugom organizacijom. Programsko - organizaciono kompetitivne strategije se odnose na povećanje obima produkcije i usluga, komercijalizaciju i diversifikaciju programa i resursa, širenje usluga, razvoj publike i širenje tržišta, programsko fokusiranje.

Implementiranjem odgovarajućih strategija kulturnih politika stvara se sistem. Kada se uspostavi sistem proizvodnje, dolazi se do proste reprodukcije, odnosno stalnog ponavljanja proizvodnje u istom obimu. Nakon toga dolazi do proširene reprodukcije koja podrazumeva kvantitativno uvećanje obima što je prema Marksu prirodno kretanje proizvodnje u kapitalizmu¹⁴⁹.

Prema međunarodnom ekspertskom timu Saveta Evrope, kulturna politika je rešenost organa vlasti, da na demokratski način interveniše u određenim oblastima i

¹⁴⁸ Đukić, Vesna, *Država i kultura Studije savremene kulturne politike*, Institut za film, pozorište, radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti, 2010. Beograd

¹⁴⁹ Vasiljević, Branko, *Lekcije iz savremene političke ekonomije*, Zavet, 2002. Beograd

aktivnostima, da bi ostvarili definisane strateške ciljeve. Osnovna ideja je da kultura ne može da se razvija bez pomoći države. Potrebno je da postoje instrumenti kojima se neposredno upravlja kulturnim razvojem, a ne samo indirektno stvarajući povoljni ambijent i uslove da se kultura i umetnost samostalno razvijaju¹⁵⁰.

4.1. Kulturna politika u odnosu na kinematografiju

Država je svoje ingerencije u oblasti kinematografije prenela na Filmski centar Srbije koji je pod nadzorom resornog Ministarstva kulture i informisanja. Filmski centar bi trebalo da bude nezavisan u donošenju odluka. Međutim, pitanje je da li FCS može biti nezavisan ukoliko je njegov osnivač država. Direktora i članove upravnog odbora imenuje Vlada Republike Srbije, a najveća finansijska sredstva potrebna za rad centra i kinematografske delatnosti koje centar stimuliše dolaze iz budžeta Republike Srbije.

Polazeći od premise da kultura ne može postojati bez pomoći države, a pogotovo ne može u tranzicionim okolnostima gde bi proizvodnja trebalo da se osloni na tržište koje nije uređeno. U tom slučaju država mora, kroz sve raspoložive instrumente, delovati na razvoj kinematografije i na uspostavljanje proizvodnje u novim uslovima. Za sada, država stimuliše razvoj kinematografije isključivo koristeći ekonomski instrument direktnog i indirektnog finansiranja. Putem konkursa FCSa finansijska stimulacija se raspodeljuje na različite kategorije, čime se stimulišu pojedinačni projekti, autori, producenti, institucije i slično. Suma koja se raspodeljuje nije dovoljna za sve, pa i suma koja se dobija kao stimulacija opet ne zadovoljava, često ni polovinu potreba. Takva vrsta stimulacije nije dovoljna, jer ne stimuliše kompletan proizvodni proces i ne stvara sistem u kome takav proces može da se razvija. Razvojem procesa se stvara industrija koja će moći sama sebe da održava i snaži. U krajnjoj liniji, država bi od takovog sistema imala finansijske

¹⁵⁰ Đukić, Vesna, *Država i kultura Studije savremene kulturne politike*, Institut za film, pozorište, radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti, 2010. Beograd

benefite. Ostvarila bi kvalitativni benefit i dobila kvalitetna umetnička dela trajne vrednosti, čemu svako društvo teži.

4.2. Podsticajni Instrumenti i strategije filmske proizvodnje u Srbiji – istorijska analiza

4.2.1. Pravno politički instrumenti

Svaka držva svoje postojanje, i odnos svih komponenti koje je čine, uređuje zakonima. Postojanje zakona, poštovanje zakona i sprovođenje propisanih sankcija za kršenje zakona pretpostavka je funkcionisanja države i društva koje je čini.

Svaka oblast ima krovni zakon koji je reguliše i koji mora biti u skladu sa Ustavom kao vrhovni pravni akt. U slučaju kinematografije u Srbiji, krovni zakon je Zakon o kulturi RS. Zakon koji direktno uređuje oblast kinematografije je Zakon o kinematografiji. Zakon koji uređuje prava i obaveze autora i producenata je Zakon o autorskom i srodnim pravima. Zakon koji dopunjuje predhodna dva zakona, a tiče se zaštite od piraterije – nelegalnog korišćenja i ostvarivanja dobiti, je Zakon o proizvodnji optičkih diskova. Još jedan zakon koji se primenjuje u oblasti kinematografije jeste Zakon o radu.

Poseban korpus zakona koji u velikoj meri utiče na filmsku proizvodnju jesu poreski zakoni. Zakon o porezu na dobit pravnih lica¹⁵¹, Zakon o porezu na dodatu vrednost¹⁵² i Zakon o porezu na dohodak građana¹⁵³. Porez ima za cilj da obezbedi stalni priliv novčanih sredstava u državni budžet iz koga se ta sredstva dalje raspoređuju. Problem nastaje kada su porezi izuzetno visoki i kada država, umesto da ih smanji toleriše sivu ekonomiju. U tom trenutku držva direktno gubi prihod, a proizvodnja i ljudski resursi

¹⁵¹ Zakon o porezu na dobit pravnih lica, Službeni glasnik RS br. 25/01, 80/02 – dr. zakon 80/02, 43/03, 84/04, 18/10, 101/11, 119/12, 47/13, 108/13, 68/14, dr. zakon 142/14, 91/15 – autentično tumačenje 112/15

¹⁵² Zakon o porezu na dodatu vrednost, Službeni glasnik RS br. 84/04, 86/04- ispravka 61/05, 61/07, 93/12, 108/13, 68/14 – dr. zakon 142/14, 83/15, 108/16;

¹⁵³ Zakon o porezu na dohodak građana, Službeni glasnik RS br. 24/01, 80/02 – dr. zakon 80/02, 135/04, 62/06, 65/06 – ispravka 31/09, 44/09, 18/10, 50/11, 91/11 – US, 93/12, 114/12 Us, 47/13, 48/13 – ispravka 108/13, 57/14, 68/14 – dr zakon, 112/15

gube zaštitu. Osim toga tržište stagnira, jer nema mogućnost da prepozna i iskoristi takav sistem rada. Zato je baš u ovim zakonima potrebno uvesti stimulaciju u vidu smanjenja poreza na autorske honorare i honorare prema ugovoru o delu. Trebalo bi dati stimulaciju u vidu poreskih olakšica za obavljanje filmske proizvodnje domaće produkcije koji kompletnu proizvodnju obavljaju u Srbiji, po uzoru na Francuski model. Stimulacija bi trebala da bude okrenuta i privrednom sektoru koji planira da uloži sredstva u kinematografiju. Za sada, Zakon o porezu na dobit RS predviđa odbitak od 10% na ukupnu godišnju dobit preduzeća ukoliko ulažu u instituciju kulture.

Kinematografsku delatnost dalje regulišu i podzakonska i normativna akta. Njima se uže određuje delovanje pojedinačnih oblasti i institucija. Medjunarodna deklaracija o koprodukcijama je normativni akt koji reguliše medjunarodni koprodukcijski odnos dveju ili više zemalja. Svaka institucija ima Statut i pravilnike po kojima uređuje svoje interno poslovanje i odnos sa osnivačem i trećim licima.

Ugovori su još jedan važan normativan akt na osnovu koga se definiše odnos ugovornih strana, bilo da su pravna ili privatna lica. U filmskoj proizvodnji se najčešće koriste forme Autorskog ugovora, Ugovora o delu, Ugovora o saradnji, Ugovora o koprodukciji, Ugovor o sponzorstvu, Ugovor o distribuciji ili prodaji prava na prikazivanje. Svaki od ovih ugovora podrazumeva opšta prava i obaveze proistekle iz zakona koji regulišu predmet ugovora, ali i sadrže specifičnosti određenog projekta kao i medjusobni dogovor ugovorenih strana.

Visoke poreske stope na autorske honorare i honorare drugih filmskih radnika, uslovile su nov sistem regulisanja ovakvog poslovanja. Osnivanje agencija prema Zakonu o porezu na dohodak građana, koje nisu u sistemu PDVa, već svoje poreske obaveze regulišu prema paušalu do limita od 6 miliona dinara. Kada se premaši godišnji obrt od 6 miliona, agencije su obavezne da vode knjigovodstvene knjige, a dostizanjem obrta od 8 miliona ulaze u sistem PDVa. Agencije u ime autora i saradnika vrše naplatu honorara, pri čemu autori i saradnici ne moraju nužno biti vlasnici ili zaposleni u toj Agenciji. Fakture koje agencije izdaju su uvećane za 10% ukupne sume, bez zakonske osnove, a na principu dobrih poslovnih običaja. Problem ovakvog poslovanja jeste manjak zaštite i

producenta i honorarnih saradnika. U slučaju spora između naručioca posla i izvodjača, Agencija bi se našla u poziciji da tuži ili brani, a za to faktički nema razloga. Sistem isplate preko Agencija koriste i javne institucije pri angažovanju honorarnih saradnika. Pored problematičnih odnosa u slučaju spora, problem ovakovog poslovanja je što honorarno angažovani saradnici ostaju bez regulisanih penzionih i zdravstvenih doprinosa.

4.2.1. Ekonomski instrumenti

Za razliku od prirodnih zakona, uslovi postojanja i dejstva najvećeg broja ekonomskih zakona svojstveni su određenom stepenu društvenog razvitka. Oni istorijski nastaju i nestaju sa određenim načinom proizvodnje. Ovi zakoni uvek deluju kao dugoročne tendencije, kao prosek ponavljanja određenih pojava i odnosa.¹⁵⁴

Tržišna privreda savremenog društva, u nekim od najrazvijenijih zemalja, može se podeliti u tri osnovna modela: socijalni model tržišne privrede; potrošački model tržišne privrede; administrativno usmereni model tržišne privrede. Ovi modeli se takodje preporučuju bivšim socijalističkim zemljama radi uspešnog postavljanja tržišnog privredjivanja. Svaki od ova tri modela podrazumeva: Izgradjenu institucionalnu strukturu; uređivanje svojinskih odnosa; obezbeđivanje uslova za konkurenciju; monetarnu stabilnost i konvertabilnost nacionalne valute; adekvatan i efikasni bankarski sistem; adekvatna društvena infrastruktura.¹⁵⁵

Možda najpogodniji jeste upravo administrativno usmereni model tržišne privrede, koji se naziva još i „Azijski model”, jer je uspešno implementiran u istočnoazijskim zemljama. U njemu država nije donosilac odluka, već služi da stvori efikasno funkcionisanje tržišta i da otkloni negativne posledice njegovog delovanja. Dakle, država usmerava i stimuliše u cilju maksimalnog ostvarivanja dugoročnih ciljeva proizvođača, podstiče i stimuliše

¹⁵⁴ Dragišić, Dragoljub, Ilić, Bogdan, Medojević Branko, Pavlović Milovan, Osnovi ekonomije – Izabrani tekstovi, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, 2009. Beograd

¹⁵⁵ Dragišić, Dragoljub, Ilić, Bogdan, Medojević Branko, Pavlović Milovan, Osnovi ekonomije – Izabrani tekstovi, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, 2009. Beograd (str.65)

uspešnu proizvodnju. Naročito podstiče politiku štednje i investicija. Još jedna posebnost ovog modela je odnos poslodavca, zaposlenog i države koji se zasniva na partnerstvu. Zaposleni stižu značajno učešće u dobiti korporacija, bilo kroz novčane naknade bilo kroz ostvarivanje poseda akcija.

Ekonomski instrumenti, u smislu kulturne politike, podrazumevaju finansiranje kroz budžetski model, mešoviti sistem finansiranja i tržišni sistem finansiranja, ali podrazumevaju i aktivnu medjuresornu saradnju fiskalne i kulturne politike.

Mešoviti sistem finansiranja negde korespondira sa Administrativno usmerenim modelom tržišne privrede. Država je faktor koji treba, da kroz zakonske regulative, stimulative instrumente i strategije omogući funkcionisanje tržišta kao tačke susreta proizvodnje i potrošnje. Stimulacija tržišta stvara uslove, u kojima će proizvodnja moći da ostvari dobit, koja će služiti kao inicijalni kapital sledećeg kruga proizvodnje. Stimulacija kvalitetne proizvodnje povećava mogućnosti potrošnje.

Država mora da podstiče razvoj kulture i umetnosti, pa samim tim i kinematografske delatnosti. Ona to čini direktnim i indirektnim finansiranjem koje podstiče javne i privatne institucije ili projekte, pogotvo neprofitabilne orijentacije. Takav podsticaj nije dovoljan, nije zagarantovan (jer visina stimulacije kulturnih delatnosti zavisi od ukupnog godišnjeg budžeta Republike Srbije). Osim toga, često zavisi od komisija koje procenjuju predložene projekte. Zato je bitno da se omoguće i osnaže drugi izvori finansiranja (Sponsorstva, donacije, fondacije).

To se u evropskim zemljama ostvarivalo kroz poresku politiku usmerenu na poreske olakšice za uлагnje u kinematografiju. Stimulative poreske olakšice okrenute ka potrošačima se u Srbiji sprovode kroz smanjen porez na kupovinu bioskopske ulaznice (10%)¹⁵⁶. Poreske olakšice u tom smislu, moraju postojati i za domaće i za strane producente. Za sada su olakšice u vidu povraćaja 20% potrošenih sredstava u Srbiji,

¹⁵⁶ Zakon o porezu na dodatu vrednost, Službeni glasnik RS br. 84/04, 86/04- ispravka61/05, 61/07, 93/12, 108/13, 68/14 – dr. zakon 142/14, 83/15, 108/16; član 23; alineja 12.

predviđene članom 56 Zakona o porezu na dodatu vrednost¹⁵⁷, koji tretira refakciju PDVa stranom državljaninu. Jedna od stimulatvinih mera poreske politike uvedena je kroz Uredbu o podsticajima investitoru da u Republici Srbiji proizvodi audiovizuelno delo¹⁵⁸. Uredba, članom 2, predviđja da je investitor fizičko ili pravno lice koje ulaže finansijska sredstva u finansiranje ili sufinansiranje proizvodnje audiovizuelnog dela. Investitor ne može ostvariti olakšicu ukoliko investira u distribuciju ili marketing. U članu 3 se definišu uslovi korišćenja podsticajnih sredstava koji iznose 20% kvalifikovanih troškova, koje je investitor utrošio na teritoriji Srbije. Uslovi, koje investitor mora da ispuni, su da u budžet, namenjen za proizvodnju filma, uloži veći iznos od minimalnih sredstava potrebnih za određeni format: Za dugometražni igrani film, TV film ili TV seriju 300.000.00 evra; za animirani film ili audio vizuelnu postprodukciju audiovizuelnog dela 150.000.00 evra; za namenski film 100.000.00 evra; za dokumentarni film 50.000.00 evra. Ono što najviše opterećuje budžet, a nije regulisano pravnim aktom, jesu visoke stope poreza na zaradu autora, glumaca i članova ekipe, koje se plaćaju zajedno sa doprinosima.

Još jedan od ekonomskih instrumenata, može biti i odnos države prema zaposlenima, kroz određivanje minimalne cene rada. Zaposlenima u državnim i javnim institucijama, pa i u privatnim, propisana je minimalna cena rada u odnosu na stručnu spremu, radni staž i sistematizaciju radnog mesta. Pri angažovanju honorarnih saradnika, takva ograničenja ne postoje. Dogovor o visini honorara, bilo sa autorima ili članovima ekipe, zavisi isključivo od medjusobnog dogovora sa producentom. Struka ima nezvanični cenovnik usluga, koji je rezultat dobrih poslovnih običaja, ali to ne ograničava ni producenta ni honorarne saradnike, da visinu honorara dogovore na drugačiji način u odnosu na standard. Isto važi i za angažovanje honorarnih saradnika u javnim insitucijama kulture. Usled velike nezaposlenosti, česta je pojava da ljudi pristaju da rade i ispod onoga što se uobičajno smatra korektnim honorarom. Često je iznos znatno manji shodno obimu i zahtevnosti posla. Sve to proizilazi zbog nepostojanja uredjenog sistema finansiranja kinematografskih delatnosti.

¹⁵⁷ Zakon o porezu na dodatu vrednost, Službeni glasnik RS br. 84/04, 86/04- ispravka61/05, 61/07, 93/12, 108/13, 68/14 – dr. zakon 142/14, 83/15, 108/16; član 56.

¹⁵⁸ Uredbu o podsticajima investitoru da u Republici Srbiji proizvodi audiovizuelno delo; Službeni glasnik RS, br. 55/05, 71/05, ispravka101/07, 65/08, 16/11, 68/12 – US, i 44/14

4.2.3. Vrednosno idejni instrumenti

Vrednosno – idejni instrumenti predstavljaju programski okvir kulture i umetnosti koji u zavisnosti od raznovrsnosti koncepta koje država zastupa kroz izvršnu politiku Vlade može biti stimulativan ili restriktivan.¹⁵⁹ U periodu Socijalizma u Jugoslaviji država je naročito u prvim posleratnim godinama nametala prilično restriktivni instrument. Definisala je socrealizam kao dominantan pravac i težila da, apsolutno u svim umetnostima, zastupa takav stav. Vremenom je napuštala ideju o samo jednom pravcu i težila da stvori raznolikost i u kreiranju umetničkih dela i u predstavljanju inostranih kultura. Medjutim, uvek je zadržavala pravo cenzure. Ona je nekad bila eksplicitna, a nekad implicitna. Interesanto za ovaj period je i to, što je država svakih par godina, prateći situaciju u zemlji i svetu, korigovala, širila i podsticala određene programske sadržaje, ali i unosila inovacije u organizacione i tehničke aspekte kroz svoje državne firme. Na primer, Avala film se u 70tim pored dominantnih istorijskih spektakala okreće i ka komediji. U isto vreme se pojavljuje i Crni talas. Iako su se autori odnosili kritički prema društveno političkom okruženju filmovi Crnog talasa su bili finansirani od strane države. Filmska radna zajednica, koja je bila producent većini ovih filmova, deo sredstava za proizvodnju je dobijala od samih autora. Oni su delom svog honorara učestvovali u budžetu za film, dok su osnovna sredstva dobijali iz državnog budžeta namenjenog kinematografiji. Filmske radne zajednice su neke od filmova Crnog talasa realizovale u koprodukciji sa državnim firmama. Takav je na primer film *Crveno klasje* Živojina Pavlovića (produkcija: Filmska radna zajednica, Viba film) koji je nagradjen i Zlatnom arenom na festivalu u Puli 1971. godine.

Državne producerske kuće, su takodje, proizvodile filmove Crnog talasa koji su bili cenzurisani, kao na primer: *Povratak* u režiji Živojina Pavlovića (produkcija: Avala Film i Morava film); *Grad* režija Marko Babac, Živojin Pavlović i Kokan Rakonjac (produkcija: Sutjeska film); *Nevinost bez zaštite* režija Dušan Makavejev (produkcija: Avala Film);

¹⁵⁹ Djukić Vesna, *Država i kultura Studije savremene kulturne politike*, Institut za film, pozorište, radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti, 2010. Beograd, str163.

Rani radovi režija Želimir Žilnik (producent: Avala film, Neoplanta film); *Misterija orgazma* režija Dušan Makavejev (produkcija Neoplanta film).

Iako cenzura, kao takva, ne postoji u savremenoj domaćoj kinematografiji, postavlja se pitanje da li su autori zaista apsolutno slobodni. Da li su autori u svom estetskom izražavanju i odabiru izražajnih sredstava filma, pa i načinu tretiranja teme i likova u svojim filmovima, lišeni i najmanje autocenzure. Postavlja se pitanje da li autori i producenti ukoliko moraju obezbediti finansijska sredstva za proizvodnju svojih filmova, bilo na domaćim bilo na inostranim fondovima, ne koriguju svoje inicijalne ideje. Vodjeni su možda mišljenjem da će takav izmenjeni pristup, u skladu sa dominantnim trendom, imati veće šanse za dobijanje finansijske stimulacije. Iako cenzure nema, da li se može stvoriti apsolutno slobodan film, na primer o kritici savremenog političkog sistema, a da se deo sredstava dobije na domaćem konkursu. Da li bi potom takav film otkupila domaća televizija i da li bi se on našao u programu domaćeg festivala. Zato Filmski centar Srbije mora da ima apsolutnu autonomiju u odlučivanju, kao i diversifikaciju izvora finansiranja, koji neće biti u direktnoj zavisnosti od državnog budžeta. Mora se i kroz druge stimulative instrumente i strategije uticati na razvoj infrastrukture koja će otvoriti mogućnost producenstkih kuća da nezavisno ostvaruju filmsku proizvodnju.

Stimulativni instrumenti se iskazuju kroz nagrade i stimulacije umetnika i stvaralaštva. Ekonomska stimulacija umetnika i stvaralaštva u kinematografiji, sprovodi se putem konkursa, kao i nagradjivanjem na festivalima. Druga počasna priznanja i nagrade često nemaju ekonomsku komponentu. Za razliku od umetnika, sportisti imaju jasno postavljene kriterijume na osnovu kojih dobijaju dodatne stimulacije. Definisani su iznosi za ostvarene uspehe na svetskim i evropskim prvenstvima. Da bi se nagradjivanje u bilo kom svom obliku sprovodilo, moraju se postaviti jasni kriterijumi koji bi trebalo da budu proverljivi i moraju se postaviti ciljevi, kao i pravac kome se teži. U kinematografiji Srbije strategije nema, pa se i odredjeni uspesi mogu na različite načine shvatati i valorizovati.

Nagradjivanjem i stimulacijom bez kriterijuma može se poslati pogrešna poruka. Pogotovu ako ne postoji trasiran pravac u kome bi se kinematografija trebala kretati. Važno je odrediti šta se želi od nje, u kom smeru treba da se razvija, gde bi ona u

budućnosti trebalo da bude. Na primer, Srbija jako dugo nije imala svoj film u glavnom takmičarskom programu Kanskog, Berlinskog festivala, kao ni u nominacijama za Oskara za najbolji film van engleskog govornog područja. Osvajanje ovakvih nominacija i mesta u glavnim programima nije samo uslovljeno kvalitetnim filmom, već i ozbiljnim radom na plasmanu filmova. Sasvim sigurno, učestvovanje na jednom od ovih festivala, u takmičarskom programu, bila bi najveća nagrada i stimulacija autorima i producentima.

4.2.4. Organizacioni instrumenti

Organizacioni instrumenti služe da bi se odredio, usvojio i implementirao koncept kulturne politike.¹⁶⁰ Potrebno je dakle odrediti šta se želi od kinematografije, koja je njena svrha i projektovati dugoročne strateške ciljeve kroz koje će ispuniti svoju svrhu. Takodje je potrebno, na osnovu analize trenutnog stanja, uočiti koje su njene slabosti, a gde leži njen potencijal. Na osnovu toga bi se napravio precizan plan razvoja. Potom je potrebno odrediti i ove granske oblasti kulturne politike koje je neophodno implementirati, kako bi se postigao željeni cilj.

Sličan pristup se takodje pojavljuje u periodu socijalizma u Jugoslaviji. U posleratnim godinama su bili svesni da žele da iskoriste kinematografiju kao sredstvo za promociju zemlje, ali i kao predhodnicu u uspostavljanju političkih i ekonomskih veza sa inostranstvom. Takodje su uvideli da radi postizanja cilja moraju uspostaviti proizvodnju. Osnovani su preduzeće za proizvodnju, studio i laboratoriju, pa preduzeće za uvoz i izvoz, i otvorili bioskope širom zemlje.

