

JAN KŘIPAČ / 10. 6. 2021

Role kultury při obnově společnosti je nezastupitelná.

Rozhovor s Danielou Staníkovou

Letos uplynulo třicet let od vzniku programu Kreativní Evropa – MEDIA, který podporuje rozvoj evropské kinematografie a audiovizuálního průmyslu. Kromě samotného financování filmů jdou jeho prostředky na celou řadu dalších aktivit. O náplni programu jsme hovořili s vedoucí české kanceláře Kreativní Evropy MEDIA Danielou Staníkovou.

Program MEDIA je součástí širšího programu Kreativní Evropy. Jaká je její historie a co je jejím cílem?

Program Kreativní Evropa vznikl v roce 2014 sloučením tehdejších dílčích programů KULTURA a MEDIA, který započal už v roce 1991. Dále k nim byl přidružen MEDIA MUNDUS, který se věnoval spolupráci Evropské unie a světa v oblasti financování kultury. Kreativní Evropa se stala zastřešující institucí, přičemž programy fungují nezávisle na sobě dál. Ale díky tomuto zastřešení se prohloubila mezioborová spolupráce, což je trend, který se v současnosti čím stálo více prosazuje. Kreativní Evropa má díky tomu možnosti podporovat širší spektrum projektů, které o sobě navzájem vědí.

Za jakým účelem vznikl program MEDIA?

Hlavními pilíři byly na začátku devadesátých let distribuce a vývoj filmu. Smyslem bylo podpořit evropský filmový průmysl. V osmdesátých letech totiž bylo až osmdesát procent filmů v evropských kinech americké provenience. Evropské filmy byly ve

výrazné menšině, neprodávaly se. Díky programu MEDIA se podíl evropských filmů v kinech podařilo zvýšit na třicet procent. Dalším problémem evropského filmového průmyslu byla nedostatečná pozornost věnovaná vývoji filmu. Systém byl nastaven tak, že podpůrné fondy financovaly filmy až ve fázi produkce, takže například profese scenáristů byla odsunuta bokem. Scenáristé byli izolováni jak od sebe navzájem, tak od spolupráce s producenty. Z toho důvodu byl vytvořen program zaměřený výhradně na vývoj filmu. Takže byly podpořeny veškeré práce, které jsou spojeny s přípravou projektu před tím, než jde film do fáze realizace. S tím souviselo i vzdělávání – původně právě scenáristů nebo týmů producent – scénárista – režisér. Tato oblast se potom rozšířila podle toho, jak se filmový průmysl vyvíjel. Na tyto tři pilíře se postupně napojily další podpory – videoher, televizních programů, kin, filmové výchovy, festivalů, filmových trhů a koprodukčních fór. Ale nejvíc peněz jde pořád do podpory distribuce a vývoj zůstává nejviditelnější částí programu.

Z jakých zdrojů čerpá MEDIA své prostředky?

Z rozpočtu Evropské unie. Program je součástí rozpočtu EU, stejně jako například dotace pro zemědělce nebo na rozvoj infrastruktury. Když ještě nebyla Česká republika součástí EU, tak byla od roku 2002 členem programu a platila do něj zvláštní příspěvek. To se týká i dnes států, které jednají o vstupu do EU. Jakmile se daná země stane členem EU, tak je program financován z celkového rozpočtu EU, do něhož přispívá každá země zvlášť.

Jaká kritéria musejí splňovat žadatelé o podporu?

To záleží na tom, o jakou konkrétní podporu se žádá. Ale vždycky to musí být nezávislá společnost, nesmí se jednat o broadcastera nebo o společnost vlastněnou broadcasterem. Takže vždycky je to zaměřeno na podporu malých nezávislých společností. O podporu taky nemůžou žádat jednotlivci. Když chce někdo vytvořit sochu nebo napsat scénář, tak to samo o sobě nestačí. Žadatel musí dále vykazat činnost v oboru, takže by to měla být firma s určitým kreditem, který se zpětně ověřuje. O podporu se dá žádat jenom v rámci pravidelných výzev, kde jsou specifikovány podmínky pro projekty.

Jak probíhá hodnocení projektů?

