

Nejde jen o jednotlivce, ale i o instituce

Rozhovor s Mikaelem Opstrupem

Mikael Opstrup v devadesátých letech pracoval jako nezávislý dánský producent, nyní působí výhradně jako tutor vzdělávacích programů pro filmové profesionály. V letech 1998–2002 byl poradcem Dánského filmového institutu (Det Danske Filminstitut) pro oblast produkce. Od roku 2000 spolupracuje s řadou workshopů dokumentárních filmů a filmových fór po celém světě. Mezi lety 2002 a 2008 spoluvlastnil produkční společnost Final Cut Productions, která produkovala řadu mezinárodních dokumentárních filmů. Byl členem rady European Documentary Network (EDN; 2005–2008). Od roku 2009 působí jako jeden z hlavních tutorů vzdělávacího workshopu Ex Oriente Film, který pořádá Institut dokumentárního filmu. Mikael Opstrup je editorem Koprodukční příručky EDN (EDN Co-production Guide). V letech 2011–2019 působil v EDN jako vedoucí výzkumu (Head of Studies).

— — —

Jako tutor a konzultant se již dlouhá léta účastníte celé řady dokumentárních workshopů po celé Evropě. Jak se v průběhu vaší praxe proměnila jejich náplň a vyvinuly vzdělávací nástroje?

Nemyslím si, že by se vzdělávací nástroje během let nějak proměnily. Podmínky produkce, podmínky financování a podmínky pro distribuci se ale změnily radikálně. Jádrem workshopů, alespoň těch, na kterých se podílím, myslím, zůstalo

stejně. Existují samozřejmě různé workshopy, můžeme ale mezi nimi rozlišit dva typy. Jedním z nich jsou workshopy typu Ex Oriente Film, které se zaměřují na vývoj dokumentárního filmu ve všech jeho aspektech. Během třech týdenních setkání diskutujeme o různých složkách filmu, jako je střih, obrazová stránka, vyprávění, produkční možnosti a podobně. Potom je tady celá řada workshopů, které jsou spojeny s pitching prezentací nebo s filmovými fóry. Ty jsou samozřejmě daleko více zaměřeny na prezentaci, na přípravu pitche, přípravu otázek, které by mohli tvůrci očekávat od decision makerů při následné diskusi. I Ex Oriente Film se zaměřuje na prezentaci. To, co mají workshopy společné, je, že nelze mluvit o prezentaci, pokud nemáte povědomí o režiséřském a produkčním záměru projektu. Takže vždy je potřeba toto prodiskutovat, než jdete prezentovat. Nicméně ten základní element u workshopů, ten si nemyslím, že se v průběhu let neproměnil.

Pokud se ale vrátíme v čase a vezmeme Ex Oriente Film jako příklad, uvidíme, že když vznikl, vycházel z východní reality, která se pochopitelně změnila. V počátečních letech bylo zřejmé, že se účastníci workshopů snažili dostat na západní trh, protože východní trh neexistoval. Lze to vidět také na námětech, které byly hodně zaměřené na to, jaký byl život za železnou oponou i jaké změny přinesla demokracie. I když nejsilnější dokumentární trhy jsou stále v západní a severní

Evropě, nyní již existuje určitý druh trhu také ve střední a východní Evropě. Takže když se bavíme o trhu, o tom, kdo jsou potenciální producenti, je to hodně rozdílné. Další aspekt, který se zásadně proměnil, je, že před dvaceti lety byli veřejnoprávní vysílatelé hlavními, dominantními producenty dokumentárních filmů, ale už to tak není. Distribuce byla komplikovanější, protože se musela dělat prostřednictvím DVD nebo videa, teď to lze online. Produkce může být daleko levnější, protože si můžete koupit malé kamery v dobré kvalitě, film můžete stříhat na vlastním laptopu, takže produkční rozpočet a celé podmínky se změnily hodně. Tohle všechno se změnilo, ale zásadní dovednosti, jak vyvíjet námět a prodat ho, ty zůstávají stejné.

V poslední době lze od filmových profesionálů slyšet kritiku pitchingu. V České republice má pitching zajímavou, nejednoznačnou pozici. Z organizace prvního pitchingu v podstatě vzešel Institut dokumentárního filmu a přestože domácí filmaři byli k jeho aktivitám dlouho rezistentní, po stejný čas převládal názor o jeho potřebnosti a užitečnosti. V roce 2013 byla do češtiny také přeložena kniha Sybille Kurz Pitch it! Dnes se zdá, že jej filmaři reflektují spíše jako již přežitou součást dokumentárního provozu. Jak to vnímáte vy s perspektivou mezinárodní praxe?

