

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FILOZOFSKA FAKULTETA  
ODDELEK ZA SOCIOLOGIJO

**EVA KOCH**

**Uspešnost slovenskega mladinskega filma**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2019

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FILOZOFSKA FAKULTETA  
ODDELEK ZA SOCIOLOGIJO

**EVA KOCH**

# **Uspešnost slovenskega mladinskega filma**

Diplomsko delo

Mentor: Doc. dr. Polona Petek

Univerzitetni študijski program  
prve stopnje: Sociologija kulture

Ljubljana, 2019

## **Zahvala**

*Za uspešno izdelano zaključno delo Univerze v Ljubljani se v prvi vrsti zahvaljujem mentorici dr. Poloni Petek, ki mi je s svojo strokovno pomočjo in nasveti pomagala pri pisanju naloge. Za vse potrebne informacije in podatke se zahvaljujem strokovnjakom Slovenskega filmskega centra na področju produkcije in distribucije. Za čas in odgovore sem iskreno hvaležna tudi svojim intervjuvancem, filmskim mojstrom Danijelu Hočevarju, Alanu Viteziču ter Petru Bratuši.*

*Za možnost in uspešen zaključek svojega univerzitetnega izobraževanja se iskreno zahvaljujem svoji družini, ki mi je ves čas stala ob strani in mi nudila oporo. Iz srca se zahvaljujem tudi svojemu zaročencu Žigu, brez katerega nič ne bi bilo mogoče.*

## **Izveček**

### **Uspešnost slovenskega mladinskega filma**

Cilj diplomskega dela je osvetliti pomen dobro izdelanega načrta komunikacijske strategije za promocijo domačih mladinskih filmov in predstaviti njegov vpliv na uspešno vzpostavljanje stika med filmom in gledalci, ki se kaže kot visoka gledanost filma v kinematografih. Tako kot vse kapitalistično naravnane industrije si tudi filmska prizadeva za uspešno prodajo svojega izdelka na trgu. V načinu tržnega pridobivanja potrošnikov za svoj izdelek pa je evropska filmska industrija, katere del je tudi slovenska filmska krajina, nekoliko drugačna, saj ji umetniški ugled pomeni več kot poslovni uspeh. Kljub temu se slovenska filmska industrija zaveda pomena promocije, zaradi katere lahko film opravi svoje poslanstvo in vzpostavi komunikacijo z občinstvom. Izvajanje dobre tržno-komunikacijske strategije pa terja tudi ustrezna finančna sredstva. Slovensko filmsko ustvarjanje temelji na sistemu javnih subvencij, pri čemer je nizek delež finančnih virov namenjen promociji filmov, vseeno pa se filmski ustvarjalci borijo za pridobitev ustrezne kinodistribucije preko skrbno izbranih elementov filmske komunikacije, ki vplivajo na uspešnost slovenskih mladinskih filmov.

**Ključne besede:** mladinski film, tržno komuniciranje, promocija, financiranje, uspešnost

## **Abstract**

### **Economic performace of Slovenian youth film**

The aim of the thesis is to highlight the importance of developing an effective marketing strategy plan for the promotion of Slovenian youth films, along with presenting its influence on such a successful creation of the contact between the viewers and the film that it would result in getting a higher cinema viewership. Like all other market industries the film industry itself tries to make all possible efforts for a good sale of its products on the market. Slovenian feature film production belongs to the European film industry which is, however, somehow different from the above- mentioned industries in its way of building consumer loyalty attention, namely by emphasizing the fact that the artistic impression should prevail over economic benefits. However, the Slovenian film industry is well aware of the importance of the promotion which may enable a film

to fulfill its mission and create the communication with the audience. Anyhow, the implementation of effective marketing communicative strategies require substantial additional financial resources. The Slovenian film production is based on the current system of public grants which give a relatively low share of financial resources dedicated to the film promotion. Nevertheless, the filmmakers are struggling to obtain an appropriate cinema distribution through carefully selected elements of film communication which have an impact on the economic performance of Slovenian youth films.

**Keywords:** youth film, marketing communications, promotion, financial resources, economic performance

## KAZALO

1. UVOD.....	1
2. SLOVENSKI MLADINSKI FILM .....	4
2.1 Mladinski film in obdobje mladostništva.....	4
2.2 Filmski žanr .....	6
2.3 Mladinski film kot filmski žanr .....	7
2.4 Zgodovinski pregled slovenskega mladinskega filma.....	12
3. SLOVENSKI MLADINSKI FILM IN EKONOMSKI VIDIK.....	18
3.1 Potek financiranja filmov v Sloveniji.....	18
3.2 Slovenske filmske institucije .....	19
3.2.1 Slovenski filmski center.....	19
3.2.2 Viba film .....	22
3.2.3 RTV Slovenija .....	24
3.3 Filmske institucije na evropski ravni.....	25
3.3.1 MEDIA.....	25
3.3.2 Euroimages.....	27
4. STIK SLOVENSKEGA FILMA Z GLEDALCI.....	28
4.1 Produkcija in distribucija .....	30
5. PROMOCIJA SLOVENSKEGA MLADINSKEGA FILMA.....	32
6. USPEŠNOST SLOVENSKEGA MLADINSKEGA FILMA.....	33
7. ANALIZA TREH SLOVENSКИH MLADINSКИH FILMOV .....	35
7.1 Analiza intervjujev filmskih ustvarjalcev.....	35
7.1.1 Gremo mi po svoje.....	36
7.1.2 <i>Nika</i> .....	38
7.1.3 <i>Gajin svet</i> .....	40
8. SKLEP .....	42
9. LITERATURA.....	44
10. VIRI.....	45

# 1. UVOD

Mladinski filmi so pomemben žanrski segment filmske industrije, ki prinaša mladim različne zgodbe, gradi mladinsko filmsko kulturo in predstavlja pomembno orodje prenašanja zgodb v slovenskem jeziku, kar vpliva na kasnejše vedenje in odnos do lastnega jezika in kulturne samozavesti. Pomembno prispevajo tudi k oblikovanju novih mladinskih igralcev ter spodbujajo kreativno delo mladih avtorjev.

Tema mojega diplomskega dela je domača filmska krajina s posebnim poudarkom na domači produkciji mladinskih filmov. Naloga je razdeljena na teoretični in empirični del. Prvi del zajema pregled in študij slovenske literature, spletnih člankov in ostalih virov s področja filma. V drugem delu pa je predstavljena analiza intervjujev treh slovenskih filmskih ustvarjalcev, Danijela Hočevarja, Petera Bratuše in Alana Viteziča, ter ugotovitve, ki se nanašajo na povezavo med skrbno načrtovano strategijo tržnega komuniciranja filma in dosegom visoke gledanosti analiziranih filmov: *Gremo mi po svoje*, *Nika* in *Gajin svet*.

Namen diplomske naloge je predstaviti pomen natančno izdelanega načrta promocije filma z usklajenim naborom komunikacijskih elementov in pojasniti, kako le-ta vpliva na uspešnost mladinskega filma, pri čemer je uspešnost v okviru te naloge opredeljena kot visoka gledanost mladinskih filmov v kinematografih.

