

Struktura a organizace filmových festivalů v České republice a na Slovensku

Kristína Lenka Ružičková

Diplomová práce
2021

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Audiovize

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **BcA. Kristína Lenka Ružičková**
Osobní číslo: **K19411**
Studijní program: **N8209 Teorie a praxe audiovizuální tvorby**
Studijní obor: **Produkcce**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Teoretická část:**
Struktura a organizace filmových festivalů v České republice a na Slovensku
Praktická část:
Produkcce audiovizuálního díla (vyrobeného v systému řízené výroby FMK) v minimální délce 20 min, ve výstupní kvalitě uvedené ve Výrobní knize AAV.

1. Teoretická část:

Rozsah práce: minimálně 30 normostran textu bez započítání obsahu, rejstříku a obrazových příloh.

Formální podoba: Jednotná formální úprava teoretické části práce, její uložení a zpřístupnění se řídí aktuální verzí příslušné směrnice rektora. Student odevzdává 1 ks fyzické (tištěné) práce v pevné vazbě. Tištěná verze práce obsahuje originální „Zadání DP/BP“ včetně příslušných podpisů a studentem podepsané Prohlášení o původnosti práce. Práce v elektronické podobě obsahuje nascanované „Zadání DP/BP“ se všemi formálními náležitostmi a také nepodepsané Prohlášení studenta o původnosti práce. Plný text elektronické verze ve formátu PDF/A a případné přílohy (zkomprimované do jednoho zip souboru) student odevzdá nahráním do IS/STAG a do příslušné složky na NAS-AAV (viz níže).

Pokyny k vypracování: prostudujte a analyzujte dostupné materiály z profesního hlediska a formulujte závěry a získané vědomosti do podoby akademického/odborného textu.

2. Praktická část:

Přípustné varianty praktické části:

- 1) Produkce audiovizuálního díla (vyrobeného v systému řízené výroby FMK) v minimální délce 20 minut, ve výstupní kvalitě uvedené ve Výrobní knize AAV.
- 2) Produkce souboru audiovizuálních děl oficiálně schváleného před odevzdáním Výrobní komisí ateliéru Audiovizuální tvorba, ve výstupní kvalitě uvedené ve Výrobní knize AAV.
- 3) Převod zadaného literárního scénáře celovečerního hraného filmu do technického scénáře (pojmenování obrazu – číslo, počet záběrů, délka, označení prostředí, určení doby děje, roční období, počasí apod.) Varianta musí být schválena před odevzdáním Výrobní komisí ateliéru Audiovizuální tvorba.

Požadované materiály praktické části (var. 1 a 2):

- a) Upoutávka, teaser či trailer na předložené audiovizuální dílo (var. 1 a 2).
- b) Pisemná explikace z pohledu dané specializace. Minimální rozsah 2 normostrany (var. 1, 2, 3).
- c) Anotace (var. 1, 2, 3).
- d) Technický scénář (var. 1).
- e) Štábová listina (var. 1, 2, 3).
- f) Grafický návrh bookletu: PDF/AI, CMYK, 300dpi, texty v křivkách (var. 1, 2).
- g) Návrh filmového plakátu formát 70x100: PDF/AI, CMYK, 300dpi, texty v křivkách (var. 1).
- h) Vyplněné a předané formuláře pro OSA, NFA (var. 1, 2).
- i) Soubor, který obsahuje (var. 1, 2):
 - Případovou studii o realizaci praktické části ve všech fázích výroby v rozsahu 2 normostrany,
 - dialogovou listinu,
 - synopsi (česky i anglicky) minimální rozsah 15 řádků, jen digitální verze,
 - distribuční záměr,
 - technický scénář,
 - rozpočet filmu,
 - štábovou listinu,
 - natáčecí plán,
 - denní dispozice,
 - denní zprávy,
 - seznam uzavřených smluv,
 - vyúčtování filmu,
 - ohlasy na film v tisku a další dle dispozic vedoucího práce.

Požadované materiály praktické části (var. 3):

Rozbor technického scénáře:

- Obsah – přehledné číslování stran celé práce,
- produkční úvaha nad realizací, předpokládaná technologie realizace, marketingová a distribuční strategie (do 5 normostran),
- scénosled,
- složky technického scénáře,
- technické listy (obsazení, podle motivů a prostředí, lokace),
- harmonogram projektu,
- natáčecí plán,
- plán postprodukce,
- rozpočet,
- finanční plán.

Výstupy: technický scénář, rozbor technického scénáře

Doporučené nástroje: excel/word, Movie Magic Scheduling/Budgeting, Gorilla

Všechny odevzdávané materiály musí splňovat vnitřní technické normy dle Výrobní knihy AAV pro odevzdávání prací a musí být řádně popsány (jméno, název, logo fakulty, formát, rozlišení). Součástí závěrečné práce je vytištěný a podepsaný formulář "Údaje o diplomové práci studenta".

Uložení na NAS:

Ve složce na NAS-AAV, označené „Bakalářská / Magisterská práce“ uložte:

1. Teoretickou práci ve formátu PDF/A a případné přílohy (zkomprimované do jednoho zip souboru) dle specifikací výše.
2. Vytvořte podsložku Praktická práce, která bude obsahovat materiály částí a- i. Řádně nazvaný film/absolventské dílo odevzdávejte ve formátech splňujících vnitřní technické normy AAV pro odevzdávání prací.
3. Vytvořte podsložku s názvem Katalog, která bude obsahovat "Podklady pro katalog FMK UTB ve Zlíně": 10 kusů obrazové dokumentace praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní e-mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Forma zpracování diplomové práce: **Tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- HOFSTEDE, Geert a Geri Jan HOFSTEDE. *Kultury a organizace: software lidské mysli : spolupráce mezi kulturami a její důležitost pro přežití*. Praha: Linde, 2007. ISBN 978-80-86131-70-2.
- THOMPSON, Kristina a David BORDWELL. *Dějiny filmu: přehled světové kinematografie*. 2., opr. vyd. Přeložil Helena BENDOVÁ. V Praze: Akademie múzických umění, 2011. ISBN 978-80-7331-207-7.
- MONACO, James. *Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií: umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie*. Praha: Albatros, 2004. Albatros Plus. ISBN 80-00-01410-6.

Vedoucí teoretické části: **Mgr. Art. Peter Dobiáš**

Vedoucí praktické části: **Mgr. Viktor Mayer**
Ateliér Audiovizie

Datum zadání diplomové práce: **2. prosince 2020**

Termín odevzdání diplomové práce: **21. května 2021**



L.S.

doc. Mgr. Irena Armutidisová
děkanka

MgA. Irena Kocí, Ph.D.
vedoucí ateliéru

Ve Zlíně dne 2. prosince 2020

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním Informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použítou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne:25.1.2021.....

Jméno a příjmení studenta:Kristina Ruzičková'.....

.....
přípis studenta

ABSTRAKT

Táto diplomová práca sa zaoberá štruktúrou a organizáciou filmových festivalov v Českej republike a na Slovensku. Spočiatku sa venuje všeobecnej festivalovej dôležitosti, samotnej kultúre a jej vzťahu k jednotlivcovi. Taktiež sa venuje cieľom takýchto podujatí, až prechádza ku špecifickosti festivalovej organizácie, opisuje jednotlivé festivalové oddelenia, rozličné štruktúry a schému takýchto podujatí, pracovnú hierarchiu, rôznorodosť organizačných zložiek, až ústí do praktických ukážok vo forme rozhovorov s rôznymi vysoko postavenými organizátormi filmových festivalov a prehliadok z Českej republiky a zo Slovenska.

Kľúčové slová: filmový festival, filmové podujatie, organizácia, štruktúra, pracovná hierarchia, festivalové oddelenia

ABSTRACT

This master thesis deals with the structure and organization of film festivals in Czech republic and Slovakia. In the first part, thesis defines festival importance itself, culture and its influence on individual being and purpose of these events. The following part deals with specifications of organization, defines festival departments, various structures of these events, work hierarchy and the diversity of organizational units. The last part of this thesis presents interviews with various festival directors in Czech republic and Slovakia.

Key words: film festival, film event, organization, structure, work hierarchy, festival departments

PREHLÁSENIE

Prehlasujem, že som diplomovú prácu na tému „Struktura a organizace filmových festivalů v České republice a na Slovensku“ vypracovala samostatne s využitím literatury a informací, na které odkazujem. Ďalej prehlasujem, že odovzdaná verzia diplomovej práce a verzia elektronická nahraná do IS/STAG sú totožné.

POĎAKOVANIE

Týmto by som rada poďakovala vedúcemu mojej diplomovej práce Petrovi Dobiášovi za odborné vedenie, inšpiráciu a cenné rady pre zdarné zhotovenie. Tiež by som chcela poďakovať Markéte Pášmovej, Ivanovi Hroncovi a Ľubici Orechovskej za poskytnuté rozhovory, ktoré mňa i moju prácu prakticky obohatili a poskytli profesionálny pohľad na organizáciu filmových festivalov a prehliadok v Českej republike a na Slovensku. V neposlednom rade by som chcela poďakovať Zuzane Švancarovej za štylistické úpravy a Simone Števovej za korektúru mojej diplomovej práce.

OBSAH

ÚVOD.....	10
1. FILMOVÝ FESTIVAL A JEHO PILIÉRE.....	11
1.1 Festival.....	11
1.2 Festivalová minulosť.....	11
1.3 Kultúra a jej vzťah k filmu.....	12
1.4 Ciele filmového festivalu.....	13
1.5 Prípravy filmového festivalu.....	14
2. FESTIVALOVÉ ODDELENIA	20
2.1 Festivalový riaditeľ.....	21
2.2 Programové oddelenie	25
2.3 PR a marketing.....	28
2.4 Guest service.....	29
2.5 Produkcia	31
2.6 Finančné oddelenie	33
2.7 Iné oddelenia.....	38
3. FESTIVAL AKO UDALOSŤ PRE JEDINCA, TAK PRE SPOLOČNOSŤ	40
4. ROZHOVORY S FESTIVALOVÝMI REPREZENTANTMI.....	42
4.1 Markéta Pášmová, Zlín Film Festival.....	42
4.2 Ivan Hronec / Film Europe, Be2Can, Scandi, Crème de la Crème.....	45
4.3 Lubica Orechovská, FEBIOFEST	50
ZÁVER.....	54
POUŽITÉ ZDROJE	55
ZOZNAM POUŽITÝCH OBRÁZKOV.....	57

ÚVOD

Pre svoju diplomovú prácu som si zvolila tému „Struktura a organizace filmových festivalů v České republice a na Slovensku“. Filmové festivaly mali pre mňa vždy osobité miesto, či už ich vnímam ako milovníčka filmov, študentka produkcie, alebo ako participant pri ich realizácií. Predstavujú pre mňa najideálnejšiu platformu, kde každý konzument audiovizie, či je profesionál, alebo amatér, dokáže nájsť filmové dielo, ktoré korešponduje s jeho vkusom, chuťou alebo záľubou. Energia, ktorá prichádza z ľudí na daných podujatiach ešte viac dotvára atmosféru tejto filmovej domény, kde sa priaznivci rovnakého rázu, ale zároveň rozličného intelektu stretnú na jednom mieste a majú možnosť diskutovať či rozmanito hľadať preferované filmové médium.

Od detstva som inklinovala k týmto podujatiam a zúčastňovala sa na nich ako pravidelný návštevník, či už to boli filmové festivaly na Slovensku ako Art Film Fest, Filmový festival Cinematik, prehliadky ako FEBIOFEST a Be2Can, alebo nie menej známe podujatia v Českej republike ako Medzinárodný festival Karlove Vary, Medzinárodný filmový festival Jihlava či Letní filmová škola v Uherskom Hradišti. Na základe koncepcie týchto festivalov som si uvedomila, aký predmet štúdia a budúceho pracovného pôsobenia zvoliť. V priebehu svojho štúdia som bola súčasťou festivalov ako Medzinárodný festival pre deti a mládež v Zlíne, Medzinárodný festival Bratislava, ÍRÁN: Ci filmový festival alebo prehliadok ako Be2Can a Scandi.

Každý festival či prehliadka sú originálne, vzácne a ojedinelé, ale zároveň rovnaké – majú ten istý cieľ, ktorý je prilákať čo najviac filmových fanúšikov z prostredia ako laického, tak profesionálneho, a ukázať im čo najväčšie spektrum rozmanitých filmových diel z celého sveta. Podľa môjho názoru, sa každá kultúra spoznáva najlepšie prostredníctvom audiovizuálneho média. Z daného dôvodu som sa rozhodla spracovať tému filmových festivalov vo svojej diplomovej práci, ktorej cieľom je všeobecná charakteristika štruktúry a organizácie filmového podujatia, až do výsledných praktických ukážok štruktúry konkrétneho festivalu či prehliadky, aj na základe rozličností v subjektoch, ktoré tieto podujatia pripravujú.

1. FILMOVÝ FESTIVAL A JEHO PILIÉRE

1.1 Festival

Festival sa charakterizuje ako pravidelná umelecká prehliadka rozličných umeleckých odvetví. Festivaly sa navzájom od seba líšia témou, spracovaním, druhom, formátom, cieľovou skupinou, či rozpočtom. *Základ slova festivalu pochádza z latinského slova festivalis, čo značí udalosť, v minulosti spájaná s náboženskými a cirkevnými rituálmi.*¹ V súčasnosti je festival prehliadka, ktorá môže byť súťažná i nesúťažná, avšak cieľom každého festivalu je umelecky obohatiť jedinca umeleckým zážitkom. Koná sa pravidelne, väčšinou každoročne, je organizovaný miestnou komunitou, spravidla s tradíciou témy a miesta. Je to spoločenská udalosť so slávnostným významom. Najčastejšie festivaly sú filmové, hudobné, divadelné, literárne, festivaly týkajúce sa jedla a nápojov apod.

1.2 Festivalová minulosť

Festival ako taký, siaha tak hlboko do minulosti, ako samotné ľudské spoločenstvo a jeho formovanie. Odráža sa to na dávnych náboženských rituáloch, seansách, obetách, až do oslavovaní významných spoločenských udalostí ako bolo organizovanie hier, či divadelných predstavení, ktoré dnes majú podobu súčasných festivalov. Zhromažďovanie ľudí je prirodzenou potrebou jedinca a jeho začlenenie sa do skupiny. Už ako Aristoteles písal v starovekých spisoch, človek je tvor spoločenský a takéto participácie jedinca v kolektíve formujú jeho bytosť, charakter a vnútorný život. V každých prípadoch, či už z minulosti alebo súčasnosti, festival označuje zhromažďovanie ľudí, ktorí majú rovnakí cieľ, stretávajú sa z rovnakých príčin, majú rovnaké východiskové stanovisko a preferencie. Dá sa to odvodiť aj od pojmu „festival“, ktoré pochádza z latinského slova „festive“, čo znamená slávnosť alebo sviatok. Festivalová minulosť siaha až k počiatkom tvorenia sociálnych skupín medzi ľuďmi a ich prirodzenými zvyklosťami a tradíciami, čo boli napríklad náboženské rituály.