U savremenoj svetskoj kinematografiji ima raznih primera. Jedan od njih je kinematografija Malte. Malta je procenila da sama ne može proizvoditi filmove, ali zato je prepoznala da može pružati tehničke uslove za inostrane produkcije. Školovala je profilisan kadar koji je bio adekvatan za potrebe stranih produkcija. Iskoristila je

¹⁶⁰ Djukic, Vesna, *Država i kultura Studije savremene kulturne politike*, Institut za film, pozorište, radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti, 2010. Beograd, str.120

prirodne i istorijske resurse koje ima i sve ostale instrumente je raspoređivala u tom pravcu. Posledica toga bila je, da su se na njenoj teritoriji snimali najveći filmski hitovi poput, *Asteriksa i Obeliksa*, *Troje* i filma koji se i dalje nalazi na prvom mestu po zaradi u novijoj filmskoj istoriji *Titanik*. Madjarska je imala sličan pristup. Takodje je razvijala tehničke usluge za servisiranje stranih produkcija, kao i tehničku bazu, i studija za postprodukciju. Medjutim, ona je ostvarenu dobit od pružanja tehničkih usluga iskoristila za razvoj sopstvene proizvodnje. Rezultat ovakvog pristupa je nagrada Zlatni medved na Berlinskom filmskom festivalu 2017. za film *Na duši i telu*, kao i nominacija za Oskara za film van engleskog govornog područja 2018. godine.

Snage savremene domaće kinematografije jesu kreativnost autora, kinematografsko nasledje, spretnost autora i producenata, i drugih filmskih profesionalaca da u gotovo nemogućim uslovima, sa izuzetno malim budžetima, ipak snimaju filmove. Slabosti su svakako, nepostojanje infrastrukture za produkciju i postprodukciju, neregulisano tržište, nedovoljno stimulativnih instrumenata koji bi trebalo da pomognu kompletan sociokulturni ciklus filmske proizvodnje. Najveće pretnje leže u neprepoznavanju potencijala kinematografije. Ona može biti predhodnica promocije zemlje u svetu, i važan segment uspostavljanja odnosa sa drugim državama. Kao kulturna industrija, pored kulturnog proizvoda, nudi i mogućnost ostvarivanja dobiti preko domaćeg i inostranog tržišta kulture. Takodje postoji pretnja, da se ljudski resursi, zahvaljujući svom iskustvu i entuzijazmu, umesto da stvaraju nove vrednosti, pretvore u radnu snagu inostranih produkcija.

4.2.5. Strategije povezivanja

Strategija povezivanja se implementira radi lakšeg finansiranja, boljeg javnog prihvatanja i medjunarodne rekognicije učesnika.¹⁶¹ „Ako se sa stanovišta menadžmenta u kulturi ova strategija pre svega odnosi na koprodukciju sa stanovišta kulturne politike ona podrazumeva partnerstvo javnog, privatnog i nevladinog sektora”¹⁶²

¹⁶¹ Šešić Dragičević, Milena I Dragojević, Sanjin, Menadžment u turbulentnim okolnostima, CLIO, 2005. Beograd (str109)

¹⁶² Djukić, Vesna, Država i Kultura – studije savremene kulturne politike, Institut za pozorište, film, radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti, 2010. Beograd (str246-247)

U savremenoj filmskoj proizvodnji, izuzetno su retki projekti koji nisu realizovani u koprodukcijskom odnosu. Koprodukcija je nastala nakon Drugog svetskog rata i podrazumeva zajedničku proizvodnju dvoje ili više filmskih proizvođača, iz dve ili više zemalja¹⁶³. Ovakav vid saradnje prvenstveno je stvoren sa ciljem da olakša finansiranje. Pored olakšanog finansiranja, koprodukcija omogućava i lakši pristup tržištima zemalja koje učestvuju u koprodukcijskom odnosu. Takodje ne treba zanemariti da koprodukcije omogućavaju i medjunarodnu saradnju umetnika i članova ekipe, kao i lakšu promociju autora i filmskog dela izvan matične zemlje proizvodnje.

Jačanjem Evropske Unije krajem osamdesetih i njenim konstantnim proširenjem, javlja se potreba za internacionalizacijom. Koprodukcijski odnos zasniva se na pravima i obavezama koje propisuje Medjunarodna deklaracija o koprodukcijama¹⁶⁴. Svaki evropski filmski fond isključivo podržava medjunarodne koprodukcije. Osim internacionalizacije koja se postiže koprodukcijama, uvezuje se i tržište i time povećava mogućnost za eksploataciju filma. Za primer se mogu uzeti najčeće koprodukcije firme iz Beograda i firme iz Zagreba¹⁶⁵. Ovaj vid saradnje osim podele rizika i ulaganja, doprinosi da film ima automatski prolaz na tržište i jedne i druge zemlje, ali velika je verovatnoća da će imati prolaz i na tržištu svih bivših jugoslovenskih republika. Sličnost jezika, popularnost glumaca i reditelja, sličnost senzibiliteta. Ne treba zaboraviti da, pored ekonomske i umetničke komponente, ovakva koprodukcija ima i političku težinu. Zemlje koje su bile u sukobu, putem umetnosti i saradnje, stvaraju zajedničkim snagama nove vrednosti.

Pored medjunarodnih koprodukcija, na koje se uglavnom misli pri korišćenju pojma, koprodukcijski odnos se može po istom principu zasnovati i izmedju dve ili više producenstskih kuća iz iste zemlje. Koprodukcijski odnos se takodje može realizovati i izmedju producenstske kuće i televizijskih kuća. Pri ovakvim koprodukcijama se prava kao

¹⁶³ Leksikon filmskih i televizijskih pojmova, FDU

¹⁶⁴ European Convention on Cinematographic Co – Production, Strasbourg 2.X.1992, European Treaty Series /147; Ukaz o Proglašenju Zakonu o ratifikaciji Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji; P. br. 40; 5. Mart 2004. Beograd; Ukaz potpisao Predsednik Srbije I Crne Gore Svetozar Marović, na osnovu člana 26, alineje 7 Ustavne povelje državne zajednice Srbije I Crne Gore.

i obaveze i prihodi od eksploatacije filma, dele recipročno procentu ulaganja svake koprodukcijske strane.

Model koprodukcije sa televizijskim kućama izrazito se neguje u Francuskoj, gde je televizijska kuća obavezna da na godišnjem nivou prikaže određenu kvotu domaćih filmova i posebno broj filmova u udarnom terminu. Iz tog razloga televizijama je potreban filmski sadržaj i spremne su da ulažu u proizvodnju domaćeg filma, ili barem da unapred otkupe prava na prikazivanje filma na svom programu. Sedamdesetih i osamdesetih godina Televizija Beograd je značajno učestvovala u proizvodnji domaćih filmova. Radio televizija Srbije danas uglavnom otkupljuje prava na prikazivanje već završenih filmova. Cene za otkup prava nisu adekvatne tržišnoj vrednosti. Obično se deo naknade nudi u kompenzaciji u vidu sekundi reklamnog prostora, koja je opet izrazito restriktivna ukoliko producent reklamne sekunde želi ustupiti svojim sponzorima. Takodje, televizija je veoma restriktivna u odnosu na sponzore u samom filmskom delu kao i odjavnoj i najavnoj špici. U samoj realizaciji Radio televizija Srbije učestvuje uglavnom, ukoliko se uz film istovremeno realizuje i televizijska serija. Ovakav odnos imaju i privatne televizije.

Sporazum o saradnji¹⁶⁶ između Filmskog centra Srbije i Radio televizije Srbije predviđa, članom 2, da RTS predloži svog člana komisije za dodelu sredstava za finansiranje i sufinansiranje u kategoriji igranih filmova. FCS se članom 3. obavezuje da će se zauzeti kod dobitnika sredstava, da RTSu prenesu televizijska prava za predmetni igrani film. Isti član dalje predviđa, da će RTS sa dobitnicima konkursa zaključiti posebne ugovore, kojim će se regulisati prenos televizijskih prava, ukoliko projekti odgovaraju uređivačkoj koncepciji i kriterijumima RTSa. Članom 4. se FCS obavezuje, da posreduje u pregovorima između Udruženja dokumentarista DOKSRBIJA i nezavisnih produkcija i RTSa, radi predkupovine prava za televizijsko prikazivanje. U svojoj suštini sporazum je veoma fleksibilan i ne donosi konkretne olakšice u daljem funkcionisanju, kao ni nužne benefite po filmsku proizvodnju. Sam sporazum je više u korist pribavljanja programa za RTS, nego mogućnost razvoja filmske proizvodnje. FCS će se svesrdno angažovati da RTSu

¹⁶⁶ Sporazum o saradnji zaključen 28.09.2016. godine između Javne medijske ustanove Radio televizije Srbije i Filmskog centra Srbije (sporazum će biti predstavljen u Prilogu)

pribavi prava na prikazivanje filmova koji su sufinansirani putem konkursa. RTS će prema svojoj programskoj politici a na predlog FCSa usvojiti ili ne i to, predstavlja se, po sopstvenom cenovniku. Sporazum predviđa pojedinačne dogovore sa produkcijama. Član 5 ovog Sporazuma navodi bitan segment saradnje – mogućnost koprodukcija u cilju snimanja i proizvodnje projekata, gde bi RTS učestvovao kroz ustupanje sopstvenog arhivskog materijala. Na taj način RTS dobija koprodukcijaska prava, ne trošeći ni dinara. Pri tome valja napomenuti, da RTS raspolaže ograničenim arhivskim materijalom, pa često i sama za svoje potrebe otkupljuje arhivski materijal Jugoslovenske kinoteke ili Filmskih novosti. Podsećanja radi RTS (1,5% predplate), RATEL i RRA (10% dobiti) su prema zakonu o kinematografiji, a po uzoru na Francusku, bili dužni da učestvuju u budžetu za stimulaciju filmske proizvodnje. Ovaj član zakona je ukinut 2014. godine. Ovakav pristup nije namet obaveza i potraživanje sredstava, već prirodan odnos. Televizija prikazuje filmski program gledaocima, upotpunjuje svoju programsku šemu, podiže gledanost, samim tim postaje konkurentnija na tržištu i zaradjuje. U tom smislu televizija ne „pomaže” film već kreira sopstveni program.

Filmski centar Srbije, kroz konkurs, pruža finansijsku stimulaciju za manjinske koprodukcije. Prema Konvenciji o koprodukcijama i ugovoru FCSa sa dobitnikom sredstva, predviđa se da novac koji se daje mora biti potrošen u Srbiji, bilo kroz honorare ili druge tehničke usluge. Interesantan presedan desio se kada je 62 miliona dinara¹⁶⁷ dodeljeno Rejfu Fajnsu¹⁶⁸ za njegov najnoviji film koji će snimati u Srbiji. Kako se ne bi oštetio budžet za kulturu, a i pravno formalno ne bi mogao, jer nisu planirana sredstva za tu namenu, država je novac izdvojila iz budžetskih rezervi. Poredjenja radi, na Konkursu za sufinansiranje filmova sa nacionalnom tematikom ukupan budžet (podeljen na 5 filmova igranih i dokumentarnih) je iznosio 60 miliona¹⁶⁹, a budžet redovnog konkursa za sufinansiranje proizvodnje igranih filmova iznosio je 130 miliona za proizvodnju 4 filma (najviša suma po filmu iznosila je 38 miliona)¹⁷⁰.

¹⁶⁷ Zaključak Vlade Republike Srbije a na predlog Ministarstva kulture i informisanja RS, 6.oktobra 2017. Izvor Politika 11.10.2016. <http://www.politika.rs/sr/clanak/390532/Podrska-srpske-vlade-za-Fajns-ov-film>

¹⁶⁸ Ralph Fiennes

¹⁶⁹ Odluka Upravnog odbora FCSa o dodeli sredstava br. UO 03-1163 datum 02.06.2017. Filmski centar Srbije

¹⁷⁰ Odluka Upravnog odbora FCSa o dodeli sredstava br 03-986 datum 10.05.2017. Filmski centar Srbije

4.2.5.1. Partnerstvo, javnog, privatnog i nevladinog sektora

„Partnerstvo se odnosi na finansijska ulaganja u javni sektor kulture od strane privatnog sektora, zbog čega je privatni sektor zastupljen i u upravljačkim telima ustanova i manifestacija čiji je osnivač država.”¹⁷¹ Na taj način se rasterećuje ulaganje iz državnog budžeta a privatni sektor se na duži period vezuje za instituciju ili manifestaciju koju podržava. Na primer, partneri francuske institucije za promociju kinematografije Unifrans su francuske privatne firme Lakost i Reno. Još napredniji primer je SOFICA koja sredstva za ulaganje u kinematografiju prikuplja isključivo od privatnih partnera, koji se obavezuju na pet godina ulaganja. Filmski centar Srbije poseduje fond koji bi trebalo da funkcioniše po ovom principu. Bez implementacije adekvatnih pravnih i ekonomskih instrumenata, koji bi mogli pre svega da pruže sigurnost privatnom sektoru koji bi uložio novac, a potom da ga kroz navedene elemente i stimuliše, fond ne može funkcionistai.

Ulaganje privatnog sektora u bilo koji segment kinematografije u Srbiji, isključivo je na bazi sponzorstva, dakle jednokratna pomoć institucijama, manifestacijama i projektima. Ona se u zavisnosti od obostranog interesa može nastaviti, ali ne mora. Mnogo značajnije bi upravo bilo uspostavljanje partnerstva koje daje obostranu dugoročnu sigurnost. Na primer, dugogodišnji sponzor Medjunarodnog filmskog festivala FEST je bio NIS Gasprom Njeft. On je svake godine iznova odlučivao da li će i u kom obimu dati sponzorstvo. To manifestaciji znatno otežava projekciju troškova a shodno tome i planiranje programa. Kod partnerstva bi se tačno znalo na koliki se novac i u kom vremenskom intervalu može računati. Uz to, partner bi imao obavezu kao učesnik, da manifestaciju smatra delom svoje poslovne politike i pomaže njen dalji razvoj.

Nevladin sektor bi trebalo da bude korektivni faktor. On ima veliku ulogu u kreiranju kulturnih potreba. Njemu pripadaju strukovna udruženja i asocijacije koje bi trebalo da štite i razvijaju profesiju. U Srbiji postoji Udruženje filmskih umetnika Srbije, Udruženje filmskih radnika, Asocijacija filmskih reditelja, Asocijacija snimatelja, Asocijacija

¹⁷¹ Djukić, Vesna, *Država i Kultura – studije savremene kulturne politike*, Institut za pozorište, film, radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti, 2010. Beograd, str. 251

producenata i Asocijacija montažera. Pored zaštite svojih profesija, udruženja bi trebalo da štite i svoje članove u slučaju kada se njihova prava ne poštuju. Oni bi takodje trebalo da traže izmene članova zakona u cilju poboljšanja profesije i kinematografije uopšte. Upravo ljudi iz struke, koji radeći svoj posao imaju najbolji uvid koliko sistem funkcioniše i da li su oni i na koj način u mogućnosti da se bave svojom profesijom. Znaju kakve su im mogućnosti da obezbede egzistenciju i koliko mogu da se razvijaju u profesionalnom smislu i kako da poboljšaju uslove rada.

Strategija partnerstva, javnog, privatnog i nevladinog sektora je izuzetno važna jer obuhvata ceo sociokulturni ciklus. U širem smislu i filmske koprodukcije, iako prvenstveno ostavrene radi finansiranja, utiču na ceo sociokulturni ciklus. Medjunarodne koprodukcije, pored lakšeg prikupljanja finansijskih sredstava, izmedju ostalog i otvorenih mogućnosti za apliciranje na medjunarodne filmske fondove, doprinose i medjunarodnoj rekogniciji autora, glumaca i producenata. Što je više zemalja učesnica u koprodukciji, širi se tržište za potencijalnu distribuciju, učešće na medjunarodnim filmskim festivalima i smotrama, kao i prodaju televizijskih prava na prikazivanje. Medjutim, da bi medjunarodne koprodukcije ostvarile svoj potpuni potencijal, mora se stvoriti adekvatna ponuda tehničkih usluga i ljudskih resursa u Srbiji. Neophodno je uspostaviti pogodnu infrastrukturu, u kojoj se nesmetano može ostvarivati medjunarodna saradnja (uskldjivanje zakona, uskladjivanje finansijskog poslovanja sa inostranstvom, uskladjivanje administracije).

Decentralizacija i medjuvladina saradnja podrazumeva saradnju različitih nivoa državne i lokalne uprave. Ovakav sistem na kinematografiju primenjuje Poljska, Francuska, Španija, Italija, Nemačka... Hrvatska je takodje počela da razvija ovaj sistem kroz Filming in Istra. Modeli su različiti, ali najčešći je model preko film commitiona koji pruža tehničke usluge za snimanje u lokalnoj zajednici i uglavnom je rasporedjena po regionima zemlje. Drugi sistem su regionalni fondovi, koji finansijski pomažu realizaciju projekta u svojoj regiji. U Srbiji funkcioniše pokrajna Vojvodina koja, putem konkursa pruža finansijsku podršku filmovima koji se snimaju u pokrajni ili čiji su producentske kuće registrovane na teritoriji pokrajne.

4.2.6. Strategije postizanja održivosti

Strategija postizanja održivosti se pre svega odnosi na privatizaciju koja bi trebala da obezbedi privredu kao partnera javnog sektora.¹⁷² Osnovni razlozi za privatizaciju su: stvaranja osnova za potpunu tržišnu privredu; poboljšanje efikasnosti privredjivanja; povećanje štednje i investicija; porast državnih prihoda.¹⁷³

Potreba za stvaranjem tržišne privrede pojavila se kao rezultat nedovoljne motivacije društvenih preduzeća za sticanjem kapitala i formiranje tržišta kapitala. Država je finansirala i plate zaposlenih i direktora društvenih preduzeća koji su svojim radom sticali društveni kapital. Stvaranje integralnog tržišta koje podrazumeva funkcionisanje svih vrsta tržišta, a posebno tržišta kapitala koje bi trebalo da omogući brzo i lako prikupljanje slobodnih novčanih sredstava. Novčana sredstva bi se potom ulagala u efikasnu proizvodnju.¹⁷⁴

Efikasnost privredjivanja se podiže u uslovima tržišne privrede jer se preduzeća trude da ostvare maksimalni profit, samim tim se i fleksibilnije odnose prema tržištu. Pokušavaju da optimalizuju proizvodnju u skladu sa resursima, teže da smanje troškove proizvodnje. Potrošači sa druge strane dobijaju širu ponudu i mogućnost izbora proizvoda.

Društvena preduzeća nisu bila predmet interesovanja ulaganja investicija privrednih subjekata jer u suštini nije postojala akumulacija kapitala. Prihod društvenih preduzeća često se nije koristio u svrhe povećanja proizvodnje. Takodje, kapitalni dug koji bi stvorilo neko društveno preduzeće, otplaćivala bi država. Zato je država morala da izvrši privatizaciju.

¹⁷² Djukic, Vesna, *Država i kultura Studije savremene klturne politike*, Institut za film, pozorište,radio i televiziju,

Fakultet dramskih umetnosti , 2010. Beograd, str. 278

¹⁷³ Labus, Miroljub, *Osnovi ekonomije*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, sedmo izmenjeno i dopunjeno izdanje, 2007. Beograd, str.113.

¹⁷⁴ Labus, Miroljub, *Osnovi ekonomije*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, sedmo izmenjeno i dopunjeno izdanje, 2007. Beograd, str.114.

U Srbiji su bila korišćena tri modela privatizacije. Prvi model sprovodio se do 1997. godine i zasnivao se na prodaji akcija s popustom zaposlenim licima radi stvaranja radničkog internog akcionarstva. Drugi model primenjivao se od 1997. godine bazirao se na besplatnoj raspodeli akcija uz dopunske metode prodaja akcija s popustom i bez popusta. Treći model uveden je 2001. godine i podrazumevao je prodaju kapitala ili imovine uz mogućnost besplatne podele akcija dela neprivatizovanog kapitala.¹⁷⁵ Vrednost imovine se u tržišnim privredama određuje na osnovu diskontovanja vrednosti ukupne buduće neto dobiti preduzeća. Međutim, u Srbiji je usled neuredjenog tržišta i odsustva realnih cena, privatizacija obično radjena na osnovu procene knjigovodstvene vrednosti imovine. Avala film, na primer, nije procenjen na osnovu potencijalne buduće zarade, već na osnovu knjigovodstvene vrednosti. Slično se dogodilo i sa Beograd filmom koji je posedovao mrežu bioskopskih sala. Nesporno je da su slični postupci radjeni i sa mnogim drugim preduzećima pa čak i onim sa prirodnim resursima (telekomunikacije, nafta, elektroprivreda). Međutim, treba imati na umu da je neadekvatna privatizacija u slučaju preduzeća koja su se bavila kinematografijom, znatno usporila njen razvoj i ugrozila jednu granu umetnosti. Neadekvatna je bila jer se nisu našli partneri koji bi uložili u proizvodnju i stvaranje novih proizvoda i vrednosti u okviru delatnosti kupljenih preduzeća. Ona su procenjena kao imovina. Imovina devastiranih preduzeća, sa zastarelom opremom, nije mogla da postigne tržišnu vrednost. Pri prodaji Avala filma koja je kao producent posedovala autorska prava na filmove koje je proizvela, prava nisu bila predmet privatizacije, već samo isključivo objekti koji su bili u njenom sastavu. Autorska prava na filmove su preneti na Jugoslovensku Kinoteku, a vrednost samog predmeta privatizacije je značajno opala.

¹⁷⁵ Labus, Miroljub, Osnovi ekonomije, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, sedmo izmenjeno i dopunjeno izdanje, 2007. Beograd, str.119.

4.2.7. Programsko organizaciono kompetitivne strategije

Ove strategije se odnose na povećanje obima produkcije i usluga, razvoj publike i širenje tržišta, diversifikaciju programa, programsko fokusiranje i diversifikaciju resursa.¹⁷⁶ Ove strategije se koriste kako bi se smanjilo finansiranje institucija i programa iz državnog budžeta i osposobile institucije da funkcionišu na tržištu.

Kinematografija po svojoj prirodi umrežava razne oblike društvenog delovanja. Nju ne čine samo umetnici i filmski radnici. Pri snimanju, postprodukciji i distribuciji uključuju se razne delatnosti, što je čini apsolutno pogodnom da deluje i na drugim tržištima, ne samo tržištu kulture. Sama filmska proizvodnja zahteva tehnologiju izrade, pa samim tim je uključena i na tehnološkom tržištu. Distribucija podrazumeva i funkcionisanje na inostranim tržištima kulture. Takodje, postoje razne vrste i žanrovi filmova koji po svojoj sadržini mogu funkcionisati i na tržištu nauke, obrazovanja, ili u slučaju namenskih – korporativnih filmova, na tržištu privrede. U slučajevima inostranih koprodukcija ili filmskih festivala, apsolutno se vrši ulazak na tržište turizma. Filmska proizvodnja jeste grana kulturne industrije i kao svaka industrija i proizvodnja, teorijski bi trebala da podrazumeva i ostvarivanje dobiti, pri čemu se uključuje i na tržište kapitala. Uplivom na različita tržišta, stiče se mogućnost diversifikacije finansiranja, što bi sa jedne strane trebalo da smanji ulaganja države, a sa druge da donese državi prihod (kroz poreze, kroz razne takse, kroz angažovanje ljudskih resursa).