Delo se v vsebinskem delu najprej osredotoči na različna pojmovanja mladosti, mladostništva, najstništva in adolescence. Torej na vse segmente obdobja med otroštvom in odraslostjo, v katerem se mladi spopadajo z različnimi družbenimi in identitetnimi vprašanji. Poudarek je na delitvi med mladinsko in najstniško kulturo, ki je močno zaznamovala mladinsko filmsko produkcijo. Najstniki so predstavljeni kot nadzorovani individuumi, ki se spopadajo z osebnimi krizami, mladostniki pa predstavljajo kategorijo aktivnih družbenih akterjev z uporniškimi potencialom - temu primerno so zasnovane tudi zgodbe filmov za mlade.

V nadaljevanju delo prikaže zagate poskusov jasne določitve in definicije mladinskega filma. Problematizira razlikovanje med mladinskim in otroškim filmom, težave pri njegovi zgodovinski obravnavi ter problem žanrske klasifikacije mladinskih filmov.

Pomemben del diplomskega dela je tudi zgodovinski pregled slovenskih mladinskih filmov z izhodiščem leta 1953, ko je nastala prva slovenska mladinska komedija v režiji Františka Čapa. Pregled se konča z mladinskim filmom *Gajin svet*, ki je leta 2018 nastal pod režijsko taktirko Petra Bratuše, ter osvetljuje najaktualnejše mladinske tematike, med katerimi je ključna nevarnost spletnih zlorab mladih.

Pomemben del naloge je namenjen ekonomskemu vidiku domače filmske produkcije, kjer je predstavljen uveljavljen način financiranja slovenskih filmov preko sistema državnih subvencij. Filmsko ustvarjanje je v Sloveniji odvisno od nacionalne in mednarodne finančne podpore, pri čemer imajo najpomembnejšo vlogo s filmom povezane državne institucije. Tako so v tem delu diplomske naloge predstavljene tudi nacionalne (Slovenski filmski center, RTV Slovenija, Tehnični studio Viba Film) in mednarodne (MEDIA in Euroimages) institucije, njihove naloge in načini delovanja.

Brez domačih filmskih podjetij, ki so omogočila produkcijo filmov, se danes Slovenija ne bi mogla pohvaliti z obsežno umetniško zbirko filmov, zato je v zadnjem delu teoretičnega dela naloge predstavljen zgodovinski oris njihovega nastajanja in podružbljanja. Delo osvetli tudi procese, ki so povezani z ustvarjanjem filmov ter njihovim poslanstvom vzpostavitve komunikacije z gledalci. Tako so predstavljeni procesi produkcije, distribucije in promocije ter kratko poročilo gledanosti treh slovenskih mladinskih filmov, ki so ključni za to diplomsko delo.

V nadaljevanju sledi raziskovalni del diplomske naloge, v okviru katerega sem opravila tri polstrukturirane intervjuje filmskih ustvarjalcev mladinskih filmov: *Gremo mi po svoje 1* (Miha Hočevar, 2010), *Nika* (Slobodan Maksimovič, 2016) in *Gajin svet* (Peter Bratuša, 2018). Sestavila sem vprašalnik z desetimi vprašanji, ki so se nanašala na proces promocije, sodelovanja na filmskih festivalih, pomen mladinskih filmov za slovenski prostor, način financiranja, delež finančnih sredstev, namenjen promociji ipd. Glavno vodilo vprašalnika je bil proces tržnega komuniciranja filma z občinstvom in ključni elementi, ki po mnenju filmskih ustvarjalcev pripomorejo k uspešnosti (visoki gledanosti) in visoki prepoznavnosti mladinskega filma.

Na vprašanja so odgovarjali filmski ustvarjalci, ki so se s promocijo za posamezni film največ ukvarjali: Za film *Gremo mi po svoje* je odgovarjal producent Danijel Hočevar, Režiser Peter Bratuša je podal odgovore za film *Gajin svet*, producent Alan Vitezič pa nam je predstavil film *Nika*. Izbrani filmi sodijo v kategorijo mladinskih filmov domače



produkcije, ki so bili sofinancirani s strani Slovenskega Filmskega centra in so se mlademu občinstvu predstavili z medsebojno različnimi tematikami.

Cilji empiričnega dela so osvetlitev pomena tržnega komuniciranja za uspešnost filmov, analiza deleža finančnih sredstev, ki so namenjena promociji filmov v Sloveniji, ter prikaz ključnih elementov filmov, ki so pripomogli k visoki gledanosti v kinematografih. V ta namen pa sem si zastavila tudi naslednje hipoteze:

1. Pri distribuciji slovenskih filmov je promociji namenjen nizek delež celotnih finančnih sredstev filma.
2. Znani igralci pomembno prispevajo k visokemu ogledu filmov v kinematografih.
3. Pomemben del promocije so družbena omrežja in spletna stran.
4. Udeležba na filmskih festivalih in pridobitev nagrad sta pomembna dejavnika uspešnosti slovenskih mladinskih filmov.

Do odgovorov sem prišla preko analize intervjujev filmskih ustvarjalcev in statističnih podatkov za posamezni film, ki sem jih pridobila na spletni strani Slovenskega filmskega centra.

## **2. SLOVENSKI MLADINSKI FILM**

### **2.1 Mladinski film in obdobje mladostništva**

Mladinski film je oznaka za film in dela, ki so namenjena mlademu oziroma mlajšemu občinstvu. Gre za ohlapno opredelitev filma oz. filmskega dela, ki pa se nam praviloma predstavi z zaokroženo in pregledno zgodbo, zanimivim in privlačnim dogajanjem, poenostavljeno karakterizacijo, zabavnostjo, humornostjo in odsotnostjo najbolj grobih oblik nasilja. (Kavčič, Vrdlovec, 1999: 382)

V mladinskih filmih se v igralski zasedbi pojavlja lik mladostnika, hkrati pa so ti filmi namenjeni predvsem mladini. Na tem mestu se srečamo s pojmom mladostnik in mladina, ki označujeta pojmovno identifikacijo mladosti kot življenjskega obdobja posameznika oziroma posameznice in pripadnost posebni družbeni skupini. Adolescenca v svojem pomenu zajema obdobje, ko mlad človek ni več otrok, hkrati pa še ni prepoznan kot odrasel človek. Gre za obdobje vmesnosti med dvema razmeroma trdno definiranimi in dobro prepoznanima življenjskima obdobjema, otroštvom in odraslostjo. Obdobje najstništva velja za labilno in ambivalentno razvojno obdobje, ki zahteva skrb in nadzor odraslih. (Ule, 1999, citirano po Gillis, 1999: 241)

Konec 19. stoletja, se v zahodnem svetu pojavi množično prepoznavanje mladosti kot posebnega in razmeroma samostojnega življenjskega obdobja. Generacijska skupina mladih je postala izrecno in poudarjeno poseben družbeni objekt. Tako je tudi delo z mladimi pridobilo na pomenu. Delo je združevalo načrtno vzgojo, nadzor in številne pedagoško-politične intervencije ideoloških aparatov države, znanosti in vodilnih družbenih institucij. Veliko je storila tudi moderna potrošniška družba z množično mladinsko potrošnjo, mladinskim trgom, ki je podlaga novo nastale mladinske kulture. (Ule, 1999, citirano po Gillis, 1999: 242)

Velik pomen pri konstruiranju mladosti kot posebnega življenjskega obdobja je imela tudi šola. Državno nadzorovana vzgoja in izobraževalne ustanove so mladostnika preoblikovale v subjekt različnih disciplinarnih, moralno-vzgojnih, izobraževalnih praks. Šola je postala most med družino in širšo družbo. Izpodrinila je vlogo družine in

prevzela prevladujočo nadzorno in vzgojno funkcijo nad doraščajočimi posamezniki. S tem so se med seboj ostro ločile življenjske faze. S posegom novih institucij v potek odraščanja ljudi se je obdobje šolanja začelo razlikovati od otroštva, še vedno pa ni pomenilo odraslosti. (Ule, 1996: 10-11)

