

Přemysl Martinek

Jsou filmové festivaly skutečně platnou distribuční platformou?

Institute filmového festivalu pohledem distributora „festivalových“ filmů

Na konci kapitoly Festivalový okruh v knize *Dějiny filmu* Kristin Thompsonová a David Bordwell citují kritika Rogera Eberta,¹⁾ který varuje před tím, že umělecké filmy²⁾ mohou skončit pouze na festivalovém okruhu a nevstoupit do širší distribuce, což negativně ovlivní jejich možné výnosy. Jakkoliv jsou vztahy mezi festivaly a distribucí komplikované, v obecné představě zůstávají festivaly v pozici zachránců uměleckého filmu jako jakýsi alternativní distribuční okruh, který nabízí prostor pro jeho exploataci, jenž by jinak chyběl. Deset let po Ebertově výroku jsou festivaly i nadále klíčovým prostředím pro selekci a mezinárodní distribuci filmů vyrobených mimo struktury amerického studiového systému (dále Hollywoodu), nicméně filmová distribuce mezi tím prošla radikální proměnou a je otázkou, do jaké míry bude filmové prostředí toto výsostné postavení festivalů i nadále potvrzovat a jestli festivaly, jejichž rozpočty jsou většinou postaveny na penězích z veřejných zdrojů, v současné podobě přežijí rozpočtové škrty způsobené finanční krizí. Festivaly jsou i v České republice „výkladní skříní“ filmového průmyslu a jsou neodmyslitelně spjaté s autorským pojetím kinematografie.

Cílem textu je zaměřit pozornost na funkčnost a platnost teze o filmových festivalech jako „alternativních distribučních platformách“ ve vztahu k současné situaci ve filmové distribuci.³⁾ Text je koncipovaný jako praktický pohled na teoretické koncepty spojené

1) Kristin Thompsonová – David Bordwell, *Dějiny filmu*. Praha: AMU 2007, s. 746.

2) Termín umělecký film postihuje kategorii zejména autorských filmů (ve smyslu auteurský film). Často se také používá termín artový film. Pokud bychom to zjednodušili, pak se jedná o filmy, kde jsou jeho autoři (režisér, scenárista) rozhodujícími činiteli ve vývoji, produkci a dokončení projektu. Jejich pozice je tedy výrazně důležitější než v případě filmů, které vznikají v prostředí, kde má hlavní slovo producent.

3) Festival jako alternativa současné distribuce je tématem mnoha studií, které se festivalům obecně věnují. Základním argumentem je vždy to, že autorské, náročné, umělecké filmy získaly díky rychle rostoucí festivalové síti možnost, jak se mimo klasickou distribuci, která o ně nejeví zájem, dostat k divákům. Ať už se autoři studií dívají na festivaly jakoukoli optikou (ekonomickou, estetickou, sociologickou, antropologickou), vztah k distribuci je v nich popisován víceméně identicky. Jedná se například o texty: Thomas Elsaesser, *European Cinema Face to Face with Hollywood*. Amsterdam: Amsterdam University Press 2009, s. 82–107; Marijke De Valk, *Film Festivals. From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam

s rolí filmových festivalů v audiovizuální kultuře. Hlavní otázky, které si klade, se týkají udržitelnosti významu filmových festivalů pro autorskou kinematografii a pro jejich širší distribuci. Fungují festivaly stále v její prospěch, nebo jsou spíše jejím posledním útočištěm, jakýmsi trpěným prostorem pro filmy, které nemohou mít ambici oslovit širší diváckou obec (tedy nerezignují na experimentování s narací i s formou a na zvýraznění kulturních odlišností)? Studie přitom vychází z analýzy festivalového provozu obecně, ale primárně se zaměřuje na zkušenost s českým festivalovým a distribučním prostředím.

Z praxe na poli distribuce je dnes zřejmé, že zájem publika i lokálních distributorů o umělecké filmy upadá, a ty následně mizí z programů kin. Stále bobtnající síť filmových festivalů sice nabízí prostor pro jejich uvedení, ale jak je to s reálnými příjmy z tohoto typu distribuce ve srovnání s těmi z té klasické? Jak je možné, že když máme nástroj, který umělecké filmy dokáže dostat do popředí zájmu médií a publika, tak v momentě, kdy jsou stejné filmy k dispozici v klasickém distribučním provozu, už tento zájem neexistuje? Jak moc festivaly ovlivňují filmové prostředí v daném teritoriu a co to pak pro distribuci znamená? Jaký je vůbec vztah distributorů a filmových festivalů? To jsou z mého pohledu klíčové aspekty role festivalů ve filmové distribuci, které v současných akademických textech stojí stále na okraji zájmu.

Klasická distribuce versus festivaly

Pokud platí hojně rozšířená premisa, že filmové festivaly jsou klíčovým exploatačním prostorem pro umělecké filmy tváří v tvář hegemonii hollywoodských filmů⁴⁾ ve většině distribučních teritorií, musíme se zaměřit na to, jak analyzovat konkrétní výsledky jednotlivých filmů při uvedení na festivalech a v distribuci a také na to, jaké rozdíly panují v klasifikaci jednotlivých filmů v distribučním prostředí a jakým způsobem klasifikujeme filmové festivaly.

Festivaly jsou jakousi nezávislou, samostatnou entitou, stojící mimo tržní prostředí, ale zároveň jsou považovány za zásadní instrument pro jeho ovlivnění, protože jsou místem předvýběru pro distributory. Festivaly nejsou revolučním prostředím s ambicí měnit stávající distribuční systém, ale prostředkem pro jeho korekci — za předpokladu, že jsou nastavené jako prostor, kde dochází k výběru a soutěži mezi filmy, které se o vstup do distribuce ucházejí a kterým může festivalový úspěch nebo pouhé uvedení ve výběru prestižního soutěžního festivalu otevřít cestu k divákům dalších festivalů nebo v kinech.

Podívejme se nejprve na konkrétní příklady z českého festivalového okruhu a z české distribuce. V klasické distribuci se dnes objevují tři základní typy filmů. Pro přehlednění

University Press 2007; Mark P e r a n s o n , First You Get the Power, Than You Get the Money: Two Models of Film Festivals. In: Richard P o r t o n (ed.), *Dekalog 3: On Film Festivals*. London: Wallflower 2009, s. 23–37. Tezi o festivalech jako alternativním distribučním okruhu podrobila kritice Dina Iordanova – viz D. Iordanova, The Film Festival Circuit. In: Dina Iordanova and Ragan Rhyne (eds), *Film Festival Yearbook 1: The Festival Circuit*. St. Andrews: St. Andrews Film Studies 2009, s. 23–38.