Když jsme s Filipem Remundou a Ivanou Paurovou Milošević vzpomínali na první pitchingy v České republice, hodně jsme se nasmáli. Ale raději bych se zastavil ještě u toho, proč pitching vznikl. První pitching byl založen na IDFA v Amsterdamu.¹⁾ Idea byla velmi jednoduchá: máme hodně filmařů, kteří potřebují najít zdroje financování, a máme financovatele, kteří potřebují filmy — tak proč je nepropojit. To je vlastně jádro pitchingu. Myslím si, že tato idea je správná. Pokusit se navzájem propojit producenty s dokumentaristy. Když toto setkání někdo zprostředkuje, udělá již jakýsi krok mezi, pro filmové

profesionály vybere projekty. Věřte nám, budou tam správné decision makeři a budou tam správné projekty. Přijďte a zúčastněte se. Je to jednoduchý koncept. Institut dokumentárního filmu dělá totéž. Proto také tento formát přežil, protože myšlenka je naprosto jasná.

Problém je, že mnoho filmařů nerado pitchuje, protože se neradi ukazují a neradi mluví před publikem. Zároveň období, kdy se musí pitchovat, je velmi zranitelná doba filmového procesu, protože projekt je ve vývoji a dokumentaristé se velmi obávají toho, co o svém filmovém projektu ještě neví, ale přesto stojí na scéně a prezentují. Jedním z problémů je také to, že se pitching hodně zformalizoval. Ale představa, že by se měl pitching zrušit, je naprosto nesmyslná. Jestliže někdo potřebuje získat peníze, musí svůj projekt prezentovat. Neexistuje jiný způsob. A pokud má mezinárodní ambice, musí jít ven a potkat decision makery, které nezná a kteří neznají jeho. Lze ale najít způsob, jak udělat pitching vstřícnější. Sám cítím, že pitching nabyl v posledních letech výrazně formativní podoby. Plno tvůrců má pocit, že to musí dělat přesně takhle a takhle. Trailer musí mít mezi třemi a čtyřmi minutami a podobně. To ale nemusí, mohou to být například tři scény a může mluvit mezi nimi. Nebo ti, kdo neradi mluví, mohou udělat sedmiminutový trailer a nemluvit vůbec. Diskutovat se dá v menším počtu u kulatých stolů. Pitching je především místo setkání. Pokusme se najít správný formát, ale rozhodně jsem pro to pitching zachovat, je to dobrá věc.

Máte zkušenost se vzděláváním filmových profesionálů v mnoha zemích. Liší se podle vás, jak k sebevzdělávání přistupují filmaři různých kultur? A je v tomto smyslu něco příznačného na prostředí střední a východní Evropy?

Nemyslím si. Samozřejmě filmové tradice jsou velmi rozdílné, některé jsou více filmové, jiné více žurnalistické. Ale když diskutuji s dokumentaristy

1) Koprodukční trh IDFA Forum vzniká v roce 1993.

ty o projektech, nemyslím si, že by byli výrazně rozdílní. Potkal jsem autory, se kterými bylo velmi těžké diskutovat, a zažil jsem schůzky, kde jsme se po hodině a půl na sebe koukli a řekli si, že to nemá smysl, protože si navzájem nerozumíme. Ale nemyslím si, že by to bylo tak signifikantní. Ale možná je důležitá jiná věc. Jako tutor, který pochází ze severské země, silně vnímám rozdíl, že jsme nevyrostli v autoritativním systému. Vzdělávací systém v Dánsku je založený spíše na dotazování než na vyučování. A myslím, že přístup středo- a východoevropských režisérů je jiný, protože oni vyrostli v jiném školním systému. Tam cítím velkou bariéru. Nechtějí být poučováni. Ale když pochopí, že to není záměr a že je nechci něco učit, tak cítím, že to velmi často otevře dveře. Východisko je tudíž trochu jiné. Neřekl bych, že by východoevropští filmaři jako jednotlivci byli například více tvrdohlaví, ale pocházejí z tradice, kde jim učitelé na filmových školách říkají, jak mají dělat filmy. A když potom potkají někoho, kdo jim to neříká, ale otevírá prostor pro debatu, tam vidím rozdíl.