Každý rituál mal svoju, vytvorenú ľuďmi, typickú atmosféru, tradičný odev, jedlo. Obrad napokon skončil ako hostina za hudby alebo rituálneho tanca. Zábava, alebo estetické vnímanie jedinca, vždy posilňovala vzťahy v spoločnosti, ktorá mala rovnaký cieľ. Tá sa časom odrážala z vnútorne povinných rituálov až do organizovania veľkých hier v starovekom Ríme a Grécku,

¹ Festival – Wikislovník [online]. Dostupné z: <https://cs.wiktionary.org/wiki/festival>

kde mesto žilo touto slávnosťou niekoľko dní. Každá väčšia éra z našej minulosti dotvára festival ako taký do špecifickejšieho a prepracovanejšieho stavu. Tak ako sa základným piliérom pre formovanie kultúrnej zábavy v zhromažďovaní ľudí stalo divadlo.

Divadlo by sa dalo charakterizovať ako samostatný kultúrny výstup, ktorý stvoril zázemie pre charakteristiku ako filmového, tak akéhokoľvek festivalu. Podujatia v minulosti, založené na divadelných predstaveniach, karnevaloch, potulných divadlách, vidieckych slávnostiach alebo potulných trhoch mali vždy svoju schému, repertoár, scenár, ktorý mal slúžiť na bavenie diváka, zhromažďovanie ľudí s rovnakými záujmami, za cieľom možnosti úniku z reality, vyvolanie príjemných emócií v jedincovi, zabudnutie na negatívne strasti reality, ktoré väčšinou končili veselicoú, hudbou, tancom a dobrým jedlom. Divadlá dlhodobo slúžili ako najväčšie kultúrne festivaly, ktoré rozvíjali život jedinca v sociálnej skupine. Tieto podujatia mali svoju dramaturgiu aj cieľ, čím by sa dalo zjednodušené formulovať, akú podobu má mať akýkoľvek súčasný festival. Piliére, ktoré sú postavené na organizácií, téme, mieste, čase a originalite.

1.3 Kultúra a jej vzťah k filmu

Kultúra vždy formovala ľudského jedinca, jeho intelekt, postavenie v spoločnosti, rozum aj intuíciu, tak ako samotné spoločenstvo. Taktiež má integračný charakter, kedy pomáha jednotlivcovi sa začleniť do spoločnosti, charakter výchovný a mravný, vzdelávací, zábavný, ekonomický, ale aj politický, ovplyvňovateľný a ovplyvniteľný. *Aj keď kultúra mala vždy svoje miesto v našom svete, vždy bola pod drobnohlľadom vyššej štátnej moci a vždy na ňu vplývali vonkajšie diania – vojny, priemyselné revolúcie, propagandy, cenzúra, štátni príslušníci, finančné dotácie a mnoho ďalších aspektov. Avšak ironicky práve vďaka tomu, ako boli svetové vojny, ktoré síce pozastavili činnosť hromadných akcií, respektíve festivalov, dotvárali po ukončení ich silu a prepracovanosť.*² Ved' najvýznamnejšie svetové festivaly ako Medzinárodný filmový festival v Benátkach, Cannes, Berlíne vznikli práve po období ukončenia prvej alebo druhej svetovej vojny. To už sme dávno prešli roky, keď sa film považoval len za atrakciu, dočasné pobavenie ľudí, súčasť cirkusového predstavenia.

² HOFSTEDÉ, Geert a Gert Jan HOFSTEDÉ. Kultury a organizace: software lidské mysli : spolupráce mezi kulturami a její důležitost pro přežití. Praha: Linde, 2007. ISBN 978-80-86131-70-2.

Film vo svojich počiatkoch netvoril samostatnú kultúrnu zložku, ktorú by si vtedajší jedinci vedeli predstaviť do podoby festivalov. Hodnota filmov začala vzrastať až postupne, hlavne keď sa zistilo, aký zisk sa môže z tohto média vyťažiť. Film na začiatku slúžil ako montáž atrakcie, ktorá mala na malú chvíľu pobaviť diváka a tým to malo skončiť.³ Našťastie, nestalo sa tak a film začal vďaka technickým, finančným a sociálnym dopytom vzrastať a vyvíjať sa. Začalo sa z neho vytvárať samostatné a rovnocenné kultúrne médium, ktoré obsahovalo rozličné sprostredkovávania reality či hraných príbehov do obrázkov na plátne. Film si začal na seba zarábať, vďaka čomu pochopili vtedajší filmoví tvorcovia, akú hodnotu môže postupne nabrať. Až to pokračovalo do technických progresov ako koniec éry nemého a začiatku zvukového filmu, koniec čiernobieleho snímku a začiatku farebného, koniec natáčania na filmový pás a začiatok digitalizácie.

Tieto základné načrtnuté aspekty nám núkajú vidinu pochopenia, aký má film doteraz dôležité miesto na svete a ako sa jeho forma a obsah neustále mení. Taktiež sa to odráža na vývoji tém a žánrov, ktoré sa do filmu spracovávajú, aj na základe daného obdobia, roku vzniku, situácie vo svete alebo určitej filmovej éry, kedy režisér musí pracovať s dobou a diváckym dopytom a nezaostávať. Film je vďačný prostriedkom ako médium, pretože sa má čím dopĺňať, obmieňať, meniť, pridávať a odoberať, čím každý snímok môže dosiahnuť originálny podtón a spracovanie. Je úžasné sledovať, akým spôsobom sa dá obchodovať s kinematografickým dielom, čo doňho môže režisér vložiť, to producent musí predať a preto sa stal film prostriedkom biznisu. A na spracovanie tohto média majú práve slúžiť filmové festivaly.

1.4 Ciele filmového festivalu

Filmové festivaly vo všeobecnosti slúžia na spoznávanie kultúr skrz kinematografiu, ich hodnoty, náboženstvá, politické situácie, rozličné osudy jednotlivcov, jednotlivcov vs. spoločnosť a iné. Majú nám pomôcť dotvárať si jednotlivé kultúrne povedomie o danom štáte na základe spracovania filmov po vizuálnej, obsahovej, dejovej či tematickej stránke. Filmové festivaly každoročne prinášajú obrovské počty rozmanitých veľkolepých, komerčných i viac umeleckých filmových snímok, ktoré dotvárajú našu spoločnosť po vnútornej i vonkajšej stránke, vďaka ktorým sa posúva naša hranica vkusu, intelektu, všeobecného rozhľadu

³ MONACO, James. Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií : umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie. Praha: Albatros, 2004. Albatros Plus. ISBN 80-00-01410-6.

a poznania. Filmové médium je krehká vec, ktorá môže ako poslúžiť, tak pohoršiť, avšak stále si nájde svoju cieľovú skupinu, svojho fanúšika či odporcu.

Filmový festival je prvé stretnutie diváka – profesionála alebo len obyčajného nadšenca – s filmom, ktorý má práve predpremiéru či premiéru na danom podujatí. Je to prvá cesta na získanie si obecenstva, kedy film sprevádza aj delegácia tvorcov, hercov, či spolupracovníkov na filme, čo dodáva filmu užší náhľad dovnútra vo forme diskusií alebo rozhovorov, ktoré nasledujú po filme. V hľadisku sa nachádzajú nielen významné umelecké osobnosti, ale aj iní filmoví tvorcovia, producenti, distribútori, kritici, novinári, sponzori apod. Stále netreba zabúdať, že aj keď je filmové médium hotové, stále slúži ako prostriedok na obchodovanie. Preto sa práve na týchto festivaloch hľadajú ďalší medzinárodní producenti, koproducenti a hlavne distribútori, ktorí majú možnosti sprostredkovať film do všakových kútov sveta.

Všetky festivaly majú svoju „industry“ sekciu, ktorá je určená práve profesionálom, kde sa môžu nadviazať ďalšie obchodné vzťahy, pitchingové fóra, kde sa prezentujú rozpracované projekty alebo nápady medzinárodným producentom, tlačové konferencie pred premiérami v príslušných štátoch, aby marketing filmu internacionálne narastal, rozhovory s tvorcami. Film sa musí vďaka festivalom povedome zväčšovať, aby bol dostatočne viditeľný aj vo svojej domovskej krajine vzniku. Vďaka oceneniam, ktoré film môže na festivale získať, naberá na svojej prestíži, ktorý slúži ako prostriedok k nalákaniu kinárov, aby snímok nasadili do programu svojho kina. Film, vďaka čomu najširšiemu putovaniu po rozličných filmových festivaloch, si získava nielen čo najväčšie obecenstvo, ale hlavne hodnotu. Filmový festival prepája nielen rozličné kultúry, ale aj podporuje cestovný ruch, ekonomický vzrast samotného mesta, kde sa festival koná, vďaka čomu si mestské a krajské orgány uvedomujú ich hodnotu, pretože vďaka takýmto festivalom vzrastá aj ich imidž, nielen mesta, ale aj samotnej krajiny. Tým, že sa takéto podujatie dotýka aj iných sfér – ako nalákania návštevníkov do príslušného mesta – tým je smerodatnejší pre daný štatutárny orgán. Vždy je to otázka biznisu.

1.5 Prípravy filmového festivalu

Ako festivalový zástupca som mala tú česť spoznať rozličné filmové festivaly z hľadiska profesionála. Každý festival, aj keď sa konceptom a programovou či sprievodnou sekciami odlišuje, tak stále má rovnaký cieľ – získať si toho správneho diváka, po profesionálnej či záľubovej stránke.

Taktiež som mala tú česť na niekoľkých českých aj slovenských festivaloch pracovať, takže som spoznala aj vnútornú hierarchiu a budovanie filmového festivalu ako takého do zdarenej realizácie podujatia. Nie je to jednoduché, pretože na realizáciu zdarného filmového festivalu musí slúžiť veľa aspektov:

- a) Nápad a téma – každý festival, netýka sa to len filmového, musí vynikať svojou vlastnou originalitou, inakosťou a špecifikáciou. Žijeme vo svete, kedy je trh obrovský a k dispozícii máme obrovské množstvo všetkého. Preto je najlepšou a najideálnejšou cestou sa líšiť, vytvoriť originálne a samo o sebe žijúce podujatie, ktoré bude ojedinelé hocičím. Filmových festivaloch je na svete tisíce, od najmenších jubilejných festivaloch, konajúce sa v dedinách, alebo za malej účasti, až po najväčšie a najprestížnejšie festivaly, ktoré majú vo svete svoje významné postavenie od nepamäti.

Napríklad podľa festivalovej domény Filmfreeway môžeme prehľadať rozličné formy, stratégie a počty rozmanitých filmových festivalov vo svete, na ktoré je možné prihlásiť film alebo sa ho zúčastniť ako návštevník. Preto je podstatným základným piliérom mať festival založený na niečom, čím sám o sebe bude na trhu vynikať – môže to byť tematickým zameraním, cieľovou skupinou, čerpaním z oblasti, kde by sa mal festival organizovať, finančných prostriedkov, inými festivalmi v danom meste a tak ďalej. Aspektov, ktoré pomáhajú festivaly odlišovať jeden od druhého je mnoho, je len potrebné nájsť to najsilnejšie rozlíšenie.

- b) Prieskum trhu - netreba zabúdať na základný prvý krok, ktorým je observativita trhu. Festival musí byť konkurencieschopný, ale predsa len vytvárať festival s podobnou tematikou v jednom meste, kde už jeden taký je, je zbytočné. Prieskum trhu a blízkosti oblastí, kde sa niečo obdobné deje, je zásadné. Festival musí vynikať, inak sa v tom dopyte a chuti u diváka záujem stratí. Preplnenie umeleckých podujatí v jednej oblasti s rovnakým zameraním, tiež nie je výhodné, pokiaľ chce byť festival úspešný aj po ekonomickej stránke. Obyvateľstvo sa ťahá za originalitou, vďaka sociálnym sieťam a marketingovým kampaniam sa špecifickým spracovaním dokáže dostať do povedomia diváka tak, že sa podujatia zúčastní. A to je predsa cieľom – cieľ najširšieho publika.

- c) Zohraný a spoľahlivý tím ľudí – nič nevznikne bez pričinenia ľudského jedinca v spolupráci s inými ľudskými jedincami. Tím správnych ľudí na prípravu akéhokoľvek podujatia je kľúčový. Či ich spája vášeň k danej oblasti, finančné ohodnotenie, spoločenský kódex alebo čokoľvek iné, je potrebné na začatie filmového festivalu mať postaveného silného pracovného ducha a postavenú dobrú a zdarnú spoluprácu daného spoločenstva.

Ak sú vzťahy na pracovisku dobré, úprimné a priateľské, o to silnejšie bude zorganizovaný samotný festival. Samozrejme, je normálne mať nezhody, či malé konflikty, avšak stále majú byť v norme, pretože vznikli na základe prežívajúceho stresu, silnej zodpovednosti alebo nátlaku blížiaceho sa termínu a napätia zo zdarného výsledku podujatia. V oboch prípadoch je to veľmi odrazené na festivale, pretože atmosféra je strnulá a stres akémukoľvek jedincovi nerobí dobre, keď je založený na humánnej nezrovnalosti. Na akomkoľvek pracovisku sa preto organizujú rôzne teambuldingy a programy na utužovanie vzťahov. Následne sa to priaznivo odráža na pracovnom výkone jedinca, pretože najviac funguje motivácia a pôžitok z práce. Preto je hlavné, aby vzťahy na pracovisku boli od začiatku, čo najúprimnejšie a najpríjemnejšie. Každý sa chce radovať do práce.

- d) Finančné zázemie – bez tohto aspektu sa nepohneme. Žiadny projekt sa bez finančného silného a dostačujúceho zázemia nepohne z miesta do zdarného uskutočnenia. Granty na podporu umenia zo štátnych zdrojov, granty na podporu rozličných podujatí z príslušného kraja, granty na podporu kultúrnych projektov z príslušného mesta, súkromníci, sponzori, zložení z veľkých firiem, barterové spolupráce, marketingové a mediálne podpory a mnoho ďalších potrebných zdrojov je nutných pre realizáciu filmového festivalu.

Väčšinou jeden veľký festival sa pripravuje celý rok – z nášho československého územia tam patrí Medzinárodný festival Karlovy Vary, Zlín Film Festival, Art Film Fest alebo Cinematik. Už počas prebiehajúceho ročníka sa myslí na rok budúci a to hlavne z oblasti finančného zaistenia. Každý grant, či už je to od Ministerstva kultúry, Státnieho fondu kinematografie, Audiovizuálneho fondu, Fondu na podporu umenia, má priradený konečný termín, do kedy žiadosť o ekonomickú záštitu musí byť podaná. Dátumy sú nemenné a nepohyblivé, preto je tam výhoda viazanosti na ktorú sa môžeme každým rokom spoľahnúť, aj keď výsledok podpory bude vždy neistý.