Na rozdíl od strukturálních programů neprobíhá hodnocení v České republice. MEDIA patří ke komunitárním programům, jako je např. Erasmus nebo Horizon, jejichž rámec je vytvářen v Bruselu. Tam se taky program administruje a rozdělují se prostředky na jednotlivé projekty. Český projekt proto musí obstát v konkurenci ostatních evropských projektů. Hodnotiteli jsou vždycky experti v daném oboru – buď se jedná o panel (jako v případě festivalů), nebo o dva odborníky z různých zemí (jako v případě vývoje filmu). Takže projekty nikdy nehodnotí úředníci, ale lidé z praxe. Program MEDIA funguje tak, že jsou vybrány ty lepší z dobrých projektů a těm se pak pomáhá. Není to tak, že žadatel vyplní dotazník a dostane nějakou podporu, aby se mohl dál rozvíjet. MEDIA taky hledá nějakou přidanou hodnotu, proto jsou projekty často založeny na spolupráci a jsou něčím, co by se na národní úrovni nedalo zrealizovat.

Zastavme se ještě u distribuce, která je klíčovým pilířem programu. Jsou tedy podporováni jak nezávislí distributoři, tak samotná kina?

To jsou dva různé okruhy. Samotný okruh určený distribuci má dvě části – automatickou, kdy distributor dostává prostředky za návštěvnost filmu v kinech, které reinvestuje zpátky do další distribuce, a selektivní podporu, která je nově vytvořena tak, že prostředky dostane sales agent filmu, který kolem sebe sdruží distributory a koordinuje celoevropskou kampaň filmu. Je důležité říct, že se jedná o podporu zahraničních filmů u nás. Nedostane ji tedy producent na distribuci českého filmu v zahraničí, ani distributor českého filmu tady. U kinařů je to tak, že aby dosáhli na podporu, musí se sdružit do sítě Europa Cinemas, která vznikla už v roce 1992. Ta dostává peníze z programu MEDIA a rozděluje je pak jednotlivým kinům. Kina musí splnit určité technické podmínky a musí odehrát 25 % evropských filmů ve svém programu.

S tím souvisí také podpora práce s publikem, které se Kreativní Evropa věnuje...

Práce s publikem je jednou z priorit programu, v novém období je pro ni vyčleněn jeden okruh financování, který zahrnuje i filmovou výchovu. Část prostředků, které dostávají kina z Europa Cinemas, jde také do projektů práce s publikem, i festivaly jsou hodnoceny podle toho, jak pracují se svými diváky. U producentů se zase posuzuje to, jak si budují publikum už ve stádiu vývoje.

Podporuje se také online distribuce, která je nejen v souvislosti s covidem stále aktuálnější?

Ano. Původně to vzniklo jako podpora rozvoje VOD platform. Těch už je v současnosti poměrně dost, takže se podporuje jejich marketing, tvorba programových balíčků apod. V budoucnu bude kladen opět důraz na spolupráci a propojování těchto platform. Nově vznikl i zvláštní okruh na financování inovativních distribučních projektů, kde jednou z aktivit je synergie vícero distribučních platform, včetně online.

O vývoji filmu jsme již hovořili. Které konkrétní tituly ale byly programem MEDIA v minulosti financovány?

V devadesátých letech to byly například filmy Larse von Triera, *Trainspotting* nebo *Vše o mé matce*, později *Pianistka*, *Čtverec* nebo *Já, Daniel Blake*, nedávno zase oscarový *Chlast*. MEDIA hodně podporuje to, čemu se říká artový mainstream. To znamená filmy, které mají divácký potenciál a nejsou zacíleny pouze na úzkou skupinu filmových nadšenců. Z českých filmů to byly například *Alois Nebel*, *Šarlatán* nebo *Nabarvené ptáče*. Naším „stříbrem“ je Helena Třeštíková, která dostala podporu na celou řadu svých filmů, včetně nejnovější *Anny*, ať už přímo jako producentka, nebo režisérka.

Mohou žádat o podporu také producenti televizních seriálů?

Ano, pokud mají do projektu zapojeny dva broadcastery – televizi nebo VOD platformu z různých zemí. Producent jim svůj projekt nabídne a oni ho můžou buď předkoupit, nebo koprodukovat. Původně byla televizní podpora slabší, ale s nástupem quality TV se hodně zvedla. Program MEDIA financoval třeba seriál *Borgiové* nebo severský *Most*, u nás *Mlsné medvědí příběhy* nebo dokument *Forman vs. Forman*.

Jaká je úspěšnost žadatelů z východoevropských zemí? Uplatnili se v konkurenci se zavedenými producenty a distributory ze Západu?