Obdobje mladosti je na eni strani določeno z zaključkom otroštva, na drugi strani pa z nekaterimi storitvami, ki jih družba nalaga mlademu človeku, preko katerih lahko vstopi v odraslost. Vlogo mladostnika oz. mladostnice pa označuje to, da je odvisna od subjekta samega, kajti posameznik lahko dodeljeno storitev sprejme ali odkloni, medtem ko je v otroštvu nemogoče, da bi odklonili odvisnost od staršev. (Ule, 1996: 11)

Obdobje mladostništva je zelo težko in pritiskov polno obdobje. Poleg sprejemanja odločitev za nadaljnje življenje in osamosvajanja od staršev mladostnike in mladostnice spremljajo tudi socialni problemi. Vsekakor pa je samouvrščanje v mladost postalo posebej problematično, saj se meja za vstop v odraslost pomika navzgor. To vpliva tudi na igralsko zasedbo v mladinskih filmih glede na različna časovna obdobja. Včasih se je pod kategorijo klasične mladosti uvrščalo mladostnike in mladostnice, ki so stari med 14 do 18 let. V zadnjih nekaj letih pa se je ta starostna meja zvišala, saj je prehod v obdobje odraslosti, zaradi podaljševanja šolanja odložen na kasnejša obdobja. (Ule, 1996: 11)

Danes je v različnih študijah dobro poznano razlikovanje med obdobjem najstništva in mladostništva. Lahko tudi rečemo, da gre za delitev med najstniško in mladostniško kulturo. V sklopu širšega družbenega konteksta lahko najstništvo opredelimo kot pasivno kategorijo človekovega obdobja, v katerem najstnik ali najstnica le spremlja stanje stvari in se skuša identificirati z dejavniki iz svojega okolja. Pogosto se posamezniki in posameznice v obdobju najstništva soočajo z osebno krizo, ki izhaja iz občutka nezmožnosti izpolnitve vseh družbenih pričakovanj. Najstniška kultura se spopada z individualnimi problemi v omejenih okvirih družine, šole in skupine sovrstnikov. Njihovo delovanje je reducirano na omejeno okolje institucionalnega nadzora s strani sveta odraslih. V mladinski kulturi pa posamezniki in posameznice niso individualizirani, temveč predstavljajo družbene akterje z odporniškimi potencialom. (Driscoll, 2015, citirano po Šprah, 2015: 21)

Delitev na mladinsko in najstniško kulturo pa je v marsikaterem pogledu vplivala tudi na področje mladinskega filma, še posebej na njegovo žanrsko klasifikacijo, kar je natančneje pojasnjeno v naslednjem podpoglavju diplomskega dela.

## 2.2 Filmski žanr

Izraz žanr je v filmskem svetu prav gotovo pogosto uporabljena beseda. Za njegovo najbolj osnovno definicijo lahko pogledamo kar v *Slovar slovenskega knjižnega jezika*, ki pravi, da je žanr »oblika umetniškega dela, zlasti filmskega, glede na ustaljen, značilen način obravnavanja določene vsebine« (SSKJ, 2019).

Natančnejšo definicijo najdemo v *Filmskem leksikonu*, ki filmski žanr opredeljuje kot model fikcijskega oz. narativnega filma. Ta model določa skupne značilnosti večjega števila konkretnih del in omogoča tipološko kategorizacijo posameznih filmov glede na njihove skupne poteze. Filmski žanr kot model povezuje med seboj filme z določenimi skupnimi elementi glede na specifičen sistem norm, konvencij in glede na tematske ter formalne zakonitosti. (Kavčič in Vrdlovec, 1999: 676)

Pojav žanrov v anglofonskih državah je zaznamovan z dvojno potrebo studijskega sistema, in sicer s potrebo po standardizaciji in diferenciaciji filmske produkcije. Filmska industrija je na začetku svoje dolge zgodovine obstoja produkcijo in trženje filmov organizirala s pomočjo žanrskih oblik. Vsak žanr je zaznamovan z lastnim repertoarjem konvencij glede vizualnih podob, zapleta, likov, prizorišča, načinov razvoja pripovedi, glasbe in zvezd, kar je vplivalo na odločitev občinstva pri izbiri filmov. Tako so se kot posledica razlik med žanri oblikovale med seboj različne skupine gledalcev z lastnimi željami in okusi, kar je filmski industriji omogočilo dobro prepoznavanje specifičnih občinstev in jim ustreči. (Cook, 2007: 252)

V razcvetu filmske industrije so se posamezni studii specializirali za določene žanre. V okviru takšne žanrske kodifikacije so lahko vedno znova uporabljali iste filmske sete in preko pogodb nase vezali filmske ustvarjalce in zvezde. Takšen način studijskega delovanja je pospešil in izboljšal produkcijo, ki je delovala v skladu z željami občinstva, kar je z ekonomskega vidika filmske industrije predstavljalo veliko prednost. (Kavčič in Vrdlovec, 1999: 677)

Žanrski film je tako temelj sistema produkcije in prikazovanja in ima s tega vidika praktično vrednost. Po eni strani omogoča standardizacijo in specializacijo, kar je neogibna podlaga množične produkcije, po drugi strani pa z vidika distribucije in prikazovanja pomeni najučinkovitejši način obvladovanja tržišča. (Kavčič in Vrdlovec, 1999: 676)

Louis Giannetti v svojem delu z naslovom *Razumeti film*, žanr opredeli kot »tip filma, ki je prepoznaven po svojih konvencijah. Običajni ameriški žanri so vestern, srhljivka, znanstveno-fantastični film itn. Žanr je že izdelana narativna oblika. Torej, žanre lahko ločimo po značilnih konvencijah o slogu, snovi in vrednotah. Žanr je tudi način strnjevanja in organiziranja gradiva zgodbe. Poleg tega bi lahko za žanrske filme trdili, da so oblika, ki išče vsebino. (Giannetti, 2008: 395)

Žanr je ohlapna zbirka pričakovanj, ne pa kakšna božja zapoved, saj je vsak primer določene vrste zgodbe povezan s svojimi predhodniki, kljub temu pa nanje ni prikovan. Uspešnosti in privlačnosti žanrskega filma pa sicer ne določa žanr. To je odvisno od tega, kako dobro je avtor izkoristil konvencijo njegove forme. (Giannetti, 2008: 395)

Kljub vsem zgoraj naštetim značilnostim Giannetti (2008: 393) pravi, da obstaja na stotine filmskih žanrov in lahko jih opredelimo kot akcijski, pustolovski, komedije, kriminalke/gangsterske filme, drame, epske/zgodovinske filme, grozljivke, znanstveno-fantastične filme, vesterne in vojne filme. Ti veljajo za glavne filmske žanre. Tudi Cook (2007: vi-vii) je opredelil glavne filmske žanre - med njimi najdemo akcijsko-pustolovski film, komedijo, sodobno kriminalko, kostumsko dramo, eksploatacijski film, film noir, melodramo, muzikal, znanstvenofantastični film, grozljivko, najstniški film in vestern.

Zaradi nasprotij pri iskanju enotne definicije žanra ne moremo oblikovati enotnega modela, ki bi žanre sistematično razporedil, temveč so se oblikovali le določeni modeli. Za opredelitev žanrske klasifikacije pa je zelo specifično področje mladinskega filma.