Proširivanje tržišta je uzročno posledično povezano i sa strategijom povećanja obima usluga i produkcije. Što je veća potražnja, veća će biti i proizvodnja. U tom smislu povećava se i obim usluga i efektivnost ljudskih i drugih resursa. Iako se ove strategije prvenstveno koriste za javne institucije koje bi trebale da ostanu u tom statusu ali da smanje budžetska ulaganja, ovakve strategije bi pomogle i razvoj privatnih producenstskih kuća. Većina producenstskih kuća u Srbiji u proseku radi jedan dugometražni igrani film u pet godina. Ona zapošljava minimalni broj ljudi u periodu kada nije u proizvodnom procesu filma. Da bi opstala i u kranjoj liniji prikupila sredstva

¹⁷⁶ Dragičević Šešić, Milena i Stojković, Branimir, *Kultura, menadžment, animacija, marketing*, CLIO, 2003. Beograd, str.105.

za sledeći film ili servis i obnovu tehnike, širi svoje usluge. Ulazi u proizvodnju namenskih filmova, muzičkih spotova, reklamnih spotova i kampanja. Pruža svoje usluge u organizaciji različitih kulturnih i korporativnih manifestacija i događaja. Rentira tehničku opremu drugim licima.

5. LANAC VREDNOSTI FILMSKE PROIZVODNJE

Prema Konvenciji o zaštiti i unapredjenju raznolikosti kulturnih izraza¹⁷⁷, kulturni izrazi su rezultat kreativnosti pojedinaca, grupa i društva koji poseduju kulturni sadržaj. Ovi izrazi se manifestuju kao kulturna roba, usluge i aktivnosti koji predstavljaju značajano ulaganje u kreativne ekonomije širom sveta.¹⁷⁸

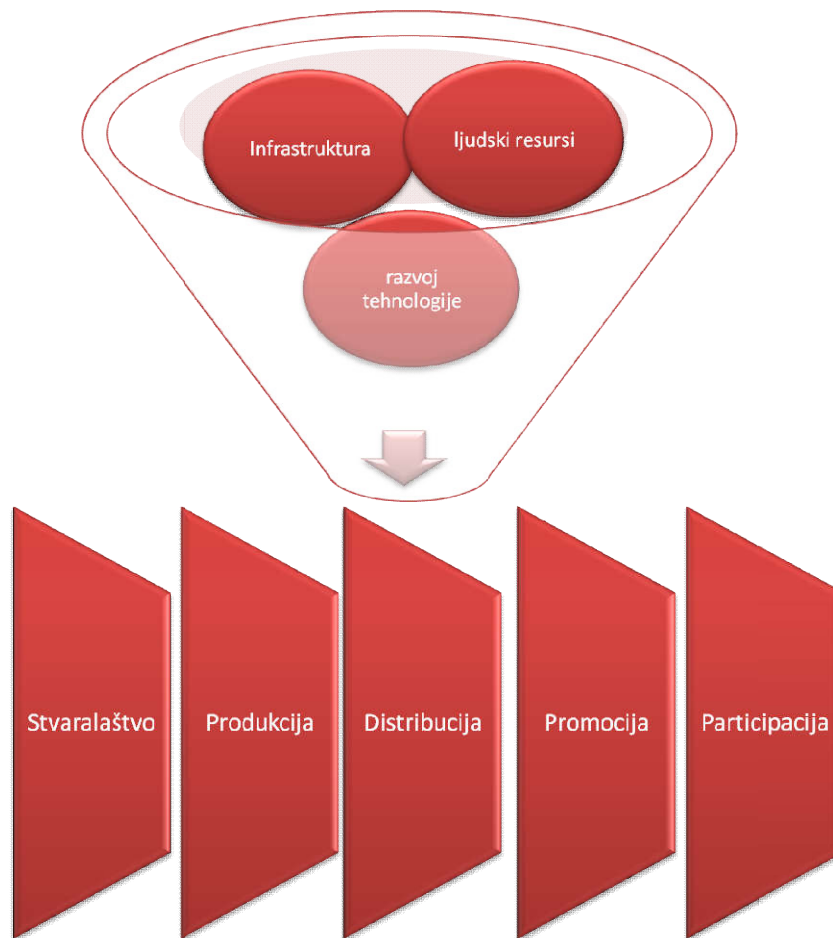
Sa udelom od oko 4,3%, kulturne industrije u užem smislu učestvuju u stvaranju bruto dodate vrednosti nacionalne ekonomija. Procenjuje se da one čine 4,2% ukupne zaposlenosti. Kulturne industrije su takodje značajne za svoje multiplikatorsko dejstvo i efekat kojim razvijaju srodne i pomoćne delatnosti, koje se nalaze u ulozi dobavljača. Smatra se da svako peto radno mesto u kulturnim industrijama kreira dva nova radna mesta u komplementarnim delatnostima i doprinosi dodatnom zapošljavanju koje učestvuje sa 4% u ukupnoj zaposlenosti, i indukuje udeo BDV na nivou od 6,9 %.¹⁷⁹

Lanac vrednosti filmske proizvodnje, se oslanja na lanac vrednosti kulturnih industrija. Lanac vrednosti čine: stvaralaštvo, proizvodnja, distribucija, promocija i difuzija, pri čemu se kao spoljašnje mere podrške ističu stimulacije infrastrukture, ljudskih resursa i razvoj tehnologije.

¹⁷⁷ Konvencija o zaštiti i unapredjenju raznolikosti kulturnih izraza, usvojena 20. oktobra 2005. godine u Parizu, na Generalnoj konferenciji Organizacije Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu.

¹⁷⁸ Konvencija o zaštiti i unapredjenju raznolikosti kulturnih izraza – sa operativnim smernicama, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka – Ustanova kulture od nacionalnog značaja, Ministarstvo kulture i informisanja, 2013. Beograd, Str 19.

¹⁷⁹ Mikić, Hristina, Kulturne industrije i raznolikost kulturnih izraza u Srbiji, SFBC – Grupa za kreativnu ekonomiju, 2013. Beograd, str 16.



Grafički prikaz br. 4 Sopstvena analiza autora Lanca vrednosti filmske proizvodnje

5.1. Promocija kulturne raznolikosti

„Kulturna raznolikost obuhvata mnoštvo načina na koje kulture grupa i društva nalaze svoj izraz. Ovi izrazi se prenose unutar i između grupa i društva. Kulturna raznolikost se manifestuje ne samo kroz različite načine kojima se kulturno nasleđe čovečanstva izražava, uvećava i prenosi kao raznolikost kulturnih izraza, već i kroz različite načine umetničkog stvaralaštva, produkcije, difuzije i distribucije i uživanja u kulturnim izrazima bez obzira na korišćena sredstva i tehnologije.”¹⁸⁰

¹⁸⁰ Konvencija o zaštiti i unapređenju raznolikosti kulturnih izraza, usvojena 20. oktobra 2005. godine u Parizu, na Generalnoj konferenciji Organizacije Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu, Član 4, Str 5.

Prema operativnim smernicama Konvencije, a rukovodjene principom primera najbolje prakse, zemlje potpisnice konvencije bi trebalo da koriste instrumente i aktivnosti koje za cilj imaju podršku stvaralaštvu, produkciji, distribuciji, širenju i dostupnosti kulturnih sadržaja, dobara i usluga. Posebno se preporučuju instrumenti iz sledećih oblasti.

Osnovni instrument je pravni, kojim se mora podsticati donošenje strukturnih zakona u oblasti kulture. U smislu kinematografije kroz unapredjenje Zakona o kulturi, Zakona o Autorskom i srodnim pravima, Zakonu o kinematografiji i drugim zakonima koje nadopunjuju i regulišu funkcionisanje kinematografije i svih njenih delatnosti.

Stvaranje, produkcija i distribucija – gde Konvencija kao primer navodi osnivanje kulturnih organizacija koje će se baviti stvaranjem, proizvodnjom, prezentacijom ili omogućavanjem pristupa domaćim kulturnim sadržajima. Što bi se u oblasti kinematografije moglo ogledati na francuski sistem koji pored podrške privatnih produkcija koje proizvode filmove, pruža mogućnosti internacionalne promocije umetnika i francuske kinematografije kroz preduzeće specijalizovano za tu svrhu – Unifrance. Takodje sistem francuske podrške nacionalnoj kinematografiji se ogleda i u stimulanju edukacije profesionalaca ali i stimulacije regionalne podrške proizvodnji i prikazivanju nacionalne kinematografije.

Finansijska podrška bi prema preporukama Konvencije mogla i da se ogleda kroz sistem poreskih olakšica koje se odnose na stvaranje, produkciju, distribuciju i širenje domaćih kulturnih dobara i usluga. Sistem ovakvih olakšica je apsolutno ne iskorišćen u oblasti delovanja kinematografije u Srbiji. Usled nedovoljnih finansijskih sredstava koja država izdvaja za kinematografiju, i usled neregulisanog tržišta što uzročnopsledično umanjuje i mogućnost nabavljanja finansijskih sredstava od sponzora, poreske olakšice bi u mnogome doprinele povećanju ukupnog kapitala kojim bi kinematografija omogućila svoj dalji razvoj. Dalji razvoj bi davao mogućnost pospešivanja raznolikosti kulturnih izraza. Kada je obim godišnje produkcije na zadovoljavajućem nivou, odnosno kada postoji konzistentna finansijska pomoć, autori imaju više mogućnosti za traganjem i kreiranjem novih i različitih kulturnih izraza. Difersifikacija izvora finansiranja bi mogla da utiče na stvaranje različitosti sadržaja (tema) koje film i filmski autori tretiraju. U

suprotnom umetnici pribegavaju kompromisu. Umesto da tragaju za sopstvenom kreativnošću i stvaraju svoj jedinstveni stil mogu lako potpasti pod dominantni savremeni trend.

Zastupanje i promocija, kroz učešće u razmenama na različitim međunarodnim događajima u inostranstvu, kao i strategijama usmerenim ka uvozu, podstiče se razvoj kulturne raznolikosti. Razvijanje ovakvih instrumenata osim međunarodne rekognicije učesnika i mogućnosti izlaska na inostrana tržišta, apsolutno pomaže razvoj raznolikosti kulturnih sadržaja pogotovu kada je kinematografija u pitanju. Film je pored muzike umetnost koja se najlakše prenosi i usvaja. Takodje i otvaranje domaćeg tržišta za inostrane kinematografije može doprineti razvoju soptvene kinematografije a posebno stvaranju novih vrednosnih kulturnih sadržaja i kreiranju specifičnih sadržaja.

Strategije uvoza i izvoza, koje se takodje preporučuju, jesu od izuzetnog značaja za kinematografiju jer omogućavaju razmenu kulturnog sadržaja i time bogate kulturni život lokalne zajednice. Ove strategije jesu naročito važne za zemlje poput Srbije koja nije članica Evropske Unije. Samim tim ne pripada jedinstvenom tržištu i ne može se koristiti olakšicama koje ono nudi. Još jedna otežavajuća okolnost zarad koje je potrebno uvesti strategije koje će pospešiti i olakšati uvoz i izvoz jeste i dostupnost filmskog dela. Naime često se dešava da zemlje koje su izvan Evropske Unije kao što je Srbija dobijaju pravo na prikazivanje i distribuciju filmskog dela sa zakašnjenjem. Kada je u pitanju izvoz domaćih filmova, ne postoji strategija, pa čak ni jedan oblik stimulacije koji bi mogao da doprinese da se srpski filmovi pozicioniraju na inostranim tržištima.

Za strategije dostupnosti, konvencija daje preporuku za ohrabivanje programa za ekonomski ugrožene grupacije. Na primer u Španiji, madridski biokopi nude povlašćene cene bioskopskih ulaznica za penzionere, za studente i druge kategorije stanovništva. U Srbiji slične akcije sprovode sami distributeri i prikazivači bez nacionalne strategije koja bi stimulisala takav vid aktivnosti.

Tehnološke promene koje se dešavaju u oblasti kulture, naročito one koje imaju potencijal da unesu značajne promene u procesima stvaranja, produkcije, distribucije i

širenja kulturnih sadržaja, prepoznate su operativnim smernicama Konvencije. Filmska umetnost po sebi, podrazumeva i tehničko tehnološki aspekt koji omogućava stvaranje i konzumiranje filmskog dela. Tehničko tehnološki aspekt je u nastajanju filmske umetnosti bio sredstvo proizvodnje i prikazivanja filmskog dela. Međutim, u savremenom društvu razvojem tehnologije, ovaj aspekt postaje značajan impuls u stvaranju novih filmskih žanrova i izražajnih sredstava. Tehnološke promene bi prema Konvenciji trebalo da doprinesu i prenosu informacija i stručnog znanja. Njime se pomaže profesionalcima u kulturnim delatnostima, ali i omladini koja bi trebala da stekne potrebna znanja i veštine. Možda bi se ova preporuka mogla sprovesti kroz inovaciju nastavnih programa. Inovacija kada je u pitanju oblast kulture, a pogotovo kinematografije, pruža brojne mogućnosti koje bi stvorile informacije atraktivnog sadržaja koji bi privukao buduće filmske stvaraoci i publiku.

Prema Konvenciji mere i instrumenti politike bi trebalo da budu zasnovani na postojećim strukturama i mrežama, uključujući i organizacije lokalne zajednice. Takođe razvoj kulturnih politika i osnivanje kulturnih privrednih delatnosti na nacionalnom nivou, može se između ostalog ojačati i regionalnim nivoom. U Srbiji trenutno nacionalni i regionalni nivo uvezuje Ministarstvo kulture i Filmski centar Srbije koji pruža finansijske stimulacije za pojedinačne projekte u oblasti kulture i kinematografije. Zato je potrebno podržati regione da razvijaju lokalnu infrastrukturu koja će doprinositi razvoju kulturnih delatnosti na nacionalnom nivou. Kao što su na primer regionalni filmski centri.

5.2. Novi trendovi u javnim praktičnim politikama

Novi trendovi u javnim praktičnim politikama jesu usmereni na divesifikaciju finansiranja kako bi kulturne delatnosti mogle imati kontinuirani razvoj i potrebnu nezavisnost. To se obično postiže kroz privatno javno partnerstvo. Mehanizmi koji se sprovode kroz pravne regulative a posebno poreske olakšice pomažu kulturne industrije kako bi ostvarile svoju maksimalnu funkciju. Stimulacijom raznolikosti kulturnih izraza podstiče se razvoj

kompletnog lanca vrednosti. Stimulacija u svakoj karici lanca utiče na razvijanje pojedinačnih delova koji u međusobnoj korelaciji izvršavaju krajnji cilj.

5.3. Stimulacija lanca vrednosti filmske proizvodnje

Stvaralaštvo, proizvodnja i distribucija su neraskidivi delovi koji omogućavaju obavljanje kinematografskih delatnosti. Na kraju lanca vrednosti nalazi se difuzija odnosno publika kojoj je film u svojoj suštini namenjen. Stimulacijom stvaralaštva, proizvodnje i distribucije, korišćenjem različitih mehanizama, ohrabrio bi se razvoj raznolikosti kulturnih sadržaja u Srbiji.

5.3.1. Stvaralaštvo i grantovi za umetnike

Mere koje teže da podstiču kreativnost stvaralaštva uključuju direktnu podršku umetnicima i njihovom kreativnom radu. Mere koje preporučuje generalni Izveštaj o primeni Konvencije¹⁸¹ su:

- Direktna finansijska pomoć ili fiskalne olakšice usmerene na umetnike i njihove asocijacije
- Pravne regulative usmerene na umetnost i kulturu uopšte, uključujući status umetnika
- Treninzi i inkubatori za mlade umetnike i umetnice
- Podrška mobilnosti umetnika pogotovo u regionalnom i subregionalnom kontekstu
- Podrška boljem korišćenju autorskih prava¹⁸²

Direktna finansijska pomoć umetnicima pre svega pruža mogućnost očuvanja integriteta. Kada se umetnici finansijski obezbede, kako bi nesmetano stvarali, nisu primorani da

¹⁸¹ Re/Shaping Cultural Policies, 2005 Convention Global Report, 2015. UNESCO

¹⁸² Re/Shaping Cultural Policies, 2005 Convention Global Report, New Trends in policy Making, 2015. UNESCO, str 51.

rade na projektima isključivo komercijalnog sadržaja, koji bi mogao naneti štetu njihovom ugledu i kreativnom radu. Materijalna stimulacija bi u tom slučaju pomogla da autori nesmetano razvijaju svoju umetničku slobodu, da ostanu nezavisni i oslobođeni svake autocenzure, koja je neophodna za kreiranje novih vrednosti i razvoj društva.

Finansijska pomoć asocijacijama i udruženjima, podiže njihove kapacitete za zaštitu autora. Ona odražavaju zajedništvo koje može i treba da utiče na poštovanje prava autora. Ona takodje mogu uticati na poboljšanje uslova rada umetnika.

Pravne regulative usmerene na umetnost, kulturu i same umetnike postoje kako bi odredile prava i obaveze autora, ali i regulisale i odredile opseg kulturnih delatnosti. Medjutim, pravne regulative moraju biti stimulatивne kako bi pomogle razvoj kulture i umetnosti. Osnovni korak ka tome jeste da pravne regulative prepoznaju specifičnosti kulturnih delatnosti i kulturnih proizvoda kao i njihov krajnji cilj. Tu se ne misli samo na pravne regulative koje se direktno odnose na kulturne delatnosti, već i na ostale koje posredno mogu uticati na njihovo delovanje. Ukoliko one nisu stimulatивne i ne prave razliku izmedju kulturnog proizvoda i proizvoda široke potrošnje, ne prepoznaju specifičnosti poslovanja i proizvodnje u kinematografiji, velika je opasnost da njihov restriktivni efekat izazove stagnaciju proizvodnje kvalitetna umetničkih dela.

Stimulacija mobilnosti umetnika u regionalnom i subregionalnom kontekstu doprinosi i razvoju kulture i umetnosti i širenju duhovnosti lokalnog stanovništva. Kada su kulturne industrije u pitanju one značajno mogu pospešiti ekonomski aspekt regiona. Na taj način se takodje doprinosi dostupnosti kuturnih sadržaja. S druge strane umetnici postaju bogatiji iskustvom a njihova dela mogu biti inspirisana lokanim tradicijom i kulturnim nasledjem koje može biti jedan od ključnih elemenata razvoja raznolikosti kulturnih izraza.

Treninzi, inkubatori i radionice pružaju mogućnost mladim umetnicima da razmenjuju iskustva, stiču nova saznanja i razvijaju sopstveni izraz. Takva vrsta edukacije često nudi i mogućnost eksperimentisanja, kako koristiti savremena saznanja, tehnologiju i kreativni proces, za stvaranje individualnog pristupa.

5.3.2. Proizvodnja i poreske olakšice za pokretanje proizvodnje

Država na svim nivoima može koristiti širok spektar mehanizama, sa stanovšta ekonomskog aspekta, koji mogu pružiti podršku i osnažiti razvoj kulturnih industrija. Prema Dejvidu Trozbiju ove mere podrazumevaju: Razvoj malih preduzeća; Zakonska rešenja; Politiku inovacija; Razvoj tržišta; Obrazovanje i obuku¹⁸³.

Mere koje su u Generalnom izveštaju o primeni Konvencije prijavljene kao najčešće korišćene uključuju sledeće¹⁸⁴:

- Direktno finansiranje za proizvodnju domaćih kulturnih sadržaja uključujući poreske olakšice i druge podsticaje
- Podrška stvaranju i funkcionisanju proizvodne infrastrukture kao i kulturnih industrija, kompanija ili mreža
- Radionice za razvijanje proizvodne kompetencije i individualne preduzetničke veštine
- Promocija pristupu nacionalnom i internacionalnom tržištu kao i razvoj javnog privatnog partnerstva
- Šeme koji bi trebalo da obezbede naplatu javnih i privatnih kulturnih industrija zarad pokretanja nacionalne proizvodnje
- Šeme koprodukcija

Prema podacima Grupe za kreativnu ekonomiju „Kada je u pitanju infrastruktura i resursi u oblasti kinematografije, u Srbiji su registrovana 341 preduzeće koje se bavi kinematografijom: 273 za kinematografsku i video produkciju, 50 za distribuciju i 33 za prikazivanje (sa oko 126 sala). U strukturi filmske produkcije Srbija pripada zemljama sa malom produkcijom (u proseku oko 15 igranih filmova godišnje).”¹⁸⁵

¹⁸³ Trozbi Dejvid, *Ekonomika kulturne politike*, Clio, Beograd 2012. Str 102; 103

¹⁸⁴ *Re/Shaping Cultural Policies, 2005 Convention Global Report, Support Sustainable Systems of Governance for Culture*, 2015. UNESCO, str 52

¹⁸⁵ Mikić, Hristina, *Kulturne industrije i raznolikost kulturnih izraza u Srbiji*, SFBC – Grupa za kreativnu ekonomiju, 2013. Beograd, str 7.

Od usvajanja konvencije, filmska produkcija beleži prosečan godišnje rast od 5%. U periodu od 2009. do 2012. godine koprodukcije su u proseku činile čak 45% ukupnih produkcija dugometražnih igranih filmova.¹⁸⁶ Pa se rast u proizvodnji upravo pripisuje razvijanjem koprodukcijskog partnerstva.

„Kinematografska preduzeća prema vrsti kapitala su u 97% u domaćem vlasništvu, dok je samo 3% u stranom vlasništvu; dominiraju mala preduzeća, koja su prema obliku svojine pretežno privatna”¹⁸⁷. Razvoj malih i srednjih preduzeća jesu cilj ekonomske politike u raznim granama privrede, pa se taj princip može primeniti i na kulturnu industriju. Sa kulturnog aspekta ovakav pristup upravo omogućava razvijanje različitosti kulturnog iraza, dok sa ekonomske znači omogućavanje samozapošljavanja odnosno stvaranje privrednih subjekata koji svoju delatnost obavljaju na tržištu i svojim medjusobnim poslovanjem snaže i razvijaju tržište. Medjutim, da bi se ovakav sistem stvorio i postizao pozitivne efekte, naročito u zmeljama tranzicije, država mora pružiti neophodnu stimulaciju proizvodnji i naročito pokretanju proizvodnje. Trozbi smatra da se podrška razvoju malih preduzeća postiže obezbedjivanjem podrške za pokretanje posla kroz formiranje poslovnih inkubatora i sličnih mera koja bi mogla da pomognu preduzećima u osnivanju. Takodje je ovakvim preduzećima potrebno omogućiti olakšani pristup finansijskim sredstvima kako bi stekla početni kapital.

„Fimsko stvaralaštvo u Srbiji se oduvek razvijalo kao autorska kinematografija, stoga je pomoć koja se ostvaruje van tržišta (državne stimulacije, finansijska podrška) presudna za njenu održivost. U većini slučajeva, najgledaniji filmovi ne uspevaju da pokriju više od 10% troškova, a retki su slučajevi gde je odnos izmedju obrta i ulaganja na nivou 1:1, (npr. Čitulja za Eskobara, Zona Zamfirova, Promeni me).”¹⁸⁸

Regulatorna infrastruktura u tom slučaju mora kroz zakonska i podzakonska akta pružati stimulatvnu osnovu. Pored Zakona i zakonskih akata koji se direktno tiču regulisanja oblasti kulture a posebno kinematografije, potrebno je i druge zakone prilagoditi

¹⁸⁶ Isto

¹⁸⁷ Mikić, Hristina, Kulturne industrije i raznolikost kulturnih izraza u Srbiji, SFBC – Grupa za kreativnu ekonomiju, 2013. Beograd, str 7.