Velká většina vzdělávacích workshopů je financována z kulturních programů EU. Jaký je vliv těchto institucí na praxi? Jsou tyto centralizované programy schopny reflektovat proměňující se mediální prostředí, diverzitu evropského filmového trhu a s tím související potřeby dokumentaristů? Případně vidíte potřebu vzniku mezinárodní lobbující organizace, která by zastupovala zájmy nezávislých dokumentaristů?

Je třeba zdůraznit, že velká část dokumentárního trhu by neexistovala, kdybychom neměli program Media. To znamená celý systém, celý jiný svět. A druhá věc je, proč Media program vlastně vznikl. Byl v podstatě vytvořen proto, aby evropský mediální trh mohl soutěžit s americkým. Byl od počátku zaměřen na trh, na edukativně orientovaný trh. To, co se změnilo, je daleko větší důraz na aspekty trhu a menší na vzdělávací komponenty. Takže toto dělá problém některým workshopům. Také Ex Oriente Film musí neustá-

le držet balanc. Je to sice velmi edukativně zaměřený workshop, ale mnoho dalších aktivit Institutu dokumentárního filmu je zacíleno na trh. Existuje celá řada workshopů na světě, které Media nutí se více soustředit na rozvoj trhu, začlenit do programu složky, jako je právě pitching, vybírat projekty, které mají velký potenciál na trhu a podobně. To je tendence, která se děje v programu Kreativní Evropa. Druhou částí Media je podpora produkce a distribuce, to je ale úplně jiná část příběhu. Obecně ovšem pozoruji přechod od vzdělávání k trhu.

K té druhé části otázky, zda potřebujeme lobbující organizaci — ano. Nevím, jak moc znáte historii European Documentary Network (EDN), ale tato organizace se letos radikálně změnila. Všichni, kdo jsme tam pracovali, jsme odešli, teď je tam nový management, který vede EDN směrem, kterému nerozumím. Vzdávají se příležitosti mluvit za celou komunitu dokumentaristů. Pocházejí z různých sfér mediálního prostředí a většina důležitých hráčů v dokumentárním světě je nerespektuje. Takže to je pryč. A je to obrovská škoda. Protože to byla součást EDN, snažili jsme se promlouvat za celou evropskou dokumentární komunitu. Myslím, že jsme byli jediní, kteří byli Kreativní Evropou přijímáni. Například když se měnily směrnice a týkalo se to dokumentárního filmu, tak nám je poslali a chtěli slyšet názor. Takže určitě ano, potřebujeme organizaci, která stojí za dokumentem a možná na určitém stupni ovlivní vývoj směřování v Kreativní Evropě. To je hodně důležité, ale dnes taková organizace bohužel neexistuje. Je to velká ztráta. Protože Kreativní Evropa je oddělena od skutečného světa. A oni to vědí. Ale rozhodně takovou lobbující organizaci potřebujeme.

Můžete také posoudit, jak se filmařům malých národních kinematografií daří hledat a nacházet mezinárodní potenciál svých projektů?

Velká většina filmařů, včetně těch z malých zemí, má určité povědomí o tom, co to znamená mezinárodní potenciál. Počet projektů, které mo-

hou být financovány a distribuovány mezinárodně, je stále velmi limitovaný. IDF udělalo kus práce. Domnívám se, že většina těch, kteří projdou Ex Oriente Film workshopem, má docela dobrou představu. Většina dalších tomu však příliš nerozumí a jejich představa je taková, že pokud míří mezinárodně, mají k dispozici větší finanční možnosti. Což je samozřejmě správná úvaha. Jestli je ale projekt desetkrát finančně náročnější, konkurence je tisíckrát větší. Tohle malá komunita podceňuje. Druhá věc je si uvědomit, jakým způsobem udělat film, pokud má být mezinárodní. Tohle pořád není dobře známo. Protože ve většině případů to znamená, že se musí film vyprávět jinak. Jde také ale o to, jak znalé jsou instituce, filmové fondy a veřejnoprávní televize. Nikdy jsem nepotkal nikoho z českého Fondu kinematografie, ale vím, že nyní mají větší přehled než v minulosti. Znalosti lidí v ČT se za poslední léta výrazně neproměnily. Někdy vidávám zástupce ČT na pitching fórech, což se před 10 lety nedělo, tady je posun. Ale bohužel stále nejsou silnou součástí mezinárodní televizní komunity. Většina z nich zůstává izolovaná. Velká výhoda západních a severských vysílatelů je, že spolu pracují již léta, neustále spolu komunikují: poslyš, já mám teď jeden projekt, který si myslím, by vás mohl zajímat... A tohle pořád není dost silné ve východní a střední Evropě. Nejde jen o jednotlivce, ale i o instituce, které jsou toho také součástí.