Avšak neprešetrenie zdrojov financií v oblasti, kde sa má festival konať vedie k zániku už len pri samom nápade. Samozrejme, niektoré štatutárne orgány nemajú stanovený striktný dátum, do kedy musí byť žiadosť podaná, ale je to skutočne individuálne. Je lepšie si vždy preskúmať trh dopredu, aby boli v úvahe všetky možnosti, pokiaľ by jeden grant nevyšiel. Zaistené financovanie je jediným kľúčovým zdrojom, ktoré môže dostať festival do zdarného konca, ale taktiež ho zastaviť a zničiť. Čo sa týka sponzorských spolupráci, alebo vyššie spomínaných barterových dohôd, to už ide po individuálnej osi dohody. Nie sú tam stanovené termíny, pokiaľ si strany neurčili inak. Pre každého je to biznis, obchod, kde každá strana chce zvíťaziť a čerpať z toho čo najviac benefitov. Overené zdroje sú tie najspoľahlivejšie, inak sa spolupráce tvoria medzi festivalom a súkromníkom väčšinou nové, respektíve skúšobné. Predsa len, každý festival skrýva svoje tajomstvo úspešnej realizácie a dobrých vzťahov s obchodníkmi. Biznis je biznis.

- e) Marketingová a mediálna kampaň – v súčasnosti už žijeme v dobe, kedy sa do povedomia obyvateľstva dá dostať hlavne pomocou technológií, sociálnych sietí a rozličných internetových kampaní. Je to značka, ktorou sa pohybuje dnešná doba, preto sa musí s ňou stotožniť každý flexibilný, inovatívny a moderný tvorca čohokoľvek.

Bez zadarenej marketingovej kampane prostredníctvom sociálnych sietí, môže podujatie, ktoré ešte nie je také známe v celokrajinnom merítku, stroskotať na malej účasti divákov. Samozrejme, netýka sa to veľkých a známych filmových festivalov, ktorých pamäť siaha až hlboko do minulosti, ale práve menších, na začiatku rozbehnutých projektov. Marketingová kampaň, do ktorej je investovaná finančná čiastka, dokáže napomôcť k zadarenej realizácii. Môže sa týkať aj k dopomáhaniu získavania finančných zdrojov prostredníctvom crowdfundingu – platformy, kde obyčajní ľudia môžu prispievať na uskutočnenie daného umeleckého výstupu.

Platí to aj pre mediálnu kampaň, kedy práca s novinármi a s tlačou v oblasti mesta alebo krajiny, bude dostatočne informovaná o nastávajúcom programe a bude mať záštitu vo forme zdarných mediálnych ohlasov. Ako pred samotným podujatím, tak počas neho. Mediálne spolupráce s novinármi sú taktiež pre úspešný chod festivalu veľmi kľúčové. Kritiky, recenzie, reportáže napomáhajú k zvýšeniu povedomia o danom organizovanom projekte, preto treba dbať na všetky detaily, týkajúce sa tejto oblasti.

- f) Zaistenie zdrojov na originálny a rozmanitý filmový program – po tom, čo už sú ostatné prostriedky zaistené, musíme zrealizovať taktiež kvalitný, bohatý a všestranný program, ktorý naláka na festival čo najviac návštevníkov. Sú viaceré možnosti a spôsoby. Jedná sa o obchodovanie filmov s rozličnými producentami, distribútormi, koproducentami, ktoré majú v daný rok premiéru.

Väčšinou sa časť festivalového tímu vyberá do sveta na iné festivaly nájsť tie najlepšie tohoročné filmové skvosty a následne s nimi vyjednávať a obchodovať. Vždy je treba súhlas a zaistenie zmluvných podmienok s vlastníkom autorských práv filmu – copyright – ktorý dáva súhlas na premietanie filmu na danom festivale a tak sa zaistuje tzv. shipping, respektíve prepravu filmu vo forme DCP / digital cinema package / do príslušného mesta, do kina, kde bude festival. Toto obchodovanie a zazmluvňovanie býva dlhý proces, keď ešte do toho festivalový tím rieši sprievodnú delegáciu a pozýva príslušných tvorcov, hercov alebo autorov daného filmu na festival.

Film môže byť vybraný festivalovým tímom a jeho presvedčením, ale taktiež to býva naopak. A to keď istý producent, tvorca filmu, chce mať premiéru na konkrétnom prestížnom medzinárodnom festivale a taktiež svoj film premietat' na rozličných filmových festivaloch po svete. Každý väčší festival má za prihlásenie filmu istý poplatok / fee /, s ktorým musí producent už pri zhotovovaní rozpočtu na svoj film počítať, pokiaľ ho chce festivalovo distribuovať. To sa deje už v prípravnej fáze filmu a to v preprodukcii. Avšak z festivalového pohľadu je atraktívnejšie, keď festivalových riaditeľov oslovia prvotne producenti, ktorí chcú mať na danom festivale premiéru filmu s delegáciou. Zvyšuje sa tak povedomie o prestíži oboch strán.

- g) Zaistenie zdrojov pre uskutočnenie festivalu – máme dostatočný finančný rozpočet, originálny nápad a výborný tím. Nastal čas realizácie festivalu, kedy sa musia zistiť a zároveň zaistiť zdarné podmienky pre uskutočnenie. Tam patrí hlavne mesto výberu na podujatie, prieskum iných kultúrnych, podobných, udalostí v danej oblasti, termín, kedy bude festival prebiehať a samotné zaistenie zdrojov – kde bude hlavné filmové premietanie, prenájom sál, chodieb na prípadnú výzdobu, prenájom miestností na sprievodný program, miesto, kde sa bude môcť vybaľiť rozličný sponzorský catering, rozmanitý výber všakovakých filmových kúskov v podobe merchandasingu, rozličné obchody, ktoré sa dohodli na spoluprácu a podobne. Ide už o samotnú predprípravu a zaistenie špecifických kritérií festivalu, pretože fungujúce zázemie a atraktívne

prostredie tiež napomáha k originalite obalu daného podujatia. Čím viac sa festival líši, tým viac je zapamätateľný. Divák sa rád vracia do prostredia, ktoré mu je známe práve prebiehajúcim festivalom, kedy je mesto určením miesta festivalu. To je cieľ každého festivalového organizátora - vyčnievať z trhu a robiť umelecký výstup, ktorý má zmysel.

2. FESTIVALOVÉ ODDELENIA

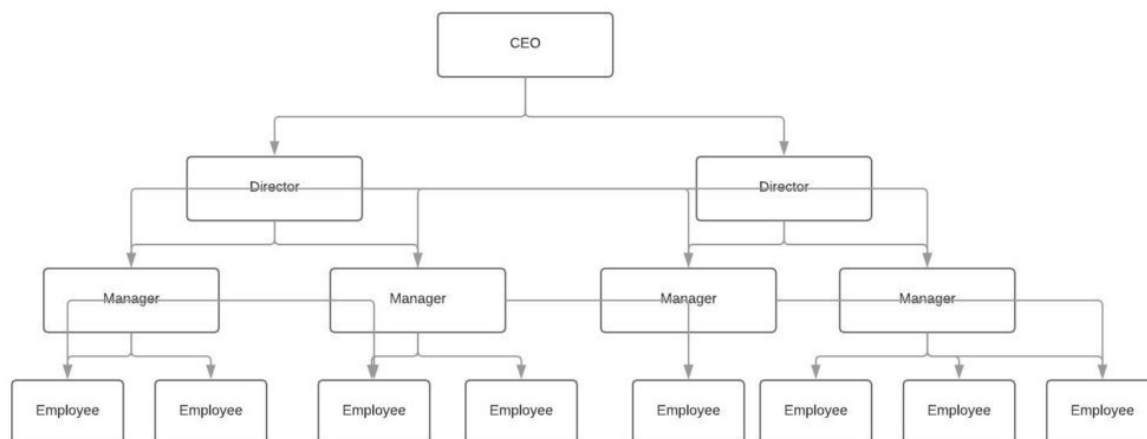
Každý festival je svojou témou, spracovaním, organizovaním a výstupom špecifický a ojedinelý. Na základe predchádzajúcej kapitoly sme si prešli, akými spôsobmi chod festivalu funguje a akými spôsobmi sa musí líšiť, aby vo svojej podstate vynikol. Základ je však rovnaký a princípy podobného charakteru platia pre všetky druhy festivalov, nielen filmové.

V tejto kapitole sa budeme venovať pracovnej festivalovej sile a jej štruktúre rozdelenia. Festival je vo svojej praktickej a prípravnej časti rozdelený do rôznych oddelení, ktoré riadia jednotlivé časti festivalu, ktoré tvoria výsledný celok. Bez príslušnej organizácie a nastavenia hierarchie by vznikol, ako v každej firme, práci, podujatí, istý chaos. Každý člen v hierarchii môže byť definovaný skúsenosťami, praxou, výborným pracovným ohodnotením, vekom alebo aj konexiami. Pre každého človeka v pracovnej sfére slúži ako najsilnejší posuvný bod motivácia stúpať vyššie, napredovať v skúsenostiach a vylepšovať sa vo svojej profesii, a tak aj po finančnej stránke. Zdarná vertikálna aj horizontálna pracovná štruktúra rozdelenia pozícií a presného definovania pracovnej náplne je kľúčom pre zdarný chod predpríprav festivalu.

Samozrejme, každý festival sa svojimi oddeleniami môže líšiť a môže byť nastavený inak. Záleží na nastavení hierarchie už konkrétneho festivalu, jeho zvyku, tradície, minulosti a skúseností. Menší festival môže mať menej oddelení ako väčší, môže byť postavený na úplne iných základoch, rozličné oddelenia môže spájať alebo ich vôbec nemať. Neexistuje presný kľúč postavení oddelení aplikovateľných na všetky filmové festivaly, ale každý festival má základný rebríček pracovných rolí približne rovnaký.

Už od základných postavení, ako v rodine tak v pracovnej sfére, je spoločenstvo vždy vedené dominantnejším typom človeka, lídrom, vodcom, z ktorého srší autorita a má názory, ktorými dokáže vyvolať v ostatných pocit napredovania. Aj v našej pradávnej minulosti skupinu vždy viedol najsilnejší a najskúsenejší lovec a tak sa to odráža i do súčasných postavení ľudstva v akejkolvek skupine. Je to odtlačok ľudského pokolenia a prirodzenosti.

Vo festivalovom tíme existujú rozličné profesie, pracovné miesta, role, departmenty. Je tam motivácia pracovného posunu, rozličných pozícií a náplní prác.



Obrázok číslo 1: Organizačná štruktúra

Na vyššie uvedenom obrázku môžeme vidieť základnú funkčnú organizačnú štruktúru, ktorá sa dá aplikovať do akejkoľvek firmy alebo objektu, kde sú pracujúci ľudia. Hlavnou výkonnou zložkou je CEO / Chief Executive Officer /, respektíve Generálny riaditeľ. Pod ním sú v hlavných dvoch zložkách riaditeľa, následne manažéri a zamestnanci. Hierarchia pozícií a nastavení autority je prehľadná. Táto základná štruktúra je kľúčová pre definovanie akejkoľvek pracovnej morálky a sféry.

Každý z vyššie uvedených má svoje miesto, postavenie, kompetencie a príslušného vedúceho, ktorému sa podriaďuje. Môžu sa navzájom prelínať, rozdeľovať si pracovnú náplň, spolupracovať, dopĺňať, ale vždy majú jasné definované pracovné postupy. Tak to býva aj vo festivalovej hierarchii nadriadených a podriadených.

2.1 Festivalový riaditeľ

Vo festivalovom pojmání to máme podobne. Vo vedení môže byť menovaný festivalový riaditeľ, festivalový prezident, generálna zložka, výkonný producent, konateľ alebo umelecký šéf. Na každom festivale je to inak. Môže to byť jedna osoba, alebo kompetencie môžu byť rozdelené do viacerých pracovných rolí. Často býva umelecký riaditeľ festivalu hlavný sponzor podujatia, tým sa stáva jeho tvárou, ale výkonné zložky a výkonné činnosti riadia ďalší. Pri menších festivaloch to býva jeden človek, ktorý zastrešuje miesto riaditeľa ako po umeleckej, tak po ekonomickej a výkonnej stránke. Bývajú aj prípady, kedy je najvyšší vedúci festivalu samotný zakladateľ podujatia. Je to rôzne a individuálne podľa typu, histórie, veľkosti a iných faktorov festivalu.

Na zostavovanie festivalového štábu a rozdelení odvetví jednotlivých festivalových činností sa tiež uplatňujú rozličné pravidlá pri každom festivale. Nie je to jednotné a líši sa to, vďaka čomu pracovník festivalu môže nabrať na rozličných festivaloch rozličné skúsenosti.

V prípadoch väčších festivalov na Slovensku a v Českej republike sa nám riaditelia, respektíve šéfovia, často delia na dve zložky: kreatívny, umelecký riaditeľ a výkonný riaditeľ.



Obrázok číslo 2: Jiří Bartoška

Na vyššie uvedenom obrázku môžeme vidieť úspešného filmového tvorca, umelca a hlavne od roku 1994 prezidenta Medzinárodného filmového festivalu Karlovy Vary Jiřího Bartoška.⁴ Práve tento výnimočný, nielen český medzinárodne najznámejší a ojedinelý festival svojho druhu, je skvelý príklad z našej československej oblasti, ktorý má viacero funkcií v najvyššom vedení festivalu. Na tomto festivale sú pracovné role hlavného vedenia rozdelené do štyroch funkcií: prezident festivalu, umelecký riaditeľ, výkonný riaditeľ a umelecká poradkyňa. Pod nimi sa nachádza hierarchia ďalších festivalových departmentov podľa celistvosti a oblasti vedenia.

⁴ KVIFF [online], dostupné z: <https://www.kviff.com/cs/uvod>



Obrázok číslo 3: Čestmír Vančura

Na obrázku č. 3 môžeme znova vidieť príklad na vedení festivalu z Českej republiky. Jedná sa o prezidenta a zároveň majiteľa Zlín Film Festivalu a úspešného podnikateľa Čestmíra Vančury. Jeho funkcia je známa aj pod názvom „tvár“ festivalu, avšak v najvyššom vedení ho práve sprevádzajú dve dámy vo funkcii umeleckej a výkonnej riaditeľky. Ich pracovné náplne sú taktiež rozdelené do iných kompetencií v rámci festivalu, majú na starosti iné oblasti a zároveň riadia tým ďalším festivalovým departmentom.



Obrázok číslo 4: Milan Lasica

V prípade slovenského najvýznamnejšieho a najdlhšie organizovaného medzinárodného festivalu bez prerušenia Art Film Festu tak sa znova môžeme oprieť aj o ojedinelosť vo vedení festivalu. Na obrázku číslo 4 môžeme vidieť súčasného prezidenta, umelca, tvorcu, herca,

osobnosť Milana Lasicu, ktorému robí spoločnosť vo vedení tentoraz okrem umeleckého riaditeľa aj hlavný producent a projektová manažérka.⁵



Obrázok číslo 5: Kaveh Daneshmand

Na poslednom príklade, na vyššie uvedenom obrázku, môžeme vidieť festivalového prezidenta a zakladateľa, tak zároveň v jednej osobe umeleckého a výkonného riaditeľa iránskeho filmového festivalu ÍRÁN:CI so strediskom v Prahe Kaveha Daneshmanda. Je to príklad, kedy sa festivalový najvyšší orgán zároveň stáva zložkou viacerých festivalových funkcií. Je to hlavne veľkosťou, minulosťou a trvaním festivalu. Kaveh Daneshmand je, okrem festivalového organizátora, aj režisér celovečerných filmov a profesorom na filmovej škole Prague Film School v Prahe. Je pôvodom z Iránu, odkiaľ čerpá svoje umelecké ambície a vkladá do festivalových výberov filmov a do svojich vlastných filmov, ktoré po väčšinu produkuje v Českej republike.