4) Pro podíl, který zaujímá na evropských trzích hollywoodská kinematografie, viz: Scott R o x b o r o u g h , Europe Hits Record \$8.5 Billion Box Office in 2012. Online: <<http://www.hollywoodreporter.com/news/europe-hits-record-85-billion-512243>>, [cit. 8. 1. 2014].

se soustředíme na českou produkci a její produkční podhoubí, které do značné míry reflektuje celosvětový model distribuce. První tuzemskou skupinou jsou filmy financované ze soukromých zdrojů: tedy snímky jako *BABOVŘESKY* (Zdeněk Troška, 2013), *BASTARDI* (Tomáš Magnusek, 2010) nebo *KAMENÁK 4* (Jan Novák, 2013). Skupinu druhou tvoří filmy částečně autorské, částečně žánrové, jejichž postavení se kodifikovalo v pozdních 90. letech, kdy se jim dostávalo značné podpory domácího publika⁵⁾ a filmového prostředí obecně a kdy sklízely mezinárodní ocenění.⁶⁾ Jejich produkci dnes spolufinancuje skrze dotace poskytované hlavně prostřednictvím Státního fondu kinematografie stát společně s veřejnoprávními institucemi, jako je Česká televize. Jde o tvorbu Jana Svěráka, Jana Hřebejka, Alice Nellis, ale i Bohdana Slámy. Tyto snímky jsou podobně jako tituly čistě komerční úspěšně zacílené na lokální publikum, ale mají i mezinárodní ambice. Tato skupina filmů a jejich tvůrců se dá srovnávat například s francouzskými režiséry Arnaudem Desplechinem, Bertrandem Bonellem, Jacquesem Audiardem, Gasparem Noém, tedy s autory generačně spřízněnými.⁷⁾ Poslední kategorii tvoří filmy, které jsou na státních či veřejných penězích závislé absolutně a které českou kinematografii dnes reprezentují na zahraničních i domácích festivalech, ale z hlediska masovější distribuce jsou jaksi „nepoužitelné“. V klasických kinech se jejich návštěvnost pohybuje maximálně v stovkách diváků. Sem je možné zařadit snímky *TAMBYLLES* (Michal Hogenauer, 2011), *PŘÍLIŠ MLADÁ NOC* (Olmo Omerzu, 2011) či *OSMDESÁT DOPISŮ* (Václav Kadrnka, 2010).

Zatímco u klasické distribuce jsme tedy schopni rozlišovat kulturní přínos toho kterého titulu, festivaly obecně jsou neoddiskutovatelně kulturní už ze své podstaty a rozdíl mezi úrovní a přínosem jednotlivých festivalů je pro veřejnost takřka nečitelný. Ve festivalových programech se všechny tyto tři segmenty setkávají najednou, stejně jako se jejich autoři, producenti a koproducenti setkávají v jeho zákulisí. Na festivalech prvního řádu (Cannes, Berlín, Benátky) se i ty z hlediska distribuce nejslabší filmy dostávají do popředí zařazením do festivalové soutěže nebo do některé z vedlejších programových sekcí. Tím pádem získávají mimořádnou pozornost mezinárodních i lokálních médií, případně návštěvníků festivalu zastupujících filmový průmysl. Právě jejich přítomnost je skutečně oním klíčovým mechanismem, kterým jsou festivaly schopné ovlivnit distribuci.

5) Srovnávat návštěvnost filmů jmenovaných režisérů v průběhu posledních let je ošemetné, protože každý film vstupoval do jinak strukturované sítě kin, měl jiný typ kampaně, jiné žánrové zařazení, jiný potenciál, ale v obecné rovině nám tato čísla ukazují, jak silně jednotlivé tituly promluvily do výsledků návštěvnosti v kinech. Film *PELÍŠKY* Jana Hřebejka z roku 1999 vidělo celkově 1 060 375 diváků. Na Oscara nominovaný film stejného autora *MUSÍME SI POMÁHAT* vyrobený v roce 2000 pak 323 981. Autorův předposlední film *SVATÁ ČTVEŘICE* z roku 2012 pak 154 480 diváků. Na film *ŠTĚSTÍ* Bohdana Slámy z roku 2005 přišlo 228 236 diváků. Na jeho další film *VENKOVSKÝ UČITEL* (2008) 195 655. Na jeho poslední film *ČTYŘI SLUNCE* do kin dorazilo 58 288 diváků (informace převzaté z www.ufd.cz).

6) Například v roce 1998 zvítězili *KNOFLÍKÁŘI* (Petr Zelenka, 1998) na festivalu v Rotterdamu, kde o čtyři roky později zvítězily *DIVOKÉ VČELY* (Bohdan Sláma, 2001). V roce 1997 získal *KOLJA* (Jan Svěrák, 1996) Oscara. Film *MUSÍME SI POMÁHAT* (Jan Hřebejk, 2001) byl v roce 2002 nominován na Oscara stejně jako v roce 2004 film *ŽELARY* (Ondřej Trojan, 2003).

7) Ve většině evropských zemích se dá ještě mluvit o kategorii filmů, které natočila nejstarší filmařská generace. Ve Francii jde o Romana Polanského, Jean-Luca Godarda a další tvůrce, kteří svou kariéru započali v 60. letech minulého století a jsou považováni za „skutečné auteury“. U nás k takovým tvůrcům patří Jiří Menzel, Karel Vachek, Jan Němec, Jan Švankmajer (pokud nám jde o generační příslušnost), ale mezi jejich filmy jsou tak podstatné rozdíly z hlediska produkčního zázemí, distribučního potenciálu a vlivu na filmové prostředí, že je na rozdíl od západních kinematografií nemůžeme vnímat jako samostatnou skupinu.

Jenže u menších festivalů u nás i v jiných regionech se pozornost odborné i laické veřejnosti věnuje spíše obecnému zhodnocení postavení akce a důraz je často kladen na uvedení filmů právě z výše zmíněných prestižnějších festivalů — a to nikoliv výhradně filmů oceněných (s výjimkou vítězných) a těch s menším distribučním potenciálem, ale naopak těch, reprezentujících výše uvedenou prostřední skupinu. Řada přehlídek národních kinematografií pak do svého programu zařazuje pouze filmy ze skupiny první. Samozřejmě je rozdíl, když se ve výběru festivalu v Cannes objeví každý rok cca 100 filmů, na které je zaměřena pozornost médií a obchodníků na trhu — lze namítat, že na přidruženém filmovém trhu *Marché du film* je prezentováno dalších několik stovek filmů, ale trh je samostatným subjektem a lze ho srovnávat pouze s podobně koncipovanými akcemi — a když MFF Karlovy Vary uvede každý rok 230 titulů. Karlovy Vary jsou přitom ještě o tři dny kratší než festival v Cannes, a zacílení PR je tak i při nejlepší snaze českého festivalu orientováno především na nejsilnější tituly.

Pokud bychom klasické distribuční prostředí chtěli porovnat s tím festivalovým a promyslet festivaly jako samostatnou distribuční platformu, narazíme na jeden zásadní problém, a tím je nemožnost měření výsledků jednotlivých filmů v rámci jejich festivalového uvedení. K tomu je důležité alespoň naznačit hierarchickou strukturu festivalového provozu.

Festivaly můžeme hierarchizovat pouze jako celek. Kritérií je celá řada. Od kategorizace Mezinárodní federací asociací filmových producentů (FIAPF) udělující festivalům statut kategorie „A“ — tedy mezinárodní soutěžní, přes rozsah filmového trhu, který festival doprovází, až po počty takzvaných *industry* (průmyslových) aktivit zaměřených na podporu vývoje, výroby a distribuce filmů. Či je možné dále festivaly klasifikovat podle počtu VIP hostů, kteří jim zajišťují publicitu, atd. Nemůžeme je ovšem porovnat pomocí nástrojů, kterými se měří filmová distribuce, jako jsou statistiky návštěvnosti nebo General Box Office (GBO), tedy hrubé tržby filmu. Namátkou třeba MFF v Cannes či v Rotterdamu dokonce nezveřejňují ani obecnou statistiku, udávající počet prodaných vstupenek, akreditací a hostů. Mezinárodní festival v Karlových Varech oznamuje čísla obecně. Každý rok uvádí, že se prodalo a rozdalo přibližně 128 000 vstupenek.⁸⁾ Podobná čísla zveřejňuje i přehlídka Febiofest.⁹⁾ Ovšem třeba u Febiofestu jsou do výsledku započítávány odhady návštěvnosti projekcí na místech, kde se vstupenky neprodávají ani nerozdávají, a tudíž se zde počty diváků spíše odhadují, než počítají. Podobně u MFF Karlovy Vary zase pracujeme pravděpodobně s čísly, která vycházejí z rezervačního systému vstupenek, jenž ovšem neměří, kolik lidí se té které projekce skutečně zúčastní. Čísla tak spíše než jako relevantní distribuční ukazatel slouží k tomu, aby festival mohl potvrdit dopad na filmové publikum, aby ukázal, že na tento typ filmů umí přilákat tisíce diváků, zatímco v klasické distribuci by to nebylo možné.