¹⁸⁸ Isto

specifičnostima kulturnih industrija. Počevši od zakona kojim se propisuju porezi. Dok u privrednoj proizvodnji gotovo sva ulaganja i procene zarade mogu biti predvidive u kulturnim industrijama to nije slučaj. U tom smislu bi poreske olakšice značajno pomogle preduzećima koja se bave kinematografijom da razvijaju svoju delatnost. Izvesne poreske olakšice pri zapošljavanju kadrova, umanjenje poreza na dodatu vrednost ili poreza na dobit pri proizvodnji filmova na teritoriji Srbije. Olakšice pri porezu na uvoz tehnike za proizvodnju, postprodukciju i distribuciju filmova i slično. Primera radi advokati su izuzeti od plaćanja poreza na dodatu vrednost, dok preduzetnici pa i javna i državna preduzeća koja se bave kulturnim delatnostima plaćaju propisani PDV u iznosu od 20% iako većina navedenih preduzeća ne ostvaruje dobit.

Zakon o javnim nabavkama¹⁸⁹ takodje ne pravi razliku izmedju kulturnih delatnosti i proizvoda i bilo kojih drugih privrednih delatnosti i proizvoda. Svako državno ili gradsko preduzeće ili institucija kada želi da kupi neki proizvod, angažuje saradnike za obavljanje usluga ili bilo koju drugu delatnost mora raspisivati javne nabavke. Isto važi i za institucije kulture. Princip odabira preduzeća koje će pružiti uslugu ili proizvod bio on iz oblasti kulture i umetnosti ili bilo koje druga privredne grane jeste da je preduzeća dalo najjeftiniju ponudu. Dakle odabir se ne bazira na kvalitetu proizvoda ili usluge već na najboljoj ponudjenoj ceni. Osim toga procedura dugo traje. Javna nabavka je izuzetno precizno sročena pa je izmena stavki koje institucija potražuje apsolutno nedozvoljena. Tako institucije osim diskutabilnog kvaliteta usluga ili proizvoda, duge procedure i nemogućnosti korigovanja potraživanja prema realnim potrebama apsolutno je onemogućena da reaguje pravovremeno. Institucije i organizacije koje se bave kulturom više se bave administrativnim procedurama, nego stvaranjem i razvijanjem kulturnih delatnosti i proizvoda. Ovakva procedura dotiče i privatna preduzeća koja bi mogla i želela da saraduju, ne samo sa državnim institucijama kulture i organizacijama, već i sa privrednim subjektima kojima su takodje potrebne njihove usluge i proizvodi.

Razvoj tržišta je veoma važna mera kojom država može pružiti podršku razvoju kulturnih industrija. Ona to može činiti kroz obezbeđivanje informacija i službi za istraživanje

¹⁸⁹ Zakon o javnim nabavkama, Službeni glasnik RS, br. 124/2012, 14/2015 I 68/2015.

tržišta, podsticanje stvaranja savetodavnih tela ali i najvažnije kroz razvoj posebnih delova tržišta uključujući i izvozna tržišta. Stimulisanje promocije kroz festivale i slične manifestacije u inostranstvu može uticati na uvećanje izvoza. Medjutim i sam izvoz filmskih dela je potrebno posebno stimulisati. Ovakva stimulacija može biti upućena preduzećima koja imaju nameru da se bave izvozom domaćih dela kao primarnom delatnošću. Širenje tržišta otvara mogućnost zarade čime se dalje otvara mogućnost za dalju proizvodnju.

Politika inovacija se može sprovoditi kroz javno privatno partnerstvo u investiranju u nove poslovne poduhvate, kao i investiranje u istraživanje. Politika inovacija je povezana sa politikom obrazovanja i obuka jer je ljudski kadar a pogotovo umetnici osnov kreativne industrije. Inovacije u tom smislu mogu olakšati i unaprediti obrazovanje kadrova, ali i kadrovi svojim delovanjem doprinose razvoju inovacije.

5.3.3. Distribucija i kvote audiovizuelnog sadržaja

Mere koje se u globalnom izveštaju o primeni Konvencije navode kao najčešće korišćene za pospešivanje distribucije su:¹⁹⁰

- Lokalni ili nacionalni planovi za izgradnju kapaciteta za distribuciju i marketing u različitim poljima umetničkog delovanja i delovanja kulturne proizvodnje (kao i planovi podrške individualnom preduzetništvu i razvoj talenata u kulturi)
- Razvoj lokalnih mehanizama distribucije uključujući i fizičku infrastrukturu za dostupnost umetnosti i kulture.
- Kvote sadržaja
- Mere za promociju izvoza kulturnih proizvoda
- Medijska politika uključujući i promociju javnog medijskog servisa i njihove raznolikosti
- Podrška u organizaciji promotivnih aktivnosti kao što su: marketi, sajmovi, festivali, godišnjice
- Podrška u borbi protiv piraterije

¹⁹⁰ Re/Shaping Cultural Policies, 2005 Convention Global Report, Support Sustainable Systems of Governance for Culture, 2015. UNESCO, str 52

Distribucija je važan činilac lanca vrednosti i sociokulturnog ciklusa filmske proizvodnje. Ona omogućava da filmsko delo dodje u neposredan kontakt sa publikom. Ona kroz svoju delatnost pomaže razvoju i promociji raznolikosti kulturnog izraza. Medjutim, ona obezbedjuje i zaradu filmskoj industriji. Zato je izuzetno bitno izraditi lokalni i nacionalni plan za izgradnju kapaciteta za distribuciju i promociju pogotovo fizičku infrastrukturu. Nacionalni plan bi trebalo da omogući fiskalne olakšice za uvoz i izvoz filmova, budući da se radi o kulturnim proizvodima. Potom bi trebalo da se oslanja na pravne regulative koje će olakšati delatnost distribucije. Tretiranje distribucije kao strogo privredne usluge je pogrešno i može znatno otežati difuziju kulturnih proizvoda. Fizička infrastruktura se izmedju ostalog odnosi na bioskope koji jesu „prodajno mesto” kulturnih proizvoda. Gašenjem bioskopa u Srbiji smanjila se mogućnost zarade, ali i što je još važnije, uskratila se mogućnost društvenim grupama da ostvare kontakt sa umetničkim delom.

Kvota sadržaja se, kao mehanizam, koriste da bi podstakle raznolikost kulturnih sadržaja. Dominantni sadržaji distribucije u svetu a i u Srbiji jesu američki filmovi. Jedan od razloga dominacije jeste brojnost godišnje produkcije. Drugi je apsolutno razvijen mehanizam Holivudske industrije koja nameće uslove poslovanja po principu „paketa filmova” koji obično čine jedan filmski hit i deset filmova koji nisu ostvarili zaradu. Iz tog razloga većina zemalja Evrope koristi mehanizam kvota. Na taj način štite sopstvenu, nacionalnu produkciju, i evropsku produkciju koja upravo donosi raznolikost kulturnih izraza. Kvota se zaštićuju putem pravnih regulativa ali i finansijskih stimulacija i odnose se na distributere, prikazivače ali i medije.

Mediji pogotovo javni servisi su ključni partneri za promociju kulturne raznolikosti. Kako kroz svoje informativne sadržaje tako i kroz filmske programe koje bi trebalo da kreiraju u pravcu razvoja raznolikosti kulturnih sadržaja. Oni takve sadržaje čine dostupnim najširem auditorijumu i imaju mogućnost edukacije, kako bi takvi sadržaji mogli da se usvajaju. Pored te funkcije mediji su važni i u promociji filma i kinematografskih delatnosti. Pogotovo kada su u pitanju filmovi domaće produkcije koji često nemaju budžet predviđen za oglašavanje.

Mere za promociju izvoza su od posebnog značaja pogotovo za male kinematografije poput Srbije. Sami producenti nemaju dovoljno sredstava niti mehanizama za pozicioniranje na stranom tržištu. Zato je potrebno razviti finansijske i druge mehanizme koji podstiču distributere da izvoze domaće filmove. Jedna od mogućnosti je i stvaranje nacionalne agencije koja će se baviti izvozom domaće kinematografije, njenim pozicioniranjem na tržištu, ali i lobiranjem za učestvovanje na prestižnim filmskim festivalima i marketima. Naravno ovakvi mehanizmi se moraju stvoriti i razvijati na osnovu predhodno isplanirane strategije kako bi postigli cilj.

Podrška filmskim festivalima i manifestacijama ne treba biti samo finansijske prirode što je slučaj u Srbiji. Podrška se mora pružati i kroz druge mehanizme. Pogotovo za filmske manifestacije od nacionalnog značaja ili značaja za grad. Tu bi se trebali uključiti svi nivoi vlasti (Gradska uprava, Ministarstvo inostranih poslova, Ministarstvo turizma i slično) ali i velike kompanije sa udelom domaćeg kapitala (Nacionalna avio kompanija, nacionalna telekomunikaciona mreža...). Na taj način manifestacija postaje bitna, ne samo za kinematografiju i publiku, već i za celu državu. Stvaranjem jakog festivala stvara se mogućnost jakog marketa koji bi na pravi način plasirao filmove domaće kinematografije.

Borba protiv piraterije nije samo borba za poštovanje pravnih regulativa a pre svega autorskog i srodnih prava, već je i pitanje poštovanja kulturnog proizvoda i poštovanja moralnih načela na kojima bi svako društvo trebalo da počiva. Osim nemogućnosti sticanja zarade i gubitka sredstava u kompletnom proizvodnom procesu kinematografije, onemogućava se razvoj novih tehnologija, posebno platformi koje omogućavaju legalnu distribuciju filmova. Postojanje platformi koje omogućavaju gledaocima da sami odaberu sadržaj doprinosi razvoju interesovanja za različitim kulturnim sadržajima. One takodje mogu nuditi i mnoge edukativne sadržaje koji su ključni u razvoju publike i njenih kulturnih potreba. Platforme svoje sadržaje ustupaju, za određeni novčani iznos koji ostvaruje zaradu distributerima i producentima, koji trebaju da obezbede sredstva za naredne projekte. Platforme doprinose i promociji autora i samih filmskih dela.

5.4. Participacija i redukcija cena

Prema generalnom izveštaju Konvencije targetirano je sedam različitih ciljnih grupa kojima bi se trebalo obraćati: umetnici / kreatori; producenti / preduzetnici; preduzeća koja se bave kulturom; mladi ljudi; žene: manjinske društvene grupe; autohtoni narodi. Mere kulturne politike koje su bile usmerene na promociju pristupa raznolikosti kulturnih izraza, tradicionalno su bile usmerene na povećavanje participacije ljudi u kulturnom životu u cilju poboljšanja kvaliteta života. Najčešće se intervenisalo na sledeći način:¹⁹¹

- Promocija kulturne i medijske pismenosti
- Promocija pristupa i učešća pripadnika manjina, autohtonih naroda, mladih i žena kulturnom životu
- Promocija pristupa i učešća socijalno ugroženih društvenih grupa kao što su osobe sa invaliditetom; starija populacija; kao i populacija iz ruralnih područja.
- Podsticanje obrazovanja iz oblasti kulture
- Snižavanje cena za pristup kulturnim proizvodima kroz mere kao što su nulta stopa poreza na dodatu vrednost i slične mere koje olakšavaju uvoz kulturnih dobara.

Jedna od mera koja se takodje može koristiti je i distribucija vaučera specifičnim segmentima stanovništva koji besplatno ili uz redukovanu cenu mogu imati pristup umetničkim događajima. Snižavanje cena ulaznica i pristupa kulturnim proizvodima kroz nultu stopu PDVa u značajnoj meri može pospešiti konzumiranje različitih kulturnih sadržaja, pogotovo u zemljama sa niskim standardom. U Srbiji Prihod od bioskopke ulaznice se deli izmedju prikazivača i distributera prema ugovorom utvrdjenom procentu koji obično iznosi 50:50%. Subvencionisani porez na dodatu vrednost ulaznice iznosi 10%. Od svake bioskopske ulaznice 2% ide Crvenom krstu. Kada se oduzmu porez i naknada Crvenom krstu, neto zaradu dele distributer i prikazivač, medjutim pri toj podeli neto prihoda zaračunava se standardni porez na dodtu vrednost u izonsu od 20%. Sa

¹⁹¹ Re/Shaping Cultural Policies, 2005 Convention Global Report, Support Sustainable Systems of Governance for Culture, 2015. UNESCO str. 53.

takvim poreskim stopama sumanuto je očekivati da cena karte bude niža, jer ni distributeri ni prikazivači ne bi imali sredstva za održavanje svojih delatnosti.

Promocija pristupa i učešća socijalno ugroženih grupa bi trebalo da bude još jedan mehanizam za širenje dostupnosti kulturnih sadržaja. U Srbiji političke partije, istini za volju u cilju svoje promocije, otkupljuju projekcije i odredjenim društvenim grupacijama ili članovima stranke pružaju besplatne filmske projekcije. Iako jedini cilj nije promocija kulture, ovakvi postupci barem omogućavaju ljudima da učestvuju u kulturnom događaju koji možda ne bi samoinicijativno pohađali ili ukoliko su socijalno ugrožene grupe nažalost ne bi mogle sebi da priušte. Privatna i javna preduzeća bi mogla da u okviru svog društveno odgovornog poslovanja uvrste akcije otkupljivanja bioskopskih projekcija za socijalno ugrožene kategorije stanovništva. Važno je napomenuti da otkup projekcije ne podrazumeva kupovinu svih ulaznica u sali u iznosu cene karte, već kupovinu prava za prikazivanje filma i dnevnicu kinooperatera po minimalnim cenama, čime i prikazivač i distributer učestvuju u akciji. Značaj subvencionisanih ulaznica bi morao da prepozna i podrži i Filmski centar Srbije.

Pojedine zemlje ulažu i posebne napore da zadovolje posebne potrebe svojih regiona i provincija, kao i lingvistčkih zajednica i osoba koje pripadaju manjinama i autohtonim narodima. Posebno se naglašava uloga javnog radiodifuznog servisa u ujednačavanju učešća u kulturnom životu i pristupa kulturnim izrazima.

Promocija kulturne i medijske pismenosti, kao i podsticanje obrazovanja iz oblasti kulture jeste ključan faktor za uspostavljanje sociokulturnog ciklusa i kulture uopšte a li same kinematografije. Kroz takve mehanizme se stvaraju i neguju kulturne potrebe bez kojih kulturna dela ne bi postojala. Medjutim, samo stvaranje potrebe nije dovoljno u savremenom društvu. Razvijanje novih umetničkih formi i sadržaja zahteva razumevanje i podršku publike. Tek nakon prihvatanja novih kulturnih izraza publika unapredjuje svoje iskustvo i razvija svoju kulturnu potrebu. Konstantno razvijanje potreba s druge strane daje impuls i ohrabruje stvaralaštvo.

Zaključak poglavlja

Novi trendovi javnih praktičnih politika se mogu primenjivati u celosti tek kad kulturna politika izađe iz tranzicije. Jedan od osnovnih preduslova je i da se uspostavi stabilan kulturni sistem sa konzistentnom infrastrukturom, oslanjajući se na stimulatívne pravne regulative i diversifikaciju izvora finansiranja. Tek tada je moguće da filmska proizvodnja samostalno funkcioniše na tržištu, postižući maksimalni kvalitet i originalnu vrednost filma kao umetnickog dela.

6. STIMULACIJA FILMSKE PROIZVODNJE

Stimulacija filmske proizvodnje u Srbiji vrši se neposrednom stimulacijom kroz sufinansiranje iz republičkog budžeta namenjenog za kulturu. Retko koja država može priuštiti ovakav sistem stimulacija koje bi zadovoljile potrebe filmske proizvodnje. Osim toga, ovakav sistem pruža jednokratnu stimulaciju koja ne može inicirati ostvarivanje dobiti. Opet, ostvarivanje dobiti je značajan inicijalni kapital za pokretanje nove proizvodnje. Svesne toga, države Evrope se odlučuju za stimulatívne strategije i instrumente kulturne politike koje omogućavaju posrednu stimulaciju svake tačke proizvodnog procesa filmskog dela i sociokulturnog ciklusa. Stimulacija svake tačke je važna jer uslovljava sledeću. Podizanje kulturnih potreba uslovljava uvećanje proizvodnje kulturnog dela. To dalje implicira i veću ponudu na tržištu, i ponovo još više razvija kulturne potrebe. U zdravim konkurentnim tržišnim uslovima sa kontinuiranom proizvodnjom, dolazi i do ostvarivanja dobiti koja se dalje ulaže i povećava proizvodnju.

6.1. Neposredna stimulacija filmske proizvodnje

Neposredne stimulacije odnose se na finansiranje i sufinansiranje institucija kulture, manifestacija i programa, iz državnog, regionalnog i lokalnog budžeta. Država za kulturu, na godišnjem nivou, izdvaja određeni procenat sredstava iz javnog budžeta. Preporuke evropskih zemalja smatraju da je optimalno za kulturu izdvajati između 1% i 3% ukupnog državnog budžeta, Srbija u proseku izdvaja 0,64%.¹⁹² Ovaj procenat nije fiksni i može varirati iz godine u godinu, čime stvara finansijsku nestabilnost korisnika sredstava. Novac opredeljen za tu namenu se, preko ministarstva kulture, dalje raspodeljuje.

Postoje dve vrste finansiranja, redovno i povremeno. Redovno finansiranje podrazumeva izdvajanje novčanih sredstava za redovan rad institucije (plate zaposlenih i pripadajući doprinosi, troškovi najma i održavanja prostorija, kupovina kancelarijskog materijala,

¹⁹² Za kulturu iz budžeta Republike Srbije za 2017. godinu izdvojeno je 0,68% (Zakon o budžetu RS za 2017.), dok je za 2018. godinu planirano 0,72% (Zakon o budžetu RS za 2018. Usvojen 14.12.2017.)

putni troškovi i drugi materijalni troškovi). Redovno finansiranje se određuje prema godišnjem finansijskom planu koji predaju institucije. Povremeno finansiranje se odnosi na izdvajanje sredstava za programski sadržaj. Svaka institucija putem javnog konkursa Ministarstva kulture aplicira za sufinansiranje realizacije svojih programa. Odluku o tome, koji će projekti biti sufinansirani i visini stimulacije donosi konkursna komisija ministarstva.

6.1.2. Diversifikacija izvora finansiranje

Svaka javna institucija koja se bavi kinematografskim delatnostima ima mogućnost da ostvaruje prihode i na drugi način. Ona prihod može ostvarivati kroz svoju osnovnu ili dopunsku delatnost. Jugoslovenska kinoteka može ostvarivati prihod od svoje osnovne delatnosti kao što je naplata karata za bioskopske projekcije, naplata prava na korišćenje arhivskog materijala, ali i kroz svoju dopunsku delatnost prodajom knjiga i časopisa koje izdaje. Institucijama su takodje dozvoljeni i drugi načini sticanja prihoda koji su u skladu sa zakonom. Jugoslovenska kinoteka tako izdaje bioskopsku salu za potrebe manifestacija ili svoje druge prostorije za potrebe korporativnih prezentacija. U tom smislu, svaka institucija bi trebalo da teži da kroz primenu stimulativnih instrumenata i strategija, omogući sebi više mogućnosti za sticanje prihoda. Diversifikacijom programa i usluga, usavršavanjem svojih kadrova da mogu obavljati i druge poslove za koje će dobiti adekvatnu stimulaciju.

Ono što najviše nedostaje jeste stimulacija privrednih subjekata da ostvaruju partnerstvo sa institucijama. Diversifikacija finansijskih izvora bi omogućila efikasniji rad institucija ali i nezavisnih producenata. Implementacijom odgovarajućih pravno-političkih i ekonomskih elemenata, stimulisao bi se privredni sektor da ostvaruje partnerstvo, donatorstvo i sponzorstvo u oblasti kinematografije. Takodje delovanje kinematografije na ostalim tržištima (pored tržišta kulture) pomoglo bi poboljšanju diversifikacije finansijskih izvora.

Još jedan način finansiranja može se postići kroz pozajmice fondova predviđenih za tu namenu, kao i bankarskih kredita. Francuski institut za film CNC predviđa pokrivanje

garancija za podizanje kredita za proizvodnju filma. Banke u Srbiji nemaju predviđen sistem za davanje kredita filmskoj proizvodnji, zato što je nestabilna, nema razvijeno tržište i ne može garantovati da će pozajmljeni novac, uvećan za kamatnu stopu, moći da vrati. Kako producenti ne bi davali svoje nekretnine, ukoliko ih poseduju, pod hipoteku kao garanciju za podizanje kredita, trebalo bi uvesti način na koji će, na primer Filmski centar Srbije, moći da garantuje pozajmicu. Drugi mogući način jeste po uzoru na Austrijski i Poljski filmski fond, davanje stimulacije putem konkursa kroz pozajmicu. Nakon ostvarivanja dobiti producent ukupan iznos ili delimičan kako je predviđeno pripadajućim normama, vraćaju filmskom fondu. Ovaj model je možda i bolji, obzirom da se na takvu pozajmicu ne računa kamatna stopa.

6.2. Posredna stimulacija filmske proizvodnje

Posredna stimulacija filmske proizvodnje je sistemska i dugoročna. Ona omogućava svojim delovanjem kroz stimulatívne instrumente kulturne politike stvaranje stimultivnih uslova za ulaganje, proizvodnju i eksploataciju. Samo dugoročnim planiranjem razvoja kinematografije može se doći do kontinuirane filmske proizvodnje. Kontinuitet u proizvodnji stvara industriju. Zarad toga potrebno je stimulisati infrastrukturu kao okvir delovanja kinematografije, stimulaciju ljudskih resursa koji su nosioci proizvodnje, kao i tehničko tehnološki proces bez koga je proizvodnja i eksploatacija filma nemoguća.

6.2.1. Stimulacija infrastrukture

Stimulacija infrastrukture se pre svega odnosi na stvaranje pogodnih uslova za razvoj kinematografije. Pogodni uslovi podrazumevaju povoljno društveno i političko okruženje, adekvatne zakonske regulative, uredjeno tržište, ekonomsku stabilnost.

Povoljno društveno i političko okruženje podrazumeva, pored neupitno zagarantovane slobode autora u izražavanju svojih kreativnosti i ideja, spremnost i otvorenost društva

da učestvuje u difuziji umetnosti. Sa druge strane, društveno i političko okruženje mora uvideti značaj kinematografije i sa kulturno umetničkog aspekta, ali i sa industrijskog aspekta. Proizvodnja filmova i druge kinematografske delatnosti nisu samo umetnost ili zabava, to je posao koji obavljaju ljudi koji od tog posla žive. To je takodje industrija, i kao kulturna industrija, ona mora imati proizvodnju koja treba da se razvija i ostvari dobit. U tom smislu, povoljno društveno političko okruženje bi značilo, da pored shvatanja važnosti razvoja ovakve industrije, treba da omogući stvaranje uredjenog sistema odnosno infrastrukture.