### **2.3 Mladinski film kot filmski žanr**

Mladinski film, razumljen skozi kategorijo žanra, je vsekakor izraz rezoniranja sodobne družbe in kulture, v okviru katere mladinski film nastaja. Mladinski filmi so izjemno kompleksno teoretsko in raziskovalno področje. Žanr je filmska forma, ki je sposobna

nenehne samo-vitalizacije in komentiranja družbenih struktur ter jih predstaviti mladim, ki se v družbeni model šele vključujejo. Kulturna teorija je definirala liminalno izkušnjo, ki predstavlja zastajajoč trenutek med otroštvom in odraslostjo, med biti nihče in biti nekdo, ko je vse pod vprašanjem, a hkrati tudi vse mogoče. S to izkušnjo vmesnosti se ukvarja večina najstniških zgodb. (Martin, 2015, citirano po Šprah, 2015: 17)

Mladinski film se na prvi pogled zdi jasna kategorija, po drugi strani pa nas postavlja pred kar nekaj zadreg. Prva težava, ki sodi v problemsko polje definiranja kategorije mladinskega filma, je nedorečenost delitve med njim in otroškim filmom, zato se je v okviru strožje klasifikacije uveljavilo načelo starostnega določila oz. ločevanje po stopnji odraščanja. Glede na to prakso ločevanja mladinski film zajema tisto stopnjo dozorevanja, ki se začne s prehajanjem otroštva v fazo adolescence in končuje z vstopom v odraslost. Poznamo pa tudi ohlapnejše opredelitve, ki dopuščajo več svobode in se osredotočajo na vsebinske, tematske in oblikovne poudarke mladostnikov v različnih fazah odraščanja. (Šprah, 2015: 17-18)

Druga težava pri klasifikaciji mladinskih filmov se pojavi pri njihovi zgodovinski obravnavi. Nekatere analize pravijo, da lahko prve zametke mladinskega filma skozi žanrsko perspektivo najdemo v 50. letih preteklega stoletja (primer je uporniško mladostništvo in Elvis Presley). Druge raziskave pa dokazujejo, da se je pogled na mladost kot filmski problem oblikoval skupaj s pojavom kinematografskega medija. Zgodovinski pogledi na mladinski film se tako razlikujejo od klasifikacij s starostnimi določili, zato lahko v tem pogledu mladinski film opredelimo, kot sta v *Filmskem leksikonu* zapisala avtorja Kavčič in Vrdlovec (Šprah, 2015: 18). Definicija filmskega žanra v okviru *Filmskega leksikona* je zapisana na začetku prvega poglavja diplomskega dela.

Tretjo težavo pa predstavlja žanrski vidik filmov o mladih in njihovo spopadanje s spremembami, ki so značilne za to življenjsko obdobje. Problem nastaja pri opredelitvi namenskosti filmov z najstniškimi oz. mladinskimi protagonisti. Tako se pogosto zgodi, da se filme, ne glede na njihova dejanska vsebinska določila, opredeli kot tiste, ki so namenjeni mlademu občinstvu. Praviloma se upošteva informacijske in izobraževalne težnje filma ter starostne opredelitve ključnih junakov, pri čemer se oblikujejo naslednji žanri: komedija (romantična), drama (psihološka), melodrama, grozljivka, glasbeno-

plesni film, akcijski film (film borilnih veščin), pustolovski film, znanstvenofantastični film in filmska fantastika. (Šprah, 2015: 18)

Oblikovanje verodostojne sistematizacije mladinskih filmov s specifičnimi lastnostmi je zelo zahtevno delo, saj žanrska obravnava mladinskega filma že v izhodišču prinaša zagate. Ena takšnih je tudi pojmovno razlikovanje med izrazoma mladinski in najstniški (Šprah, 2015: 19). Na območju anglosaksonskih držav se je uveljavila žanrska oznaka najstniški film, ki pa se uporablja precej svobodno. Najstniški film se nanaša na mlade protagoniste in občinstvo, svoje pripovedne modele pa si izposoja pri drugih žanrih (Harper, 2015, citirano po Šprah, 2015: 19). Poleg tega najstništvo ne predstavlja identitetne izkaznice določenega obdobja, kot je to značilno za mladostništvo, niti ne zajema prej omenjene liminalne izkušnje. Najstništvo opredeljujejo značilnosti obdobja socialne odvisnosti po puberteti in za najstniški film je značilno prav protislovje med zrelostjo in nezrelostjo. (Driscoll, 2015, citirano po Šprah, 2015: 19-20)

Pojavi se problematika razlikovanja med tremi oznakami, ki opredeljujejo posebno starostno obdobje, v katerem se nahajajo junaki tematizirane filmske forme: mladost, adolescenca in najstništvo. Avtorica Driscoll mladost opredeljuje kot družbeno kategorijo, ki je povezana z idealom uporništva. Adolescenca enači s psiho-sociološko kategorijo, za katero je značilna hormonska zmeda. Najstništvo pa razume kot kategorijo v kontekstu potrošništva in popularne kulture, čemur so izpostavljeni mladi. (Driscoll, 2015, citirano po Šprah, 2015: 20)

Znotraj filmskega polja se je najbolj uveljavila delitev na mladinski in najstniški film, ki je nastala skupaj z razlikovanjem med najstniško in mladinsko kulturo. Najstništvo je v okvirih družbe pasivno in nadzorovano s strani starševske kulture. Nasprotje temu je mladinska kultura, v kateri mladi predstavljajo družbene akterje z uporniškimi potenciali. Temu primerno so zasnovani tudi najstniški filmi, v katerih je uporniški potencial mladih nadzorovan. Medtem ko v mladinskih filmih protagonisti nastopajo kot predstavniki družbenih skupin in kulturnih formacij, ki se spoprijemajo z uveljavljenimi normami in jim do neke mere tudi nasprotujejo. Njihova uporniška drža predstavlja polje, ki sega onkraj družinskega in izobraževalnega nadzora. Mladinski film je tako usmerjen tudi k odraslemu občinstvu, nagovarja starševsko kulturo in jo sooča s problemi mladih. Mladinski filmi opredelijo mladost kot družbeni problem, ki ga je potrebno razumeti. Najstniški filmi pa želijo z zgodbami, ki prikazujejo stališča

mladostnikov in zajemajo mlade protagoniste, pritegniti neposredno mlade gledalce in jim vzbuditi občutek zavezanosti. (Harper, 2015; Driscoll, 2015, citirano po Šprah, 2015: 20 - 21)

V okviru filmskega področja poznamo tudi inkluzivni pristop združevanja najstniškega in mladinskega filma. V okviru takšnega pogleda pa so se uveljavili različni podžanri in tipizirani liki. Med temeljne podžanre lahko umestimo: film prestopništva, mladinsko grozljivko, znanstveni mladinski film ter filme o mladostni ljubezni in seksualnosti. Pojavljata se tudi drama in melodrama kot kategoriji, ki se posvečata mladostniškimi tegobam (Shary, 2015, citirano pa Šprah, 2015: 22). Posebno mesto zasedajo tudi filmi o mladostniški delinkvenci in medvrstniškem nasilju. Poudariti pa je potrebno tudi podžanr šolski film, ki se deli na filme z osrednjimi figurami izobraževalnega sistema in na filme v razredu, kjer so v ospredju odnosi med dijaki in profesorji. V Sloveniji je film v razredu nastal leta 2013 v režiji Roka Bička – *Razredni sovražnik*. (Šprah, 2015: 22, 29)

