

НАЛИЧНИ И ВЪЗМОЖНИ модели за социокултурна реализация на българските филми

■ Иво Драганов

Съществува един базов въпрос за всяка стратегия в областта на културата като възприета държавна политика – свободен пазар или протекционизъм – американски модел или германски, испански и т.н... Отговорът на този въпрос зависи от много фактори. Ситуацията с гледането на филми според мен е тревожна – и то не само в България. Малка част от образовани, чувствителни хора гледат т.нар. арт филми. Някъде към 20 процента от аудиторията гледа основно филми от т.нар. масова култура, като съществува един цял дял от аудиторията, която предано посещава всички фентъзи филми. Масовата филмова продукция определям основно по критерия дали зрелищните ефекти доминират над драматургията на сценария. Все пак тази аудитория не трябва да се подценява, а колкото може да се култивира, още повече, че тя е разположена във възрастта 13-25 години. Продуцентите добре знаят това и масово екранизират приказки, фентъзи романи и комикси. Най-тревожен за мен е третият дял от аудиторията. Това са хора, които на практика не водят културен живот. Те са активни потребители на затыпяващи риалити формати, безсмислени сапунени опери; екшън сериали и на токшоу програми, в които проблемите не се анализират, а

се банализират, удавени в порой празни приказки. Как да бъде включен този дял от аудиторията в културния живот е ключов проблем за всяка държава и общество. Според мен е важно политиката на НФЦ да бъде насочена към авторското кино, но да не се игнорират филми да кажем с по-висок коефициент на комуникативност с публиката.

Какви са възможностите българските филми да се срещнат с аудиторията си?

Мултиплекси и кинозалони в моловете

Това са средища на зрелищно кино, в което водещи са техническите ефекти – визуални и звукови, издигнати до ранг на изкуство, докато драматургията и режисурата са сведени до матрично занаятчийство. Мултиплексите и кинозалоните в моловете технологически са изградени с много ясна цел – зрелището да бъде експонирано в цялата му пищност; сащисаната аудитория да се вълнува и трескаво да яде пуканки, да пие кола или бира. В голямата си част тази аудитория не е публиката на авторските филми. Това е все едно да се опитваме да представим спектакъла „Двама на люлката“ в Луна-парк.

Независими кинозалони – Дом на киното; Одеон; Eurocinema; G8; Люмиер...

Естественото място на българските филми са салони с изградена публика – близки до вида на студийните кина от 70-те и 80-те години на миналия век. В тях публиката ще бъде по-малобройна, но с вкус и нагласи за размисъл, а не пасивен потребител на евтини вълнения. Това трябва да бъде част от стратегията на продуцентите – вероятната форма е чрез редица изисквания към продуцентите по отношение на гаранции за разпространение на филма. Най-точният модел е чрез данъчни облекчения на киносалоните, които показват определен процент български филми. Мога да дам пример с малък киносалон – 100 места, в университетския град Аугсбург, в който показваха филми на Тарковски, Бергман, Герман, Вайда, Зануси и т.н. В най-бедната част на Испания – Андалусия, в градчета с по 2 до 5 000 жители около Севиля, има театри и киносалони с най-модерна техника за проекции и с по 300 места. Там обаче общините целенасочено провеждат политика на културен протекционизъм в интерес на испанската идентичност и поддържане на културните потребности на хората.

Клубни форми

Можем да констатираме все още ниско ниво на клубна култура, но тя е в развитие. На тази възможност обърна внимание доц. Петя Александрова, но то е част от необходимостта от възприемане на нова гледна точка – активно да търсим ниши за срещи с изкуството, което вече не дефинираме като масово. За мен филмите са символен капитал на всяка нация. Проблемът не е от днес. Карло Понти навремето заявява, че финансира филмите на Фелини, Антониони в името на националния културен престиж и имидж. Прочутият продуцент е схванал много добре стойността на символния капитал, какъвто са тези филми, и същевременно е имал ясно съзнание за своята социокултурна мисия.

Университетски мрежи

В тази ниша съществува потенциал за около 50 салона в страната. Мрежата от университетски киносалони и университетски телевизии в САЩ е най-сериозната алтернатива за показване на образци на аудиовизуалните изкуства. В България има 52 университета и това е скрит потенциал както в маркетингов, така и в социокултурен аспект. Все още стои неработен.

Фестивални форуми

В моите очи фестивалите се оформят като острови на среща с образци на високата, за да не кажа елитарна култура. Мощното въздействие със силата на психоатака върху съзнанието на публиката, с търсеци бърза печалба зрелищни филми доминира и моделира аудитория със съответен вкус и нагласи. Стратегията за опростачване на хората е в ход. Никой на този свят не е успял да се справи с големите пари, така че полезно е да си даваме ясна сметка за действителността. Фестивалите стават все повече по света – съществуват около 4 000 фестивала и те формират една сериозна аудитория. Тази масовост на фестивалите дава възможности за специализиран показ, но от друга страна масовизира т.нар състезателен елемент от фестивалната програма и в известен смисъл го принизява. Знаете как се радваме за това, че филмът на Стефан Командарев „Посоки“ е селектиран в Кан. Въпросът според мен е дали българското кино да се самообяви като фестивално по презумпция, а това би било проява на самодостатъчност и капсулираност, или подобно на Дания да определи стратегия за финансиране на 6 мейнстрийм филма и 4-6 арт филма. Аз лично съм изненадан от един факт – всеки продуцент обявява своя филм за труден за разпространение и търси Финансова помощ от финансовата комисия при НФЦ.