Kroz implementaciju pravno političkih instrumenata, stvaraju se zakonske regulative koje su stimulativne i pružaju bolju zaštitu i bolje uslove za razvoj delatnosti. One moraju biti medjusobno korespondirati i biti usaglašene sa svim zakonima koji se, direktno ili indirektno, odnose na kinematografiju, od krovnog Zakona o kulturi do statuta Filmskog centra Srbije i njegovih drugih akata. One moraju biti stimulativne za privredni sektor koji treba da pruži ulaganje sredstava, ali i stimulativne za same pojedince i institucije koje sa bave ovom delatnošću. Medjutim, za ovakvu implementaciju mora postojati i društveno politička volja, volja donosioca odluka, ali i samih filmskih profesionalaca. Dobiti uredjen pravni okvir ne znači samo dobiti jasno polje delovanja u kome se znaju granice, mogućnosti i sankcije, već znači i prilagodjavanje poslovanja takvim okolnostima. Neuredjen sistem pak, s druge strane, omogućava interesnim grupama da mnogo brže i lakše ostvare cilj.

Stimulisanje tržišta kroz ekonomske instrumente kulturne politike

U zemljama u tranziciji, koje prelaze sa socijalističkog samoupravnog ekonomskog sistema na liberalno kapitalistički, potrebno je stvoriti konkurentno tržište. Integralno tržište ne postoji samo od sebe i nerealno je očekivati da će se stvoriti i početi da funkcioniše samo uz pomoć privatizacije. Države su dužne da nadomeste mehanizme tržišta, sve dok ono ne počne da funkcioniše. Integralno tržište, tržište kapitala, svako drugo tržište, pa i tržište kulture mora biti uredjeno zakonom. Tržište potpune konkurencije predstavlja prototip robne razmene na kome se ispoljavaju sva osnovna

svojstva ponude i tražnje.¹⁹³ Ovakav model je idealan, ali retko u potpunosti ostvariv. On podrazumeva slobodnu konkurenciju i veliku ponudu, ali i kratkoročno sticanje profita, pri čemu su cene data veličina. Potpuno suprotno je funkcionisanje tržišta monopola, ili ublažena varijacija monopolistička konkurencija. Na njemu, količinu proizvodnje i cenu određuju sami monopolisti, resursi se neekonomično koriste i dolazi do gubitka društvenog blagostanja. Iz tog razloga, svaka država vodi antimonopolsku politiku. To može raditi na dva načina, ili potpunim ukidanjem monopola ili regulisanjem njegovog ponašanja, štiteći pri tom kroz zakonodavstvo, mala tržišno konkurentna preduzeća i interes potrošača. Dejvid Trozbi tvrdi da osnov i pokretački impuls savremene kulturne industrije upravo leži u malim preduzećima¹⁹⁴. Ona svojim proizvodima doprinose kulturnoj diversifikaciji ali i nude širok izbor konzumentima kulturnih proizvoda.

Protiv monopola Srbija se borila zabranom koncentracije, kojom se ograničava ili narušava konkurencija, zabranom monopolskih sporazuma i što je naročito prisutno, zabranom zloupotrebe dominantnog položaja. Dominantni položaj ima svaki učesnik na tržištu koji posluje nezavisno od drugih a ima značajno učešće na njemu.¹⁹⁵ Kako svaki učesnik na tržištu teži da maksimizuje svoj profit i ostvari ekstra profit, koji naročito podstiče ulaganje kapitala drugih lica, postojanje monopola bitno ograničava mogućnosti malih preduzeća i time ih praktično čini nevidljivim na tržištu. Monopolisti određuju količinu i vrstu proizvoda, pa i cenu (uz koju mogu koristiti i diskriminaciju cena), što dodatno onemogućava malim preduzećima da se pozicioniraju na tržištu.

Najvidljiviji primer monopola je primer inostrane firme Cineplexx koja drži sineplekse u tri vodeća šoping mola u Beogradu, sa po 10 sala u proseku. Oni, pored filmske projekcije, nude i kupovinu hrane i pića, kao i prigodne memorabilije sa likovima iz animiranih filmova. Formiraju cenu bioskopske ulaznice u proseku od 450 dinara. Zbog visine cene i mogućnosti za bar 30 projekcija dnevno, atraktivniji su distributerima, nego mali bioskopi sa po jednom salom i dve do tri projekcije dnevno po ceni u proseku od

¹⁹³ Labus, Miroљjub, Osnovi ekonomije, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, sedmo izmenjeno i dopunjeno izdanje, 2007. Beograd, str. 414.

¹⁹⁴ Trozbi, Dejvid, Ekonomika kulturne politike, Clio, 2012. Beograd

¹⁹⁵ Antimonopolska politika CLDS 2002. (str.108)

250 dinara. Mogućnost zarade distributera je znatno veća, pa će u potencijalnu reklamu ulagati za filmove namenjene prikazivanju u sinepleksu.

Ekonomska stabilnost se može protumačiti prema teoriji ekonomije blagostanja koja se oslanja na ideju da je potrebno obezbediti ili zadovoljiti uslove društvene racionalnosti ljudskih aktivnosti, pri čemu se kao kriterijum racionalnosti uzima maksimiranje društvenog dohotka. Preduslov da se ostvari blagostanje je osiguravanje optimalnog iskorišćavanja proizvodnih resursa, kao i maksimiranje korisnosti svih članova društva. Za ostvarivanje ekonomije blagostanja nisu dovoljni samo uslovi slobodne konkurencije, već je potrebna intervencija države koja bi trebalo da otkloni suprotnosti između privatnih i društvenih interesa.¹⁹⁶ Kejnz takodje smatra da država mora biti činilac procesa društvene reprodukcije. Medjutim, on smatra da država treba da intervenše do postizanja pune zaposlenosti privrednih kapaciteta, a samim tim i radne snage, kada bi trebala da se povuče i prepusti proizvodnju slobodnoj konkurenciji.¹⁹⁷ Sledbenici Kejnza su osnovnim pretnjama koje ugrožavaju ekonomski poredak, dodale i inflaciju i stagflaciju koju karakteriše stagnacija proizvodnje, visok stepen nevoljne nezaposlenosti i porast cena.

6.2.2. Stimulacija ljudskih resursa

„Ljudi su najvažniji resurs kulture, od njih zavisi i primena svih ostalih strategija kulturne politike, pa se u tom smislu može reći da je strategija diversifikacije ljudskih resursa, možda najznačajnija strategija kulturne politike koja zajedno sa strategijom partnerstva omogućava stvaranje novog savremenog kulturnog sistema.”¹⁹⁸ Ljudski resursi u oblasti kinematografije podrazumevaju ljudske resurse koji su direktno ili indirektno uključeni u kinematografske delatnosti i publiku koja konzumira filmsko delo. Publika jeste važan

¹⁹⁶ Dragišić, Dragoljub, Ilić, Bogdan, Medojević Branko, Pavlović Milovan, Osnovi ekonomije – Osnovi ekonomije – Izabrani tekstovi, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, 2009. Beograd, str.14.

¹⁹⁷ Kejnz, Džon Majnard, *Ekonomski eseji*, Matica Srpska 1987. Novi Sad

¹⁹⁸ Djukić, Vesna, *Pet razloga u prilog doživotnog učenja*, Dositheus, Razvoj ljudskih resursa u kulturi Zbornik radova, Uredila Milena Dragičević Šešić, Elektronsko izdanje, Academica, Program Res Publica, Program Odluka & Obuka, 2011. godina Beograd, str 24.

resurs, jer je gledano sa stanovišta ekonomije ona potrošač, i isto tako kroz kulturne potrebe, inicijalni impuls nove proizvodnje. Stimulaciju treba vršiti u obe kategorije.

Prva i osnovna stimulacija, koja se tiče obe kategorije mora biti sprovedena kroz strategiju obrazovanja. Adekvatno obrazovanje o kinematografiji nije zastupljeno u osnovnom i srednjoškolskom obrazovanju. U visokom obrazovanju zastupljeno je jedino na umetničkim fakultetima. Publika je dakle prepuštena sama sebi i od nje zavisi da li će se, manje ili više, informisati i edukovati u pogledu kinematografije. Takav pristup može imati za posledicu da kompleksnija filmska dela ne budu shvaćena, pa čak da publika odbija i da ih vidi pod pretpostavkom da ih neće razumeti. U tom pravcu potrebno ju je stimulisati, ali i edukovati kroz razne vidove animacije, kako bi se osmelila da pogleda filmsko delo. S druge strane postoji i problem ekonomske prirode. Niska primanja mogu odvratiti publiku od trošenja sredstava na bioskopsku ulaznicu. Srbija ima najnižu stopu posećenosti bioskopa u poredjenju sa drugim zemljama jugoistočne evrope i zemljama bivšeg Sovjetskog Saveza¹⁹⁹, uz napomenu da domaći film ima veći udeo u ukupnoj gledanosti. Zato je potrebno i stimulisati razne grupe stanovništva sa promotivnom cenom karata ili kupovinom karte sa popustom. Isto tako, potrebno je edukovati publiku šta zapravo znači piraterija. Pogledati kopiju piratskog filma znači isto kao i uzeti bilo koji proizvod iz prodavnice ne plaćajući propisanu cenu.

Važno je obrazovanje ljudskih resursa koji su direktno ili indirektno uključeni u obavljanje kinematografskih delatnosti. Naročito se odnosi na ljudske resurse koji se nisu profesionalno opredelili za ove delatnosti, i nemaju adekvatno visoko ili srednje obrazovanje. Kadrovi sa neadekvatnom školskom spremom i sposobnostima, mogu doneti više štete nego koristi. Ovo je posebno važno, ukoliko je reč o rukovodećim mestima na kojima se donose odluke, specijalno u institucijama kulture od javnog i nacionalnog značaja. Takvi kadrovi bi morali da prodju specijalizovanu obuku koja će ih pripremiti na rad u kulturi, pojasniti osnove menadžmenta u kulturi, pojasniti razliku izmedju kulturnog proizvoda – umetničkog dela i proizvoda široke potrošnje, kao i objasniti značaj, cilj i svrhu institucije kojom rukovode.

¹⁹⁹ Istraživanje Unifransa,

Strategija zapošljavanja bi trebalo da je povezana sa visokim obrazovanjem. Procena radnih mesta kao i radnih profila potrebnih kadrova bi morala da bude reper broja studenata koji će se tokom svog školovanja obučavati za takva radna mesta. U suprotnom, može doći do hiperprodukcije kadrova koji neće moći da rade u struci, čime raste nevoljna nezaposlenost. U Srbiji postoji takav problem, koji se povećavao otvaranjem privatnih fakulteta koji su broj studenata neretko određivali po ostvarenju potrebnog prihoda od školarina. Sa druge strane, zakonske regulative koje utiču na zapošljavanje kadrova ne štite profesionalne kadrove. Konceptualizacija politike razvoja ljudskih resursa u kulturi podrazumeva da donosioci odluka u skladu sa svrhom i ciljevima kulturne politike, usvoje određena idejna rešenja koja će predvideti potrebne stručne kvalifikacije zaposlenih i saradnika u kulturi²⁰⁰.

Strategija zapošljavanja bi pored zapošljavanja sa punim radnim vremenom, trebalo da obuhvati i ono što se ispostavlja kao dominantni trend u evropskim zemljama ali i zemljama širom sveta. To je privremeno i povremeno zapošljavanje. Povremeno zapošljavanje daje mogućnost i obavljanja dva posla istovremeno. Posebna pažnja bi se usmerila na samozapošljavanje kao osnovni princip funkcionisanja savremene privrede u kapitalističkim sistemima.

Stimulacija ljudskih resursa koji su zaposleni ili honorarno zaposleni u privatnom sektoru, koji obavlja filmsku proizvodnju ili druge kinematografske delatnosti, za početak se može izvršiti kroz propisivanje minimalne cene rada. U uslovima visoke stope nevoljne nezaposlenosti, izuzetno je nepovoljan položaj umetnika i drugih filmskih radnika, što može dovesti do nezdrave konkurencije.

Jedna od najčešćih stimulacija ljudskih resursa jeste učestvovanje u podeli profita, što podstiče i administrativno usmereni model tržišne privrede. Drugi vid stimulacije jesu materijalna i nematerijalna priznanja i nagrade koje podstiču vrednosno idejni

²⁰⁰ Djukić, Vesna, *Pet razloga u prilog doživotno učenja*, Dositheus, Razvoj ljudskih resursa u kulturi Zbornik radova, Uredila Milena Dragičević Šešić, Elektronsko izdanje, Academica, Program Res Publica, Program Odluka & Obuka, 2011. godina Beograd, str 24.

instrumenti. Doedukacija takodje može biti vrlo stimulatívna jer pruža kadrovima da se usavršavaju u odrejenoj oblasti. Mogućnost napredovanja na hierarhiskoj lestvici koja obično za sobom povlači i povećanje zarade.

Mogućnost izbora posla i promene posla je možda i najteži vid stimulacije, jer podrazumeva postojanje tržišta rada i tržišta kulture. Na taj način se podiže i produktivnost kadrova i javlja se zdrava konkurencija. Samim tim bi se i poslodavci iz privatnog i iz javnog sektora trudili da odaberu najbolje i stimulisali ih da ostanu i da se dalje profesionalno usavršavaju u okviru matičnog preduzeća. Još jedan vid zahtevne stimulacije jeste i stimulacija samozapošljavanja, koja opet podrazumeva razvijeno i uređeno tržište.

Svaka od stimulacija je poželjna, jer ukoliko je nema, može opasti produktivnost ljudskih resursa i dovesti do stagnacije proizvodnje.

6.2.3. Stimulacija tehničkog i tehnološkog razvoja

Film je umetnost koja ima najzahtevniji tehničko tehnološki proces proizvodnje, pa je apsolutno neophodno uvesti stimulacije i u taj segment. Tehničko tehnološki proces jedino izostaje u prvoj fazi filmske proizvodnje – predpriprema. Za sve ostale faze uključujući i distribuciju i prikazivanje, tehničko tehnološki aspekt je praktično osnova koja omogućava stvaranje, odnosno proizvodnju filmskog dela.

U periodu socijalističke Jugoslavije, izgradnja i opremanje tehničkih baza za proizvodnju i postprodukciju, kao i njihov dalji razvoj ulazio je u petogodišnje planove razvoja na nivou cele zemlje. Tehničke baze su nekada bile razdvojene, nekada spojene, a nekada su bile i u sastavu državnih producenstskih kuća. Postojala je i ideja, koja je i funkcionisala, da se na dobre uslove za proizvodnju koje su ovi studiji nudili, privuku i inostrane produkcije. Raspadom Jugoslavije i kasnije neadekvatnom privatizacijom, tehničke baze su se rasformirale.

Važno je napomenuti da se tehnologija filmske proizvodnje stalno menja i unapređuje. U tom smislu je neophodno obnavljati i snimajuću i tehniku za postprodukciju, kao i za prikazivanje. A u skladu sa tim, potrebno je i obučavati kadar koji treba da rukuje novom tehnikom i da na adekvatan način iskoristi sve prednosti koje nova tehnologija donosi.

Tehničko tehnološki razvoj doprinosi i konkurentnosti na internacionalnom tržištu. Ona se ogleda kroz mogućnost pružanja tehničkih usluga inostranim produkcijama i koprodukcijama, kroz tehnologiju koja će podići standard u proizvodnji domaćeg filma, ali i formatima namenjenim za prikazivanje.

6.3. Novi model stimulacije filmske proizvodnje

Nov model stimulacije filmske proizvodnje u Srbiji morao bi biti prilagodjen datim društvenim, političkim i ekonomskim uslovima tranzicije, ali i pratiti težnju ka liberalnom tržištu. To pre svega podrazumeva da se teži posrednim stimulacijama radi ostvarivanja pogodnog okruženja za razvoj optimalne proizvodnje.

Finansiranje iz državnog budžeta jeste potrebno za sufinansiranje delatnosti kinematografije i filmskih dela, pogotovu ukoliko su od nacionalnog, javnog kulturnog značaja ili otkrivaju nove aspekte filmske umetnosti. U kriznim situacijama u društvu, neizvesno je očekivati da država poveća izdvajanja za kinematografiju iz budžeta. Srdestva koja izdvaja su nedovoljna za uspostavljanje kontinuirane proizvodnje i razvoja kinematografije, osim toga ona variraju iz godine u godinu. Zato je potrebno uvesti posredne stimulacije koje su trajne, odnosno zagarantovane za izvesni period dok se ne postigne cilj, a onda se vrši valorizacija istih i ukoliko postoji potreba, vrši se njihova izmena. Takve stimulacije imaju za cilj da omoguće razvoj kinematografije a samim tim i razvoj kontinuiteta rada autora i proizvodnje.

Osnovno polazište bi moralo da bude strategija razvoja kinematografije koja mora biti u skladu sa strategijom kulturne politike Srbije. Na izradi strategije bi trebalo da učestvuje nezavisno telo, birano od profesionalaca iz svake oblasti kinematografskih delatnosti, potom iz oblasti menadžmenta u kulturi, kulturne politike, prava i ekonomije. Odabir članova nezavisnog tela bi bio transparentan i verifikovan od nadležnih udruženja i institucija. Dakle, jedini kriterijum za odabir članova jeste znanje i veština, jer će izrada strategije pored analize zatečenog stanja ucrtati pravac u kome će se kretati i postaviti ciljeve kojima se teži. Svaki drugi kriterijum za odabir članova mogao bi da implicira lični ili politički interes. Jedno od osnovnih pitanja jeste šta Srbiji znači kinematografija, gde želi da je vidi za pet godina gde za deset. Drugo pitanje je koliko institucije i pojedinci doprinose ostvarenju tog cilja i šta treba da urade da bi se cilj ostvario. Možda jedno od najbitnijih pitanja jeste koje mesto ona zauzima u Srbiji. Da li je to potencijal za razvoj kulturne industrije, da li doprinosi kreiranju imidža zemlje u svetu, da li stvara umetnička dela trajne vrednosti. Ili je kinematografija samo zabava i možda mogućnost da se, s vremena na vreme, servisiraju strane produkcije. Potom se utvrđuju i mehanizmi realizacije i implementacije strategije.

Uzevši u obzir bogato kinematografsko nasleđe Srbije i iskustva drugih evropskih zemalja, pretpostavka je da je Srbiji potrebna kinematografija i kao kulturna industrija koja zapošljava ljudske resurse, ostvaruje proizvodnju i učestvuje u formiranju integralnog tržišta i stvara profit. Takođe, kinematografija je potrebna državi i kao proizvođač umetničkih dela trajne vrednosti čime potstiče razvoj duhovnosti društva. Zahvaljujući kinematografiji država može ostavrivati i medjunarodnu saradnju i pozitivan imidž u svetu.

Posredne stimulacije je potrebno izvršiti na svakoj tački proizvodnog procesa i u svakoj tački sociokulturnog ciklusa. Stimulacija, kroz pravni instrument, svakako zahvata kompletni proizvodni proces. Ona mora biti stimulativna za profesionalce kojima će, pored zaštite i određivanja opsega delovanja, pružiti mogućnost razvoja delatnosti. Prvenstveno Zakon o kinematografiji mora biti apsolutno usaglašen sa stvarnim potrebama proizvodnje i učesnicima u proizvodnom procesu. Piraterija mora biti sankcionisana ne samo kroz Zakon o izradi optičkih diskova, već mora obuhvatiti i

internet. Sankcionisanjem piraterije, omogućava se razvoj Videa na zahtev i drugih sličnih platformi, koje takodje omogućavaju ostvarivanje dobiti i inicijalni početak sakupljanja sredstava za novu proizvodnju. Svaka dobit privatnog ili javnog preduzeća, jeste prihod za državu. Ne samo što bi rigoroznijim suzbijanjem piraterije država zaštitila autorska i srodna prava, što po prirodi treba da radi, već bi otvorila mogućnost za ostvarenje dobiti.

Takodje, pravnim instrumentima potrebno je uspostaviti minimalnu cenu rada filmskih umetnika, saradnika, svih članova ekipa koji se angažuju honorarno. Po principu minimalne i prosečne zarade koje su zagantovane pri zapošljavanju u javnim i državnim preduzećima. Ne postoji tržište rada, a ne može ni postojati bez uspostavljanja načela po kome treba da funkcioniše. Minimalna cena rada mora biti uspostavljena po kategorijama profesija. Time se štite i poslodavci, ljudski resursi i stvara se zdrava konkurencija na tržištu.

Ukoliko je težnja da se ostvari privatno javno partnerstvo, i da se privatni kapital ulaže u institucije kulture, ne bi li se uspostavilo tržište i država time smanjila sufinansiranje u kulturi, stimulacije kroz pravne instrumente moraju biti stimulativne i za privatni sektor. Ako se očekuje da privatni sektor ulaže, onda se prvo mora obezbediti sigurnost njegovog ulaganja: na koji način ulaže novac, kako će taj novac biti upotrebljen, ko je njegov krajnji korisnik. Druga jako bitna stavka koju nameće kapitalizam jeste, šta partner koji ulaže ima od toga. Partnerstvo javnog i privatnog sektora podrazumeva da svaki od partnera ima mogućnost u učestvovanju i odlučivanju u meri u kojoj učestvuje svojim kapitalom. Takodje stimulacija se sprovodi i kroz fiskalnu politiku. Privatno preduzeće mora imati zagantovanu poresku olakšicu sa jasnim smernicama kako se ona ostvaruje. Pozitivan primer ima Francuska. Takodje, potrebno je ograničiti maksimalnu sumu ulaganja, kako se ne bi dovelo u pitanje potencijalno ostvarivanje monopola ili ugrožavanje osnivačkih prava. Partnere je potrebno vezati na duži vremenski period. Tako se uspostavlja i siguran finansijski plan, ali i osigurava plan razvoja institucije koja bi, u takvom odnosu, takav plan morala da poštuje.

Ekonomске teorije u odnosu na privredu u partnerstvu javnog i privatnog sektora navode i mogućnost za ostvarivanjem dobiti kao dodatnu stimulaciju za ulagače. Kada su u pitanju institucije kulture i u idealnim uslovima dobit nije dovoljno atraktivna za ulagače, ali kada su u pitanju samostalni proizvođači – producentske kuće koje bi ostvarile partnerstvo sa privrednim preduzećem, pod uslovima postojanja tržišta, o tome bi se moglo govoriti. Opet i u tom slučaju, potrebno je povoljnije zakonski rešiti iznos poreske olakšice pri ulaganju u kinematografiju. Na koji način se producentska kuća koja dobije sredstva obavezuje prema ulagaču. U daljem cilju poboljšanja pregovaračke pozicije producenata, kod drugih domaćih i inostranih partnera, potrebno je izmeniti klauzulu koju su sve državne i gradske institucije dužne da unose u ugovore o saradnji i angažovanju saradnika. Konkretno i Ugovor²⁰¹ o regulisanju međusobnih prava i obaveza FCSa, kojim kaže da će sredstva dobijena po osnovu konkursa, biti uplaćena u dogovorenom roku pod uslovom da sredstva budu uplaćena od strane Ministarstva kulture i informisanja na račun FCSa.

Još jedan dobar način za privlačenje privrednog sektora je otvaranje fonda po uzoru na SOFICA udruženje. Taj fond bi trebalo da bude nezavisan, a kontrolu nad njim bi posredno vršio Filmski centar Srbije i Ministarstvo finansija. Maksimalni i minimalni procenat davanja svakog privrednog subjekta, takodje bi morao da bude preciziran, kao i vremenski rok na koji se ulagač obavezuje da će ulagati sredstva. I ovakvo ulaganje podrazumeva poresku olakšicu za ulagače.