V posledních letech se v souvislosti s digitalizací proměnily také možnosti uplatnění a zviditelnění dokumentárního filmu mimo kina a festivalové okruhy. Jak podle vás mění prostředí dokumentárního filmu dynamika vztahů mezi veřejnoprávními televizemi, komerčními televizemi a internetovými televizemi?

Tak zaprvé daleko větší počet filmů byl natočen, produkce je levnější a také distribuce je snazší. Můžete to distribuovat sama. Takže je daleko více filmů, daleko více dokumentárních filmů je distribuováno a zhlédnuto než před deseti, dva-

ceti lety. To je zlepšení. Ale financování se stalo daleko obtížnějším. Ze strany distributorů. Už jsem to zmiňoval. Kdysi byla možnost film distribuovat jen prostřednictvím televize a klasická kinodistribuce byla vždy hodně malá. A nyní tam, kde předtím televize měly jeden kanál, jich teď mají pět a každý kanál má další podkanály. Pracují s redukovánými rozpočty. Takže je to opravdu složité. Bylo hodně pokusů vytvořit dobré VOD platformy, ale jen velmi málo z nich má udržitelnou ekonomiku. Jen velmi málo peněz se vrací filmařům. Takže distribuce je silnější a rozlehlejší, ale peníze z distribuce jsou daleko menší. A další věc je, že si myslím, že jsme teď v přelomové fázi, protože starý způsob televizní distribuce zaniká, lineární vysílání končí. Vysílání se přesouvá na internet. Televize určitě přežijí, ale jak silné budou, to je velmi těžké předvídat. Komerční stanice jdou rapidně nahoru. Netflix a HBO před pěti lety nebyly nikde a teď jsou všude. Myslím, že digitální distribuce se teprve rodí. Kam to spěje, to je těžké říct, ale významně to změni mediální trh. Jsem zvědavý ještě na jeden aspekt: co to udělá s filmováním, protože tyranie slotů byla velmi dominantní. Muselo to sedět na padesát dva minut a podobně. Ale když se bude distribuovat online, je to jedno, zda to bude dvacet tři minut nebo dva tisíce devět set minut. Na tom nezáleží. Co to udělá s uměním jako takovým, to je těžké předvídat. V minulosti se ukázalo, že technické změny vždy ovlivnily umění jako takové, takže jsem na to zvědavý. Ještě se to neděje, ale to přijde.

Před jakými výzvami stojí dokumentaristé v současném proměňujícím se mediálním prostředí?

Myslím, že jsem se toho dotkl v předchozích odpovědích. Když odhlédneme od situace s financováním, mám pocit, že největší nebezpečí bude, pokud veřejnoprávní vysílatelé neustojí své pozice a komerční je nahradí, nebo je převálcují v tom smyslu, že se veřejnoprávní promění a budou také více orientovaní na trh. Obávám se, že budeme blízko tomu, jak trh vypadá v USA.

Z toho mám strach. Takže jedna výzva je vybudovat silné veřejné instituce, fondy i veřejnoprávní vysílatele. To je hodně důležité, protože jestli se to nechá trhu, VOD platformám a komerčním televizím, bude to mít kreativní dokument hodně těžké. A druhá věc, kterou je také potřeba zmínit, jsou v posledních letech sílící nacionalistická hnutí. V České republice to dobře víte, ale stejné je to na Slovensku, v Polsku, Maďarsku a v některých jiných zemích. V některých zemích jsou filmové instituce pod totální politickou kontrolou. Stojíme před velkým politicko-nacionalistickým problémem. To je dnes velmi důležité. Nemůžeme podceňovat ani politické změny. Nejen ty mediální. Existuje důvod, proč mají severské země tak silnou pozici v mezinárodním filmovém prostředí. Je to dáno dekádami velmi silných veřejných institucí, televize i fondu. To se nemůže podceňovat.

Magda Španihelová