Možná zde srovnáváme nesrovnatelné a u festivalů je kladen důraz na úplně jiný typ evaluace filmů, ale tento rozdíl je nutné vést v patrnosti v momentě, kdy festivalový okruh nazýváme alternativní distribuční platformou. Dá se říct, že festivaly vlastně nahrazují

8) Závěrečná tisková zpráva. Dostupné online: <http://www.kviff.com/download/docs/history/2013_Final-PR_cz.pdf>, [cit. 8. 1. 2014].

9) Závěrečná tisková zpráva. Dostupné online: <<http://www.febiofest.cz/cs/pressroom>>, [cit. 8. 1. 2014].

pouze jeden segment práv, která jsou u filmu k dispozici, a to práva na veřejné projekce v daném regionu. To odpovídá výsledkům filmů v kinech, a pokud nemáme možnost získat relevantní údaje o návštěvnosti, není možné festival s distribucí poměřit. Pro autora nebo producenta je samozřejmě lepší, když se film hraje na festivalu, než kdyby se nehrál vůbec. Je navíc příslibem, že si ho lokální hráči (distributoři, televizní dramaturgové a další) všimnou, a film tak díky festivalu zasáhne i další segmenty audiovizuálního trhu, ale to pořád svědčí spíše o doplňkové, korektivní roli festivalu ve vztahu ke klasickému distribučnímu prostředí.

Uvažujeme-li o festivalu jako o distribuční platformě, je třeba vést v patrnosti, že festivaly jsou schopné dopředu avizovat jen určité penzum filmů ze svého programu. Poučenější návštěvník má pak další reference od novinářů a filmových fanoušků, kteří navštívili festivaly prvního řádu, nebo má oblíbené režiséry, jejichž nové filmy festival uvádí. Pokud se na tyto filmy z kapacitních důvodů nedostane, začne si vybírat z těch projekcí, které jsou ještě k dispozici. Festival tedy generuje masovou návštěvnost filmů exotických z hlediska formy, obsahu i místa původu, ale je to jakýsi vedlejší produkt zájmu o ty „nej-silnější“ filmy.

Festivaly prvního řádu vzniklou situaci kompenzují počty projekcí filmů z oficiálního výběru. Například v Cannes jsou soutěžní filmy uváděny oficiálně minimálně čtyřikrát a k tomu lze připočítat projekce pro novináře a profesionály na trhu — je tedy těžké se soutěžnímu filmu vyhnout. České festivaly uvádějí filmy maximálně třikrát (Karlovy Vary, kde je u některých filmů i jedna společná projekce pro novináře a profesionály) nebo dokonce jen jednou (MFDF v Jihlavě). Filmové festivaly také slouží jako místo pro premiéru nebo předpremiéru titulu, který vstupuje do distribuce. Festivaly distributorům nabízejí PR zázemí, a tudíž pozornost pro film. Pro distributory jsou festivaly dnes zároveň prostorem, kde mohou iniciovat šeptandu (*word-of-mouth*) a také poprvé zpoplatnit zakoupenou licenci na trhu. Nicméně i zde jsou veliké rozdíly jak mezi servisem poskytovaným jednotlivými festivaly, tak mezi počty diváků, kteří jednotlivé filmy na festivalech zhlédnou. Ani zdaleka se ovšem nedá hovořit o ideálním způsobu prezentace filmů. Na festivalech prvního řádu ano, ale u menších přehlídek opět platí, že uvedení filmů může být dokonce kontraproduktivní. Dobře patrné je to opět na příkladech z českého prostředí.

Uvedení filmu má pro distributora nejsilnější komerční efekt u těch přehlídek, které výnosy ze vstupného dělí mezi kinaře a distributora, a u festivalů, které nestojí na akreditacích, ale na volném prodeji vstupenek (v českých poměrech Febiofest či Festival francouzského filmu). Například snímek NEVĚSTINEC (Bertrand Bonello, 2011), uvedený na Festivalu francouzského filmu v roce 2011, dokázal vyprodat pražské kino Světozor (356 míst). Nicméně v týdnu po skončení festivalu na stejné místo přilákal na dvě projekce jen 125 diváků. V celkovém součtu festivaloví diváci tvořili zhruba 35 procent návštěvnosti filmu. U titulů, jako je maďarský JE TO JEN VÍTR (Bence Fliegauf, 2012), pak třeba čtyři festivalové projekce navštívilo přes 50 procent všech diváků, kteří film v České republice viděli.¹⁰⁾ Jenže ne vždy si může distributor tato čísla oficiálně připsat. Především menší fes-

10) Film mimo školní projekce zaznamenal 1354 diváků. Na festivalech (Karlovy Vary, Letní filmová škola, MFDF Jihlava, Jeden svět a Cinema Mundi) ho zhlédlo cca 1490 diváků.

tivaly a ty odehrávající se mimo klasická kina zapojená do systému sběru výsledků Unie filmových distributorů (UFD) oficiální výsledky jednotlivých titulů nedodávají. Festivalové uvedení je tak pro distributora v řadě případů do jisté míry prodělečné. Například návštěvnost u evropských filmů se distributorovi započítává do takzvané automatické podpory distribuce, což je grantový okruh programu Media (dnes Creative Europe). Pokud čísla z festivalů nejde do celkové návštěvnosti zahrnout, v konečném účtování se může distributor prokázat nižšími reálnými počty diváků.

Podobné je to i s placením poplatků za licence k uvedení filmu. Znovu platí, že festivaly, které dělí zisk mezi kinaře a distributora, jsou pro distributora výhodnější než ty, které se domlouvají na fixním poplatku. Zahraniční prodejci licencí si účtují za jedno nebo dvě uvedení filmu na českém trhu od 200 do 1500 euro. Čeští distributoři jsou v pozici, kdy za stejné tituly dostávají nepoměrně méně. Festivaly často argumentují tím, že dělají prospěšnou věc a mají omezený rozpočet, ale ve výsledku odvádějí distributorovi za jednoho diváka například pouze 10 Kč (u kinodistribuce je to průměrně více jak čtyřnásobek). Je otázkou, jestli by na daný film lidé přišli i bez festivalu. Odpověď je s největší pravděpodobností záporná. Jen se obloukem vracím k otázce, jak a zda festivaly představují pro umělecké filmy jediné a klíčové prostředí pro distribuci a finanční výnosy z ní plynoucí. Navíc výše zmíněné festivaly, které odvádějí distributorovi podíl ze vstupného, tak činí pouze ve vztahu k českým distributorům. Zisky z filmů, které nemají českého obchodního zástupce, zůstávají festivalu. U festivalů prvního řádu navíc platí, že je to naopak producent, kdo platí za přihlášku filmu a žádné licenční poplatky za uvedení si neúčtuje.

I z toho důvodu se dnes především v zahraničí stále více ozývají hlasy, které po festivalech požadují změnu jejich ekonomického modelu ve vztahu k licenčním poplatkům, jak píše například Sean Farnel na serveru *indiewire.com*.¹¹⁾ Festivaly dnes platí předražená práva sales agentům (alespoň ve srovnání s tím, kolik za podobné penzum projekcí zaplatí distributor) a u menších filmů vyžadují naopak finanční participaci producenta (přihlášení filmu) a nebo mu platbu kompenzují plněním v podobě PR, platby za ubytování a cestovné pro štáb atd. Farnel navrhuje, aby festivaly začaly odvádět procentuální podíl ze vstupného na jednotlivé projekce jednotlivých titulů (ve výši 35 %), protože dnes skutečně pro mnoho filmů znamenají jedinou možnost uvedení před diváky, a tím pádem i jedinou možnost, jak získat peníze.