Je jasné, že aj keď je festivalový riaditeľ jediný vo svojej pozícii vo vedení a zastupuje ako umeleckú tak výkonnú funkciu, má zvyčajne za sebou ekonomickú podporu, ktorá sa stará o účtovníctvo a výdavky spojené priamo s ním vo vzťahu s festivalom a taktiež sekretariát, ktorý riadi jeho pracovné úkony a úlohy.

Všetky príklady vyššie sú len náhodné, slúžia hlavne na porovnanie inakosti vedenia festivalových zložiek a názvov riaditeľov v rozličných funkciách a ich kompetenciách. Každý

⁵ Art Film Fest [online], dostupné z: <https://artfilmfest.sk>

festivalový jedinec, či ich je viacero alebo len jeden, má jeden a rovnaký cieľ – dotiahnuť a vyprodukovať filmové podujatie do zdarného a úspešného konca.

2.2 Programové oddelenie

Programové oddelenie je jedným zo základných zakladajúcich zložiek samotného festivalu. Vzhľadom na to, čo má toto oddelenie v názve, je obohacujúci program na podujatí kľúčový. Nielen, že program musí byť prepracovaný do detailov, pripravovaný a pripravený so zodpovednosťou, sebareflexiou a vnímaním štruktúr, na ktorých je postavený, ale taktiež musí presahovať hranice originality a zároveň neprekračovať hranice dostupných financií. Program sa vyvíja, zrejme, inšpiruje podľa dostupných zdrojov, na ktorom pracuje väčšinou minimálne pol roka rozmanitý programový tím.

Programový tím sa skladá z ľudí, ktorí sú umelecky zdatní, rozhladní a často vyučení po študijnej stránke. Bývajú to filmoví dramaturgovia, scenáristi, kritici alebo režiséri, ktorí vyštudovali teoretické filmové obory, pracovali dlhé roky v praxi, písali, vzdelávali sa vo filmových odvetviach a majú široký filmový prehľad o dianí či už v tuzemskej alebo celosvetovej kinematografii. Hlavná časť býva zložená z dramaturgov, ktorí taktiež môžu mať často aj zahraničných supervízorov alebo konzultantov vo forme poradcov. Jedná sa o široké spektrum ľudí, ktorí majú prehľad aj rok dopredu o pripravovaných filmoch, zaujímavých projektoch, ktoré sa nachádzajú práve v produkcii, rozličných pripravovaných distribučných premiérach a podobne.

Každý prestížny festival je oslovovanými príslušnými producentmi pripravovaných snímkov na to, aby sa na nich konali slávnostné premiéry a tlačové konferencie, alebo naopak, festivaloví príslušníci práve z programového tímu oslovujú konkrétnych producentov filmu, aby sa u nich diala príslušná premiéra konkrétneho filmu. Jedná sa o hlavnú partitúru producenta verzus festivalu, ktorému to naberá prestíž a váhu umenia a biznisu.

Často príslušníci festivalového programového tímu cestujú, v predstihu svojho dopredu stanoveného termínu podujatia, po rozličných festivaloch po celej krajine, po prípade po celom svete. Pretože jednak, niektoré festivaly majú obdobné témy, respektíve sú zamerané na konkrétnu cieľovú skupinu, alebo majú spoločné iné, napríklad žánrové, faktory, ktoré môžu byť spoločné pre rozličné festivaly z rozličných kútov sveta. Tak sa navzájom inšpirujú a hľadajú najideálnejšie príslušné filmové kúsky pre svoje podujatie. Hlavným cieľom festivalu je nielen vysoká návštevnosť, finančná útrata, ale aj prinášanie kultúrnej diverzity do našich

domovských miest, preto je potrebné, aby člen programového tímu mal široký záber o dianí vo filmovej sfére z celej krajiny, Európy, sveta.

Programový tím sa väčšinou skladá z umeleckého šéfa, riaditeľa, ktorý má zároveň vedúcu funkciu pri samotnom festivale, programových koordinátorov, odborníkov, dramaturgov a asistentov. Taktiež do programového tímu spadá často aj shipping koordinátor, ktorý sa stará o fyzické a produkčné zaistenie filmovej kópie na miesto konania festivalu v dostatočnom predstihu. Jedná s producentami o dodaní filmovej kópie, teda väčšinou o poslaní DCP /digital cinema package/ do príslušného mesta a finančnej odmeny za jednu kópiu filmu.

Programová sekcia má preto kľúčovú úlohu pri vytváraní tváre konkrétneho filmového festivalu. Platí to pre všetky žánrové, cieľové, tématické skupiny, od ktorých sa vyvíja pripravovaný program festivalu. Najčastejšie žánre festivalu sú väčšinou v kategóriách ako hraný, animovaný, dokumentárny, experimentálny, krátky, študentský a iný film. Jednotlivé podkategórie sa môžu nazývať už jednotlivo podľa typu festivalu. Tieto žánrové kategórie rozlišujú filmové festivaly po celom svete. Preto je rozmanitosť žánrovo hybridných festivalov dôležitá. Pre každú filmovú sekciu je zodpovedný iný programový člen, ktorý má znalosti na to, aby skupinu vytvoril. Pri veľkých festivaloch, kde sa žánre spájajú, je často za hranú hlavnú tvorbu zodpovedný iný programový dramaturg alebo koordinátor ako pri výbere filmov do animovanej sekcie. Za každú festivalovú programovú sekciu je zodpovedný iný programový profesionál.

Avšak témy festivalov sú tie, ktoré udávajú jeho smer, po programovej, sprievodnej, a dokonca aj sponzorskej stránke. Podľa nich si vieme zaradiť, aká cieľová skupina je pre daný festival priamočiara. Témy môžu byť ako ekologické, tak vedecké, experimentálne, politické, náučné, sci-fi, alebo zmiešané. Niektoré festivaly majú obsah zameraný pre konkrétnu cieľovú skupinu. Tam patria festivaly zamerané ako napríklad pre deti a mládež, homosexuálov, študentov, dôchodcov, rozličných menších a mnoho ďalších diverzitných cieľových skupín.

V niektorých prípadoch do programového tímu patrí aj sekcia film industry, čo v doslovnom preklade znamená filmový priemysel. Táto sekcia, podkategória, menšie oddelenie programového tímu, vytvára samostatný celok pre celý festival. Jedná sa o oddelenie, ktoré je zamerané na publikum z profesionálnej filmovej sféry. Jeho program je zložený z podujatí, ktorý je určený filmovým alebo festivalovým profesionálom, je interný pre konkrétnu cieľovú skupinu návštevníkov či hostí daného festivalu. Pod týchto profesionálov spadajú filmoví

producenti, režiséři, kritici, kináři, distribútori, iní festivaloví organizátori, televizní producenti, tvorcovia, zástupcovia rozličných filmových inštitúcií a podobne. Každý jedinec je spojený s filmovou sférou po profesionálnej stránke. Cieľom tejto sekcie je spájanie rôznorodých profesionálov od filmovej brandži, slúžiaci na výmenu skúseností, porovnaní, nadobudnutia spolupráce, oboznámenia sa navzájom alebo dohodnutia sa na obchode.

Pri veľkých medzinárodných festivaloch, ktoré trvajú aj vyše jedného týždňa a sekcia film industry má sama o sebe široké spektrum programu, tak sa delí od programového tímu a vytvára samostatné oddelenie.

Programové oddělení

program@kviff.com

**Karel Och**

Umělecký ředitel

Email: program@kviff.com

Tel.: + 420 221 411 011

**Anna Purkrábková**

Koordinátorka programu

Email: purkrabkova@kviff.com

Tel.: + 420 221 411 026

**Lenka Tyrpáková**

Dramaturg

Email: tyrpakova@kviff.com

Tel.: + 420 221 411 026

**Martin Horyna**

Dramaturg

Email: horyna@kviff.com

Tel.: + 420 221 411 046

**Sandra Hezinová**

Dramaturg

Email: hezinova@kviff.com

Tel.: + 420 221 411 050

**Pavlína Grossová**

Programové oddělení

Email: program@kviff.com

**Natalia Neudačina**

Programové oddělení

Email: program@kviff.com

**Ivana Hrbáčková**

Programové oddělení

Email: program@kviff.com

**Joseph Fahim**

Poradce

Email: joe.f.fahim@gmail.com

**Lorenzo Esposito**

Poradce

Email: lor.esp@gmail.com

Obrázok číslo 6: Programové oddelenie KVIFF

2.3 PR a marketing

Žijeme vo svete plnom marketingových stratégií, reklám, obrovských množstvách zdrojov informácií, sociálnych sietí a transparentnosti. Preto je dôležité, aby každý festival mal celoplošné zaštitenie PR a marketingu v dostatočnom predstihu pred festivalom, a taktiež počas neho. Každý festival má svoju tvár, tému, vizuál, preto je kľúčovým bodom ho distribuovať. Netýka sa to len styku s verejnosťou a prepojenia diváka s festivalom, ale aj zaistením novinárov, tlačových konferencií, vyzdvihnutia partnerov, ako hlavných, tak mediálnych, sponzorov a celkovej finančnej záštity festivalu.

Čím je väčší ohlas v tlači, v televízií, na sociálnych sieťach o prichádzajúcom festivale, tým má väčšiu možnosť oslovenia veľkého množstva publika nielen vnútroštátne. Taktiež na to slúžia mediálne inzercie, kde sa vkladajú články o festivaloch, prichádzajúcich do miest, o ich tematike, zaujímavých hosťoch, termíne. Vydávajú sa v pravidelnom intervale tlačové správy, ktoré môžu slúžiť ako podklad pre rozličné mediálne platformy – nielen noviny a časopisy, ale aj internetové stránky, blogy, televízie, rádia.

Vo všeobecnosti, či už je to firma, ktorá hľadá svojich klientov, alebo festival, ktorý rozširuje svojich divákov a návštevníkov, platí pre marketing vzorec STP. Marketingová stratégia je základným odrazom pre úspešný PR pred aj počas plánovej udalosti. STP je skratka, ktorá je v súčasnom požímaní marketingových modelov veľmi dôležitá a zložená z troch krokov – segmentácia /segmentation/, zacielenie /targeting/ a umiestnenie /positioning/. Je taktiež základným odrazovým modulom pre formulovanie vzorca v marketingu 4P – produkt /product/, cena /price/, miesto /place/, distribúcia /promotion/.

Všeobecne nám to ponúka rozhľad ako, kedy a kam sa treba zamerať na príslušnú skupinu, ktorú chceme zapojiť. Segmentácia trhu znamená prerozdelenie, respektíve vytypovanie príslušných cieľových skupín, ktoré chceme osloviť. Základné atribúty sa rozlišujú podľa veku, pohlavia, statusu, krajiny, štátu, záľub, hodnôt, životného štýlu a pod. Nasleduje zacielenie na príslušnú skupinu prostredníctvom marketingových nástrojov a samotné umiestnenie. Vo festivalovom požímaní je film ako podklad pre produkt.

Na základe týchto faktorov sa vieme odraziť a vyčleniť aj príslušné zdroje, ktoré nám môžu pomôcť. Pri festivale tak vytvárame schému pre potenciálnych mediálnych partnerov, ktorí festival budú sprevádzať pred, počas aj po uskutočnení samotného podujatia.

Pre podujatie ako je festival je taktiež dôležitá tlačová hovorkyňa, zastupujúca príslušnú inštitúciu. Spadá pod marketingové oddelenie. Je to osoba, ktorá sa stará o styk s verejnosťou, komunikáciu s médiami a zastúpenie festivalu na rozličných konferenciách či besedách. Tiež má pred, počas a po festivale v náplni práce organizovanie tlačových konferencií pre novinárov. Na festivaloch často bývajú hostia známe filmové osobnosti, predstavujú sa rozličné premiéry, uskutočňujú sa zahájenia, ktoré sú pre novinárov atraktívnym miestom, vďaka čomu môžu o festivale napísať. Tak sa rozširuje festivalové povedomie.

Každý festival má preto svoje osobitné oddelenie pre mediálne, marketingové, tlačové a PR zastúpenie.



Obrázok číslo 7: Zlín Film Festival

Na fotografii vidíme zahájenie 60-teho ročníku Zlín Film Festivalu na tlačovej konferencii za prítomnosti rozličných mediálnych inštitúcií – od novín, televízie či rádii.

2.4 Guest service

V doslovnom preklade toto oddelenie znamená host'ovský servis, servis pre hostí. Zaujíma pozíciu pre komunikáciu, starostlivosť, vybavovanie, záštitu a celkový servis o hostí, ktorí boli pozvaní na festival.

Za pozadím významu hostia sa považuje široké spektrum ľudí. Jedná sa o pozvaných najvýznamnejších filmárov z rozličných kinematografických profesií, o porotu, o delegácie k príslušným filmom, ktoré sa na festivale budú odohrávať, festivalových reprezentantov, sponzorov, partnerov a ďalšie veľké množstvo rôznych osobností.

Každé festivalové oddelenie má svoj príslušný zoznam vybraných hostí, ktorí musia byť ten rok pozvaný. Veľká väčšina práve týchto osobností spadá pod programové oddelenie, ktoré má zodpovednosť za filmy, ktoré sa budú premietat', a taktiež za vytváranie celkového programu, takže majú prehľad, koho sa prislúši ten rok pozvať. Väčšinou je však veľká škála hostí pozvaná podľa zoznamu z minuloročných ročníkov, býva stála. Zoznam vybraných hostí je tiež tvorený finančným oddelením, ktoré ma prehľad o reprezentantoch rozličných grantov, z ktorých bol festival zafinancovaný, sponzorov, ktorý zaštilili festival, partnerov, mediálnych partnerov a podobne. Na niektorých festivaloch spadá do oddelenia guest servisu aj pododdelenie protokol, ktorý sa práve o týchto hostí a ich pozvania, stará.

Oddelenie guest servisu je zodpovedné za plynulý priebeh starostlivosti o všetkých týchto ľudí. Majú na starosti prvotnú komunikáciu s nimi, odosielanie pozvánok, zaist'ovanie ubytovania, rozličných akcií, preplatenia ciest, rezervácie leteniek a taktiež samotnú starostlivosť o ich program počas celého festivalu. Všetky tieto podkategórie bývajú porozdeľované podľa statusu host'a medzi zamestnancov tohto oddelenia.

Každá významná osobnosť má na väčšom festivale svojho sprievodcu, ktorý má na starosti jeho program, tak aj miesta, kde sa má vyskytovať a na koho sa môže v prípade nutnosti obrátiť. Porota má svojho koordinátora, ktorý má na starosti filmový program a časový priebeh, kde sa musia kvôli súťažným filmom vyskytovať. V prípade väčších festivalov, kde je viac druhov porôt, je navýšené množstvo príslušných koordinátorov.

Pod oddelenie guest service taktiež spadá koordinácia dopravného servisu. Väčšinou sa najíma dopravný servis, s ktorým sa riešia dispozície príchodov a odchodov pozvaných hostí. Ich dovozy a rozvozy bývajú na koordináciu náročnejšie, šoféri dostávajú pokyny od svojho vedúceho, ktorý zodpovedá vedúcemu orgánu oddelenia.