Žanrska klasifikacija temelji na starostnem določilu, po katerem se v mladinskih filmih pojavljajo mladi. Nad-žanrski pristop poleg starostne meje poudarja tudi vsebinske in formalne vidike, ki se navezujejo na življenje in položaj mladih v širšem družbenem kontekstu. V tematskem polju prevladujejo negotovosti in tegobe odraščanja. V ospredju so njihovi odnosi do vrstnikov, staršev, družine, družbenih institucij (šola) in odnosi do nasprotnega oz. istega spola. (Šprah, 2015: 23)

Žanrski sistem moramo razumeti znotraj zapletenega zgodovinskega in konceptualnega okvirja, pri čemer lahko mladinski film opredelimo kot širše polje oz. kot specifično nad-žanrsko zasnovo. Vsa določila v tem kontekstu potem potekajo glede na različne opredelitve, ki so vezane na fenomen mladosti. (Šprah, 2015: 24)

V nadaljevanju je predstavljena žanrska klasifikacija po Šprah, zato so vanjo zajeti filmi do leta 2015, vsekakor pa jo je vredno predstaviti, saj nam približa natančne opredelitve žanrov glede na različne segmente.

V nad-žanrski pristop mladinskih filmov lahko v Sloveniji uvrstimo velik del filmov, ki so namenjeni mladim, tematizirajo problematiko dozorevanja in so namenjeni širšemu občinstvu. Takšni filmi so: *Vesna*, František Čap (1953); *Grajski biki*, Jože Pogačnik (1967); *To so gadi*, Jože Bevc (1977); *Ko zorijo jagode*, Rajko Ranfl (1978); *Nobeno*



*sonce*, Jane Kavčič (1984); *Ljubezen*, Rajko Ranfl (1984); *Poletje v Školjki 2*, Tugo Štiglic (1988); *Outsider*, Andrej Košak (1997); *V petek zvečer*, Danijel Sraka (2000); *Sladke sanje*, Sašo Podgoršek (2001); *Voda v očeh*, Jože Baša (2005); *Lajf*, Vito Taufer (2008); *Distorzija, Gremo mi po svoje* 1. in 2. del, Miha Hočevar (2009, 2010 in 2013); *Čefurji raus!*, Goran Vojnović (2013); *Razredni sovražnik*, Rok Biček (2013); *Vloga za Emo*, Alen Pavšar (2014). (Šprah, 2015: 27)

Nad-žanrsko klasifikacijo pa lahko razčlenimo glede na različna odstopanja in specifične, pri čemer lahko ločimo tri sklope. V prvi sklop sodijo dela, kjer določen tematski delež pripada mladostnikom, a glavna zasnova filma vseeno odstopa od osnovne opredelitve mladinskega filma. Filmi prvega sklopa so: *Nočni izlet*, Mirko Grobler (1961); *Sončni krik*, Boštjan Hladnik (1968); *Onkraj*, Jože Gale (1970); *Sedmina, Oxygen in Ljubljana je Ljubljana*, Matjaž Klopčič (1969, 1970 in 2005). (Šprah, 2015: 28)

Pojem mladinski film lahko razumemo tudi kot oznako za dela, ki v ospredje postavljajo različne reprezentacije mladih v izjemnih življenjskih ter družbenih okoliščinah. Gre za drugi sklop, v katerega sodijo: *Grajski biki, Ljubezen, Outsider, Barabe!, Na planincih, Voda v Očeh, Lajf, Čefurji raus!* in *Razredni sovražnik*. (Šprah, 2015: 28)

V tretji sklop pa bi lahko uvrstili filme, kjer mladost ni problematizirana, ampak izpostavljena kot samoumevno stanje vmesnosti. Pomembno je simpatiziranje ustvarjalcev s protagonistami oz. občinstvom. Pomembno je nagovarjanje čim širšega kroga mladega občinstva; to pa so naslednji filmi: *Vesna, To so gadi, Ko zorijo jagode, Nobeno sonce, Poletje v školjki 2, V petek zvečer, Sladke sanje, Distorzija, Gremo mi po svoje* 1. in 2. del ter *Vloga za Emo*. (Šprah, 2015: 28)

V slovenskem filmskem prostoru pa lahko glede na problematizirano tematiko filme razporedimo na še ožje sklope: 1. film v razredu: *Razredni sovražnik*. 2. mladinska drama, ki izpostavlja okvir dramtiziranja tegob in dilem, značilnih za obdobje mladostniškega dozorevanja, ter se navezuje na filme mladinskega uporništva: *Nobeno sonce, Ljubezen, Voda v očeh*. 3. Filmi, ki izpostavljajo problematiko šolanja in z njim povezanimi težavami: *Vesna, Ko zorijo jagode, Outsider, V petek zvečer, Distorzija*. 4. Mladinska komedija: *Vesna, To so gadi, V petek zvečer, Gremo mi po svoje*. 5. Glasbeno-plesni žanr: *Poletje v školjki*. 6. Melodrama: *Ko zorijo jagode*. 7. Izdelki s prvinami akcijskega filma: *Barabe!*. 8. Psiho-drama: *Lajf*. 9. Dela,

osredotočena na probleme odporništvaja, konfrontacije: *Grajski biki*, *Outsider*, *Barabe!*, *Na planincah*, *Distorzija*, *Čefurji raus!*, *Razredni sovražnik*. (Šprah, 2015: 29)

## 2.4 Zgodovinski pregled slovenskega mladinskega filma

V slovenskem prostoru imamo raznolik nabor filmov različnih žanrov, ki predstavljajo različne tematike, od zabavnejših pa vse tja do nekoliko resnejših. Slovenski mladinski filmi vzgajajo najstnike, predstavljajo različne procese in dejavnike iz okolja, s katerimi se spopadajo mladostniki in njihova družina, ter jih pripravljajo na vstop v družbo odraslih. Za natančnejši pregled nastajanja slovenskih mladinskih filmov bo v tem poglavju diplomskega dela predstavljen zgodovinski pregled nastanka mladinskih filmov v Sloveniji od leta 1953 do leta 2018 s poudarkom na predstavitev tem, ki jih posamezni mladinski filmi naslavljajo.

Leta 1953 je nastal prvi film, namenjen mladini. Gre za film z naslovom *Vesna*, ki ga je režiral František Čap. *Vesna* je nagajiv in očarljiv slovenski mladinski film, ki je dosegel visoko gledanost. Film predstavlja prvo pravo komedijo, ki je nastala v Sloveniji in opisuje življenje srednješolcev, ki so tik pred opravljanjem mature. Sklenejo dogovor, da mora nekdo izmed njih osvojiti hčerko profesorja za matematiko in tako pridobiti matematične naloge. *Vesna* se znajde znotraj ljubezenskega trikotnika prve najstniške zaljubljenosti dveh sošolcev. Na koncu se vse razjasni in kljub vmesnim zapletom glavni junaki spet postanejo prijatelji.

Leta 1961 je bil posnet mladinski film z naslovom *Nočni izlet*, v katerem se glavni lik po prepiru z očetom znajde na dekadentni zabavi, kjer postane žrtev potegavščine. V navalu jeze skupaj z nekaterimi sovrstniki odvihra v noč, ki se konča s prometno nesrečo. Film prikazuje najstniške tegobe, zaplete in nedolžne nočne igrice, ki se lahko spremenijo v tragične jutranje dogodke.