Mizející, nebo rostoucí prostor pro exploataci uměleckých filmů?

Do české kinodistribuce v roce 2013 vstoupilo 288 filmů. To je jen o pár více, než bylo uvedeno na jednom ročníku MFF Karlovy Vary. Dá se předpokládat, že mimo klasickou distribuci se do českého prostředí dostane díky festivalům dalších několik stovek celovečerních titulů. Aby bylo možné realizovat desítky festivalů a přehlídek, které se v Česku každý rok uskuteční, musely se tyto události stát nedílnou součástí programů klasických kin. Vý-

11) Sean Farnel, Fair Trade for Filmmakers: Is It Time For Festivals To Share Their Revenue? Online: <<http://www.indiewire.com/article/fair-trade-for-filmmakers-is-it-time-for-festivals-to-share-their-revenue>>, [cit. 8. 1. 2014].

sledkem je, že v jednosálových kinech (a silněji v tzv. artových kinech)¹²⁾ mizí prostor pro nasazování uměleckých filmů. Pro pochopení tohoto trendu je nutné zaměřit se jak na historický vývoj festivalů, tak na změny v dramaturgii těch kin, které se specializují na umělecké filmy.

V České republice se po roce 1989 nejdříve upevnilo postavení klíčového festivalu kategorie A v Karlových Varech, kde se promítá ve dvou standardně fungujících kinech a ostatní sály jsou postaveny pouze pro festival. Silné postavení si udržel i Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež ve Zlíně, jehož tradice rovněž sahá před rok 1989. Poté vznikl přehlídkový Febiofest, který nakonec zakotvil v jednom z multiplexů — tedy festival městského typu, který se odehrává v kinech, kam lidé běžně chodí. Pak se scéna rozšířila o specializované festivaly: pro členy filmových klubů (Letní filmová škola Uherské Hradiště, která vznikla již v sedmdesátých letech, ale podobu festivalu, jenž nakupuje licence na nové a archivní filmy, má až od devadesátých let), festival dokumentárních filmů v Jihlavě — vedle Karlových Varů jsou LFŠ a Jihlava jediné dva festivaly, které si budují vlastní projekční místa a mají ambici stát se klíčovou kulturní událostí pro regionální města —, filmy s lidsko-právní tematikou, G&L filmy, asijské filmy, filmy s ekologickou tematikou, následované festivaly národních kinematografií jako Festival francouzského filmu, Das Filmfest nebo La Película. Dnes však můžeme najít i festivaly argentinského filmu, íránského filmu, festivaly zaměřené na skandinávskou tvorbu, Festival otrlého diváka, festival skateboardových filmů atd. Některá kina pořádají minipřehlídky starších titulů za snížené vstupné (Filmmánia). Nejprve se festivaly soustředily ve větších městech, dnes se třeba i prostřednictvím takzvaných ozvěn konají i v městech, kde chybí standardní kinosál. Někteří distributoři ve svých kinech promítají tituly ze zemí, na které se nejvíce zaměřují (společnost Cinemart pravidelně uváděla přehlídku skandinávských filmů v pražském kině Evald, složenou především z titulů, které v předchozím roce uvedla do kin).

Jestliže tedy dříve byl festival jakýmsi karnevalem, dožínkami, spektaklem, dnes ho můžeme vnímat jako integrální součást distribučního systému, jako jeden z jeho marketingových nástrojů, který má díky svému charakteru události (event) silnější potenciál oslovit návštěvníky kin a hrát může v podstatě cokoliv.

Většina festivalů se dnes odehrává v prostoru klasických kin, které díky nim omezují svůj běžný provoz. Nejzásadnějším problémem z pohledu distributora je tedy jejich množství. V důsledku digitální revoluce v distribuci filmů je dnes do kin uváděno okolo 7 filmů každý týden (ještě před dvěma lety to byly 3–4 filmy). Prostor pro jejich hraní se však spíše zúžil, protože řada kin na digitalizaci z finančních a jiných důvodů nedosáhla a následně ukončila svůj provoz, neboť distributoři dnes nabízejí téměř výhradně digitální kopie.¹³⁾ Přidáme-li změnu v dramaturgii kin — jednosálová kina, která dříve nasazovala 35mm kopie klíčových filmů až po jejich uvedení v multiplexech, dnes tudíž přednostně hrají právě tyto tituly —, zmenšil se především prostor na projekce těch z hlediska ná-

12) Jednosálové kino je kino s jedním sálem. Artové kino je většinou také jednosálové, ale jeho program je zaměřený na prezentaci náročnějšího obsahu, jenž zahrnuje i různé přehlídky a festivaly. Jednosálovým kinem je například Kino Kotva v Českých Budějovicích, jehož program je dnes více či méně identický s programem multiplexu v tom samém městě. Artové kino je například brněnská Scala nebo pražské Aero.

13) Srov. Aleš Daniš, Svět filmu bez perforace. Hrozby a příležitosti digitální filmové distribuce. *Iluminace* 25, 2013, č. 2, s. 89–101.

vštevnosti nejslabších filmů. Tedy filmů, které jsme si zvykli označovat jako festivalové. Neoznačujeme je již jako umělecké nebo autorské nebo artové, ale festivalové proto, že je jejich existence přímo spojována s projekcemi na festivalech, případně jejich uvedením na specializovaných televizních kanálech, jako je ČT Art nebo placený Cinemax či Film Europe. Když k tomu připočteme fakt, že třeba klíčová pražská jednosálová kina jako Světozor nebo Lucerna jsou v období podzimu (z hlediska tržeb klíčovým) výrazně zaplněna festivalovým provozem, je tento prostor ještě menší. A nejsou to přitom kinaři, kdo přebírá iniciativu a nabízí prostor pro širší dramaturgii, než jakou nabízejí nákupčí distribučních firem, ale je to stát a jeho podpora festivalům, díky které si tato kina za pro kinaře výhodných podmínek festivalové štáby pronajímají. V tom je jeden důležitý rozpor. Digitalizace a především ta podpořená z veřejných prostředků kinařům přinesla svobodnější podmínky pro nasazování filmů. To se mělo projevit jednak vyšší návštěvností kin v důsledku uvádění mainstreamových premiérových titulů, ale zároveň měla kinařům poskytnout možnost využít jednodušší a levnější cirkulaci evropských a lokálních filmů. Výsledek je zatím jemně řečeno rozpačitý a pro kinaře je jednoznačně zajímavější poskytnout své kino festivalu s jistotou finančního příjmu než propracovaně strukturovat svou nabídku a vnášet do práce s divákem vlastní dramaturgii (pokud není autorem festivalového projektu on sám).