Taktiež príslušnému host'ovi prináleží iný druh festivalového balíčka – jedná sa o počet lístkov na filmy, zahájenie, ukončenie, lístky na sprievodné akcie a podobne. Akreditácia sa podľa príslušných hostí mení a tak aj obsah balíčka, ktorý host'a pri akreditovaní čaká. Tento rozdeľovník je tiež vytváraný na základe rôznych kritérií viacerých festivalových oddelení.

Festivaly, ktoré majú za sebou širokú minulosť, taktiež navyšujú prestíž daného mesta, kde sa festival odohráva. Týka sa to hlavne ekonomiky hotelových služieb, vďaka ktorému rastú počas festivalových dní a prebiehania. Hotely bývajú dopredu zazmluvnené a dohodnuté, aby pokryli množstvo prichádzajúcich hostí a zároveň si nechali voľné ubytovacie miesta pre návštevníkov festivalu, ktorí si svoje miesta budú nakupovať. Biznis vďaka veľkým festivalom v mestách rastie, preto cenové relácie a ponuky sa medzi festivalovou zodpovedajúcou stranou a hotelmi pohybujú na základe dohôd a kooperácie.

V hierarchii tohto oddelenia sa nachádza množstvo zamestnaných ľudí, ktorí sa delia od prvotných príprav od začiatku festivalu, až po konkrétne zamestnaných ľudí len počas festivalu. Všetko závisí od veľkosti podujatia a finančného rozpočtu.

2.5 Produkcia

Produkcia, zaobstarávanie, zariadenie a starostlivosť o hladký priebeh príprav pred aj počas podujatia je veľmi dôležitý. Tím, ktorý je v tomto oddelení, musí byť zodpovedný a spoľahlivý, mať prehľad o celkovom potrebnom zázemí pre úspešné konanie festivalu.

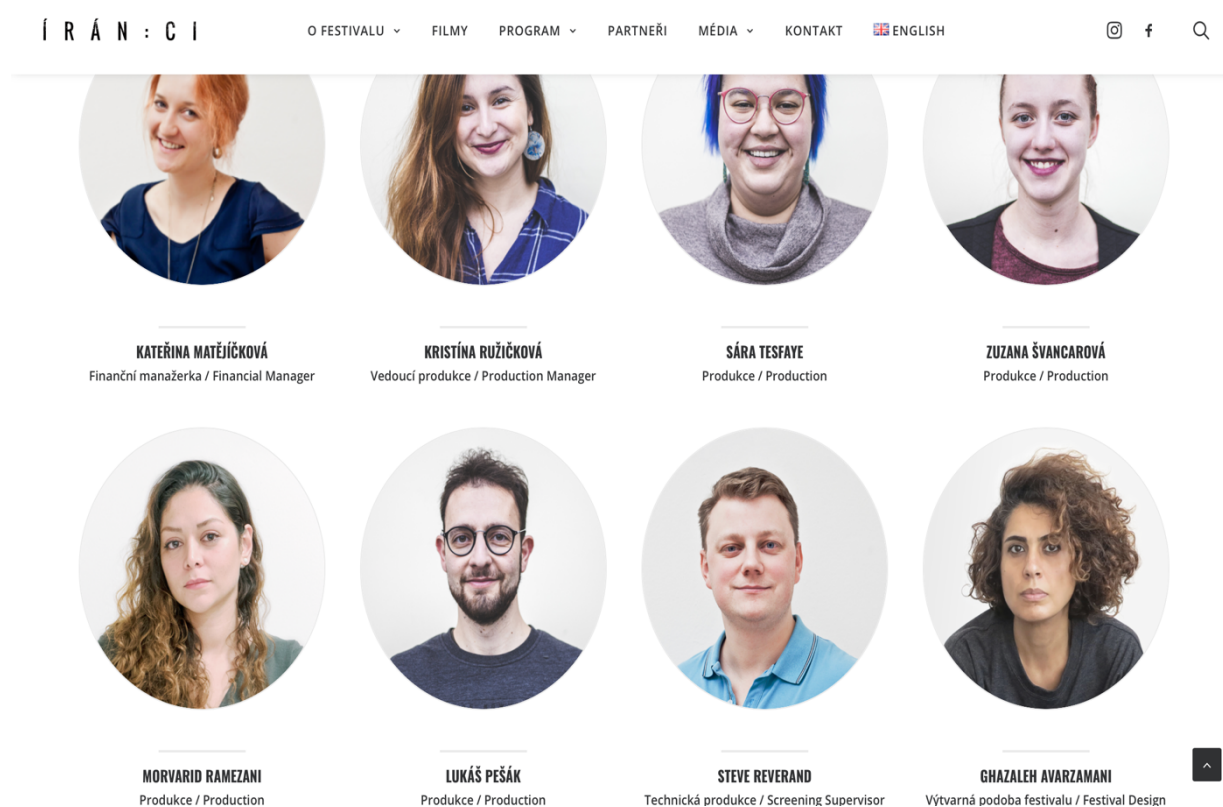
Pri väčších festivaloch je oddelenie produkcie samostatným celkom, ktoré sa riadi inštrukciami od najvyšších predstaviteľov a podľa príslušných úkonov. Zaobstarávajú pevné zázemie pre dianie podujatie. Od technickej a stavbárskej podpory, zháňanie potrebných vecných prostriedkov, zaistenie priestorov až po detailný prehľad o všetkých aktivitách, či už hlavných alebo sprievodných, konajúcich sa na festivale. Jedná sa o všetky prostriedky, poskladané od najmenších letákov, odznakov, mikrofónov, rôznych dekorácií až po prenájom a zaobstarávanie technického zázemia pri všetkých akciách. V prípadoch, kedy je festival väčšieho rozmeru, sa produkcia stará aj o zaistenie sprievodného programu festivalu, kam patria stánky s jedlom, pitím, predajom festivalového sortimentu, tak aj o pódia, kde sa uskutočňujú koncerty, rozhovory, diskotéky, akékoľvek sprievodné podujatia. Do takého podujatia patria aj sponzorské, kedy sponzori chcú ukázať svoju tvár prostredníctvom stánku, ateliéru, miesta, kde môžu naviazať spojenie s návštevníkom, alebo akýkoľvek iný druh sponzorstva, ktorý sa na každom festivale líši.

Pri menších festivaloch oddelenie produkcie je najpodstatnejším základom pre správne riadenie festivalu. Je to oddelenie, ktoré má prehľad o celkovom dianí a má za úlohu obstarávanie všetkých vecných zázemných vecí, potrebné k realizácii. Dostáva pokyny od riaditeľa alebo šéfa, ktorý spolu s produkčnou zložkou majú na starosti celý chod festivalu.

Tím produkčnej zložky býva zložený z veľkého počtu ľudí, ktorí sa do festivalové diania pridávajú postupne, podľa prichádzajúceho termínu príslušného ročníka. Skladá sa z vedúcich produkčných zložiek, asistentských pozícií, technických produkčných a mnoho ďalších. Produkcia je najširšie spektrum pre festivalové uskutočnenie a vybavovanie potrebných vecí. Nie je predpísané, že na každom festivale je toto oddelenie rovnaké, alebo podobné, hierarchia pracovnej náplne, pozícií, funkcií je na každom festivale rôzna.

Pre príklad, do týchto pozícií patrí aj rozdelenie vedúcich pre koordináciu zmlúv s rozličnými partnermi, IT podporu, vedúceho stavby, vedúceho propagačných materiálov, vedúceho denných sprievodných podujatí, vedúceho produkcie nočných sprievodných podujatí a mnoho ďalších.

Pri festivaloch, ktoré majú svoju minulosť v príslušných mestách, sú dobré produkčné vzťahy s partnermi, ktorí poskytujú nefinančné plnenie, znížené cenové relácie na základe dobrých vzťahov, kľúčové.



Obrázok číslo 8: Festival ÍRÁN:CI

Na vyššie uvedenom obrázku môžeme vidieť produkčný tím menšieho festivalu ÍRÁN:CI film festival. V prípade veľkosti, sa tento festival odlišuje aj samotnou hierarchiou, kedy do

produkčnej zložky spadá aj finančný manažér, ktorý ma na starosti chod celkových financií festivalu – od grantov, až po najmenšie hotovostné čiastky. Každý príslušník tejto zložky mal na starosti inú východiskovú produkčnú záštitu tohto festivalu.

Na tomto festivale som sa produkčne podieľala a bola som vedúcou zložkou v produkčnom oddelení. Vo svojom tíme som spolupracovala s plnohodnotnými kolegami z filmovej a festivalovej oblasti a taktiež s organizáciou Farsi Cinema Center, ktorá sídli v Kanade. Je to platforma, ktorá spája afganskú, iránsku a tadžekistánsku kinematografiu a má za úlohu spájať filmárov, producentov a distribútorov z tejto oblasti z celého sveta. Filmový festival ÍRÁN:CI je veľmi špecifický festival svojho druhu, ktorý hlavne cieľi na české publikum, ktoré obľubuje iránsku kinematografiu a taktiež na obyvateľov tejto krajiny, žijúcich v Českej republike.

Mojou náplňou práce bola organizácia a koordinácia celkového chodu festivalu z produkčnej časti – od zaobstarávania sponzorov, partnerov, dohadovania miest konaní, ako filmových premietaní, tak sprievodného programu, finančné plnenie a cashflow. Mala som dve hlavné asistentky, jedna mala na starosti komunikáciu s kanadským FCC, ktorý vytvárali grafické podklady festivalu a tlačené materiály, druhá mala na starosti koordináciu kín, kde sa festival konal a tvorbu festivalových cien. Mediálnu záštitu nám zaobstarávala firma 2media, ktorá komunikovala s mediálnymi partnermi, riešila tlačové správy a pozývanie novinárov na filmové udalosti. Ostatní produkční v tíme riešili dielčie záležitosti – jedna z nich mala na starosti iránsky hovoriacich hostí, druhý mal na starosti mediálne a produkčné zaobstaranie festivalu v Brne. Každý mal svoju úlohu, kompetencie, ktorými festival produkčne vytváral.

Každý festival je iný, rozmanitý, daný na svoju tému, koncept, preto sa aj čiastkové náplne práce produkcie líšia a sú rôznorodé, preto sa nedajú charakterizovať podľa jednotnej schémy. Avšak jedno má každý festival spoločné – za priebehom a úspešnou realizáciou sa skrýva veľký počet ľudí, ktorí musia mať nielen dobré profesionálne vzťahy, ale aj náklonnosť k filmovým dielam a práci, ktorú produkujú.

2.6 Finančné oddelenie

Oddelenie zamerané na prácu s financiami býva často vymedzené na samostatné, avšak často býva aj pridelené k iným oddeleniam a je ich súčasťou.

Financie sú rozhodujúce od úplného začiatku festivalu. Podľa ich množstva, zdrojov a rozloženia sa festivalový tím môže pustiť do príprav podujatia. Každé oddelenie má svoj pridelený rozpočet, ktorého sa musí držať a ktorý musí nasledovať.

Väčšinou vedúci oddelenia je finančný manažér, ktorý má pod sebou príslušný tím. Práve toto oddelenie má na starosti celý chod festivalových financií, ktorý začína už zriaďovaním a vyplňaním žiadostí na rozličné granty na podporu umenia, umeleckých podujatí či grantov príslušného mesta a kraja, respektíve verejné zdroje, umožňujúce pevné zaštieňenie festivalu. Môže sa to týkať tuzemských i zahraničných grantov. Taktiež sa finančné oddelenie stará o správu finančníctva v prípade sponzorských finančných plnení alebo zdrojov zo súkromného sektoru.

Oddelenie financií je preto neoddeliteľnou súčasťou festivalu, ktoré musí byť zložené z odborníkov z ekonomickej sféry či vyštudovaných účtovníkov alebo profesionálov, ktorí sa v tomto obore pohybujú dostatočne dlho a majú tak potrebnú prax. Do tímu, okrem vedúcich postavení, účtovníkov a ekonómov, môžu patriť aj office manažéri, asistenti, sekretariát, pokladníci alebo finanční poradcovia. Rozličné zdroje financovania a ich hospodárenia môžu mať pridelené samostatne, všetko záleží na fungovaní, veľkosti a typu konkrétneho festivalu.

Počas a po festivalovom dianí, majú za úlohu vyplácanie zmlúv, faktúr, hospodárenie s cashflow financiami a podobne. Oddelenie sa stará o zaštieňenie financií všetkých oddelení festivalu a ich samostatných financií na výplaty pracovníkov festivalu, či už zmluvných alebo vyfakturovaných po festivale.

Oddelenie prepláca zmluvy z oddelenia filmového programu za prenájom a kúpu filmov, prenájom priestorov kinosál, za spracovanie filmov do festivalového systému, technickú záštieň, z oddelenia produkcie prepláca produkčné materiály, prenájom priestorov na sprievodný program, stavbu, techniku, honoráre umelcov, výrobu festivalových cien, za oddelenie starostlivosti o hostí prepláca catering, ubytovanie, transport, dopravu, za oddelenie marketingu a PR všetky propagačné materiály, grafiku, web a mnoho ďalších položiek. Všetky vymenované položky sú len načrtnuté ako príklady, ich množstvo je obrovské a rozmanité na základe typu a veľkosti festivalu.

Po festivalovom uskutočnení nastáva pre finančné oddelenie najväčšia práca – preplácanie zmlúv, faktúr a celkové vyúčtovanie celého podujatia, ktoré môže aj po skončení trvať dlhé mesiace. Mnoho finančných zdrojov z grantov prichádza až po odohraní festivalu, kedy

s konkrétnymi financiami môžu festivaloví príslušníci rátať a pracovať s nimi. Celý proces je zdĺhavý, avšak musí byť od úplného začiatku rozpracovaný, rozdelený a strategický.

Každý festival sa svojim rozpočtom, svojimi finančnými možnosťami a svojim pôsobením na základe veľkosti, charakteru, typu, témy, minulosti odlišuje. Nedá sa vzorec financií a financovania rozličných festivalov dať do jednotného vzorca, toto je len príklad, ako môže fungovať jednotlivé podujatie.

Všetky umelecké prehliadky, festivaly, akcie sa vždy odvíjajú od množstva príslušných financií, ktoré sú k dispozícii a ktoré sú základom pre akúkoľvek umeleckú činnosť.

Závěrečná zpráva Filmový festival a přehlídka v oblasti kinematografie Filmové festivaly a přehlídky v roce 2020

Příjemce podpory kinematografie	
Název projektu	
Evidenční číslo projektu	
Evidenční číslo výzvy	
Dotační okruh	
Lhůta pro dokončení projektu (dle rozhodnutí)	
Datum předložení závěrečné zprávy	

Typ projektu (označte křížkem)	festival	
	přehlídka	
Místo konání		
Datum konání		

Industry program (označte křížkem)	ANO	
	NE	
v případě možnosti ANO vypište seznam sekcí industry programu		
popis a zhodnocení jednotlivých sekcí industry programu		

počet promítacích míst	
seznam programových sekcí	

Katalog	
formát/rozsah	

náklad	
--------	--

Mediální kampaň
Doprovodné akce
Ozvěny
Realizační tým

Statistické údaje - hlavní část festivalu (bez ozvěn)	
rok/číslo ročníku	
délka trvání festivalu (počet dní)	
celkový počet projekcí	
celkový počet filmů	
z toho českých	
z toho zahraničních	
z toho počet filmů, jejichž práva hrazena festivalem	
počet sálů	
počet diváků	
celkový počet diváků	
počet akreditací	

Podpisem této závěrečné zprávy příjemce podpory kinematografie stvrzuje správnost a pravdivost údajů uvedených v této závěrečné zprávě a je si vědom následků případné nepravdivosti uvedených údajů.