Jože Pogačnik je leta 1967 skupaj z ekipo ustvaril mladinski film z naslovom *Grajski biki*, kjer spremljamo zgodbo mladeničev z različnimi življenjskimi usodami. Nastanjeni so v graščini, v prevzgojnem domu, kjer se soočajo s konflikti med kolegi in vzgojitelji, s pobegi in naključnimi ljubeznimi.

Leto pozneje je Boštjan Hladnik posnel mladinsko komedijo z naslovom *Sončni krik*. Mladinska komedija z erotično in kriminalno vsebino nam predstavi življenje dveh tatov in glavnega junaka Tomaža, najstnika, ki ju razkrinka. Spremljamo zgodbo gangsterjev, ki ukraden denar skrijejo v hladilnik, ki se znajde na šoli za aranžerje, na kateri se Tomaž poteguje za mesto fotografa. Komično so prikazani tudi vmesni vložki prizorov, kako se glavni junak spopada z gručami deklet.

Leta 1970 je nastal film z naslovom *Onkraj* (Jože Gale), ki prikazuje brezcilnost sodobne mladine. Nekdanji partizan Miha se trudi s pripovedovanjem pretresljive zgodbe iz vojnih časov v bučnem mladinskem lokalju. Resnična partizanska zgodba je popolnoma podrejena glasbi in zabavi mladih ob mamilih in alkoholu.

Jože Bevc je leta 1977 posnel lahko mladroško komedijo z naslovom *To so gadi* in z njim dosegel celo 112.394 gledalcev. S tem lahko film označimo za najuspešnejši slovenski film pred osamosvojitvijo države. Film predstavlja nagajive mladeniče vdovca Štebe, katerim gospodinji gospa Rozi. Fantje s svojimi šalami in nagajivostmi spravljajo v obup vso malomeščansko sosesko, zaradi katerih jih lepega dne zapusti tudi Rozi. Zgodi se veliko naključje, saj istega dne na obisk pride njena nečakinja Meri, ki s svojo simpatičnostjo in prisrčnostjo obnori vse Štebetove fante in se k njim celo vseli. Mladinska komedija ima srečen konec, vrne se tudi njihova Rozi.

Leto pozneje je nastal sentimentalni film z naslovom *Ko zorijo jagode*. V filmu so predstavljene različne težave, s katerimi se spopadajo najstniki. Spremljamo zgodbo simpatične Jagode in njene najstniške zaplete, konflikte in spore z družino ter mlajšo sestrico. Veliko svojega prostega časa preživi s svojim prijateljem Nejcem, ki je vanjo tudi močno zaljubljen. Srce Jagode pa žal pripada starejšemu fantu, s katerim preživlja zaljubljene dni. Nejc obupano beži pred težavami s straši in neuslišano ljubeznijo. Razmišlja celo o samomoru.

Čez približno pet let smo Slovenci dobili dva nova mladinska filma. Prvi nosi naslov *Nobeno sonce* v režiji Janeta Kavčiča, drugi pa *Ljubezen*, ki ga je režiral Rajko Ranfl. Slednji prikazuje življenje mladega najstnika v času italijanske okupacije leta 1940. Marjan ta čas doživlja vse težave svojih let - doživi tudi prvo ljubezen s sovrstnico Lenko. Kmalu na ozemlje okupacije vkorakajo še Nemci in Marjan podleže čarom zapeljivke nemških okupatorjev. *Nobeno sonce* pa prikazuje zgodbo srednješolke Veronike, ki jo poklicna šola, v katero je vpisana, ne veseli. Želi si postati igralka, pri čemer pa je starši ne podpirajo. V težkih trenutkih se zateče k sošolcu in sovrstniku Klemnu.

Zadnji pravi film pred osamosvojitvijo Slovenije je drugi del filma *Poletje v Školjki*, režiserja Tuga Štiglica. V prvem delu filma *Poletje v školjki* igrajo otroci, film prikazuje otroško radovednost. V drugem delu pa otroci postanejo najstniki. V središču zgodbe je Tomaž, ki se sooča s selitvijo iz obmorskega mesteca v Ljubljano. Tam poišče svojo prijateljico Mileno in njuno druženje se nadaljuje v plesnem klubu, kjer pridobi tudi nove prijatelje. V nadaljevanju spremljamo ljubezensko zgodbo skupaj z različnimi najstniškimi problematikami.

(Furlan, Nedič, Vrdlovec, 2011: 32-234; Slovenski filmski center, 2019).

Prvi mladinski film po osamosvojitvi je nastal leta 1997. Gre za film z naslovom *Outsider*, ki ga je režiral Andrej Košak. Film prikazuje zgodbo mladeniča, ki prihaja iz mešane družine, očeta Bosanca in mame Slovenke. Zgodba se začne z njegovim prihodom iz Bosne v Ljubljano, kjer nadaljuje šolanje na ljubljanski gimnaziji. Kmalu pade pod vpliv punk gibanja in postane član glasbene skupine. Vse se še bolj zaplete ob srečanju prve ljubezni in novici o ponovni selitvi.

Naslednji slovenski mladinski film nosi naslov *V petek zvečer*. Leta 2000 ga je posnel Danijel Sraka in govori o prigodah najstnikov, ki se raje zabavajo kot obiskujejo pouk. Njihov neuspeh na koncu šolskega leta pa lahko vpliva na prepoved tradicionalne zaključne zabave, zato se začnejo truditi, da bi nadoknadili zamujeno. Zgodba najstnikov je predstavljena na komičen in zabaven način.

(Furlan, Nedič, Vrdlovec, 2011: 290-310; Slovenski filmski center, 2019).

Istega leta je Miha Hočevar posnel film *Jebiga*, ki sicer ni tipično mladinski film, vseeno pa se z mladostniško tematiko o preživljanju brezdelnega poletja mladeničev iz urbanega okolja približa temu žanru. Vse njihove težave se jim zdijo zelo zabavne in nič ne jemljejo na pretirano resen način. Na srečo pa se vsi njihovi zapleti vedno brez težav tudi razpletejo. (Slovenski filmski center, 2019)

Leta 2001 je nastal mladinski film *Barabe!*, ki ga je režiral Miran Zupanič. Govori o življenju dveh najstnikov, ki sta se spoznala v sirotišnici. Eden od njiju kasneje postane vodja tolpe, drugi pa živi v svojem odmaknjeno začaranem svetu. Ko se njuni poti ponovno prekrizata se zgodba že zapleta z opravljanjem nevarnih mafijskih poslov.

Prav tako lahko med mladinske filme uvrstimo *Sladke sanje* (Sašo Podgoršek, 2001), kjer spremljamo življenje zatiranega najstnika. Egon sanja o uvoženih dobrotah, ki

prihajajo k nam čez mejo, med katerimi so tudi ameriška glasba, filmi in moda. Njegove največje sanje so gramofon, ki ga nazadnje tudi dobi, medtem pa spremljamo zaplete z njegovimi družinskimi člani, sošolci in učitelji.

Dve leti kasneje je Miha Hočevar režiral mladinski film *Na planincih*. Gre za pripoved dveh sirot iz Bosne, ki se odločita za selitev k stricu v Slovenijo. Življenje v novi državi sta si predstavljala nekoliko drugače kot v resnici je. Kljub težavam z vključevanjem v novo družbo se kmalu prilagodita na novo življenje. Mlajši brat Sanij najde svoje mesto med vrstniki, starejši mladenič Amir pa si najde službo in ljubezen.