Festivaly se tak skutečně pro řadu filmů stávají jedinou platformou pro jejich uvedení v tom kterém teritoriu, ale jsou to dvě až tři projekce v kinech. České festivaly navíc v drtivé většině vyžadují exkluzivitu prvního uvedení, takže některé tituly lze zahrát pouze na jediném festivalu (samozřejmě existují i výjimky). O prodej licencí na zbývající platformy (televize, VOD, DVD) se musí postarat sám producent nebo mezinárodní prodejce práv. Pokud je film v distribuci, jsou v daném teritoriu k dispozici všechna práva na dobu šesti až deseti let a také obchodní zástupce (distributor), který s nimi disponuje. Stále tedy platí, že film, který vstupuje do distribuce, má větší šanci prosadit se v daném regionu, a i proto je distributor pro prodejce práv nebo producenta důležitější než festivalový dramaturg. U většiny filmů, které jsou zakoupeny distributorem, je to také on, kdo poté rozhoduje o jejich festivalovém nasazení. O rostoucí síle festivalů ve vztahu k distribučnímu prostředí však svědčí fakt, že čím dál tím více filmů národních kinematografií je do českých kin nasazováno až po skončení konkrétního festivalu — například filmy francouzské až po uvedení na Festivalu francouzských filmů na konci listopadu. Jistota, že právě tento festival umí nastartovat slušnou distribuční kariéru jednotlivým filmům, se ale pomalu vytrácí. Jednak pro tolik filmů uvolněných najednou už nemají kina místo, jednak si navzájem berou diváky, protože jsou určeny stejné cílové skupině. Jinými slovy, festival, který svou spoluprací s distributorem založil na ekonomicky zajímavých výsledcích filmů na něm uvedených, sám způsobil to, že jeho dříve platný obchodní model je přesycený a nefunguje tak jako dříve. Francouzským filmům festival vždy pomohl prosadit se v médiích (i díky pozvaným hostům) a v povědomí fanoušků. Dnes je ale spíše prostorem, kde se pouze vytěží jeho potenciální návštěvnost. Takový vývoj má vliv na proměny významu jiných distribučních platform.

Výše popsany problém totiž nepostihuje pouze český trh, ale i další evropské regiony, kde je festivalový „kalendář“ i přes značné rozdíly v jednotlivých teritoriích strukturován stejně. Evropská komise, potažmo grantový aparát, dnes pod tíhou situace velí k vysoké

podpoře VOD aktivit.¹⁴⁾ Když se vytrácí prostor pro filmy v kinech, je nutné je divákům nabídnout jinde, a to nejlépe hned od premiéry (systém tzv. day and date uvedení). To není pouze reakce na eventizaci distribučního prostoru, ale také na rostoucí počet filmů, které jsou uváděny pouze na festivalech, a k širšímu okruhu diváků se tak často nedostanou. Je otázkou, jestli přesunutí na internet není jen vyklizením pole a přijetím porážky, kterou evropský umělecký film na poli distribuci prožívá.

Ona festivalizace provozu klasických kin se zdá být specialitou středoevropského regionu, který v důsledku několik desítek let fungujícího systému státem ovládané distribuce není vyvinut tak, jak je tomu v tradičních kapitalistických zemích. Jestliže je svět festivalů prvního řádu i nadále světem *auteurského* filmu, protože v jejich programech stále rezonuje nástup evropských nových vln, u nás byl tento vztah cenzurou znemožněn a kontinuita s tradicí *auteurského* filmu chybí. Nedostatek diváků pro umělecké filmy a silný podíl hollywoodských studií na trhu totiž ve střední a východní Evropě nutí menší kinaře k tomu, aby spíše než kontinuálnímu uvádění filmů třeba v týdenních nasazeních dávali přednost nasazení na jednu až dvě projekce měsíčně a programovaly filmy do specifických kolonek, jako jsou projekce pro seniory, matky s dětmi nebo příznivce dokumentárního filmu.

Jestliže dříve tedy festivaly fungovaly jako místo setkávání filmařské komunity, místo soutěže mezi ne-hollywoodskými filmy, kde se určovalo, který z nich bude mít šanci na širší uvedení v klasické distribuci,¹⁵⁾ dnes festivaly samy přebírají distribuční iniciativu a do značné míry parazitují právě na prostoru, který byl distribuci dříve vyhrazen. Distribuční iniciativou se v tomto případě nemyslí aktivity festivalů jako Era Nové horizonty v Polsku nebo Ostrava Kamera Oko v České republice, které mají vlastní distribuční společnosti, vstupující na standardní trh, ale přesun festivalových filmů z distribuce do na sebe časově navazujících programů různě dramaturgicky postavených festivalů.

Dramaturgie jako klíčový rozdíl mezi festivalovým a distribučním provozem

Při analýze vztahu distribuce a festivalů je nutné zaměřit se i na to, jakým způsobem probíhá výběr filmů do obou platform. Tedy na dramaturgii, a to jak v globálním, tak lokálním měřítku. Protože je to právě dramaturg (u distribuce se používá spíše termín nákupčí / buyer), kdo rozhoduje o tom, které filmy se k divákům tak či onak dostanou. Tady můžeme vidět zásadní rozdíl, který je samozřejmě strukturální, ale zároveň ilustruje to, proč panuje jistá nerovnováha mezi přijímáním a exploatací autorského filmu v distribuci a na festivalech. Distribuce (a nejen nákup filmů, ale i jejich programace v kinech a mediální reflexe) totiž svou dramaturgii opírá o filmy ve stádiu vývoje, tedy filmy nehotové, kdežto festivaly pracují s již hotovými filmy, což dle mého názoru zastiňuje i to, že distri-

14) Kromě podpory, o kterou mohou požádat přímo VOD platformy (http://ec.europa.eu/culture/media/fundings/new-technologies/support-vod-dcd/index_en.htm), existuje i projekt podpory souběžného uvádění filmů do kin a na internet (http://ec.europa.eu/culture/media/fundings/new-technologies/support-vod-dcd/index_en.htm).

15) T. Elseasser, cit. d., s. 92.

butoři chtějí uvádět primárně filmy, které si na sebe vydělají, a festivaly zase filmy s jakousi uměleckou přidanou hodnotou.

Klasická distribuce funguje především díky předprodejům práv (pre-sales). Ne, že by filmy byly prodané dříve, než budou prodané, ale jednotliví hráči do jejich produkce vstupují v momentě, kdy mají k dispozici třeba jen synopsi, leták s obrázky a v lepším případě scénář. Pracuje se tedy s možnými očekáváními potenciálního publika v blízké budoucnosti, a nikoli se zkušeností z projekce filmu s diváky a s jeho kritickým zhodnocením, k čemuž byly klíčové festivaly dříve optimálním prostorem. Výnosy z kino-distribuce už nejsou v samotném financování produkce filmu tak důležité, i když výnosy z předprodeje ano. Nové filmy autorů, u kterých se dá předpokládat úspěch na festivalech prvního řádu a které zná širší publikum, se prodávají i dva roky před tím, než vstoupí do stádia produkce, a za cenu několikanásobně vyšší než v momentě, kdy jsou dokončené. Riziko finanční ztráty se tedy přesouvá od producenta spíše směrem k distributorovi, který film kupuje s tím, že musí doufat, že za zmíněné dva roky se skutečně podaří do filmu nalákat nějakou výraznou hereckou hvězdu, že film bude skutečně takový, jak prodejce před jeho vznikem avizoval, nebo že jeho režisér potvrdí své postavení a znovu přiláká do kin stejný nebo větší počet fanoušků.¹⁶⁾

Pokud bychom to srovnali se systémem, jakým své filmy distribuují hollywoodské společnosti, nenajdeme kupodivu příliš odlišností. Tedy alespoň v tom, že distributor pracuje s filmem, jenž neměl možnost dopředu vidět, což se ještě více prohloubilo s nástupem uvádění filmů v jednom termínu ve většině teritorií najednou. I tady se s kampaní začíná v momentě, kdy film ještě není hotový a marketéři se tak musejí držet několika málo informací, které mají k dispozici, a budit mnohdy později nenaplněná očekávání publika. Zásadní rozdíl je samozřejmě v obchodním modelu, kdy jsou hollywoodské filmy distribuovány skrze smluvně vázané distributory s podílem na zisku, a nikoli na základě předprodeje práv. I když onen před-prodej se odehrává o stupeň výše v prostředí produkčních a investičních firem uvnitř Hollywoodu. Důležité nicméně je, že se v obou prostředích pracuje s ještě nenatočenými filmy. Podobně jako musí distributoři nakupovat filmy „na slepo“, jsou i kinaři odsouzeni k tomu, že většinu filmů nasazují do programu, aniž by je viděli, a musejí se tak spoléhat na to, že jim distributor ve svých propagačních materiálech nelže. Silnější distributoři pak mohou uvedení atraktivního hitu podmínit nasazením svých méně atraktivních titulů, u kterých je dopředu jasné, že se pro místní publikum tolik nehodí. Nutným výsledkem silného přetlaku filmů v kinech a dominance multiplexů, nabízejících v jednom čase možnost výběru, je pak úbytek diváků. Umocněný i tím, že dnešní publikum má nepřeberné možnosti kulturního vyžití. Instituce lokálního kina totiž nemá možnost stát se jakýmsi „chráněným“ prostorem, jako jsou galerie, divadla a hudební kluby, které si budují vlastní diváckou základnu osobitou dramaturgií.