Obrázok číslo 9: Závěrečná správa

Na vyššie uvedenom obrázku sa nachádza príkladný formulár zo Státního fondu kinematografie, tzv. *Závěrečná správa festivalu*, ktorú musia príslušní festivaloví zástupcovia, v prípade podpory z tohto grantu, po festivalovom uskutočnení vyplniť a odovzdať. Jedná sa o príklad jedného z mnohých dokumentov, ktoré je nutné po vyúčtovaní grantom posielat'.⁶

⁶ Státní Fond Kinematografie [online], dostupné z: <https://fondkinematografie.cz>

2.7 Iné oddelenia

Každý festival svojou ojedinelosťou, veľkosťou, originalitou, charakterom a na základe mnohých iných faktorov sa odlišuje aj vo svojej hierarchii pracovných pozícií. Z tohto hľadiska sa preto nedá na každý festival aplikovať jedna schéma pracovnej sily, ktorá na podujatí pracuje. Na všetkých festivaloch sa z týchto dôvodov aspekty na oddeleniach líšia.

Oddelenia, ktoré ešte môžu byť súčasťou organizácie, sú:

Dobrovoľníctvo – pri festivaloch väčších rozmerov je táto sekcia neoddeliteľnou súčasťou a tvorí samostatné oddelenie. Jedná sa o zháňanie dobrovoľnej posily na celý chod festivalu. Väčšinou sa hľadá spomedzi mladých študentov stredných škôl, alebo sa filmoví mladí nadšenci prihlasujú sami a majú počas festivalových dní za to špeciálne benefity vo forme voľných vstupov na filmy alebo sprievodné podujatia.

Obchod a marketing – jedná sa o oddelenie, ktoré je vyššie spomenuté ako PR a marketing. Na iných festivaloch sa môže deliť alebo zlučovať. Do tohto oddelenia sa taktiež môže a nemusí pridružovať tlačové oddelenie festivalu. Jedná sa o sekciu, starajúcu sa o mediálne spolupráce, mediálne vzťahy, novinárske projekcie a tlačové konferencie, styk s verejnosťou, práca so sociálnymi sieťami, webom, fotografmi.

IT & rezervačný systém – oddelenie, ktoré sa môže na festivaloch vyskytovať, ktoré sa stará o hospodárenie s kúpenými lístkami, rezerváciami na filmy či iné podujatia, IT servis a vlastnú wi-fi festivalu vo všetkých oddeleniach, tak aj prístupnú pre hostí a návštevníkov. Často toto oddelenie spadá pod produkciu alebo guest servis.

Medzinárodné vzťahy – pri medzinárodných väčších festivaloch sa stáva, že je oddelenie medzinárodných vzťahov samostatné a slúži na styk a komunikáciu s medzinárodnými partnermi, sponzormi, mediálnymi partnermi, zahraničnými sociálnymi médiami a podobne. Často mávajú festivaly svojich zástupcov aj v zahraničí, ktorí sa starajú o tlač v zahraničných médiách, ktoré sú písané v anglickom jazyku.

Špeciálne projekty – festivaly, ktoré si chcú zachovať aj priazeň divákov mimo festivalového diania, často robia projekty, ktoré sa dejú aj počas celého roka, aby festival zostal v podvedomí. Každý festival to má rôzne, záleží aj na projektoch, špeciálnych službách, divákoch podľa konkrétneho mesta, kde festival prebieha. Ako príklad sem patrí Kino bez bariér, ktoré je

súčasťou Medzinárodného filmového festivalu v Karlových Varoch alebo Filmové klapky, ktoré sú dlhé roky súčasťou Zlín Film Festivalu.

Festivalové ceny – väčšinou ceny netvoria samostatné oddelenie, sú súčasťou buď programového oddelenia alebo produkcie. Jedná sa o vytváranie vizuálu a konkrétneho spracovania festivalových cien podľa charakteru, témy, či súťažných pásiem daného podujatia. Dotvára identitu festivalu.



Obrázok číslo 10: Festivalové ceny

Na obrázku číslo 10 môžeme vidieť ocenenia Medzinárodného filmového festivalu Bratislava, ktorý je momentálne v období zastavenia kvôli finančným problémom, obnove tímu a konceptu podujatia. Avšak ceny udeľovali v kategóriách:

Cena za najlepší hraný film

Cena pre najlepšieho režiséra

Cena za najlepší mužský herecký výkon

Cena za najlepší ženský herecký výkon

3. FESTIVAL AKO UDALOSŤ PRE JEDINCA, TAK PRE SPOLOČNOSŤ

Festival je dôležitá a nenahraditeľná spoločenská udalosť, ktorá pomáha dotvárať ako pracovné, tak súkromné hodnoty. Nie je to len podujatie, ktoré má za cieľ nazhromaždiť čo najviac ľudí s rovnakými záujmami, či už z profesijných alebo súkromných dôvodov, na jedno miesto, má ďaleko väčší presah a tým je utužovanie vzťahov medzi jednotlivcami a spoločnosťou, komunitou, ktorá organizuje festival, stálymi návštevníkmi aj z filmovej a festivalovej sféry, aj zložených z obyčajných laických milovníkov filmu. Taktiež sa stále za tvorbou umenia a výberu filmov pre organizátorov skrýva finančný zisk, biznis, ktorý je pre každú prácu kľúčový.

Práve kvôli tejto rôznorodosti som sa rozhodla vybrať si na rozhovor do praktickej časti troch rozmanitých festivalových reprezentantov, ktorí riadia takéto podujatie. Každý z nich sa líši svojou organizáciou, charakterom a hlavne subjektom, ktorý stojí na čele organizácie. Chcela som nájsť československé subjekty, ktoré sa hierarchiou a zameraním od seba odlišujú.

Prvým z nich bol Medzinárodný filmový festival pre deti a mládež, kde som spravila rozhovor s umeleckou riaditeľkou Markétou Pášmovou. Festival, ojedinelý svojho druhu, má jedno z najväčších renomé takéhoto typu podujatia pre deti a mládež v celosvetovom meradle. Téma festivalu je zameraná na detského diváka, ale nielen pre detské publikum. Avšak nielen filmový program, ale aj sprievodné podujatia sú kľúčové hlavne pre menších a malých. Na čele tohto festivalu je spoločnosť FILMFEST s.r.o. Koná sa každoročne v Zlíne, v Českej republike. Z československého zastúpenia som si vybrala mediálnu spoločnosť Film Europe, ktorá je nielen filmovou distribúciou, ale má v zastúpení kiná v Českej republike a na Slovensku, televízny kanál Film Europe Channel a usporadúva filmové prehliadky zamerané na rozličné európske kinematografie – Be2Can, Scandi a Crème de la Crème, ktoré pravidelne prebiehajú v oboch štátoch. Taktiež má svoju vlastnú VOD platformu Edisonline. A ako tretí subjekt som vyspovedala festivalovú riaditeľku Ľubicu Orechovskú, ktorá organizuje slovenskú časť festivalu FEBIOFEST, za ktorou stojí Asociácia slovenských filmových klubov, ktorá je okrem iného distribučnou spoločnosťou. Z rozličnosti pozícií hlavných organizátorov, som sa pozrela nielen na ich prípravy, tému a štruktúru, ale aj na odlišné spôsoby spracovania tohtoročného ročníka v súčasnej pandemickej situácii.

Táto doba, v ktorej sme sa ocitli, kedy sa žiaden festival nekoná, alebo nabral úplne iný rozmer, je typickým znakom pre našu umeleckú spoločnosť a následky, ktorým čelí ako festivalová organizačná zložka alebo samotný divák, je jednoducho náročný. Ocitli sme sa v situácií, kedy si organizačný tím festivalu musí hľadať alternatívne spôsoby premietania, čo v tomto prípade je online spôsob, alebo podujatie jednoducho zrušiť či presunúť na dobu neurčitú. Tým aj pre diváka vzniká situácia, kedy si musí zvykať na nový spôsob videnia jednotlivých filmov, alebo sa zmieriť so skutočnosťou, že festival tento rok nebude. Filmoví profesionáli našli spôsob v prepojení sa skrz online platformy, kde často vznikajú panelové diskusie, adekvátne industry program alebo pitchingové fóra či rozličné workshopy. Niektorí festivaloví organizátori nezačali zúfať, ale našli spôsob, akým sa vysporiadať s momentálnou situáciou, iní si povedali, že lepšia bude investícia do ďalšieho roku.

Na praktické príklady som sa zamerala v nasledujúcej časti.

4. ROZHOVORY S FESTIVALOVÝMI REPREZENTANTMI

Praktická časť mojej diplomovej práce je zameraná na rozhovory s festivalovými reprezentantmi rozličných festivalových podujatí z hľadiska žánru, charakteru, cieľovej skupiny a hlavne samotnej organizácie a štruktúry. Vybrala som si rozličné podujatia, ktoré sa líšia nielen témou a typom, ale aj krajinou, kde sú prezentované a hlavne rozličnými organizátorskými subjektami. Rozhovory boli prepísané z e-mailov, kde mi organizátori poslali odpovede na moje otázky, preto sú všetky rozhovory autorkou práce parafrázované.

4.1 Markéta Pášmová, Zlín Film Festival

Medzinárodný festival pre deti a mládež v Zlíne je špecifický festival svojim zameraním na detského diváka, preto má ojedinelé zastúpenie medzi festivalmi hlavne v Českej republike a na Slovensku. Preto som sa rozhodla do praktickej časti zahrnúť rozhovor s programovou, umeleckou riaditeľkou Markétou Pášmovou ktorá na festivale pôsobí vyše 20 rokov.⁷

Ako a prečo vznikol takýto konkrétny koncept festivalu v Zlíne?

Festival vznikol v roku 1961 na pôde vtedajšieho filmového štúdia, ktoré sa špecializovalo na výrobu detských filmov. Filmové štúdio v Zlíne založil v roku 1936 J. A. Baťa pre výrobu reklamných filmov na výrobky firmy Baťa. Neskôr sa štúdio špecializovalo tiež na populárne náučné filmy – tzv. školné výukové filmy. Počas vojny prišli do zlínskeho štúdia Hermína Týrlová a Karel Zeman a začala tak tvorba animovaných filmov – hlavne pre deti. Na tú neskôr naviazal Karel Zeman so svojimi hranými filmami, ktoré získali celosvetovú slávu a postupne od konca 50. rokov, začala tvorba hraných filmov pre deti. Najprv to boli filmy krátkometrážne, neskôr celovečerné. Na začiatku 60. rokov bol vznik festivalu teda logickým vyústením celej situácie. Vtedajšie Československo bolo na svetovej špičke vo výrobe filmov pre deti a mládež a okrem zlínskeho štúdia (vtedy gottwaldovské) sa na výrobe samozrejme podieľalo tiež pražské barrandovské štúdio.

Na akej anabáze vyberá programová rada jednotlivé snímky a odkiaľ čerpá inšpirácie filmov na premietanie?

⁷ Zlínfest [online], dostupné z: <https://www.zlínfest.cz>

Festivaloví dramaturgovia stavajú predovšetkým na svojich dlhoročných skúsenostiach s filmom pre deti a mládež a tiež na znalosti svojho publika a samozrejme celosvetových trendoch. V priebehu roku dramaturgovia cestujú po ďalších festivaloch podobného zamerania, pravidelne zasadajú v porotách, navštevujú filmové trhy atď. Existuje tiež rada špecializovaných filmových platforiem pre festivalových „programmers“, ktoré ponúkajú nové tituly. Viac než 2000 snímok sa každoročne na festival samo prihlási prostredníctvom festivalových prihlášok, ale tiež prostredníctvom špecializovaných platforiem združujúcich radu ďalších festivalov. V každom ohľade však Zlín Film Festival chce každoročne ponúknuť niečo celkom nového – predovšetkým pre zahraničných návštevníkov a byť tak inšpiráciou pre ostatné festivaly. Mať svetové premiéry sa stále ešte nosí.

Ako dlho prebiehajú prípravy festivalu?

Prípravy prebiehajú celý rok. Po skončení festivalu je treba všetko „upratať“, vyhodnotiť, poďakovať, zaslať vyúčtovaciu dotáciu, monitoringy partnerom a začať premýšľať nad tým, čo bude témou pre budúci rok a aká bude koncepcia festivalu. Je to tiež čas na oslovovanie partnerov, tvorbu žiadostí o dotácie (rozpočet festivalu je zložený v pomere 50/50 medzi súkromnými a verejnými zdrojmi).

Aplikuje sa téma jednotlivých ročníkov do každého festivalového oddelenia? Respektíve, súvisí navzájom filmový, industry, sprievodný a iný program?

Ročníkovú tému sme na festival zaviedli v roku 2018 a vtedy sa to týkalo cestovania. Do tej doby bola hlavnou témou niektorá kinematografia z európskej zeme. V oboch prípadoch sme sa však snažili tému prepojiť do všetkých oblastí festivalu. Téma sa tradične objavuje aj vo festivalovom vizuále a celkovom marketingovom pojatí daného ročníka.

Akým spôsobom medzi sebou fungujú festivalové oddelenia?

V ideálnom prípade by jednotlivé festivalové oddelenia mali spolu veľmi úzko kooperovať. Snažíme sa o to a dokážeme si navzájom vychádzať v ústrety. Bez tejto kooperácie by festival nemohol fungovať.

Ako sa líšia pracovné kompetencie festivalového prezidenta, výkonného riaditeľa a umeleckého riaditeľa v prípade Zlín Film Festivalu?

Prezident určuje smerovanie festivalu v strednom a dlhodobom horizonte, je najvyšším reprezentantom projektu a na tejto úrovni tiež často prebiehajú zásadné partnerské jednania.

Výkonná riaditeľka je zodpovedná za riadenie a realizáciu kompletného projektu, má v priamej kompetencii obchod a aktivity sprievodného programu.

Umelecká riaditeľka je hlavnou dramaturgyňou filmového programu, za ktorý zodpovedá. Strategicky rozvíja aktivity týkajúce sa programu pre filmových profesionálov. Je taktiež reprezentantom festivalu v profesionálnej komunite v Českej republike a v zahraničí.

Má Zlín Film Festival dostatok dostupných finančných podpôr na zdarné fungovanie v Českej republike? Prepája investície z verejných a súkromných sektorov?

Finančných prostriedkov nikdy nie je dost, je to každoročná náročná skúška. Žiadna podpora nie je automatická, vždy musíme znovu predkladať žiadosti. Výhodou je samozrejme stabilné a silné postavenie festivalu v rámci ČR, ale tiež jeho medzinárodné renomé. Pre investorov – a to i súkromných, ale aj verejných (medzi nimi je napr. Ministerstvo kultúry Českej republiky, Státní fond kinematografie, Město Zlín, Zlínsky kraj...), je to určitá záruka, avšak ani to nám nezaručuje bezstarostnú celoročnú jazdu. V prípade výpadku niektorej zo zložiek, je to potom vždy na úkor obsahu – tzn. obmedzenie programu.