Mladinski film z naslovom *Lajf* je leta 2008 ustvaril filmski ustvarjalec in režiser Vito Taufer. Dramatična, duhovita in zabavna pripoved treh najstnikov prikazuje mrežo medsebojnih odnosov dveh generacij. Spremljamo zaplete najstnikov z njihovimi starši, osamljenost, težave z alkoholizmom, občutke brezupa in utesnjenosti ter vse težave vzgoje, odraščanja in iskanja identitete.

Leta 2010 smo Slovenci s strani režiserja Mihe Hočevarja dobili filmsko uspešnico *Gremo mi po svoje*, ki je velja za najbolj gledan film vseh časov. Gre za napeto komedijo s taborniško tematiko, posneto na privlačnih lokacijah slovenskega ozemlja. Spremljamo skupino mladih tabornikov, ki v okolici triglavskih gora preživljajo počitnice. Tabor vodi starešina, ki zelo resno vzame svojo nalogo. Zgodba se zaplete, ko jih preseneti prihod deklet iz umetniško-rehabilitacijskega. Fantje pokažejo veliko zanimanje za druženje z dekleti in jezijo starešino.

(Furlan, Nedič, Vrdlovec, 2011:320-422; Slovenski filmski center, 2019).

*Razredni sovražnik* je celovečerni prvenec režiserja Roka Bička iz leta 2013. Zgodba temelji na resničnih dogodkih z novomeške gimnazije in temelji na razredni dinamiki oz. generacijskemu prepadu med učenci in profesorji. Popelje nas v razred maturantov, ki se pred koncem šolskega leta spopade z menjavo razrednika. Priljubljeno razredničarko in profesorico nemščine nadomesti hladni in distancirani profesor, ki predstavlja strogo avtoriteto ter od svojih dijakov zahteva spoštljiv in zrel odnos. Dijaki ga stereotipno označijo za nacista ter mu pripišejo krivdo za samomor ene izmed dijakinj. (Grgič, 2013)

Istega leta režiser Miha Hočevar skupaj s filmsko ekipo ustvari drugi del mladinske uspešnice *Gremo mi po svoje 2*. V drugem delu filma so prav tako veliko stavili na čudovite slovenske lokacije. Film so snemali na Bovškem in v Triglavskem narodnem parku, kjer nadobudne tabornike pod vodstvom starešine preseneti rod štajerskih

tabornikov. Zgodba se zaostri, ko se pojavijo velika tekmovalnost med obema vodjema taborov, najstniške iskrive zaljubljenosti ter ostale nagajivosti. (Plahuta Simčič, 2012)

Mladinska komedija *Vloga za Emo* je pod režijsko taktirko Alena Pavšarja nastala leta 2014. Pripoveduje zgodbo najstnice Eme, ki opravi avdicijo za novinarko šolske televizije. Kmalu spozna, da ji ta svet ne nudi svobode, pač pa je lahko za nekoga brez izkušenj tudi zelo neusmiljen. Ema v življenju pridobi novo vlogo, ki pa jo mora kombinirati z vlogo pri svojih starših, novih prijateljih, v šoli ter v novi ljubezni.

Leta 2015 je slovenski prostor postal bogatejši za kar dva celovečerna slovenska mladinska filma. Prvi film z naslovom *Julija in Alfa Romeo* je najstniška romantična komedija v režiji Blaža Završnika. V filmu spremljamo zgodbo nepopoljšljivega najstniškega osvajalca Tilna, ki vedno išče način, kako bi čim hitreje osvojil kakšno dekle. Nepremišljena obljuba zvestobe enemu izmed deklet ter sosledje nenadnih in neprijetnih dogodkov Tilna prepričajo, da je uročen, kar mu preprečuje zблиžanje z njegovo resnično ljubeznijo.

Drugi film, ki ga je skupaj s filmsko ekipo ustvaril Boris Petković, pa nosi naslov *Utrip ljubezni*. Komična romanca predstavlja zgodbo treh mladeničev, ki živijo za hip-hop in rap glasbo ter sanjajo o koncertnih odrih. Nekega večera pa se eden izmed mladeničev zaljubi v lepo violinistko Nino, čemur sledijo različni dogodki dokazovanja ljubezni, iskanja lastnega jaza in konfliktov s prijatelji.

Režiser Igor Šterk je leta 2016 posnel mladinski film z napeto in srhljivo zgodbo o odraščanju, ljubezni, prijateljstvu in junaštvu. V filmu z naslovom *Pojdi z menoj* spremljamo zgodbo o štirih najstnikih, ki se ob iskanju najboljše fotografije za šolsko tekmovanje podajo v oddaljeno hribovje. Film se osredotoča na vprašanje, kaj se zgodi, ko v današnjem svetu zataji tehnologija in na plan privrejo primarni človeški instinkti. Iskanje fotografije se tako spremeni v boj za preživetje. (Slovenski filmski center, 2019)

Celovečerno mladinsko akcijo *Nika* je leta 2016 skupaj s filmsko ekipo ustvaril režiser Slobodan Maksimović. Gre za film z univerzalno zgodbo o uporniški najstnici, ki je po pokojnem očetu podedovala strast do hitrosti in tekmovanj v go-kartingu. Njen oče, ki jo je navdušil nad nevarnim športom, se je ponesrečil v prometni nesreči z avtomobilom. Vso skrb za Niko je prevzela njena mama Mojca, ki pa se z njenimi željami po nevarnem tekmovanju ne strinja in ji prepove tekmovanje. Nika se kljub

mamini prepovedi ne odpove svojemu športu. V filmu spremljamo zgodbo o izgubi, ljubezni, odraščanju in iskanju prave poti. (Festival slovenskega Filma, 2016)

Leto pozneje je Boris Petkovič ustvaril mladinski film *Košarkar naj bo*. Zgodba govori o mladem in nerodnem fantu z imenom Ranta. Nekega dne ga učitelj telovadbe povabi v košarkarsko ekipo, s katero se mladeniču začne razburljiva pot. Najstniške dogodivščine glavnega junaka spremljamo skupaj s komičnimi momenti, za katere poskrbi njegov prijatelj. (Slovenski filmski center, 2019)

Leta 2018 sta nastala mladinska filma *Posledice (Darko Štante)* in *Zimske muhe* (Olmo Omerzu). Prvi prikazuje zgodbo 18-letnega Andreja, ki zaradi svojega neprimerne in nasilnega vedenja pristane v prevzgojnem domu. Spoprijatelji se z neformalnim vodjo ostalih mladeničev v domu in tako njegova vključitev med ostale najstniške prestopnike postane nekoliko lažja. Film prikazuje mladostniško iskanje identitete, postavljeno v okolje prevzgojne institucije, ter motiv nedelujoče družine, v kateri starši niso kos napornemu najstniku. V film sta vpeljani tudi tematiki homoseksualnosti in soočanja mladostnikov s spolno identiteto, ki je z vidika širše družbe stigmatizirana. (Leiner, 2018)

Film z naslovom *Zimske muhe* je mladinski film ceste, ki pripoveduje zgodbo dveh najstnikov, ki sta se odpravila na vožnjo preko zamrznjene pokrajine. Daleč stran od njunega doma ju ustavi policist in eden izmed mladeničev na hudomušen način podaja njuno zgodbo. Film prikazuje tiste vrste mladostniško prijateljstvo, ki ga poganja želja po novem izkustvu. (Slovenski filmski center, 2019)