16) V Evropě je dnes také běžné, že umělecké filmy vznikají v mezinárodních koprodukcích, aby se tak zajistila možnost získat prostředky z různých národních i regionálních fondů a z televizí, operujících v celé Evropě (Arte, Canal plus). Česká kinematografie zatím v koprodukcích není příliš silná a i to je jeden z důvodů, proč jsou čeští producenti nuceni spoléhat na získávání financí na lokálním trhu a oslovovat komerční firmy, jejichž účast se promítne jednak do zacílení filmu na co nejširší cílovou skupinu, jednak často také product placementem.

Tohle všechno ovšem neplatí pro festivaly. Na festivalech se pracuje převážně s filmy, které projdou dramaturgickým výběrem. Dá se předpokládat, že festival v Cannes nasadí do soutěže nový snímek režiséra Romana Polanského, i kdyby se dokončil deset minut před projekcí, protože svému auteurovi věří. Stejně tak se dá předpokládat, že se třeba malý festival (v ČR třeba Febiofest) bude snažit pro svůj program získat vítězný film z ně kterého z velkých festivalů, protože ten mu přitáhne pozornost médií a publika. To jsou ale spíše výjimky potvrzující pravidlo. Festivaly sebe sama propagují především jako událost, sbírají kredit svým trváním nebo postavou festivalového ředitele či ředitele programu. Na festivalech se chodí na filmy z exotických destinací, protože se v rámci jakési společenské dohody mezi organizátory festivalu a návštěvníky prostě věří tomu, že film byl na festival z nějakého dobrého důvodu vybrán. I když jsou tedy jednotlivé tituly na festivalech oproti distribuci jaksí upozaděné (nejsou součástí primární marketingové kampaně, nefigurují na plakátech atd.), jsou k nim diváci vstřícnější. Chápou, že jejich konzumpce je součástí nějaké vyšší kulturní hry. Samozřejmě i ve festivalových katalozích se pracuje s krátkými anotacemi, které mohou být pro diváka stejně matoucí a nepřesné jako distribuční listy, s nimiž pracuje distributor při nákupu filmů. Příčetný dramaturg ale do programu nevybere film, za kterým by si nestál nebo by ho nevnímal jako důležitý třeba vzhledem k jeho politickému obsahu. Podobnou úlohu sehrály v klasické distribuci v 60. či 70. letech třeba filmové kluby, které byly v době, kdy nebylo tolik festivalů, prostorem, kde se potkávalo spřízněné publikum, vymezující se proti mainstreamu a hledající filmy s jinou než zábavní hodnotou. To, že jsou dnes festivaly místem, kde diváci sledují filmy v zaplněném sále, je důkazem, že publikum pro umělecké filmy existuje. Taková důvěra se ale už nepřenáší do klasické distribuce po skončení festivalu.

Publikum uměleckých filmů, jinými slovy, kinařům a distributorům nevěří — i když na důvěře, jako klíčovém faktoru marketingu, je například postavena dramaturgická koncepce pražských artových kin Světozor, Aero nebo Oko, což je ovšem znovu dáno eventizací jejich programu, tedy vysokým počtem festivalů, speciálních projekcí a alternativního obsahu, který nabízejí. Výhodou festivalových dramaturgů v porovnání s klasickými distributory je jednak to, že nejsou odkázáni na výsledky návštěvnosti jednotlivých filmů, ale řídí se celkovým dopadem festivalu na kulturní a sociální prostředí. Zároveň pracují s filmy, u kterých jsou schopni reálně odhadnout, jaké budou mít publikum, do jakého času se hodí. Navíc pracují s publikem, které přijde za jejich výběrem na jedno konkrétní místo. V klasické distribuci často musí distributor pracovat s filmy, které jsou jiné, než při jejich nákupu předpokládal, a přesvědčovat publikum, aby si je samo našlo v programu různých kin na různých místech regionu, v němž distributor operuje.

Festivaly a jejich vliv na filmový průmysl a jeho reflexi

Pro distribuci autorských filmů, které jen těžko hledají prostředky na výrazné marketingové kampaně, je klíčová také jejich reflexe ze strany médií a dnes i laické veřejnosti, organizované na fanouškovských webových stránkách, jako je například csfd.cz. Na jednu stranu jsou festivaly prostorem, kde se média na filmy soustředí, kde mohou díky přítomnosti jejich autorů proběhnout rozhovory, kde se sbírají první ohlasy. Na druhou stranu

festivaly mohou ovlivnit obecnější představy publika o současné světové produkci, mohou se stát jakousi výkladní skříní filmového průmyslu, která dokonale maskuje neutěšený stav autorské kinematografie tváří v tvář publiku, navštěvujícímu primárně klasická filmová představení. Díky důvěryhodnější, strukturovanější a smysluplnější dramaturgii mají festivaly skutečně výhodu a mohou ovlivnit tu část publika, jež filmy aktivně vyhledává. Mohou je kultivovat. V českém prostředí například není příliš obvyklé, aby média vysílala své korespondenty na zahraniční festivaly, a tak je to především karlovarský festival, který určuje, jak bude naše filmové prostředí vnímat stav současné světové umělecké produkce.¹⁷⁾ Divák je tedy přesvědčován, že prostřednictvím festivalů proniká do jiného, lepšího světa filmu, který se silně vymezuje proti mainstreamu, jenž divákovi nabízí běžná kina.

Problematické je to ovšem třeba u festivalů národních kinematografií konaných v Česku, jimž je výběr často diktován prostřednictvím příslušného domovského ministerstva a jeho strategie o propagaci země. Jen málokterá ambasáda latinskoamerické země je třeba u nás ochotná podpořit uvedení „svého“ filmu do klasické distribuce, což ovlivňuje jeho přítomnost v celém audiovizuálním prostoru — a často je to z politických důvodů.¹⁸⁾ Na druhou stranu právě tyto ambasády organizují své vlastní jednorázové filmové festivaly, kde představí tu méně konfliktní část produkce. Často z jejich výběru musí vypadnout filmy, na které z finančních důvodů nedosáhnou, což jsou většinou filmy zastupované mezinárodními sales agenty — tedy neúspěšnější festivalové filmy. Divák tedy z festivalu odchází s tím, že ví, co se v dané zemi točí, ale obraz je to neúplný a často falešný. Festivaly tak mají další specifický dopad na kino-distribuci. Pokud je hlad po poznávání nových filmů například z Argentiny nebo Mexika saturován na festivalech a v distribuci se filmy z těchto oblastí téměř nevyskytují, není to tím, že by ve srovnání s ostatní produkcí byly horší nebo méně divácké, ale tím, že na ně publikum do standardních kin nemusí a neumí chodit.