Je Zlín Film Festival konkurencie schopný v rámci obdobných festivalov v Európe?

Festival má vynikajúcu pozíciu nielen v rámci obdobných festivalov v Európe, ale aj v zámorí. Je to najstarší festival svojho druhu na svete, svojim rozsahom je taktiež najväčší. Patrí medzi lídrov podobne zameraných festivalov. Svoju vedúcu pozíciu si drží viac ako 10 rokov a upevňuje ju nielen počtom premiérovu uvádzaných filmov, ale tiež počtom návštevníkov. V tomto ohľadu nemá Zlín Film Festival vo svete konkurenciu.

Fungujú spolupráce medzi festivalmi s rovnakým zameraním na detského diváka na medzinárodnej úrovni?

Spolupráce fungujú veľmi dobre, samých seba nazývame akousi veľkou festivalovou rodinou, ktorú každoročne rozširujeme o ďalších členov. Festival je, podobne ako mnoho ďalších, súčasťou medzinárodnej organizácie ECFA (European Children's Film Association), v tomto roku sme sa združili v rámci dotačného projektu EU do tzv. medzinárodnej festivalovej siete

s ďalšími 6 európskymi festivalmi. Zmyslom spolupráce je výmena skúseností, vzájomná inšpirácia, výmena vzdelávacích programov a priateľstvo.

Akým spôsobom sa Zlín Film Festival vysporiadal s obmedzeným ročníkom 2020 kvôli celosvetovej pandémie? Ako sa zmenila jeho podoba, organizácia a štruktúra?

Jubilejný 60. ročník ZFF bol vplyvom pandémie presunutý z pôvodného a tradičného májového dátumu na september, zmenil sa tiež počet dní a festival bol skrátenej z 9 dní na 7. Ako jeden z mála festivalov, prebehol fyzicky, nie online a jeho podoba nebola zásadne zmenená. Všetci festivaloví návštevníci museli byť kvôli hygienickým opatreniam registrovaní prostredníctvom špeciálneho systému, ktorý nám mimo svoju hlavnú funkciu (dohľadania kontaktu v prípade preukázanej nákazy koronavírusom) umožnil tiež analyzovať ich programové preferencie a využiť tieto poznatky do nasledujúcich ročníkov. Aj napriek neobvyklej situácii sa podarilo zaujať viac než 55 tisíc návštevníkov. Záujem publika nás príjemne prekvapil a ukázal tak, že aj v krajine počas nepriaznivej doby je festival ako tradičné podujatie pevne zakorenený v mysliach našich návštevníkov, ktorí nám svojou účasťou vyjadrili podporu. Zložitá doba nám priniesla nové výzvy, ktorých naplnenie pozitívne rozšírilo naše schopnosti ako v oblasti organizačnej, tak bezpečnostnej, tak tiež technologickej.

4.2 Ivan Hronec / Film Europe, Be2Can, Scandi, Crème de la Crème

Ivan Hronec je výkonný riaditeľ distribučnej spoločnosti Film Europe, ktorá nielen distribuuje snímky v Českej republike a na Slovensku, ale aj organizuje festivalové prehliadky ako Be2Can, Scandi a Crème de la Crème. Taktiež má pod sebou dve kamenné kiná – Edison Filmhub v Prahe a Film Europe v Bratislave. Distribučná spoločnosť má aj vlastný televízny kanál Film Europe Channel a online platformu Edisonline.⁸

Pán Hronec, ako to robíte?

Pred desiatimi rokmi sme sa rozhodli venovať sa festivalovému a európskemu filmu. Chcel som byť dobrým distribútorom filmov z Cannes, Berlína, Benátok, chcel som ich ponúkať lokálnym festivalom, kinám a televíziám. Vedel som, že to nebude ľahké. Ale fakt som si nemyslel, že to bude skoro nemožné. Festivalový film sa v Čechách aj na Slovensku síce hral,

⁸ Film Europe [online], dostupné z: <http://www.filmeurope.sk>

ale nemal vybudovaný fungujúci ekosystém pre nezávislé distribučné iniciatívy. Ak ste chceli hrať film z Cannes, tak ste museli byť v parte s existujúcimi miestnymi festivalmi, kinami, alebo televíziami. Keď ste v parte neboli, tak vám čas od času film hrali, ale žiť sa z toho veľmi nedalo. Mali sme dve možnosti, buď sa k nejakej skupine pridať a akceptovať, že ste len na milosť braný dodávateľ filmov, alebo pre vaše filmy vybudovať vlastný ekosystém, ktorý divákovi ponúka festivaly, distribúciu, kiná, VOD platformu a platené televízie. Bude to znieť neuveriteľne, ale keby v Čechách a na Slovensku všetko fungovalo, čiže festivaly by platili férové festivalové poplatky, artové kiná by neboli zároveň distributérmi, čo hrajú vo vlastných kinách vlastné filmy a televízie verejnej služby by ponúkali za špičkový a drahý festivalový film viac ako distributér zaplatí za materiál, možno by Film Europe bola iba dobrá distribučná spoločnosť. Museli sme sa stať mediálnou spoločnosťou. A ku komplexnosti nášho distribučného modelu sme boli vlastne okolnosťami donútení. Dnes by som už nenechal, ale Film Europe som skutočne nezaložil s vedomím že nám po desiatich rokoch bude chýbať v distribučnom modeli iba produkcia a voľná televízia. Všetky ostatné úrovne robíme. Okrem tých, čo ste vymenovali budujeme druhé kino v Bratislave a ako experiment, kultúrny hub v jednom z najchudobnejších regiónov na Slovensku.

Akým spôsobom súvisia a prepájajú sa všetky výstupy Film Europe spoločnosti?

Všetko spája kvalitný festivalový, prevažne európsky film. Nerobíme seriály a iba v malej miere dokumenty. Kupujeme všetky filmové práva, teda práva festivalové, kino-distribučné, práva VOD aj práva televízne a kupujeme ich obyčajne na viac ako sedem rokov, v niektorých prípadoch na skoro dvadsať rokov. Dnes má knižnica Film Europe 500 filmov pre všetky práva a skoro 800 ďalších filmov pre vysielanie v našich dvoch quality televíziách – Film Europe a Film Europe +. S filmom ale žijeme oveľa skôr, než ho divák vidí na festivale alebo v kine. Skoro všetky filmy kupujeme skôr ako sa nakrúti, na základe scenára a poetiky a úspechov režiséra. Veľmi zriedka podľa obsadenia a výšky producentského rozpočtu, to je možno hlavná rozdielnosť v porovnaní s komerčnými filmami, kde sú herecké obsadenia a výšky rozpočtu často dôležitejšie než režisér. Sú samozrejme výnimky, kde je režisér podstatný, ale podľa neho sa v predkúpe neurčuje cena filmu. V artových festivalových filmoch môže byť film s trojmiliónovým rozpočtom drahší ako film s pätnástimiliónovým rozpočtom, pretože jeho režisér má úspechy na A festivaloch. Film teda kúpime niekedy aj tri roky predtým, ako sa dokončí a potom čakáme, na ktorom A festivale sa objaví. Skóre máme dobré, pretože sme už 6krát kúpili víťaza Cannes skôr, než sa do Cannes dostal a získal Zlatú palmu. Keď má film po svetovej premiére, tak ho premiérujeme na Be2Can, alebo na Scandi, alebo na Crème de la

Crème, alebo, ak nám festival ponúkne dôstojné podmienky tak aj na MFF Karlove Vary, alebo iných festivaloch. Po festivale ide film do distribúcie v kinách, potom na VOD, do našich platených televízií a ak sa dohodneme, môžeme film uvoľniť aj do free TV, teda do českej a slovenskej verejnoprávnej TV, alebo veľmi výnimočne do komerčnej TV. Ale spojivom našich aktivít je festivalový film.

Máte na každú platformu iný tím? Akým spôsobom máte nastavenú organizačnú a pracovnú hierarchiu?

Áno, na každú aktivitu mám samostatný tím, ale nepredstavujte si stovky robotov. Mám na všetko do 30 kreatívnych a pracovitých ľudí. Skúsme to vyrátať. Šiesti manageri sa venujú šiestim festivalom /trom v ČR a trom v SK/ a na festivaly naviazanej distribúcii 25 filmov ročne. Dve 24/7 televízne stanice a VOD platformu Edisonline spravuje 6 managerov. PR a marketingu sa venujú dvaja a predaju jeden manager. Ekonomiku spravujú dvaja manageri a dve externe účtovné firmy. Produkcii sa venujú dvaja manageri. Kaviarni v Edison Filmhub v Prahe pracujú dvaja manageri a cca 4 brigádnici, to isté v kine, dvaja manageri a cca 4 brigádnici. Kino Film Europe v Bratislave má jedného managera a 4 brigádnikov. Jednu managerku máme na grant a verejné zdroje. Jedného managera mám na kontrakty a materiál. Máme jednu operačnú riaditeľku a jednu vedúcu back office. Grafiku robia interne dvaja manageri. No a potom je tu vedenie. Ivan Hronec je CEO, Silvia Hroncová je Exekutívna direktorka, Dominik Hronec je Kreatívny direktor. Nie je nás veľa na počet projektov. A nie je to ideálne.

Teraz by som sa konkrétne zamerala na ojedinelé a špecifické prehliadky, ktoré premietate pre slovenských a českých divákov. Aké sú výhody a nevýhody distribučnej spoločnosti, ktorá poriada filmové prehliadky?

Festival je dnes distribučnou platformou. Už dávno neplatí, že keď je film v Karlových Varoch tak naň príde v kinách viac divákov. Je to paradox, ale je to skôr menej divákov, pretože dve až tri tisícky ho vidí na festivale a potom ho v distribúcii vidí tak tisíc divákov. Uvedomujem si, že to môže pre mnohých znieť ako nonsense, ale dať dnes film na lokálny festival môže byť pre film až zničujúce. Na festivaloch sú stovky filmov, obyčajne videné publikom, ktoré má jednotný vkus. Váš film nemusí byť dobre prijatý a už sa to potom s ním ťahá. Výhodou vlastného festivalu je počet divákov, ktorý film vidí a pripočítava sa k počtu divákov v distribúcii a výhodou je zdieľaný marketing a kontrolované distribučné nasadenie. Nevýhodou

je prostý fakt, že festival musíte platiť. Náš prípad je kompromisom, robíme skôr prehliadky, než festivaly, a robíme ich cieľavedome tak, aby boli premiérou filmu, na ktorú nadviaže štandardná distribúcia v kinách. Ale toto nie je len náš prípad. Karlove Vary majú svoju distribučnú spoločnosť Aero, ktorá za silnej podpory CTV prevádzkuje KVIFF distribution. Letná Filmová škola je distribučná platforma Asociácie Českých Filmových Klubov. Na Slovensku je to FEBIOFEST, ktoré je distribučnou platformou Asociácie Slovenských Filmových Klubov. Je asi celkom fér povedať, že robiť festival je pre distribučnú spoločnosť výhodou a je tiež fér povedať, že ak má festival svoju „distribučku“, tak má jeho aktivita širší efekt.

Prečo ste si za prehliadky vybrali práve témy spojené so škandinávskym (Scandi), francúzskym (Crème de la Crème) a medzinárodným festivalovým filmom (Be2Can)?

Pretože to korešponduje s dvoma najsilnejšími teritóriami v Európe, ktoré produkujú kvantitu aj kvalitu filmov. Francúzsko a Škandinávia. Dať im rámec prehliadky je pre skupinu filmov aj pre jednotlivý film dobré. Film sa na prehliadke promuje a potom sa dostane do distribúcie. Podobne môžeme popísať Be2Can. Ide o prehliadku súťažných a ocenených filmov z troch najsilnejších festivalov v Berlíne, Benátkach a v Cannes. Môžeme sa spoľahnúť, že je z čoho každý rok vyberať a môžeme sa spoľahnúť aj na to, že francúzsky, škandinávsky aj špičkový festivalový film má svoj generický marketing a povedomie, ktoré nemusíme budovať. Naše prehliadky sú preto racionálnym distribučným rozhodnutím o spôsobe podpory distribúcie filmov, ktoré by sa v iných festivaloch stratili, ale bez festivalov by mohol byť ich marketing drahý a neúčinný.

Ako sa tieto prehliadky od seba líšia okrem konceptu a zamerania?

Nebude vám to po predchádzajúcom vysvetlení znieť divne keď poviem, že sa formálne od seba až tak veľmi nelíšia. Všetky naše filmové prehliadky už 7 rokov pripravujú do distribúcie francúzske, škandinávské a festivalové filmy. Robíme to veľmi podobným programovým a komunikačným spôsobom. Vyberieme tak do 10 premiér filmov s jasnou tematickou a umeleckou kvalitou a snažíme sa ich predstaviť v širšom kontexte. Buď v kontexte tvorby režiséra, alebo v kontexte aktuálnej témy, o ktorej v rámci prehliadky komunikujeme. Predsa však treba povedať, že Be2Can má iné publikum ako Scandi a Crème de la Crème. Na Be2Can nám roky chodia sofistikovaní pražský cinéfili, kým napríklad na Scandi oveľa širšie publikum.

Akým spôsobom by ste porovnali organizáciu prehliadok medzi Českou republikou a Slovenskom?

Be2Can je zatiaľ silnejším brandom v Čechách a hlavne v Prahe, než na Slovensku. Scandi je jedinou škandinávskou prehliadkou na Slovensku, kým v Čechách je Scandi jednou z troch prehliadok severských filmov. Crème de la Crème je na Slovensku, počtom divákov najmasovejšia prehliadka a organizujeme ju v spolupráci s Francúzskym inštitútom. Film Europe, v Česku dodávame filmy na Festival Francúzskeho filmu, ktorý organizuje Francúzsky inštitút. Na Slovensku máme v rámci Art Film Festu sekciu Be2Can starter, ktorý hneď po Cannes otvára sezónu Be2Can. V Česku sme pre Karlovy Vary a Aero konkurenciou, takže skoro všetky Be2Can filmy hráme na vlastnej októbrovej prehliadke. Takže rozdiely sú, ale základný smer a forma sú rovnaké.

Máte na československej scéne ojedinelé filmové miesto, aj ako distribučná spoločnosť aj ako spoločnosť, ktorá poriada takéto prehliadky. Akým spôsobom čerpáte výhody z tohto postavenia?