Разпространение по телевизионен път

Основна възможност за социокултурна реализация на български филми остават телевизиите. В техния ефир дневно се показват над **двеста чужди филма**. Поне за някаква срамежлива симетрия би трябвало да присъства процент български филми – документални, научнопопулярни, анимационни, игрални, сериали. Как да стане това?

Възможно е с корекция на ЗРТ, като се разшири действието на чл. 71 ал. 2 и действието му се разпростре върху всички телевизии с национално покритие по примера на Франция. БНТ трябва да се превърне в най-мощния продуцент на българска аудиовизуална култура. Това е въпрос на стратегическо мислене и политическа воля на управляващите, на професионална рефлексия и отговорност от страна на колегите от БНТ. В градове без театрални, кон-

цертни зали и киносалони телевизиите остават единствен културен прозорец за местните хора. За разпространението на български филми по телевизионен път има три варианта:

Чрез самостоятелен филмов канал – съществуващи модели за излъчване на арт филми – BBC; FOX; ARTE, онлайн каналът за румънски филми. Такива канали се нуждаят от минимален обем премиерна програма около 1 000 часа, останалите 7 000 ще бъдат повторения. Гръбнак може да стане БНТ СВЯТ. Това е скъп, относително луксозен вариант и родното ни филмопроизводство може да опита, но едва ли ще бъде в състояние да захрани такъв канал.

Чрез отчетлива програмна линия за българско кино – един път седмично да се показва български филм – това прави годишно 52 филма с предполагаем обем от 100 часа програмно време. Инициативата на БНТ „Лачените обувки на българското кино“ нагледно доказва ползата от такова решение.

Свободно търговско програмиране чрез формиране на филмови пакети от около сто часа, които да се договорят с разпространител, който да ги предлага на телевизиите. Още през 2003 СБФД организира конференция по този проблем със заинтересовани лица. Тогава г-н Неномир Михов от ПРОКСИМА изрази желание да се заеме с търговското разпространение, но при условие филмите да бъдат в пакети от по 100, 200 часа и т.н. За съжаление проектът не се реализира по вина на кинодейци, които проявиха необяснима инертност. В моите очи най-важно за един филм и творец е срещата на филма с публиката. Както още преди 100 години е казал прочутият френски продуцент и разпространител Леон Гомон: Печалбата от филма е филмът и това, което правим с него, а не парите.

Разпространение чрез Интернет платформа и приложения към мобилните оператори.

Според мен показът на филми чрез приложения на мобилните оператори е скрита възможност за бързо стигане до младите зрители. Представителите на Интернет поколението като нагласи е силно фрагментирано, те предпочитат индивидуални форми на съпреживяване. Особено подходящи за показ в приложенията към смартфоните ще бъдат анимационни филми, камерни новели, късометражни и документал-

ни филми. В светлината на бързото развитие на ICT сектора зависимостта и увлечението на младите по мобилните комуникации много вероятно е показът на филми чрез мобилни оператори да стане факт (ако вече не е станал). Въпрос на гъвкавост и реактивност е българските кинодейци да не изпуснат този момент и възможност за показ.

Организирането на специализиран видеоканал в YOUTUBE, на който да са български филми, е друга възможност, засега неизползвана. А в Румъния вече имат такъв онлайн канал за румънски филми. В тези хипотези валидна е гледната точка за възможно най-широки възможности за среща на българските филми с повече аудитория. Според мен общата ни цел е обществото да припознае българските филми, с които е изгубило контакт, и да подкрепи морално производството на българско кино. Засега в България се произвеждат филми, но те рядко или инцидентно намират своята публика. Всички трябва да знаем, особено продуцентите и режисьорите, че основното условие за успешен културен процес не е изпълнено. Трябва ясно да кажем, че изискването да произведеш филм вече не е достатъчно. Трябва всеки продуцент да има стратегия как този филм да стигне до максимален кръг зрители.

Изводите са:

1. Досега показът на български филми е бил на заден план.
2. Опити за пробив в търговските телевизии по утвърдени в практиката европейски и световни модели не са правени. За целта трябва да се изградят ясни отношения с такъв вид разпространител-посредник. Засега това важно звено във веригата продуцент – разпространител – телевизии и мобилни оператори липсва. Това е огромен проблем, защото най-важната част от филмовото изкуство е срещата му с аудиторията. Фестивалите няма да компенсират тази липса. Предстои ни да го решаваме...