Uplatnili se různě. Nové členské země byly zpočátku speciálně podporované, aby se jejich filmový průmysl mohl rozvinout. V novém období, které právě začíná, je aktuální výzva ve vývoji, v níž lze předložit dva až tři projekty (na rozdíl od tří až pěti v běžném financování) a jež je vyhrazena pouze pro producenty z malých zemí. Je to z toho důvodu, aby malé země měly větší šanci podporu získat. V oblasti vzdělávacích

programů a festivalů je Česká republika jednou z nejúspěšnějších zemí vůbec. V podpoře vývoje jsme lehký nadprůměr a celková naše úspěšnost v MEDIA je taky lehce nadprůměrná.

Co všechno zahrnují vzdělávací programy?

Jedná se o vzdělávání profesionálů v různých oblastech audiovizí. Původně to bylo zaměřeno na psaní scénáře a vývoj filmu, ale v současnosti máme také workshopy věnované digitálním technologiím, dokumentu, animaci, marketingu, managementu a financování filmu nebo archivaci. Ročně se konají desítky workshopů po celé Evropě, kterých se účastní kolem osmdesáti profesionálů z České republiky. Organizátoři workshopů zároveň nabízejí stipendia malým zemím. Nejedná se o levnou záležitost, ale účastníci získají špičkové know-how od profesionálů v oboru. Kromě toho je to ideální příležitost k navázání kontaktů a networkingu v rámci dané profese. Pro budování osobní i firemní kariéry je to velká pomoc, která ušetří spoustu času a úsilí. Za Českou republiku jsou do sítě workshopů zapojeny MIDPOINT, doc.incubator, Ex Oriente a Emerging Producers.

Které české festivaly jsou z MEDIA podporovány?

Pravidelnými příjemci podpory jsou Jeden svět, Mezinárodní festival dokumentárních filmů Ji.hlava a zlínský festival pro děti a mládež. Do programu se ale zapojují také Letní filmová škola nebo Anifilm, dříve například Febiofest. Podmínkou je uvedení víc než padesáti procent evropských filmů z patnácti zemí v programu.

A je to omezeno rokem jejich výroby?

Není, mohou to být i starší snímky. Proto je příjemcem také Letní filmová škola, která uvádí vedle nových taky klasické filmy.

Jsou podporovány nějaké další aktivity spojené s péčí o filmové dědictví?

MEDIA podporuje vzdělávání zaměřené na filmové archivy. Celkově se snaží tuto oblast akcentovat víc než dřív. Aktuálně například financuje projekt A Season of Classic Films, který představuje klasické filmy širokému publiku – ať už naživo, nebo online. Do projektu jsou zapojeny filmové archivy napříč Evropou.

Vloni skončilo zatím poslední, šestileté období programu. Jaká bude jeho budoucnost dál?

Výzvy v novém období, které potrvá do roku 2027, budou v zásadě podobné. Trochu se změní podpora producentů, která se rozšíří ve vývoji filmu o zmíněné mini-slate financování, umožňující předložit dva až tři projekty zároveň. Podpora jednotlivých projektů už bude podmíněna tím, že žádost budou muset podávat alespoň dva subjekty z různých zemí. Výhodou je, že když má například nějaký producent práva na scénář, tak ho může uplatnit jako partner v dalším projektu. Podpora vzdělávání a kin Europa Cinemas zůstane zachována tak, jak byla. Festivaly by měly být nově rovněž podporovány nikoli samostatně, ale prostřednictvím sítí, které utvoří. České festivaly jsou už teď součástí sítí přehlídek s podobným zaměřením, takže očekávám, že se do programu plynule zapojí. Dále bude větší možnost podporovat online obsah a VR. Celkově se bude při posuzování zohledňovat otázka genderové vyváženosti a ekologické citlivosti projektů.

A finančních prostředků bude stejně jako v předchozím období?

Bude jich mnohem víc, rozpočet se zvedl o šedesát pět procent. Je to proto, že kultura má hodnotu nejen sama o sobě, ale hraje významnou roli ekonomickou i společenskou – mimo jiné se považuje za motor obnovy společnosti po covidu. Při předchozích krizích, jako byla například ta finanční, se ukázalo, že kultura je odolná, rychle se vzpamatuje a drží společnost pohromadě, když prochází obtížným obdobím. Role kultury je obvykle větší, než se obecně soudí. Jako jeden z mála programů proto zůstala Kreativní Evropa samostatně, mnohé další se sdružily do větších celků. Dalším faktorem navýšení rozpočtu bylo, že v minulém období nemohl program MEDIA podpořit všechny kvalitní projekty. Aby se tak stalo, potřeboval by o třicet procent vyšší rozpočet. Mnohé projekty, které by si podporu zasloužily, tak musely být odmítnuty. To se snad už teď nebude stávat.