Filmski centar Srbije

Posebna normativna akta je potrebno uvesti u poslovanje Filmsko centra Srbije. Prvi je u saglasnosti sa minimalnom cenom rada filmskih umetnika i ekipe, koji bi sadržao raspon visine honorara i cena tehničkih usluga. Na taj način olakšava se producentima, ali se honorarni saradnici štite. Pri apliciranju na konkurs dobijaju se verodostojni predlozi budžeta i supervizori imaju vrlo tačan pregled. S druge strane, ovakav akt ne bi branio

²⁰¹ Ugovor o regulisanju međusobnih prava i obaveza između Filmskog centra Srbije i Dobitnika sredstava, Blanko univerzalni ugovor dobijen od Filmskog centra Srbije, Član 2.

producentima da ukoliko imaju mogućnosti iz drugih izvora finansiranja, visine honorara umetnicima i ekipi poveća u željenom iznosu. Takodje, niko ne bi branio autorima i glumcima da procentom svog honorara, po principu oportunitetnog troška, učestvuju u proizvodnji filma. Sličan model primenjivale su filmske radne zajednice osamdesetih godina, ali sličan model se koristi i danas u Holivudu kada velika rediteljska i glumačka imena delom honorara učestvuju kao koproducenti. Ovakva vrsta odnosa podrazumeva i podelu profita recipročno procentu ulaganja svake strane.

Takodje je potrebno kroz pravne akte preciznije definisati uslove za odabir članova konkursnih komisija. Članove bi na primer, umesto direktora, mogla da predlažu sama profesionalna udruženja i asocijacije, na osnovu precizno utvrdjenih kriterijuma koje bi kandidat morao da ispunjava. Imena članova komisija moraju biti saopštena javnosti pre objavljivanja konkursa, kako bi producenti i autori znali da li u slučaju apliciranja na konkurs njihov projekat može biti predmet sukoba interesa. Specijalizovani konkursi, kao i konkursi za standardne kategorije, moraju biti utvrdjeni godišnjim planom Filmskog centra Srbije. Takodje bi u objavi konkursa za svaku kategoriju trebalo navesti kolika su sredstva izdvojena za tu namenu i koliki je maksimalni i minimalni iznos koji se može dobiti po projektu. U tom slučaju, autori i producenti imaju na raspolaganju vreme i smernice da pripreme predlog projekta i realnu kalkulaciju. Pored ravnopravnih konkurentskih odnosa, stvara se veća mogućnost dobijanja više kvalitetnih predloga.

Potrebno je uvesti i pozajmice kao kategoriju sufinansiranja iz posebnog fonda FCSa. Ovakav sistem se koristi u Francuskoj i Poljskoj i mnogim evropskim zemljama. Sistem pozajmica je veoma prihvatljiv u slučaju konkursa za izbor za sufinansiranje komercijalnog filma. FCS bi dao producentu deo ili ukupnu stimulaciju u vidu pozajmice za realizaciju projekta. Kada producent krene da ostvaruje prihod od eksploatacije filmskog dela, dužan je da dobijenu pozajmicu, bez kamate, vrati u budžet FCSa iz koga se dalje finansiraju filmovi. Na taj način i FCS ima određena sredstva u svom budžetu i nije prinudjen da isključivo zavisi od visine i dinamike priliva sredstava iz državnog budžeta. U taj fond bi i privredni sektor, po principu partnerstva, mogao da ulaže svoj novac. Komercijalni film koji bi ostvario prihod na tržištu i vratio bi pozajmljena sredstva u fond. Sa druge strane, privrednici bi bili privučeni brojem gledalaca kao i atraktivnošću

komercijalnog filma. Predpostavka je, da ako komercijalni film ostvari prihod da je povećan i procenat prisustva publike. Dugoročnije gledano, ovaj fond bi mogao da ostvari i dobit, koju bi mogao da raspodeli putem konkursa za nezavisan art film.

Stimulacija razvoja scenaria. Kada scenaristi dobiju ovakvu stimulaciju oni nisu dužni da taj scenario bude zaista i snimljen. S jedne strane oni se ne mogu smatrati odgovornim, jer nisu oni ti od kojih proizvodnja zavisi. Moguće je da ne mogu da pronadju zainteresovanog producenta, ili da producenti ne mogu pronaći sredstva za proizvodnju. Medjutim postavlja se pitanje da li se sredstva iz državnog budžeta ulažu u nešto što ne podstiče proizvodnju. Ta sredstva se nepovratno potroše, a ne dobije se ni proizvodnja pa samim tim ni kulturni proizvod. FCS bi u tom smislu mogao da dobije odredjen korpus prava koji bi ga kao agenta ovlastio da pokuša da posreduje i pronadje domaćeg ili stranog producenta za realizaciju stimulisnog scenarija. S druge strane stvarao bi arhiv koji bi bio dostupan budućim producentima i autorima. Arhiv scenarija ne podrazumeva da u slučaju odabira takvog scenaria ne bi morala da budu regulisana autorska prava sa scenaristom.

Da bi se izbegla manipulacija i monopolski odnos, potrebno je vrlo precizno, putem ugovora ili drugog pravnog akta definisati odnos scenariste, reditelja i producenta koji apliciraju sa projektom. Konkursna dokumentacija pored ostalog zahteva: scenario, rediteljsku eksplikaciju i producentsku eksplikaciju. Ukoliko neko od navedenih učesnika odustane od projekta, da li onda to u svojoj suštini ostaje isti projekat za koja su se dobila sredstva. Sadašnji Ugovori o regulisanju medjusobnih prava i obaveza²⁰² članom 6 predviđaju da ukoliko dobitnik sredstava ne može da realizuje projekat, može preneti svoja prava i obaveze na drugo pravno lice uz saglasnost FCSa. Potrebno je samo obavestiti FCS o svakom novom koprodukcijskom odnosu. Ovakav fleksibilan odnos otvara širok spektar mogućnosti za manipulaciju. Članom 8 ovog ugovora, predviđena je arbitražna komisija FCSa koja odlučuje u korist reditelja ili producenta u slučaju spora. Ko čini tu komisiju nije precizirano ni ugovorom, ni pravilnikom, ni drugim aktom FCSa, kao ni vrsta spora koju ova komisija može tretirati. To znači da bi neko tendenciozno mogao

²⁰² Ugovor o regulisanju medjusobnih prava i obaveza izmedju Filmskog centra Srbije i Dobitnika sredstava, Blanko univerzalni ugovor dobijen od Filmskog centra Srbije

prijaviti na primer renomirano rediteljsko ime, a nakon konkursa angažovao nekog drugog. U slučaju promene jednog od tri navedena učesnika, morala bi postojati izvesna procedura precizirana statutom a arbitražna komisija bi po propisanom pravilniku procenila da li i na koji način projekat zadržava dodeljenu stimulaciju.

Filmski centar Srbije bi prema statutu trebalo da promoviše i podstiče promociju domaće kinematografije u svetu. On već u svom sastavu ima sektor za međunarodnu saradnju s toga bi bilo prirodno da on bude posrednik u prodaji i promociji domaćeg filma na inostranom tržištu. Tako bi se postavio model, da se u budućnosti stvori posebna agencija za promociju domaćih kinematografskih delatnosti, poput francuskog Unifransa. Takva agencija bi vodila računa o plasmanu domaćeg filma i autora na inostranom tržištu uključujući i inostrane filmske festivale i markete. Agencija bi bila privlačna i za ulaganje privrednog sektora, jer bi mu omogućavala vidljivost van teritorije Srbije. Ona bi morala da funkcioniše prema pravima i obavezama odredjenim statutom. Svoj rad i delovanje planirala bi na godišnjem nivou uzimajući u obzir specifičnosti proizvedenih filmova. Plan koji sprovodi morao bi da bude u saglasnosti sa strategijom razvoja domaće kinematografije.

Stimulacija ljudskih resursa

Osnovna stimulacija usmerena na ljudske resurse bi trebalo da bude vrednovanje profesionalnog kadra. To se može regulisati zakonom koji neće dozvoliti promene statuta i sistematizacije radnih mesta prema trenutnim potrebama, već će štitići zapošljavnje profesionalnog kadra u institucijama kulture. Profesionalni kadar podrazumeva da ima adekvatnu školsku spremu i potrebno iskustvo za obavljanje posla. Izuzetno je bitno omogućiti permanentno profesionalno usavršavanje kadrova kroz doedukaciju. Potrebno je stimulisati i pružiti mogućnost napredovanja. Usavršavanjem kadrova, usavršava se i podstiče rad i razvoj institucija kulture. Valorizovanje rada zaposlenih, kroz materijalno i nematerijalno nagradjivanje, posebna je stimulacija i za onog ko nagradu dobija ali i za ostale da svojim radom i zalaganjem dobiju adekvatno priznanje.

Stimulacija tehničko tehnološkog razvoja

Potrebno je da se u okviru strategije razvoja kinematografije uvrsti i tehničko tehnološki razvoj. On nije bitan samo za savremenu proizvodnju, već i za očuvanje kinematografskog nasledja. Poslednje tri decenije permanentne nebrige o tehničkoj bazi domaće kinematografije, stvorile su velike dodatne izdatke. Finansijska sredstva za potrebe savremene filmske proizvodnje, a posebno postprodukcije, usled nepostojanja domaćih resursa odlivala su se u inostranstvo. Dolaskom nove filmske tehnologije zastarela tehnička baza u Srbiji nije mogla da odgovori savremenim potrebama kinematografije. Nije se ulagalo u osavremenjivanje domaće tehničke baze. Država nije stimulisala privatna filmska studija koja su počela da se bave produkcijom i postprodukcijom, da nabavljaju novu opremu. Ova vrsta stimulacije mogla bi imati i svoj pozitivni efekat, ukoliko se nova filmska studija uslove da za uzvrat obezbede povoljnije cene za domaće produkcije. Stimulisanjem razvoja i unapređenja tehničke baze Srbije, omogućili bi se profesionalniji uslovi za produkciju, postprodukciju i pružanje savremenih tehničkih ulosva za strane koprodukcije. Ono što je najvažnije, sredstva koja su se odlivala u inostranstvo, bila bi usmerena u domaće resurse.

Potrebno je stimulisati i javne institucije kao što je Kinoteka i RTS da nabavljaju novu tehnologiju za produkciju, postprodukciju i remastering filmova. Na taj način bi se u ovoj oblasti sačuvala kulturna baština i ponovo sprečio odliv sredstava domaćih produkcija koja se ne bi trošila u inostranstvu, već ostajala u zemlji.

Potrebno je u okviru strategije utvrditi i standardizaciju za prikazivanje filma u bioskopu, na televiziji, na internet platformama. Standardizacija bi podrazumevala definisanje preciznih tehničkih uslova prikazivanja, kao i sankcije koje bi se primenjivale za nepoštovanje propisane standardizacije.

Primenjujući iskustva drugih kinematografija, morao bi se uvesti obavezan procenat prikazivanja domaćeg filma na televizijama. Ovakva mera bi za posledicu imala povećanje ulaganja televizija u proizvodnju domaćeg filma, pa i u digitalizaciju starih

domaćih filmova. Primera radi, RTS ima telekino star četrdeset godina, morala da radi na obnovi svoje tehnologije, što će joj, dugoročno gledano doneti višestruku dobrobit.

Stimulacija prikazivanja, distribucije i međunarodne promocije filma dovodi do uspostavljanja tržišta kinematografije. Stimulacija distribucije domaćih filmova se može postići uticanjem na medije da obezbede povoljnije uslove za promociju domaćeg filma. U slučaju da televizija stimuliše i proizvodnju filma samo bi se nastavio prirodan sled. Nerihvatljivo je da reklamni prostor ne prepoznaje razliku proizvoda kulture i proizvoda široke potrošnje.

Stimulaciju je potrebno izvršiti i na podizanje infrastrukture bioskopa. Stimulacije koje FCS sprovodi za distributere i prikazivače u cilju podizanja gledanosti domaćeg filma nije dovoljna, kao ni stimulacija za producente i autore najgledanijih filmova. Potrebno je stimulisati i participaciju, odnosno stimulisati samu publiku. Ovakve stimulacije se mogu sprovesti kroz subvencionisane ulaznice za razne kategorije stanovništva, pre svega za socialno ugrožene društvene grupe. Još jedan način zaštite domaćeg filma u bioskopima jeste sistem kvota koji bi se morao regulisati kroz pravne regulative. Sistem kvota se često primenjuje i na televizijske programe u cilju zaštite nacionalne kinematografije.

Uključivanje lokalne samouprave u proizvodnju i prikazivanje filmova. Lokalne samouprave se mogu uključivati kroz finansiranje proizvodnje ali i kroz omogućavanje stimulacija u vidu popusta na usluge, nenaplaćivanja dozvola za snimanje i slično. Za uzvrat lokalna samouprava bi dobijala promociju, ali i zaradjivala na svim troškovima koje će produkcija imati za vreme boravka u toj sredini. S druge strane lokalna samouprava mora podsticati i digitalizaciju i razvoj svojih bioskopa, čime se širi bioskopska mreža Srbije. Uredjivanjem bioskopske sale, uvrštavanjem domaćeg i evropskog filma na repertoar i animiranjem publike da dolaze u bioskop, lokalna samouprava pravi konkurentan bioskop koji može biti kvalifikovan za konkurisanje za ulazak u mrežu Europa Cinemas.

7. ZAKLJUČAK

Proizvodnja filmova u Srbiji, kao kulturna industrija, utiče na kulturni i makroekonomski razvoj. Tranzicioni period u kome se nalazi filmska proizvodnja, zahteva projekciju novog modela stimulacije. Posrednom stimulacijom, država omogućava lakše obezbeđivanje sredstava za ulaganje u proizvodnju, kao i ostvarivanje naplate utrošenih sredstava. Time se stvara mogućnost zarade. Mogućnost zarade dovodi do početka kontinuiteta. Razvoj kontinuirane proizvodnje filmova dovodi do razvoja industrije, koji dalje utiče na kulturni i makroekonomski razvoj.

Kultura prema svojim specifičnostima i nominalnim karakteristikama ne može postojati bez pomoći države. Pogotovo ne može u tranzicionim okolnostima, gde bi proizvodnja trebalo da se osloni na tržište koje nije uređeno. U takvim okolnostima država mora, kroz sve raspoložive instrumente, da deluje na razvoj kinematografije i uspostavljanje proizvodnje u novim uslovima.

Srbija stimuliše razvoj kinematografije isključivo koristeći ekonomski instrument direktnog i indirektnog finansiranja. Država je svoje ingerencije u oblasti kinematografije prenela na Filmski centar Srbije, koji je pod nadzorom resornog Ministarstva kulture i informisanja. Putem konkursa FCSa, finansijska stimulacija raspodeljuje se na različite kategorije, čime se stimulišu pojedinačni projekti, autori, producenti, institucije i slično. Suma koja se raspodeljuje nije dovoljna za sve. Visina novčane stimulacije koja se dodeljuje po projektu, često ne zadovoljava ni polovinu potreba. Takava vrsta stimulacije nije dovoljna, jer ne stimuliše kompletan proizvodni proces i ne stvara sistem u kome takav proces može da se razvija. Razvojem procesa se stvara industrija, koja će moći sama sebe da održava i snaži, ali i da doprinosi makroekonomskom razvoju zemlje.

Pored ekonomskog benefita, stvarala bi se kvalitetna umetnička dela trajne vrednosti, čemu svako društvo teži. Kontinuitet ne utiče samo na kvantitet proizvodnje, već i na njen kvalitet, jer omogućava razvoj filmske umetnosti i inovativnih pristupa autora. Više su šanse da se kroz veći broj filmova dodje do zavidnih umetničkih dela, jer autori mogu imati prirodni razvoj. Medjutim, kontinuitet nije važan samo za autore, važan je i za

producente. Pored usavršavanja veština, producentima kontinuitet stvara mogućnost za razvoj proširene reprodukcije. Stalnim radom producenti dobijaju mogućnost ostvarivanja zarade, kao inicijalnog kapitala za početak sledećeg projekta. Oni postaju respektabilniji na tržištu i ostvaruju bolju pregovaračku poziciju. Ako nema kontinuiteta rada filmskih producenata i autora, dolazi do stagnacije filmske umetnosti i proizvodnje.

Proces filmske proizvodnje je složen, i svaka faza proističe iz predhodne. Smatra se, da je od koncepcije do kompletno završene postprodukcije, potrebno najmanje 18 meseci²⁰³. Za kompleksnije projekte potrebno je mnogo više vremena. Svaka faza proizvodnog procesa filma podrazumeva finansijska ulaganja, pri čemu ne postoje garancije da će se uložena sredstva vratiti i da će se ostvariti zarada. U svojoj osnovi, filmska proizvodnja jeste umetničko-kreativan proces, ali isto tako poseduje i industrijski aspekt koji podrazumeva konzistentan finansijski i pravni okvir poslovanja.

Infrastruktura koja podrazumeva pravnu regulativu, razvoj tržišta, fiskalnu politiku i mešoviti sistem finansiranja nije u Srbiji suštinski rešena, pa se u svakoj fazi proizvodnog procesa filma nailazi na niz problema. Mešoviti sistem finansiranja u savremenoj srpskoj filmskoj proizvodnji podrazumeva, da država daje određena finansijska sredstva, preko Ministarstva za kulturu. Ono potom, delegira Filmskom centru Srbije, određeni deo sredstava namenjen za sufinansiranje kinematografskih delatnosti (proizvodnju, distribuciju i prikazivanje). Filmski centar Srbije dalje raspodeljuje finansijska sredstva putem javnog konkursa. Problem je što visina sredstava nije fiksna, već varira iz godine u godinu. Konkursi koje raspisuje Filmski centar Srbije su od velike pomoći, međutim samo finansijska stimulacija nije dovoljna. Iz tog razloga je potrebno zakonski definisati trajno rešenje finansiranja kinematografije u Srbiji. Dok se ona ne uvedu, vladave neuredjeni sistem funkcionisanja kinematografije, koji podrazumeva nestabilan kontinuitet i proizvodnje i rada autora, a samim tim ugrožava opstanak nacionalne kinematografije.

Kako finansijski budžet namenjen za stimulaciju kinematografije nije stalan, konkursne kategorije za sufinansiranje su promenjive i nestandardizovane. Potrebno je uvesti i

²⁰³Vogel, Harold L. *Entertainment industry Economics, A guide for Financial Analysis*, Cambridge University Press, 2011. USA (84str)

stimulacije koje nisu isključivo finansijske prirode. Takve stimulacije se mogu uvesti kroz pravne regulative, razvoj tržišta, fiskalnu politiku i mešoviti sistem finansiranja.

Kinematografija kao kulturna delatnost mora biti finansirana od strane države. Takav sistem ne pruža dovoljnu i konačnu potporu i ne može obezbediti razvoj i povećanje kvantiteta, koji bi neminovno trebalo da dovede do kvaliteta. Ovaj problem uočili su u mnogim zemljama Evrope pa i sveta. Suočavajući se sa ovakvim poteškoćama, pravile su i razvijale sistem stimulacija koje su primenjivale na svim fazama proizvodnje. Stvarajući Infrastrukturu, koja je kroz pravnu regulativu, razvoj tržišta, fiskalnu politiku i mešoviti sistem finansiranja, omogućio se trajan sistem u kome se kinematografija može razvijati.

Iskustva inostranih zemalja kao što su Francuska, Austrija, Španija, Poljska, sugerišu moguća optimalna rešenja. Ona upravo kroz niz stimulativnih mehanizama, olakšavaju realizaciju svake faze filmske proizvodnje.

Francuski Nacionalni institut za film²⁰⁴, upravlja fondom za stimulacije proizvodnje, distribucije i prikazivanja. Srdstva za fond se prikupljaju iz tri izvora: takse od bioskopske ulaznice, takse od televizijskih usluga, takse na video i Video na zahtev. Takođe, u ovaj fond ulaze i sredstva od posebnih taksi ostvarenih na profit od proizvodnje, distribucije i prikazivanja pornografskih sadržaja i sadržaja koji podstiču nasilje, kao i od finansijskih kazni koje izriče regulatorno telo CSA²⁰⁵.²⁰⁶ Alternativni sistem finansiranja mogu biti i fondovi poput francuskog udruženja SOFICA. Ono okuplja firme koje ulažu u kinematografiju, bilo kao stimulacija proizvodnje po projektu bilo kroz učešće u producentskoj kući. Članovi udruženja SOFICA se obavezuju na dvajanje donacije u periodu od 5 godina. Minimalna svota koja se može donirati je 5.000 EUR, a maksimalna 18.000 EUR na godišnjem nivou.

Fiskalna politika Francuske je stimulativna za finansijere u kinematografiji. Finansijeri koji ulažu novac u udruženje SOFICA mogu dobiti poresku olakšicu od 36% na uloženu sumu

²⁰⁴ Centre national du cinema et de l'image animee – CNC

²⁰⁵ Conseil Superieur De L'Audiovisuel

²⁰⁶ Results 2016, Films, television programmes, production, distribution, exhibition, exports, video, new media, May 2017. Centre national du cinema et de l'image animee – CNC (str200)

ili 25% umanjenja maksimalnog neto ulaganja po godini. Međutim fiskalna politika je stimulatívna i za filmske produkcije. One imaju pravo na povraćaj od poreza od ukupnih uloženi h sredstava u filmsku proizvodnju. Time se stimulišu produkcije, da većinu sredstava troše, upravo na teritoriji Francuske. Trošenje sredstava na sopstvenoj teritoriji znači da svi segmenti koji su posredno (snimajuća tehnika, ekipa, studija za postprodukciju...) i neposredno (ugostitelji, proizvođači raznih artikala, rentijeri objekata i ransporta...) povezani sa filmskom proizvodnjom, ostvaruju zaradu. To dalje gledano znači, da država pruža mogućnost zarade u javnom i privatnom sektoru. Zahvaljujući porezima i drugim taksama, i država sama ostvaruje zaradu. Prebacivanje bilo koje faze filmske proizvodnje u inostranstvo, praktično znači da država nepovratno ostaje bez izvesene zarade.

Zadržavanje sredstava u matičnoj državi, nije samo značajno za državu, već i samu kinematografiju. Dok novac cirkuliše unutar kinematografije, ona samu sebe snaži. Postepeno se stvara i jaka tehnička baza, jak profesionalni i umetnički kadar. Prema ekonomskim teorijama, to bi daljim razvojem trebalo da dovede i do ostvarivanja dobiti. Ostvarivanje dobiti omogućava inicijalno ulaganje u sledeći projekat. Tako ponovo otpočinje novi krug proizvodnje.

Uključivanje regiona jedne zemlje u stimulaciju i pružanje pomoći produkciji filmova je od izuzetne važnosti. Po istom sistema, kako država kroz fiskalnu politiku i druge stimulatívne mehanizme stimuliše produkcije da rade i troše sredstva u matičnoj državi filma, tako i lokalne zajednice, kroz osnivanje svojih fondova, primenjujući slične mehanizme privlače filmske ekipe. Decentralizacija kulture podstiče i konzumiranje kulturnih dela, ali i proizvodnju novih dela i stvaranje sopstvene tehničke baze. Na taj način, ne podstiče se samo razvoj filmske već i drugih grana industrije i privrede koje funkcionišu u lokalnoj zajednici. Pored svega navedenog, lokalne zajednice bi na ovaj način obezbedile promociju svoje sredine, tradicije i svih drugih prirodnih i kulturnih nasledja. Decentralizacija je isplativa lokalnim zajednicama. One u Srbiji nude jeftinije cene usluga i specifičnu atraktivnost prostora. Adekvatnom strategijom, na dugoročnom planu, mogla bi se stvoriti osnova razvoja novih filmskih centara u Srbiji. Ta strategija bi podrazumevala podizanje svesti lokalnih samouprava, stvaranje infrastrukture na

lokalnom nivou stimulativnom za uslove filmske proizvodnje, edukacijom tehničkog i pomoćnog kadra za kinematografske delatnosti. Ovakav način razvoja kinematografije može se videti u raznim zemljama Evrope. Dalji razvoj dovodi do logičnog i tržišno isplativog osnivanja posebnih regionalnih filmski fondova, koji bi u narednom periodu mogli učestvovati i u sufinansiranju filmske proizvodnje. Uzročno posledično bi se osnaživalo i prikazivanje, odnosno razvoj bioskopskih dvorana u lokalnim sredinama. Publika je motivisana da gleda film nastao u njenom okruženju, naročito ukoliko film odražava posebnosti lokalne sredine. Na taj način se stvara industrija koja postaje atraktivna i idomaćim ali i inostranim produkcijama.