Jednou z najdôležitejších hodnôt, nielen pre spoločnosť ale aj pre každého človeka je integrita. Ak ste spoločnosť alebo manager, mali by ste vedieť čo je vaším „produktom“ a držať sa ho. Musíte mať jasno, v čom ste dobrý a musíte tiež vedieť, v čom ste zlý. Film Europe chce byť svetovou špičkou v distribúcii festivalových filmov. Pre dosiahnutie tohto cieľa si musíme vybudovať prostredie. Nedá sa spoľahnúť, že vám vaše prostredie bude budovať niekto iný, alebo, že vám len tak, bez boja ponúkne hotový systém, ktorý niekto pre seba roky budoval. Nikto vám nedá svoje kiná, svoje festivaly, svoje – aj keď sú verejnoprávne – televízie. Vraciame sa k definícii prehliadky a festivalu a vraciame sa k faktu, že festival je dnes distribučnou platformou. Film Europe čerpá z Be2Can, Scandi, Crème de la Crème podobné výhody ako Aero z Českej Televízie a Karlových Varov, ako AČFK z Letnej Filmovej Školy, ako ASFK z FEBIOFESTu na Slovensku. Z tohto pohľadu nemáme na československej scéne ojedinelé postavenie, opakujeme len správanie kolegov.

Prehliadka Be2Can kvôli pandemickej situácii prebiehala online. Akým spôsobom ste sa vysporiadali s takouto ojedinelou organizáciou? Malo to svoje výhody a nevýhody?

Korona nám zavrela Edison Filmhub v Prahe a Kino Film Europe v Bratislave, zavrela nám ďalšie partnerské jednosálové kiná. Ale urýchlila spustenie našej VOD platformy Edisonline. VOD bolo vždy súčasťou nášho uvažovania. Sloganom Edison Filmhub je od začiatku Kino –

Cafe – Téma – VOD. Len na to posledné VOD nebol správny čas. Korona nás pozatvárala do home officov a až vtedy nastal ten správny VOD čas. Edisonline nám umožnil fantastickú vec. Naše prehliadky môžeme pripravovať v online aj v offline priestore a vlastne sa veľmi nestarať, v ktorom priestore nakoniec prehliadka bude. Môže byť v oboch, v kamennom kine, ale môže byť len v online priestore. Príkladom je skutočne tohtoročné Be2Can, začali sme Chlastom v napráskanej Lucerne a za tri dni sme získali skoro 4000 divákov, potom v strede festivalu sa kiná zavreli, ale my sme do troch dní reštartovali Be2Can online a na Edisonline nazbierali ďalšie tisíce divákov. Pripravenosť v online aj offline priestore je podstatou hybridnej distribúcie, ktorá je od doby korony základnou formou, ktorú bude každá naša prehliadka mať.

Pripravujete už program na prehliadku Scandi a Crème de la crème 2021? V akej fáze sú prípravy?

Áno, pre prehliadku Scandi je tvárou Greta, nový dokument o švédskej aktivistke, nový film s Madsom Mikkelsenom Riders of Justice / Rytieri spravodlivosti. Scandi v januári bude pripravené online aj offline, ak budú kiná otvorené, tak ideme v kamenných sálach v premiére a online premiéru v Edisonline posunieme o pár týždňov neskôr. Ak budú kiná zavreté, tak bude premiéra v Edisonline online a keď sa kiná otvoria, rozhodnú sa, či premietnu film Chlast, Riders of Justice, alebo Gretu aj na veľkom plátne. My to v Edison Filmhube urobíme. Hybridná distribúcia je už súčasťou nášho uvažovania bez ohľadu na pandémiu. Crème de la Crème, ale asi zmení termín. Rád by som prehliadku na Slovensku zladil s Francúzskym filmovým festivalom v Česku, teda presunul prehliadku na Slovensku na november.

4.3 Ľubica Orechovská, FEBIOFEST

Medzinárodný filmový festival FEBIOFEST je súčasťou slovenskej festivalovej scény od roku 1993. Prináša do slovenských kín rozmanitosť ako medzinárodne uznávaných filmov, tak aj domácich archívnych snímok. Svoju základňu má v Bratislave, preto som sa rozhodla pre záverečný rozhovor do tejto práce s výkonnou riaditeľkou Ľubicou Orechovskou.⁹

⁹ FEBIOFEST [online], dostupné z: <https://febiofest.sk>

Festival je organizovaný distribučnou spoločnosťou Asociácie slovenských filmových klubov – ASFK. Akým spôsobom vyzerá organizácia FEBIOFESTu prostredníctvom takéhoto občianskeho združenia?

Asociácia slovenských filmových klubov je občianskym združením, ktoré od svojho vzniku v roku 1993 iniciovala vznik „distribučnej siete“ filmových klubov a odvtedy sa na poli art filmu venuje nielen akvizičnej a distribučnej činnosti, ale aj vzdelávacím projektom vo vzťahu k lektorom a dramaturgom filmových klubov, ako aj výchovno-vzdelávacím aktivitám. Akýmsi priesečníkom týchto činností je MFF FEBIOFEST, ktorý v roku 1993 v Čechách aj na Slovensku inicioval Fero Fenič. Tradícia a značka ostali, dnes sú to dva autonómne fungujúce festivaly, spája ich ale naďalej spoločný chuť prinášať do českých aj slovenských kín a artkín kvalitný film, premiéry titulov, výnimočných filmových tvorcov a sprievodný program, ktorý vytvára festivalovú atmosféru pre viaceré cieľové skupiny divákov.

Je príslušný tím ASFK rozdielny s organizačným tímom FEBIOFESTu? Ako navzájom kooperujú, čo sa týka výberu filmov a ich následnej distribúcie?

Činnosť ASFK je pomerne rozmanitá a bohatá, jej stály, 4-členný projektový tím sa venuje primárne nákupu a distribúcii filmov, ich marketingovým a PR stratégiám, programovaniu a samostatným projektom napr. pre deti a mládež. Na samotnú produkciu festivalu ale nastupujú ľudia zvonku. Samozrejme, všetci úzko spolupracujú s festivalom a stratégie ASFK aj FEBIOFESTu sa konzultujú a prepájajú, aby sa vzájomne podporili. Predovšetkým programový výber divácky atraktívnych celovečerných titulov, projekt Filmového kabinetu deťom a programovanie FEBIO filmov do regiónov je niečo, kde je tá spolupráca asi najintenzívnejšia.

V čom sa v prípade FEBIOFESTu líšia pracovné kompetencie medzi prezidentom, umeleckým a výkonným riaditeľom festivalu?

Prezident zastupuje projekt navonok, už od jeho vzniku. Je ním Peter Dubecký, ktorý projekt spolu s Ferom Feničom zakladal a rozvíjal ho na slovenskej strane. Je zároveň aj konateľom ASFK a generálnym riaditeľom SFÚ, ktorý je dlhodobým partnerom festivalu. Výkonný riaditeľ má na starosti festivalový tím a zodpovedá za produkciu a teda priebeh celého projektu od zabezpečenia jeho financovania až po jeho úspešný priebeh. Programový riaditeľ má svoju kompetenciu pomerne jasne ukotvenú v názve – má na starosti obsahovú stránku projektu,

výber filmov, hostí, lektorské úvody a podklady k programu. Samozrejme, všetci úzko spolupracujeme a konzultujeme, čo je potrebné.

Industry Days a Ozveny FEBIOFESTu sú ako samostatné festivalové zložky. V čom spočíva ich organizácia a čo je ich cieľom a obsahom?

Industry Days na FEBIOFESTe nabrali prirodzene na dôležitosti a intenzite po tom, ako sa v Bratislave prestal organizovať MFF Bratislava, ktorý túto, pre medzinárodné festivaly dôležitú činnosť pre profesionálov v oblasti filmu, hlavne v dávnejšej minulosti, zastrešoval. V Bratislave pôsobí najväčší počet spoločností, ktoré sa venujú výrobe, postprodukcii aj distribúcii filmov, je prirodzené, ak medzinárodný filmový festival v hlavnom meste pozýva nielen tvorcov, hostí k uvádzaným filmom, ale rešpektovaných zahraničných filmových profesionálov (zástupcov zahraničných festivalov, sales agentov, koprodukčných partnerov), ktorým v rámci Works in Progress prezentujeme aktuálne rozpracované slovenské projekty. Súčasťou Industry Days býva každoročne aj panel reflektujúci aktuálne témy z filmového biznisu.

Ozveny FEBIOFESTu majú za cieľ priniesť festivalový výber do slovenských regiónov, každoročne spolupracujeme s vyše pätnástimi filmovými klubmi a kinami po celom Slovensku.

Ako ovplyvnila pandemická situácia chod ročníku 2020?

Ovplyvnila, priam až osudovo. FEBIOFEST bolo vlastne prvým hromadným podujatím, ktoré sa na jar 2020 neodohralo. Festival sa mal začať v stredu, 11. marca a v pondelok, 9. marca sme ho na odporúčania autorít (primátora hl. mesta Bratislava a župana Bratislavského samosprávneho kraja) zrušili. Pár dní na to došlo k zatváraní škôl, kín, všetkého... Náhradný termín stanovený na 30.9. – 4.10.2020 mal podobný osud, čísla nakazených stúpali a z nejednoznačných a chaoticky prezentovaných vládnych opatrení bolo jasné, že festival nemôžeme odohrať ani ako prehliadku filmov v plnom profile. Premietli sme niekoľko filmových titulov, aj to len pre limitovaný počet divákov. Ostatné (zakúpené a do slovenskej distribúcie pripravené filmy) uvoľňujeme do festivalových kín postupne, podľa toho, ako im to dramaturgicky vyhovuje. Diváci ich nájdu pod označením „Ozveny FEBIOFESTu“.

Už plánujete ročník 2021? V akej fáze sú prípravy a čo bude témou ďalšieho ročníka?

Presne teraz sme vo fáze, kedy si potrebujeme pomenovať, ako by sme chceli, aby ten budúci festivalový ročník vyzeral. Radi by sme ho udržali v pôvodne stanovenom termíne, koncom

marca, ale je nám jasné, že pandemická situácia ešte určite nebude úplne ružová. Preto sme sa zhodli na tom, že by sme Works in Progress pripravili pre zahraničných expertov a spolupracovníkov, zaujímajúcich sa o slovenský film online. Festivalový program, ktorý chceme samozrejme odohrať v kinách, závisí od nastávajúcej pandemickej situácie, keďže sa od návštevy kín skôr „odrádza“.

ZÁVER

Filmové festivaly a prehliadky budú mať vždy v audiovizuálnom priemysle ojedinelé miesto. Táto platforma je nenahraditeľná, avšak podmienky a prostriedky pre zdarnú organizáciu a štruktúru sú často komplikované. Tak sme to mohli vidieť aj na základe pandemickej situácie, t. j. koronavírusu, v ktorej sa v roku 2020/21 ocitol celý svet a zasiahol všetky spoločenské odvetvia. To nám však dokazuje, v akej modernej a pokrokovej dobe žijeme, kedy sa jednotliví organizátori, nielen z Českej republiky a Slovenska, rozhodli pre alternatívne riešenia a to premietaním filmového programu online prostredníctvom internetových platforiem. Niektoré podujatia nemali také zdarné vyústenie, niektoré ročníky v tomto roku boli buď skrátené, alebo úplne zrušené. Avšak každá doba prinesie festivalovým reprezentantom priestor na nové výzvy a nové formy štruktúry, ale nevyklučuje sa to aj s možnými neúspechmi či finančnými stratami, čo pandemická situácia potvrdila. Istým spôsobom inšpirovala a ovplyvnila budúce zmýšľanie festivalových reprezentantov o prípravách, organizovaní a meniacej sa štruktúre súčasnej modernej doby.

V diplomovej práci, najmä v praktickej časti, som taktiež chcela poukázať na rozličnosť festivalových subjektov, kedy organizátormi filmových podujatí sú často právnické osoby, občianske združenia alebo distribučné spoločnosti. Zlín Film Festival, Be2Can alebo FEBIOFEST preukázali nielen ich rozličnosť v organizovaní a v organizačných zložkách, ale taktiež vysporiadaním sa s ich tohtoročným festivalovým ročníkom. Na základe výpovedí a rozmanitosti filmových festivalov, ktoré som v tejto práci skúmala, som sa aj ja osobne dopracovala k novým a zaujímavým poznatkom, ktoré vnímam ako dôležité pre môj budúci kariérny rast.

Filmové festivaly a prehliadky predstavujú nenahraditeľný sektor, ktorý je pre filmového profesionála kľúčový a pre filmového fanúšika obohacujúci. Audiovizuálne médium je sprostredkovaním spoznávania rozmanitých kultúr, preto by mal byť festivalový sektor vždy dostatočne finančne podporený verejnými i súkromnými zdrojmi.

POUŽITÉ ZDROJE

Tlačené:

1. MONACO, James. Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií : umění, technologie, jazyk, dějiny, teorie. Praha: Albatros, 2004. Albatros Plus. ISBN 80-00-01410-6.
2. HOFSTEDE, Geert a Gert Jan HOFSTEDE. Kultura a organizace: software lidské mysli : spolupráce mezi kulturami a její důležitost pro přežití. Praha: Linde, 2007. ISBN 978-80-86131-70-2.

Online:

1. Marketingový slovník [online], dostupné z: <https://www.vivantina.com/marketingovy-slovník/stp-v-marketingu/>
2. Zlínfest [online], dostupné z: <https://www.zlínfest.cz>
3. Film Europe [online], dostupné z: <http://www.filmeurope.sk>
4. FEBIOFEST [online], dostupné z: <https://febiofest.sk>
5. ÍRÁN:Či [online], dostupné z: <http://iranci.cz>
6. KVIFF [online], dostupné z: <https://www.kviff.com/cs/uvod>
7. Art Film Fest [online], dostupné z: <https://artfilmfest.sk>
8. MFF Bratislava [online], dostupné z: <http://bratislavaiff.sk>
9. Státní Fond Kinematografie [online], dostupné z: <https://fondkinematografie.cz>
10. Organizační struktúra [online], dostupné z: <https://tallyfy.com/organizational-structure-examples/>
11. Festival – Wikislovník [online]. Dostupné z: <https://cs.wiktionary.org/wiki/festival>
12. Zlínský denník [online], dostupné z: https://zlinsky.denik.cz/zpravy_region/cestmir-vancura-ziskal-cenu-ceske-televize-za-prinos-kulture-20190306.html

13. Milan Lasica, [online], dostupné z: <https://www.cas.sk/clanok/702550/milan-lasica-prekvapil-necakany-m-rozhodnutim-je-cas-odist/>
14. LinkedIn [online], dostupné z: <https://cz.linkedin.com/in/kaveh-daneshmand-3b69391a5>
15. Mesto Zlín [online], dostupné z: <https://www.zlin.eu/zlin-film-festival-po-sedesate-aktuality-5407.html>

ZOZNAM POUŽITÝCH OBRÁZKOV

OBRÁZOK ČÍSLO 1: ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA	21
OBRÁZOK ČÍSLO 2: JIŘÍ BARTOŠKA	22
OBRÁZOK ČÍSLO 3: ČESTMÍR VANČURA	23
OBRÁZOK ČÍSLO 4: MILAN LASICA	23
OBRÁZOK ČÍSLO 5: KAVEH DANESHMAND	24
OBRÁZOK ČÍSLO 6: PROGRAMOVÉ ODDELENIE KVIFF	27
OBRÁZOK ČÍSLO 7: ZLÍN FILM FESTIVAL	29
OBRÁZOK ČÍSLO 8: FESTIVAL ÍRÁN:CI.....	32
OBRÁZOK ČÍSLO 9: ZÁVEREČNÁ SPRÁVA.....	37
OBRÁZOK ČÍSLO 10: FESTIVALOVÉ CENY.....	39