Výše zmíněné nastavení diváckých očekávání ve vztahu k festivalové dramaturgii je problematické ovšem i u větších tuzemských festivalů, což je opět dáno tím, že na rozdíl od západního světa Česko dohání čtyři desetiletí, kdy exploatace filmů podléhala ideologickému, státnímu doзору. Například program karlovarského festivalu balancuje na hraně mezi festivalem, který udává směr (mezinárodní soutěž, soutěž východoevropských filmů, prezentace projektů ve vývoji atd.), a akcí sanující potřebu velké přehlídky úspěšných filmů z jiných festivalů (jednu dobu měl dokonce sekci přímo věnovanou programu festivalu v Cannes, nazvanou Otevřené oči). K tomu karlovarský program zahrnuje řadu retrospektivních a archivních sekcí a dokonce i soutěž dokumentárních filmů. Výsledkem je, že ani jednu funkci festival neplní tak, aby se stala dominantou jeho profilu. Červeným ko-

17) Jan Gregor – Tomáš Stejskal, Vary: Kdeže loňské pecky jsou aneb čekání na velký hit. Online: <<http://aktualne.centrum.cz/kultura/mff-karlovy-vary/clanek.phtml?id=784502>>, [cit. 8. 1. 2014].

18) Příkladem takové praxe může být třeba uvedení chilského snímku *POST MORTEM* (Pablo Larraín, 2010) do kin (Artcam). Na distribuci filmu věnovanému událostem okolo vojenského puče Augusto Pinocheta se chilská ambasáda odmítla jakkoliv podílet, protože toto téma se vychyluje z oficiální doktríny, jak Chile v zahraničí prezentovat. Podobně společnost Artcam neuspěla s filmem *POST TENEBRAS LUX* (Carlos Reygadas, 2012) u mexické ambasády, kde opět vadil příliš negativní pohled na současnou mexickou společnost. Zkušenost se opakovala i se srbskou ambasádou, která měla problém s filmem *KLIP* (Maja Miloš, 2012) a odmítla podpořit návštěvu jeho režisérky v Praze.

bercem a příjezdy štábů před uváděním soutěžních filmů simuluje atmosféru festivalů prvního řádu, ale jsou to právě soutěžní filmy, které už delší dobu nemají ani komerční potenciál ani nepředstavují žádnou vyšší kvalitu ve vztahu k moderním trendům současné kinematografie. Chybí jim výraznější pokrytí v médiích a ani festival jim ho jak na lokální, tak na mezinárodní úrovni není schopen zajistit. Pro řadu návštěvníků je festival spíše místem společenského setkávání než pátrání po filmech nedostupných v distribuci. Karlovy Vary musí být takové malé Cannes, ale pouze tak, že kopírují vnější atributy tohoto festivalu a nikoliv jeho vnitřní strukturu a silnou dramaturgii.

Festivaly také ovlivňují filmový průmysl tím, že vyvíjejí tzv. industry aktivity, které mohou být zaměřeny nejen na setkávání filmových profesionálů, ale i přímým vstupem do produkce vybraných filmů. Dobrým příkladem je filmový festival v Rotterdamu, kde byla postupně vytvořena sekce Cinemart, která slouží k prezentaci vybraných připravovaných filmů odbornému publiku. Sekce Hubert Balls Fund se zase podílí na financování filmů z Asie a bývalých postsovětských republik. Tyto aktivity však musejí mít dobré finanční zázemí a pro sponzory jsou v českém prostoru vlastně jen velmi málo atraktivní, protože se o ně nedá opřít PR. U nás je jich tedy jen poskrovnu.

Základem tohoto stavu je fakt, že financování českých festivalů neprobíhalo v posledních letech (podobně jako financování jiných velkých kulturních akcí) transparentně a že především soukromí partneři mají na programovou strukturu festivalů a jeho PR velký vliv. Karlovy Vary i ostatní velké české festivaly byly od 90. let financované díky přímým zásahům poslanců do státního rozpočtu, díky netransparentnímu rozhodování místních samospráv a samozřejmě díky soukromým partnerům — ČEZ, RWE, Synot, ČSOB, KB. I když se později zavedla výzva pro festivaly v rámci grantového řízení Státního fondu kinematografie a peníze na festivaly se rozdělovaly i v rámci grantového okruhu odboru médií a audiovizu na ministerstvu kultury, stále platí, že některé festivaly jsou financovány mimo tyto oficiální struktury. V loňském roce navíc právě ministerstvo kultury ve výše uvedeném okruhu nerozdělilo žádné finance, protože z něj byly staženy finanční prostředky, a tak se hledalo jinde, aby se rozpočty festivalů nepropadly za únosnou mez.¹⁹⁾ Je přitom pozoruhodné, že i když stále častěji cítíme neochotu veřejnosti akceptovat skutečnost, že natáčení českých filmů je třeba finančně dotovat, u festivalů toto přesvědčení chybí. Festivaly jsou brány jako něco, co se podporovat přirozeně má nebo se o tom alespoň tolik nediskutuje. Ale i tak je financování českých festivalů z roku na rok zásadní překážkou pro jejich rozvoj a emancipaci od světa politiky a byznysu, který od festivalu tohoto typu očekává něco úplně jiného než klasický filmový fanoušek nebo na druhé straně filmový profesionál. Tento finanční tlak a nejistota brání profesionalizaci festivalů, což je klíčové pro jejich rozvoj, a tím pádem je není možné více institucionalizovat.²⁰⁾ Právě institucionalizace pomáhá festivalům skutečně intenzivně zasáhnout do filmového prostředí a pod-

19) Jiří A n g e r, Schází filmovým festivalům víc peníze, nebo kreativita? Online: <<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/novinky/clanek.phtml?id=793785>>, [cit. 8. 1. 2014].

20) I kvůli tomu v českém prostředí neexistuje fluktuace klíčových dramaturgů v takové míře jako ve vyspělých západních zemích, což vede ke konzervaci přehlídek. Při pohledu na změny na klíčových postech ředitelů programu festivalů v Locarnu, Berlíně, Benátkách, Římě a na dalších místech vypadá svět filmu jako svět špičkového fotbalu, kde trenéři putují z týmu do týmu dle svých výsledků. V Čechách jsou úzce spojené s lidmi, kteří je po roce 1989 zakládali anebo resuscitovali.

porovat „své“ filmy na jejich další cestě k divákům právě skrze klasickou distribuci. Takovou vnitřní strukturu si u nás zatím budoval jen jihlavský festival, kde se však jednalo o samostatné projekty Institutu dokumentárního filmu, z nichž ten klíčový byl loni přesunut do Prahy a odehrává se dnes během festivalu Jeden svět.

České festivaly tak ovlivňují laickou i odbornou veřejnost, co se týká hodnocení zahraniční produkce. V rámci českého filmového průmyslu však mají pouze společenský dopad. Nemluvě o tom, že kromě festivalu v Jihlavě (industry activity) a Jednoho světa (vyváží svůj formát hlouběji do prostoru bývalého sovětského bloku) mají minimální vliv na mezinárodní scéně. Pokud jsou pro český prostor vnější atributy festivalů důležitější než filmy, je jejich síla a efekt marginální i v rámci standardní lokální distribuce. Tedy pokud bychom se zaměřili na to, jak jejich dramaturgie ovlivňuje dramaturgii distribuční, a nikoli na ekonomické výsledky, kterým jsme se podrobně věnovali v první půli studie.