Razvijanjem lokalnih regionalnih centara, razvijaju se i koprodukcije. One omogućavaju zemlji domaćinu da ostvari zaradu, koja služi kao inicijalni kapital za stvaranje i osavremenjivanje tehničkih baza, ali i kapital za sopstvene produkcije. Manjinske i većinske koprodukcije jesu vrsta partnerstva, koja pored zajedničkih ulaganja u projekat doprinose i lakšoj prodaji i eksploataciji filmskog dela u inostranstvu. Takve koprodukcije pospešuju medjunarodnu rekogniciju autora. Ovu vrstu saradnje Srbija mora osnaživati. Pružanje samo servisnih usluga inostranim produkcijama je kratkotrajno i nije dovoljno. Kada se govori o manjinskim i većinskim koprodukcijama, mora se imati u vidu uslov da se dobijena svota novca mora utrošiti u zemlji koja novac dodeljuje. Kada je u pitanju konkurs Filmskog centra Srbije za manjinsku koprodukciju, sredstva koja se daju stranim producentima, morala bi se utrošiti u Srbiji. Kako bi se povećao broj zainteresovanih koproducentata, neophodno je povećati i ponude usluga. Pre svega potrebno je stvaranje tehničkih baza za produkciju i postprodukciju, a zatim i edukacija ljuskih resursa koji će biti spremni na zahtevnost inostranih produkcija. Koprodukcije, pored značaja za medjunarodnu promociju, mogu veoma doprineti zapošljavanju kadrova i eksploataciji tehničkih resursa. To je izuzetno poželjno pogotovo u zemljama kao što je Srbija sa malim brojem sopstvenih produkcija.

Da bi se uspostavio razvoj proizvodnje koji bi mogao da doprinosi ekonomskom i društvenom razvoju, neophodan je razvoj svesti društva o značaju filma, kao umetničkog dela i kao proizvoda kulturne industrije. Film je u današnje vreme, pored muzike, jedan od najprisutnijih umetnosti u svakodnevnom životu ljudi, prvenstveno zahvaljujući

modernim tehnologijama koje su ovu vrstu umetnosti učinile dostupnim. Nedostatkom obrazovanja iz ove oblasti u osnovnom i srednjoškolskom obrazovanju u Srbiji, publika često film doživljava isključivo kao zabavu. Ona nije spremna da sublimiše kompleksnije sadržaje filmskog dela, pa samim tim često ne ume da prepozna prave vrednosti koje umetničko delo nudi. Slično se događa i sa ljudskim resursima koji dolaze na rukovodeće funkcije. Oni imaju mogućnost odlučivanja na različitim nivoima kinematografske delatnosti, bez predhodne edukacije. Takvo okruženje ne može biti stimulatивно za razvoj umetnosti. Nove umetničke tendencije se ne mogu implementirati i uticati na razvoj duhovnosti sredine, već se nasuprot tome, mogu doživljavati kao pretnje etabliranom društvenom sistemu. Nespremnost okoline da prihvati da je filmska proizvodnja industrijska grana sa svojim specifičnostima, koja kao i svaka industrija koristi tehničke i ljudske resurse, znatno otežava položaj kinematografije. To jeste posao od koga ljudi zaraduju i privredjuju, a tržište kulture učestvuje u ukupnom tržištu jedne zemlje. Ako nema razvijene svesti o oba aspekta kinematografije, umetničkog i industrijskog, vrlo je verovatno da se ni posredne stimulacije filmske proizvodnje ne mogu implementirati čime, se razvoj kinematografije znatno usporava.

Posrednom stimulacijom, država kroz različite sektore, može trajno da obezbedi pogodne uslove za razvoj kontinuirane proizvodnje filmova u Srbiji. Koristeći se inovativnim strategijama i instrumentima kulturne politike, razvija se kontinuirana proizvodnja. Instrumenti kulturne politike, prema prirodi svog delovanja, dele se na: organizacione (strateško planiranje, ljudski resursi...), ekonomske (finansiranje), pravno političke i vrednosno idejne. Inovativne strategije kulturne politike koje doprinose razvoju su: strategija povezivanja bazirana na partnerstvu, koja se sa stanovišta kulturne politike odnosi na partnerstvo javnog, privatnog i nevladinog sektora, kao i na međuvladinu saradnju. Sa stanovišta menadžmenta odnosi se na koprodukcije. Izuzetno je značajna i strategija internacionalizacije, koja podrazumeva sve oblike međunarodnog povezivanja i doprinosi međunarodnoj rekogniciji učesnika. Strategija internacionalizacije je podstaknuta međunarodnim pravnim aktima, strukturnim fondovima i mrežama. Strategija postizanja održivosti podrazumeva strategije privatizacije, deetatizacije kao i strategiju spajanja sa drugom organizacijom. Programsko - organizaciono kompetitivne strategije se odnose na povećanje obima produkcije i

usluga, komercijalizaciju i diversifikaciju programa i resursa, širenje usluga, razvoj publike i širenje tržišta, programsko fokusiranje.

Implementiranjem odgovarajućih strategija kulturnih politika, stvara se sistem. Kada se uspostavi sistem proizvodnje, dolazi se do proste reprodukcije, odnosno stalnog ponavljanja proizvodnje u istom obimu. Nakon toga dolazi do proširene reprodukcije koja podrazumeva kvantitativno uvećanje obima što je prema Marksu prirodno kretanje proizvodnje u kapitalizmu²⁰⁷.

Kada je filmska proizvodnja u pitanju, ona ima nekoliko faza: Predpripreme (koje se mogu podeliti na ideju i pisanje scenarija i na razvoj projekta); Pripreme; Produkciju; Postprodukciju; Distribuciju i Prikazivanje. Svaka faza proizvodnog procesa filma uslovljava sledeću i podrazumeva obiman i dugotrajan posao. Podrazumeva finansijska ulaganja, rashode na materijalne neophodnosti, ali i na honorare i doprinose članova filmske ekipe. Za producenta bilo gde u svetu, pa čak i u najrazvijenijoj industriji kao što je Holivud, ne postoje garancije da će se uložena sredstva vratiti i da će se ostvariti zarada. Kako bi se stvorio konzistentni sistem za filmsku proizvodnju, potrebno je implementirati stimulatивne instrumente i strategije kulturne politike u svaku fazu proizvodnog procesa.

Stimulacija, kroz pravni instrument, svakako zahvata kompletni proizvodni proces. Ona mora biti stimulatивna za profesionalce, kojima će pored zaštite i određivanja opsega delovanja, pružiti mogućnost razvoja delatnosti. Prvenstveno Zakon o kinematografiji mora biti apsolutno usaglašen sa stvarnim potrebama proizvodnje i učesnicima u proizvodnom procesu. Piraterija mora biti sankcionisana ne samo kroz Zakon o izradi optičkih diskova, već mora obuhvatiti i druge savremene tehnologije koje omogućavaju nedozvoljen način eksploatacije filmskog dela. Sankcionisanjem piraterije, omogućava se razvoj Videa na zahtev i drugih sličnih platformi, koje takodje omogućavaju ostvarivanje dobiti i inicijalni početak sakupljanja sredstava za novu proizvodnju. Svaka dobit privatnog ili javnog preduzeća, jeste prihod za državni budžet. Ne samo što bi

²⁰⁷ Vasiljević, Branko, *Lekcije iz savremene političke ekonomije*, Zavet, 2002. Beograd

rigoroznijim suzbijanjem piraterije država zaštitila autorska i srodna prava, što po prirodi treba da radi, već bi otvorila mogućnost za ostvarenje dobiti.

Pravne instrumente je takodje potrebno implementirati radi uspostavljanja minimalne cene rada filmskih umetnika, saradnika, svih članova ekipa koji se angažuju honorarno. Po ugledu na minimalne i prosečne zarade koje su zagantovane pri zapošljavanju u javna i državna preduzeća. Tržište rada ne može postojati bez uspostavljanja načela po kome treba da funkcioniše. Minimalna cena rada treba biti uspostavljena po kategorijama profesija, a ne kao što je trenutna praksa u Srbiji, proizvod isključive nagodbe. Time se štite i poslodavci i ljudski resursi i stvara se zdrava konkurencija na tržištu.

Ukoliko je težnja da se ostvari pivatno javno partnerstvo, i da se privatni kapital ulaže u institucije kulture, kako bi se uspostavilo tržište, stimulacije kroz pravne instrumente moraju biti privlačne i za privatni sektor. Da bi privatni sektor ulagao finansijska sredstva prvo se mora obezbediti sigurnost njegovog ulaganja. Mora biti utvrdjen način ulaganja novca, transparentnost daljeg toka datog novca sve do njegovog krajnjeg korisnika. Možda je dobar korak ka tome osnivanje fonda za ulaganje u filmsku proizvodnju po uzoru na francuski fond SOFICA. Druga jako bitna stavka koju nameće kapitalizam jeste koji su njegovi stvarni benefiti. Partnerstvo javnog i privatnog sektora podrazumeva da svaki od partnera ima mogućnost u učestvovanju i odlučivanju srazmerno udelu svog kapitala. Takodje, stimulacija se sprovodi i kroz fiskalnu politiku. Privatno preduzeće mora imati zagantovanu poresku olakšicu sa jasnim smernicama kako se ona ostvaruje. Potrebno je ograničiti maksimalnu sumu ulaganja kako se ne bi dovelo u pitanje potencijalno ostvarivanje monopola ili ugrožavanje osnivačkih prava. Partnere je potrebno vezati na duži vremenski period. Tako se uspostavlja i siguran finansijski plan, ali se osigurava i plan razvoja institucije, koja bi u takvom odnosu takav plan morala da dosledno da sprovodi.

Ekonomске teorije, koje u odnosu na privredu govore u prilog partnerstvu javnog i privatnog sektora, navode kao dodatnu stimulaciju za ulagače i mogućnost za ostvarivanjem dobiti. Kada su u pitanju institucije kulture i u idealnim uslovima, dobit

nije dovoljno atraktivna za ulagače. Kada su u pitanju samostalni proizvođači – producerske kuće koje bi ostvarile partnerstvo sa privrednim preduzećem, pod uslovima postojanja tržišta, dobit bi bila izvesnija. U tom slučaju potrebno je povoljnije zakonski rešiti iznos poreske olakšice pri ulaganju u kinematografiju kao i precizno definisati obaveze producerskih kuća prema ulagačima.

Pravne instrumente je potrebno iskoristiti i kroz posebna normativna akta koja bi regulisala poslovanje Filmskog centra Srbije, kao krovne organizacije kinematografskih delatnosti u zemlji. Prvi akt bi upravo trebalo da se odnosi na minimalnu cenom rada filmskih umetnika i članova ekipe, koji bi sadržao raspon visine honorara i cena tehničkih usluga. Ovakav akt bi štitiio honorarne saradnike ali i producente. Akt bi morao da sadrži i fleksibilnost, u smislu da se cene mogu povećavati u individualnim slučajevima, kada producent može obezbediti razliku iz drugih izvora finansiranja, ili kada sami autori žele da procentom svog honorara učestvuju u finansiranju projekta.

Kroz pravne akte potrebno je preciznije definisati uslove za odabir članova konkursnih komisija, kao i precizno utvrđene kriterijume koje bi kandidat morao da ispunjava. Imena članova komisija moraju biti saopštena javnosti pre objavljivanja konkursa, kako bi producenti i autori znali da li u slučaju apliciranja na konkurs, njihov projekat može biti predmet sukoba interesa. Specijalizovani konkursi, kao i konkursi za standardne kategorije, moraju biti utvrđeni godišnjim planom Filmskog centra Srbije. Takodje bi u objavi konkursa za svaku kategoriju, trebalo navesti kolika su sredstva izdvojena za tu namenu i koliki je maksimalni i minimalni iznos koji se može dobiti po projektu. Pored ravnopravnih konkurentskih odnosa, stvara se veća mogućnost dobijanja više kvalitetnih predloga.

Potrebno je uvesti i pozajmice kao kategoriju sufinansiranja iz posebnog fonda FCSa. Ovakav sistem se koristi u Francuskoj i Poljskoj i mnogim evropskim zemljama. Sistem pozajmica je veoma prihvatljiv u slučaju konkursa za izbor za sufinansiranje komercijalnog filma. Kada producent krene da ostvaruje prihod od eksploatacije filmskog dela, dužan je da dobijenu pozajmicu, bez kamate, vrati u budžet FCSa iz koga se dalje finansiraju filmovi. Na taj način i FCS ima određena sredstva u svom budžetu i nije

prinudjen da isključivo zavisi od visine i dinamike priliva sredstava iz državnog budžeta. U taj fond bi i privredni sektor, po principu partnerstva, mogao da ulaže svoj novac. Dugoročnije gledano, ovaj fond bi mogao da ostvari i dobit, koju bi mogao da raspodeli putem konkursa za nezavisan art film.

Stimulacija razvoja scenaria nije uslovljena konačnom realizacijom filmskog dela, što jeste korektno, s obzirom da scenaristi ne mogu snositi takvu odgovornost. Međutim, postavlja se pitanje da li se sredstva iz državnog budžeta ulažu u nešto što ne podstiče proizvodnju. Ta sredstva se nepovratno potroše, a stvara se delimični kulturni proizvod. FCS bi u tom smislu preuzeo ulogu agenta koji bi pokušao da posreduje i pronadje domaćeg ili stranog producenta za realizaciju stimulisano scenarija. S druge strane, stvarao bi arhiv koji bi bio dostupan budućim producentima i autorima. U slučaju odabira takvog scenarija, autorsko pravo scenariste bi bilo regulisano ugovorom sa producentom.

Da bi se izbegla manipulacija i monopolski odnos, potrebno je vrlo precizno putem ugovora ili drugog pravnog akta, definisati odnos scenariste, reditelja i producenta koji apliciraju sa projektom. Ukoliko neko od navedenih učesnika odustane od projekta, da li onda to u svojoj suštini ostaje isti projekat za koja su se dobila sredstva. Sadašnji ugovori predviđaju da je potrebno samo obavestiti FCS. U slučaju promene jednog od tri navedena učesnika, morala bi postojati izvesna procedura precizirana statutom a arbitražna komisija bi procenila da li i na koji način projekat zadržava dodeljenu stimulaciju.

Filmski centar Srbije bi trebalo prema statutu da promoviše i podstiče promociju domaće kinematografije u svetu. U okviru centra, već postoji sektor za međunarodnu saradnju, bi bilo prirodno da bude i posrednik u prodaji i promociji domaćeg filma na inostranom tržištu. Tako bi se postavio model, da se u budućnosti stvori posebna agencija za promociju i podsticanje prodaje domaćih kinematografskih delatnosti, poput francuskog Unifransa. Francuska je 1949 osnovala organizaciju Unifrans²⁰⁸ za promociju francuske

²⁰⁸ UniFrance

kinematografije u svetu, koji se finansira od strane Ministarstva kulture, Nacionalnog instituta za film ali i od komercijalnih sponzora – vodećih francuskih proizvođača. Francuska je druga zemlja po izvozu filmova na inostrano tržište, a procena Unifransa je da svaki dan bar jedan francuski film igra na bioskopskom repertoaru širom sveta. Dnevno se na inostranim televizijama prikaže oko 40 francuskih filmova. Takva agencija u Srbiji bi takodje vodila računa o plasmanu domaćeg filma i autora na inostranom tržištu, uključujući filmske festivale i markete. Agencija bi bila privlačna i za ulaganje privrednog sektora jer bi mu omogućavala vidljivost van teritorije Srbije. Ona bi morala da funkcioniše po utvrdjenim pravima i obavezama. Svoj rad i delovanje planirala bi na godišnjem nivou uzimajući u obzir specifičnost proizvedenih filmova. Plan koji sprovodi morao bi da bude u saglasnosti sa strategijom razvoja domaće kinematografije.

Osnovna stimulacija usmerena na ljudske resurse bi trebalo da bude vrednovanje profesionalnog kadra. To se može regulisati zakonom, koji neće dozvoliti promene statuta i sistematizacije radnih mesta prema trenutnim potrebama, već će zaštititi profesionalni kadar u institucijama kulture. Profesionalni kadar podrazumeva adekvatnu školsku spremu i potrebno iskustvo za obavljanje posla. Od velikog je značaja omogućiti kadrovima permanentno profesionalno usavršavanje kroz doedukaciju. Potrebno je stimulisati mogućnost napredovanja. Usavršavanjem kadrova usavršava se i podstiče rad i razvoj institucija kulture. Valorizovanje rada zaposlenih, kroz materijalno i nematerijalno nagradjivanje, posebna je stimulacija za onog ko nagradu dobija, ali i za ostale da svojim radom i zalaganjem dobiju adekvatno priznanje. Ne treba zanemariti činjenicu da je samozapošljavanje jedan od dominantnih modela koji inicira stvaranje i razvoj kulturnih industrija. Stimulacije za osnivanje malih i srednjih preduzeća, kao i stimulacija početnog kapitala u mnogome bi doprineli jačanju ovakvog sistema poslovanja.

Stimulacija tehničko tehnološkog razvoja nije bitna samo za savremenu proizvodnju već i za očivanje kinematografskog nasledja. Početkom devedesetih godina dvadesetog veka i raspadom Juogoslavije, urušavaju se sva državna, odnosno društvena preduzeća koja su posedovala tehničku bazu za produkciju i postprodukciju. Nije postojala ideja o potencijalnom ulaganju u osavremenjivanje i praćenje ravoja nove tehnologije filmske

proizvodnje. Domaći producenti su, za potrebe savremene filmske proizvodnje uključujući i postprodukciju, velika finansijska sredstva trošila u inostranstvu. Potrebno je stimulisati privatne firme koje se bave postprodukcijom da nabavljaju novu opremu, a da pri tom za uzvrat obezbede povoljnije cene za domaće produkcije. Stimulišući i javne institucije, kao što je Jugoslovenska kinoteka i RTS da nabavljaju novu tehnologiju za produkciju, postprodukciju i remastering filmova, stvaraju se bolji uslovi za inostrane produkcije ali se sredstva domaćih produkcija zadržavaju u zemlji.

U okviru stimulacije tehničko tehnološkog razvoja, potrebno je utvrditi i standardizaciju za prikazivanje filma u bioskopu, na televiziji, na internet platformama. Standardizacija bi podrazumevala definisanje preciznih tehničkih uslova prikazivanja, kao i sankcije koje bi se sprovodile za nepoštovanje propisanih standarda. To bi uslovilo i digitalizaciju filmskih kopija koje se više u svom izvornom obliku ne mogu prikazivati nigde u svetu.

Stimulacija prikazivanja i distribucije dovodi do uspostavljanja tržišta kinematografije. Izuzetno je važno stimulisati domaće televizije da ulažu u filmsku proizvodnju, bilo kroz koprodukcije, bilo kroz otkup prava na prikazivanje. Stimulacija distribucije domaćih filmova se može postići uticanjem na medije da obezbede povoljnije uslove za promociju domaćeg filma. U slučaju da televizija stimuliše i proizvodnju filma nastavio bi se prirodan sled. Neprihvatljivo je da reklamni prostor ne prepoznaje razliku proizvoda kulture i proizvoda široke potrošnje. Francuska je kroz zakon definisala procenat u kome film francuske proizvodnje, mora biti prisutan na domaćim televizijama. Takav sistem je pospešio ulaganje televizija u proizvodnju domaćeg filma.

Mešoviti sistem finansiranja negde korespondira sa administrativno usmerenim modelom tržišne privrede, jer je država faktor koji treba da, kroz zakonske regulative i stimulative instrumente i strategije, omogući funkcionisanje tržišta kao tačke susreta proizvodnje i potrošnje. Stimulacija tržišta stvara uslove u kojima će proizvodnja moći da ostvari dobit koja će služiti kao inicijalni kapital sledećeg kruga proizvodnje. Stimulacija kvalitetne proizvodnje povećava mogućnosti potrošnje.

Primenjeno na filmsku proizvodnju, država direktnim i indirektnim finansiranjem, podstiče javne i privatne institucije ili projekte, pogotvo neprofitabilne orijentacije. Takav podsticaj nije dovoljan i nije zagaranovan (jer visina stimulacije kulturnih delatnosti zavisi od ukupnog godišnjeg budžeta Republike Srbije). Osim toga često zavisi od komisija koje procenjuju predložene projekte. Zato je bitno da se omoguće i osnaže drugi izvori finansiranja (sponzorstva, donacije, fondacije).

Difversifikacija izvora finansiranja se u evropskim zemljama ostvarivala kroz poresku politiku. Uvodile su brojne poreske olakšice za ualaganje u kinematografiju. Stimulativne poreske olakšice, okrenute ka potrošačima, se u Srbiji sprovode kroz smanjen porez na kupovinu bioskopske ulaznice (10%). Poreske olakšice u tom smislu moraju postojati i za domaće proizvođače, odnosno producente. Za sada su olakšice u vidu stimulacije povraćaja 20% potrošenih sredstava na filmsku proizvodnju u Srbiji, predviđene Uredbom²⁰⁹ o podsticaju investitora da u Republici Srbiji proizvodi audiovizuelno delo. Zakonom o kinematografiji²¹⁰ je predviđen i povraćaj od 20% poreza na dodatu vrednost za strane državljane koji proizvode film u Srbiji. Uredba je važeća na neograničen vremenski period, što znači da može biti i ukinuta, pa ne bi bilo loše da se odredbe Uredbe uvrste i u zakon. Povraćaj dela sredstava ili umanjeње PDVa potrebno je posebno urediti zakonom i za domaće produkcije. Takodje, ono što najviše opterećuje budžet, jesu visoke stope poreza na zaradu autora, glumaca i članova ekipe, koje se plaćaju zajedno sa doprinosima. Umesto umanjeња poreza i doprinosa, država je omogućila rad agencija koje u ime autora naplaćuju honorare a same su dužne da plaćaju samo paušalni porez. Time se, u slučaju spora između autora i producenta, komplikuje eventualno pokretanje sudskog spora. Autorima takodje rad preko agencije, u slučaju da sami nisu vlasnici iste, ne računa u radni staž. Na taj način država dobija značajno manji prihod od poreza, a novac više ne cirkuliše unutar kinematografije. Time država omogućava producentima da izbegavaju porez, umesto da ga smanji na prihvatljiviji iznos.

²⁰⁹ Uredba o podsticajima investitoru da u Republici Srbiji proizvodi audiovizuelno delo, Republika Srbija, Vlada, 05 broj 110-8424/2015-1, 13. avgust 2015. godine, Beograd

²¹⁰ Zakon o kinematografiji, Službeni glasnik RS, 99/11, ispravka 2/12, Član 7

U Srbiji je u 2016. godini proizvedeno 22 dugometražna igrana filma, uključujući i manjinske koprodukcije²¹¹. FCS je podržao 8 igranih filmova i 2 manjinske koprodukcije. 7 filmova praktično spada u kategoriju garažni film. Termin Garažni film je počeo da se koristi 2014. godine i podrazumeva filmove koji se prave sa jako malim budžetima, redukovanom snimajućom tehnikom i ekipom. Minimalna sredstva se obezbeđuju samo za neophodne troškove. Ovakvi filmovi uglavnom ne prelaze budžet od 10.000 evra, često koštaju i manje i oslanjaju se na entuzijazam autora i ekipe. U distribuciji su ovi filmovi praktično nevidljivi, ali im domaći festivali daju podršku kroz festivalska prikazivanja, pogodovo FEST i Autorski festival. Ovi filmovi pokazuju veliku želju i entuzijazam, pre svega mladh autora, da se bave filmom, ali i ukazuju na možda jedan od najvećih problema srpske kinematografije, nedostatak strategije razvoja kinematografije.

Francuska, Austrija i Španija su razvijene zemlje, sa većim standardom nego Srbija, pa visine ulaganja nisu uporedive. Sistem stimulacija koji su one uvele, kao i očita briga i razumevanje značaja i razvoja kinematografije svakako se može prihvatiti. Francuski Nacionalni institut za film – CNC, medju osnovnim ciljevima navodi negovanje kulturnog nasledja pravljenja filmova. Jako je bitno održavanje kontinuiteta proizvodnje i stvaranja svesti o bitnosti učešća države, regiona, preduzetnika i samih pojedinaca, na očuvanju kinematografskog nasledja. Srbiji je izuzetno potreban konzistentan sistem stimulacija na svim tačkama proizvodnog procesa, od ideje do prikazivanja filma.

Uzevši u obzir bogato kinematografsko nasledje Srbije i iskustva drugih evropskih zemalja, pretpostavka je da je Srbiji potrebna kinematografija i kao kulturna industrija koja zapošljava ljudske resurse, ostvaruje proizvodnju, učestvuje u formiranju integralnog tržišta stvarajući profit. Takodje kinematografija je potrebna državi i kao proizvođač umetničkih dela trajne vrednosti čime podstiče razvoj duhovnosti društva. Zahvaljujući kinematografiji država može ostavrivati i medjunarodnu saradnju i pozitivan imidž u svetu.

²¹¹ Filmski centar Srbije

Nov model stimulacije filmske proizvodnje u Srbiji, morao bi da bude prilagodjen datim društvenim, političkim i ekomoskim uslovima tranzicije, prateći težnju ka liberalnom tržištu. To pre svega podrazumeva da se stremi posrednim stimulacijama, radi ostvarivanja pogodnog okruženja za razvoj optimalne proizvodnje.

Osnovno polazište je strategija razvoja kinematografije koja mora biti u skladu sa strategijom kulturne politike Srbije. Strategiju bi trebalo da kreira nezavisno telo birano od profesionalaca iz svake oblasti kinematografskih delatnosti, potom iz oblasti menadžmenta u kulturi, kulturne politike, prava i ekonomije. Odabir članova nezavisnog tela bi morao da bude transparentan i verifikovan od nadležnih udruženja i institucija. Dakle, jedini kriterijum za odabir članova jeste znanje, veština i iskustvo, jer će izrada strategije, pored analize zatečenog stanja, postaviti ciljeve i ucrtati pravac u kome će se kretati kinematografija Srbije. Svaki drugi kriterijum za odabir članova mogao bi da implicira lični ili politički interes. Strategija bi morala da utvrdi način na koji će institucije i pojedinci doprinositi ostvarenju tog cilja. Možda jedno od najbitnijih pitanja koje strategija mora definisati jeste koje mesto kinematografija zauzima u Srbiji. Da li je ona potencijal za razvoj kulturne industrije, da li doprinosi kreiranju imidža zemlje u svetu, da li stvara umetnička dela trajne vrednosti, ili je to samo zabava i možda mogućnost da se s vremena na vreme servisiraju strane produkcije. Kada strategija odgovori na ova pitanja, mora utvrditi i mehanizme realizacije i implementacije strategije.

8. NAUČNO TEORIJSKI DOPRINOS

Osnovna naučna vrednost doktorske disertacije proizilazi iz interdisciplinarnog pristupa proučavanju filmske proizvodnje kao kontinuiranog procesa koji pored filmskog stvaralaštva obuhvata i produkciju, postprodukciju, distribuciju i prikazivanje filmova. Na taj način se celovito i sveobuhvatno proučava „lanac vrednosti“ (value chain) filmske proizvodnje koji prema savremenim teorijama i praksama kulturne politike ne obuhvata samo stvaralaštvo, već i proizvodnju, distribuciju i pristup filmu kao proizvodu kulturne industrije. Ovakav interdisciplinarni naučni pristup obuhvata proučavanje brojnih teorija u okviru društveno humanističkih nauka, a pre svega: kulturne politike i menadžmenta u kulturi, ekonomike kulturne politike, političke ekonomije, teorije kulturnih i kreativnih industrija, teorija filma i mnogih drugih.

Ostvareni naučni doprinos se ogleda u sveobuhvatnosti i jedinstvu teorijskih i empirijskih saznanja o stimulativnim instrumentima i strategijama kulturne politike i menadžmenta u kulturi u oblasti filmske proizvodnje. Doprinos je ostvaren povezivanjem, prožimanjem i sintetizovanjem postojećih naučnih teorija i praktičnih iskustava u Srbiji, Evropi i svetu što proširuje postojeća znanja o filmu kao grani kulturnih i kreativnih industrija, pre svega iz perspektive kulturne politike i menadžmenta u kulturi, ali i ekonomike kulturne politike, političke ekonomije i teorije filma. Istovremeno, otvarajući novo polje teorijskog istraživanja odnosa tranzicione kulturne politike prema filmskoj proizvodnji, otvaraju se i nove perspektive kako u načinima i metodama istraživanja ove oblasti koji karakteriše interdisciplinarni okvir i multiperspektivistički pristup, tako i u temama koje istraživanje pokreće. U tom smislu, disertacija daje i doprinos unapređenju interdisciplinarnog naučnog mišljenja, za razliku od većine teorija korišćenih u radu koje određene aspekte problema pretežno posmatraju monodisciplinarno, čime se iz fokusa istraživanja gubi celovitost procesa filmske proizvodnje, a time i mogućnosti da kulturna politika i menadžment u kulturi utiču na stvaranje „lanca vrednosti“ koji spaja kulturne i ekonomske vrednosti filmske industrije.

Društvena opravdanost teme doktorske disertacije proizilazi iz potrebe da se kulturna politika i menadžment u kulturi prilagode političkim, ekonomskim i socijalnim

promenama usled kojih je nasleđeni socijalistički model stimulacije filmske proizvodnje izgubio funkcionalnost u tranzicionom periodu i ne može se primenjivati u značajno promenjenim okolnostima. Kako taj kontekst na globalnom planu pre svega karakteriše snažna podrška razvoju kulturnih i kreativnih industrija, tranziciona kulturna politika u Srbiji se suočava s potrebom da razvije novi efikasniji i efektivniji model stimulacije filmske proizvodnje kao značajnog segmenta kulturnih i kreativnih industrija. U tom smislu disertacija može imati praktičnu primenu i predstavljati neophodan konceptualni okvir naučno utemeljenim javnim praktičnim politikama koje se vode u oblasti kulturnih i kreativnih industrija.

9. LITERATURA

- Aristarko, Gvido, *Istorija filmskih teorija*, Univerzitet umetnosti u Beogradu, 1974. Beograd
- Aristotel, O pesničkoj umetnosti, Dereta, 2015. Beograd
- Ažel, Anri, *Estetika filma*, Beogradski izdavačko – grafički zavod, 1978. Beograd
- Barbaro, Umberto, *Film i marksistički doprinos umetnosti*, Institut za film, 1972. Beograd
- Bazen, Andre, *Šta je film*, Institut za film, 1967. Beograd
- *Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works*
http://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=283698#P337_60080
- Bilton, Kris, *Menadžment i kreativnost*, Clio, 2010. Beograd
- Bošković, Boško, Osnovi filmske režije, Univerzitet umetnosti u Beogradu, 1986. Beograd
- Chiarini, Luigi, *Cinema quinto potere*, Laterza, 1954. Bari
- *Culture, trade and globalization: questions and answers*. UNESCO
- De Vany, Arthur, *Hollywood Economics, How extreme uncertainty shapes the film industry*, Routledge Taylor & Francis Group, 2004. New York
- De Vany, Arthur, *The Movies, Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1*, Edited by Victor A. Ginsburgh and David Throsby
- Digi, Kit, *Marketing umetnosti*, CLIO, 1998. Beograd
- Dragičević Šešić, Milena i Dragojević, Sanjin, *Menadžment umetnosti u turbulentnim okolnostima*, Clio, 2005. Beograd
- Dragičević Šešić, Milena i Stojković, Branimir, *Kultura menadžment animacija marketing*, CLIO, 2003. Beograd
- Dragičević Šešić, Milena, *Javna kulturna politika*, Magna Agenda, 2002. Beograd
- Dragišić, Dragoljub, Ilić, Bogdan, Medojević Branko, Pavlović Milovan, *Osnovi ekonomije – Osnovi ekonomije – Izabrani tekstovi*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, 2009. Beograd
- Djukić, Vesna, *Država i kultura Studije savremene kulturne politike*, Institut za film, pozorište, radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti, 2010. Beograd
- Djukić, Vesna, *Kulturni turizam*, CLIO, 2005. Beograd

- Djukić, Vesna, *Pet razloga u prilog doživotno učenja*, Dositheus, Razvoj ljudskih resursa u kulturi Zbornik radova, Uredila Milena Dragičević Šešić, Elektronsko izdanje, Academica, Program Res Publica, Program Odluka & Obuka, 2011. godina Beograd
- Djukić, Vesna, *Tranzicione kulturne politike*, Zadužbina Andrejević, 2003. Beograd
- *Evropska konvencija o kinematografskoj koprodukciji* usvojio Savet Evrope u Strazburu 1992.
- Federiko Felini *Napraviti film*, Institut za film, Beograd 1991
- Gidens, Entoni, *Sociologija*, Ekonomski fakultet u Beogradu, 2003. Beograd
- Graskamp, Valter, *Umetnost i novac*, Clio, 2003. Beograd
- Heilbroner, Robert and Milberg, William, *The Crisis of Vision in Modern Economic Thought*, Cambridge University Press, 1996. Cambridge
- Hesmondhalgh, David, *The Cultural Industries*, London Thousand Oaks, 2002. New Delhi: Sage Publications
- Jakšić, Miomir i Praščević, Aleksandra, *Istorija ekonomije*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, 2011. Beograd
- Jovanović, Sreten, *Osnovi filmske produkcije*, Fakultet dramatih umetnosti, 2007. Beograd
- Jovičić, Svetlana i Mikić, Hristina, *Kreativne industrije*, British Council
- Kejnz, Džon Majnard, *Ekonomski eseji*, Matica Srpska 1987. Novi Sad
- Koen, Moris i Nejgel, Ernest, *Uvod u logiku i naučni metod*, Jasen 2006. Beograd
- Kolber, Fransoa, *Marketing u kulturi i umetnosti*, CLIO 2010. Beograd
- Konvencija o zaštiti i unapređenju raznolikosti kulturnih izraza – sa operativnim smernicama, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka – Ustanova kulture od nacionalnog značaja, Ministarstvo kulture i informisanja, 2013. Beograd
- Labus, Miroljub, *Osnovi ekonomije*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, sedmo izmenjeno i dopunjeno izdanje, 2007. Beograd
- *Leksikon filmskih i televizijskih pojmova*, Univerzitet umetnosti u Beogradu, 1993. Beograd
- *Leksikon filmskih i televizijskih pojmova*, FDU, elektronsko izdanje
- Marks, Karl, *Kapital*, I tom, Kultura, 1970. Beograd

- *Marrakesh Declaration of 15 April 1994.*
http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/marrakesh_decl_e.pdf
- Mikić, Hristina, *Measuring The Economic Contribution of Cultural Industries*, 2009 - UNESCO Framework for Cultural Statistics Handbook No. 1
- Mikić, Hristina, *Kulturne industrije i raznolikost kulturnih izraza u Srbiji*, SFBC – Grupa za kreativnu ekonomiju, 2013. Beograd
- Milosavljević, Slavomir i Radosavljević, Ivan, *Osnovi metodologije političkih nauka*, Službeni glasnik, 2003. Beograd
- Moren, Edgar, *Film ili čovek iz mašte*, Institut za film, 1967. Beograd
- Nemanjić Miloš, *Filmska i pozorišna publika Beograda – Socijalno kulturni uslovi formiranja u periodu 1961-1984*. Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 1991. Beograd
- Neumann, Erich, *Art and Creative Unconscious*, Princeton/ Bollingen 1974.
- Newman-Baudais, Susan, *Public Funding for Film and Audiovisual Works in Europe*, A report by the European Audiovisual Observatory, 2011 edition
- *Our Cultural Diversity*, Report of World Commission on Culture and Development, 1996. UNESCO
- Pajan, Migel Huan, *Savremeni španski film*, Clio, 2004. Beograd
- Perišić, Miroslav, *Diplomatija I kultura*, Institut za noviju istoriju Srbije, Narodna biblioteka Srbije, 2013. Beograd
- Petranović, Branko, *Istorija Jugoslavije*, III, 1988. Beograd (stri 320-321)
- Primorac, Jaka, *Promjena strukture rada u kreativnoj ekonomiji: kultura, tranzicija i kreativna klasa*, doktorska disertacija, Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu 2010. Zagreb
- Ranković, Milan, *Opšta sociologija umetnosti*, Zavod za udžbenike I nastavna sredstva, 1996. Beograd
- *Re/Shaping Cultural Policies*, 2005 Convention Global Report, 2015. UNESCO
- Senet, Ričard, *Kultura novog kapitalizma*, Arhipelag, 2007. Beograd
- Sokić, Sreten, *Kapital u ekonomiji tranzicije*, Zavet, 2005. Beograd
- Stojanović, Dušan, *Film kao prevazilaženje jezika*, Univerzitet umetnosti u Beogradu, 1975. Beograd

- Stojković, Branimir, *Evropski kulturni identiteti*, Službeni glasnik, 2008. Beograd
- Streetn, Paul, *Culture and Economic Development, Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1*, Edited by Victor A. Ginsburgh and David Throsby
- Švob Djokić, Nada; Primorac, Jaka i Jurin, Krešimir, *Kultura zaborava, Industrijalizacija kulturnih djelatnosti*, Naklada Jesenski i Turk, 2008. Zagreb
- Tausi, Rut, *Ekonomika kulture*, Clio, 2012. Beograd
- Throsby, David, *Economics and Culture*, Cambridge University Press, 2001. New York
- Trozbi, Dejvid, *Ekonomika kulturne politike*, Clio, 2012. Beograd
- United Nations, Resolution adopted by the General Assembly, 65/166. Culture and development, 2011.
- Vajda, Andžej, *Film zvani želja*, Narodna knjiga, 1988. Beograd (str69;70)
- Vasiljević, Branko, *Lekcije iz savremene političke ekonomije*, Zavet, 2002. Beograd
- Vogel, Harold L. *Entertainment Industry Economics A Guide for Financial Analysis*, Cambridge University Press, 2011. New Yourk
- Volk, Petar, *20.vek srpskog filma*, Institut za film, Jugoslovenska kinoteka 2001. Beograd

Pravni akti

- Antimonopolska politika CLDS 2002.
- European Convention on Cinematographic Co – Production, Strasbourg 2.X.1992, European Treaty Series /147; Ukaz o Proglašenju Zakonu o ratifikaciji Evropske konvencije o kinematografskoj koprodukciji; P. br. 40; 5. Mart 2004. Beograd; Ukaz potpisao Predsednik Srbije I Crne Gore Svetozar Marović, na osnovu člana 26, alineje 7 Ustavne povelje državne zajednice Srbije I Crne Gore
- Informe Patrocinadores, Hispanometraje, 21 de Mayo 1 de Junio 2017. Belgrado, Instituto Cervantes de Belgrado.
- Izveštaj o uspešnosti Francuskog filma u svetu; Poglavlje Srbija i Crna Gora, Izveštaj priredio Joel Chapron (str260), Unifrance, 2016. Pariz
- Odluka Upravnog odbora Filmskog centra Srbije, broj 03-986, datum 10.05.2017. Odluka o dodeli sredstava za finansiranje i sufinansiranje projekata u kinematografiji za 2017. godinu u kategoriji: Sufinansiranje proizvodnje domaćih dugometražnih igranih filmova.

- Odluka Upravnog odbora Filmskog centra Srbije, broj UO 03-1163, datum 02.06.2017. Odluka o dodeli sredstava za finansiranje i sufinansiranje projekata u kinematografiji za 2017. godinu u kategoriji: Sufinansiranje proizvodnje domaćih dugometražnih filmova sa nacionalnom temom.
- Predlog komisije za dodelu sredstava po konkursu za finansiranje i sufinansiranje projekata u kinematografiji za 2016. godinu – Stimulacija distribucije, broj 03-2277, donešena 01.12.2016. Odluka preuzeta sa sajta Filmskog centra Srbije
- Prijava za konkurs za stimulaciju bioskopskog prikazivanja domaćeg filma, objavljen 15. Maja 2017. Filmski centar Srbije
- Prijava za konkurs za stimulaciju gledanosti, Filmski centar Srbije, objavljen 01. Jula 2017.
- Results 2016, Films, television programmes, production, distribution, exhibition, exports, video, new media, May 2017. Centre national du cinema et de l'image animee – CNC (str200)
- Sporazum o saradnji zaključen u Beogradu 28.09.2016. između Javne medijske ustanove Radio televizije Srbije i Filmskog centra Srbije
- Statut Filmskog centra Srbije, Br 03-217 od 5. marta 2014, Saglasnost Ministarstva kulture i informisanja dobijena 21. maja 2014.
- Statut Jugoslovenske kinoteke, Br 27808 od 15.11.2011.
- Ugovor o regulisanju međusobnih prava i obaveza – Tipiski blanko ugovor Filmskog centra Srbije
- Uredba o podsticajima investitoru da u Republici Srbiji proizvodi audiovizuelno delo; Službeni glasnik RS, br. 55/05, 71/05, ispravka 101/07, 65/08, 16/11, 68/12 – US, i 44/14 Uredbu donela Vlada RS, 05 broj 110-8424/2015-1, 13. avgust 2015. godine, Beograd
- Zakon o Autorskom i srodnim pravima, Službeni glasnik RS, 104/09, 11. Decembar 2009.
- Zakon o delatnostima od opšteg interesa iz oblasti kulture, Službeni glasnik RS, br 49/92
- Zakon o kinematografiji, Službeni glasnik RS, 99/11, ispravka 2/12
- Zakon o kulturi, Službeni glasnik RS 72/2009
- Zakon o porezu na dobit pravnih lica, Službeni glasnik RS br. 25/01, 80/02 – dr. zakon 80/02, 43/03, 84/04, 18/10, 101/11, 119/12, 47/13, 108/13, 68/14, dr. zakon 142/14, 91/15 – autentično tumačenje 112/15

- Zakon o porezu na dodatu vrednost, Službeni glasnik RS br. 84/04, 86/04- ispravka61/05, 61/07, 93/12, 108/13, 68/14 – dr. zakon 142/14, 83/15, 108/16; član 23; alineja 12.
- Zakon o porezu na dohodak gradjana, Službeni glasnik RS br. 24/01, 80/02 – dr. zakon 80/02, 135/04, 62/06, 65/06 – ispravka 31/09, 44/09, 18/10, 50/11, 91/11 – US, 93/12, 114/12 Us, 47/13, 48/13 – ispravka 108/13, 57/14, 68/14 – dr zakon, 112/15 tar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, 2009. Beograd (str.65)
- Zakon o proizvodnji optičkih diskova, Službeni glasnik RS 52/1
- Zakon o javnim nabavkama, Službeni glasnik RS, br. 124/2012, 14/2015 I 68/2015.

Vebografija

- Austrian Film Institute, Funding Guidelines, July 1st, 2016. Vienna
<https://www.filminstitut.at/en/>
- Filmski centar Srbije <http://www.fcs.rs/>
- El Instituto de la Cinematografia y de las Artes audiovisuales
<https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/el-icaa.html>
- Film Commission Poland, Regional film funds,
<http://filmcommissionpoland.pl/funding/regional-film-funds/>
- Polish Film Institute, <http://en.pisf.pl/>
- Cineuropa, Article: 14 films supported by the Polish Film Institute, By Dorota Hartwich; 21.04.2016. <http://cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=307726>
- UniFrance <http://www.unifrance.org/>
- Centre national du cinema et de l'image animee – CNC <http://www.cnc.fr/web/en>
- Conseil Superieur De L'Audiovisuel <http://www.csa.fr/Le-CSA/Presentation-du-Conseil>
- Results 2016, Films, televisión programms, production, distribution, exhibition, exports, video, new media, May 2017. Centre national du cinema et de l'image animee – CNC
<http://www.cnc.fr/web/en/publications/-/ressources/11904307>
- SOFICA – Le Societes de financement de l'industrie cinematographique et de l'audiovisuel <http://www.cgpp.fr/produits/sofica.html>
- Kancelarija za saradnju sa civilnim društvom, Vlada Republike Srbije
<http://civilnodrustvo.gov.rs>

- Compendium <http://www.culturalpolicies.net/web/index.php>
- Creative Europe <https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/>
- IMDB <http://www.imdb.com/>
- IMDB, Movie Terminology Glossary <http://www.imdb.com/glossary/>
- Moving Cinema <http://movingcinema.eu/es/partners/a-bao-a-qu/>

Изјава о ауторству

Потписани-а Дарја Бајић
број индекса 10/2009д

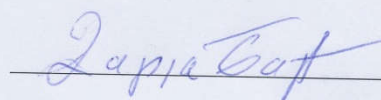
Изјављујем,

да је докторска дисертација / докторски уметнички пројекат под насловом
Стимулативни инструменти и стратегије културне политике у области филмске
производње у Србији

- резултат сопственог истраживачког / уметничког истраживачког рада,
- да предложена докторска теза / докторски уметнички пројекат у целини ни у деловима није била / био предложена / предложен за добијање било које дипломе према студијским програмима других факултета,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

Потпис докторанда

У Београду, 25.10.2017.



Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторске дисертације / докторског уметничког пројекта

Име и презиме аутора Дарја Бајић

Број индекса 10/2009д

Докторски студијски програм: Менаџмент уметности и медија

Наслов докторске дисертације / докторског уметничког пројекта:

Стимулативни инструменти и стратегије културне политике у области филмске производње у Србији

Ментор: Ред. проф. др Весна Ђукић

Коментор: /

Потписани (име и презиме аутора) Дарја Бајић

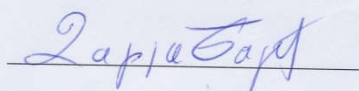
изјављујем да је штампана верзија моје докторске дисертације / докторског уметничког пројекта истоветна електронској верзији коју сам предао за објављивање на порталу **Дигиталног репозиторијума Универзитета уметности у Београду**.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука / доктора уметности, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета уметности Београду.

Потпис докторанда

У Београду, 25.10.2017.



Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитет уметности у Београду да у Дигитални репозиторијум Универзитета уметности унесе моју докторску дисертацију / докторски уметнички пројекат под називом:

Стимулативни инструменти и стратегије културне политике у области филмске производње у Србији

која / и је моје ауторско дело.

Докторску дисертацију / докторски уметнички пројекат предао / ла сам у електронском формату погодном за трајно депоновање.

У Београду, 25.10.2017.

Потпис докторанда