Závěr

Thomas Elseasser ve svém textu „Film Festival Networks“ píše, že festivaly společně každý rok vyselektují skupinu filmů, která se dostane do širší distribuce. Díky tomu je pak téměř kdekoli na světě možné v multiplexu natrefit na stejné festivalové hity, které „soutěží“ o pozornost s hollywoodskými blockbustery, jež se hrají ve vedlejším sále. Elseasser vnímá festivaly jako prostor, který je využíván jak producenty nezávislých filmů, tak americkými filmovými společnostmi. Jako prostor, ze kterého se rekrutují režisérské, autorské osobnosti, jež mohou později proniknout k režii klíčových blockbustů. Jako prostor dialogu mezi světem komerce a umění. Jenže digitalizace kin, která uvedla do života instrument Virtual Print Fee (VPF), kdy distributor platí za nasazení v multiplexu povinný příspěvek firmě, jež ho zdigitalizovala, možnosti festivalů stát se oním garantem širší distribuce pro několik neúspěšnějších filmů smazává. VPF totiž platí jak distributoři hollywoodských filmů, tak těch uměleckých. Návratnost této investice je nejistá a menší distributoři nemohou ztráty kompenzovat z úspěchu svých větších filmů. Podobně se vychyluje i poměr uvádění hollywoodských a uměleckých filmů v jednosálových kinech.

Festivaly se tak stávají místem, kde se sice potkává Hollywood s uměním, ale zatímco Hollywoodu to přináší pozornost médií, profesionálního i laického publika a potvrzení vysoké kvality filmů, které se uvolí na festivalech prezentovat, umělecké filmy mohou na chvíli zazářit a pak oběhnout svět pouze prostřednictvím stále rostoucí festivalové sítě. Do distribuce se nedostanou. Společně s rizikem, že stoupající počet festivalů přijde o klíčové veřejné finanční prostředky, na nichž jsou existenčně závislé, je otázkou, zdali není na čase přesvědčení o festivalech jako klíčovém prostoru pro prezentaci nezávislých, uměleckých a autorských filmů znovu promyslet.

Evropský film je dnes v mnoha ohledech rukojmím veřejných institucí, které ho financují — od národních veřejnoprávních institucí (televize, fondy) přes ministerstva po mezinárodní organizace financované z rozpočtu Evropské komise (program Media — dnes Creative Europe). V Evropě dnes vznikají ročně stovky filmů, které si hledají cestu k divákovi, a jejich producenti přirozeně využívají možnost vytvořit pro ně takové prostředí, kde jejich návštěvnost, tváří v tvář silně konkurenčnímu hollywoodskému ekonomickému

modelu, který ovládá evropské distribuční trhy, nebude klíčovým rozhodujícím faktorem pro jejich přijetí a životnost. Ty důležité funkce festivalů, jako je selekce klíčových titulů, testování jejich dopadu na publikum, soutěž mezi filmy a propagace za pomoci odkazů na historii a prestiž festivalových ocenění dnes čím dál tím méně nachází odezvu v komerčním prostředí standardní distribuce. I když festivalů přibývá, publikum uměleckých filmů mizí před očima a přesouvá se směrem k eventům, kde je obsah podřízen stylu, jakým je prezentován.

Jestliže od doby svého vzniku festivaly symbolizují nástup a potvrzení autorského filmu jako odpovědi na hollywoodský žánrový model, dnes se paradoxně stávají jeho hrobníkem. Pokud budou autorské filmy odsouzeny k dvěma třem projekcím na lokálním festivalu, ani cena z Cannes těmto autorům nezaručí, že je někdo bude za pár let ještě znát. Možná, že je to přirozené, ale hluboké rozdíly mezi českými festivaly a jejich zahraničními protějšky ukazují, jak moc jsou festivaly omezené lokálním prostředím a jak ho často nemohou přesáhnout, i když by k tomu měly mít obecné předpoklady. Základní problém vztahu festivalů a distribuce je to, že i když se festivaly snaží vytvořit systém, jak umělecké filmy dostat do popředí zájmu, a udržovat tak svůj vliv na filmové prostředí, je to pouze za cenu toho, že standardní distribuci těch stejných filmů pomáhají marginalizovat.

Pokud bychom se tedy vrátili k sugestivní otázce z titulu tohoto textu, zda filmové festivaly mohou být platnou distribuční platformou, tak by odpověď byla z mnoha důvodů záporná. Zároveň, jakkoli je těžké předvídat vývoj v této oblasti, není vyloučené, že postavení festivalů bude postupně silít na úkor klasické distribuce a nebude existovat vůle k revizi konceptu festivalu jako alternativní distribuční platformy.

Přemysl Martinek. Absolvent Katedry filmové vědy na FF UK. V letech 2004–2007 působil jako hlavní dramaturg a později programový ředitel MFF Febiofest. V roce 2007 krátce zastával pozici label managera v marketingovém oddělení distribuční společnosti Bontonfilm. Od roku 2008 je výkonným ředitelem distribuční společnosti Film Distribution Artcam.

Citované filmy:

Babovřesky (Zdeněk Troška, 2013), *Bastardi* (Tomáš Magnusek, 2010), *Čtyři slunce* (Bohdan Sláma, 2012), *Divoké včely* (Bohdan Sláma, 2001), *Je to jen vítr* (Bence Fliegauf, 2012), *Kameňák 4* (Jan Novák, 2013), *Klip* (Maja Miloš, 2012), *Knoflíkáři* (Petr Zelenka, 1998), *Kolja* (Jan Svěrák, 1996), *Musíme si pomáhat* (Jan Hřebejk, 2000), *Nevěstinec* (Bertrand Bonello, 2011), *Osmdesát dopisů* (Václav Kadrnka, 2010), *Pelíšky* (Jan Hřebejk, 1999), *Post Mortem* (Pablo Larraín, 2010), *Post tenebras lux* (Carlos Reygadas, 2012), *Příliš mladá noc* (Olmo Omerzu, 2011), *Svatá čtveřice* (Jan Hřebejk, 2012), *Šťěstí* (Bohdan Sláma, 2005), *Tambylles* (Michal Hogenauer, 2011), *Venkovský učitel* (Bohdan Sláma, 2008), *Želary* (Ondřej Trojan, 2003).

SUMMARY

Are Film Festivals Truly a Valid Platform for Distribution?

*The Institution of Film Festivals from the Perspective
of the Distributor of "Festival" Films*

Přemysl Martinek

This study attempts to contribute to the debate on whether the current environment of film festivals may be perceived as an alternative circuit of distribution from the perspective of a film professional. If this position on the part of festivals is uncritically accepted in the field of festival studies, it is the result of a misunderstanding of the differences between the two worlds. Festivals and distribution differ in the ways they work with individual titles and select titles for distribution and festival line-ups. The text also focuses on changes accompanying the increase in the number of film festivals, as festivals are organized at present in classic cinemas and occupy the space formerly restricted to the standard distribution of auteur cinema. The study also challenges the perception of film festivals as events of indisputable cultural value, which is, according to the author, negatively reflected in the current film environment, as well as in an unbalanced position of distributors and festival organizers in relation to the authorities who decide on the allocation of public resources.

The author comes to the conclusion that auteur film, categorized currently more commonly as art-house or festival film, is actually endangered rather than supported by the existence of festivals. Economically speaking, this is primarily caused by the fact that revenues from screenings at festivals do not substitute for revenues from classic distribution. The added value in the form of PR support for films screened within festival programs is limited to a few key titles, which would enter regular film distribution anyway, regardless of whether they were screened at festivals or not. Even when a film enters distribution owing to its festival success, it is not guaranteed that art-house cinemas will be able to screen it as increasing space in their programs is occupied by variously structured film festivals. The study attempts to demonstrate, through concrete examples from the Czech festival and distribution environment, that the phenomenon of festivals is generally a positive step towards supporting the exploitation of auteur cinema on other platforms, although it is devastating for these kinds of films in the reality of a small film market.