Mladinsko romantično komedijo z naslovom *Gajin svet* je istega leta režiral Peter Bratuša. Film prikazuje življenje najstnice Gaje, ki živi skupaj z očetom Petrom in sestro Teo. Film se začne z odhodom njune mame v Liberijo, potem ko se pridruži organizaciji Zdravniki brez meja. Družina se skuša znova postaviti na noge in ujeti ritem vsakdanjega življenja, saj so čez noč ostali v njej le trije člani. Gaja se zelo dobro razume s svojo učiteljico saksofona in ima najboljšega prijatelja Matica, ki je velikokrat tudi žrtev svojih močnejših sošolcev. Stojita si ob strani in med drugim skupaj skujeta načrt, kako rešiti sestro Teo in njeno prijateljico, ki sta zabredli v svet spletnih nevarnosti. (Slovenski filmski center, 2019)

Preko zgodovinskega pregleda domačih mladinskih filmov lahko vidimo, da slovenska filmska industrija ne pozablja na ustvarjanje mladinskih filmov, ki mladim prikazujejo najrazličnejše tematike. V slovenskem filmskem prostoru pa vsekakor danes ne bi bilo toliko umetniških izdelkov, če ne bi imeli urejenega financiranja znotraj filmske industrije. Naslednje poglavje je tako namenjeno predstavitvi pridobivanja finančnih sredstev na področju filmske industrije.

### **3. SLOVENSKI MLADINSKI FILM IN EKONOMSKI VIDIK**

#### **3.1 Potek financiranja filmov v Sloveniji**

Splošno lahko način financiranja slovenskega celovečernega filma predstavimo kot tipično evropskega z nekaterimi manjšimi specifikami. Skozi zgodovinski razvoj filmske industrije sta se vzpostavila dva večja in pomembnejša načina filmskega ustvarjanja, ki pa se v nekaterih pogledih tudi močno razlikujeta, predvsem kadar govorimo o načinu financiranja. Gre za ameriško in evropsko filmsko industrijo, del katere je tudi slovenska.

Evropska filmska dejavnost je nekoliko bolj umetniška, predvsem v primerjavi z ameriško, ki je izrazito podjetniško-industrijska in posledično tudi dominantna in uspešnejša (Rugelj, 2002: 137). Ameriška filmska industrija ne pozna načina subvencij s strani televizije in države, zato mora gledati širše in ustvarjati filme, ki so priljubljeni med širokimi množicami po vsem svetu, saj si tako zagotavlja dobiček. Gre za kapitalistično naravnano industrijo z urejeno marketinško organizacijo, v okviru katere je film opredeljen kot produkt, ki ga je potrebno dobro prodati na trgu.

V Sloveniji je filmska proizvodnja decentralizirana in razdeljena na nacionalne produkcije. Filmi nastajajo v okviru srednjih in manjših producentskih podjetij, v katerih ni jasnega sistema in delitve na producente in kreativne talente. V Sloveniji je zelo malo ali skoraj nič oddelkov za marketing, vloga kreativnega kadra, ki bi lahko ločeno od producenta skrbel za razvoj, marketing in produkcijo, pa je zanemarjena. Manjkajo tudi obsežen sistem razvoja filmskih projektov ter močne agencije. (Rugelj, 2002: 162-164)



Pri nastajanju celovečernih filmov na slovenskih tleh praviloma ne prihaja do vlaganja zasebnih finančnih sredstev. Producenti in filmski ustvarjalci so tako veliko bolj odvisni od javnih finančnih virov in koprodukcij. Med najbolj uveljavljene alternativne vire financiranja pri nas sodijo televizija in subvencije države s strani Ministrstva za kulturo. Za nastajanje slovenskih celovečernih filmov, med katera sodijo tudi mladinski filmi, so tako javna finančna sredstva velikega pomena. Na splošni ravni jih lahko razdelimo na nacionalna sredstva, pri čemer so najpomembnejše državne subvencije v obliki sredstev Slovenskega filmskega centra (SFC), tehničnega vložka filmskega studia Viba film ter koprodukcijskega sodelovanja RTV Slovenija. V sklopu financiranja na evropski ravni pa govorimo o vseevropskih subvencijah v okviru programa MEDIA in sklada Eurimages. Tako vidimo, da imajo pomembno vlogo pri delovanju in sofinanciranju slovenske filmske industrije s filmom povezane institucije na nacionalni in mednarodni ravni, ki nudijo finančne vire in podporo, zato jim bomo v nadaljevanju namenili nekaj pozornosti.

## **3.2 Slovenske filmske institucije**

### **3.2.1 Slovenski filmski center**

19. januarja 2011 je Slovenski filmski center s statusom javne agencije nadomestil Filmski sklad Republike Slovenije in prevzel njegove cilje in naloge. Filmski center je ustanovila Republika Slovenija kot oseba javnega prava. Izvrševanje njegovih pravic in obveznosti je v rokah Vlade Republike Slovenije. (ZSFCJA, 2019)

Agencija spodbuja ustvarjalnost na filmskem in avdiovizualnem področju v Republiki Sloveniji z ustvarjanjem ustreznih pogojev za filmsko, avdiovizualno in kinematografsko dejavnost (Slovenski filmski center, 2019). Namen agencije je tudi izobraževanje na področju avdiovizualne dejavnosti in izvajanje dejavnosti v okviru nacionalnega programa za kulturo. (ZSFCJA, 2019)

Agencija opravlja svoje naloge v javnem interesu z namenom zagotovitve možnosti trajnega razvoja filmske in avdiovizualne dejavnosti. (ZSFCJA, 2019). Spodaj so opisane dejavnosti agencije:

- izvaja nacionalni program za kulturo v delu, ki pokriva filmske in avdiovizualne dejavnosti, ter spremlja in analizira stanje s svojega delovnega področja;
- skrbi za kakovostno rast filmske in avdiovizualne dejavnosti, pospešuje ustvarjalnost in produkcijo na filmskem in avdiovizualnem področju ter skrbi za predstavitev dosežkov na svojem področju;
- odloča o izbiri projektov s področja filmske in avdiovizualne dejavnosti, ki se financirajo iz sredstev agencije, ter z izbranimi prijavitelji teh projektov sklepa pogodbe o financiranju;
- sodeluje z Radiotelevizijo Slovenija pri načrtovanju in razvoju slovenske filmske produkcije;
- spremlja ter nadzoruje delo in porabo javnih sredstev izvajalcev kulturnih projektov na področju filmskih in avdiovizualnih dejavnosti v Republiki Sloveniji;
- omogoča izvedbo festivala, na katerem je predstavljena slovenska filmska produkcija preteklega obdobja;
- sodeluje z interesnimi organizacijami na področju filmskih in avdiovizualnih dejavnosti ter s tujimi sorodnimi organizacijami;
- spodbuja razvoj filmske in avdiovizualne kulture, razvoj visokošolskega izobraževanja za umetniške poklice s področja avdiovizualnih dejavnosti in razvoj filmske vzgoje;
- spodbuja razvoj tehnologije in infrastrukture na filmskem in avdiovizualnem področju, zlasti razvoj digitalizacije celotne kinematografske verige od produkcije do prikazovanja;
- skupaj s strokovnimi združenji avtorjev in neodvisnih producentov skrbi za izvedbo in podeljevanje priznanj ter denarnih nagrad na področju filmskih in avdiovizualnih dejavnosti v Republiki Sloveniji;
- sodeluje z državnimi organi in civilno družbo pri načrtovanju strateških usmeritev na področju filmske in avdiovizualne dejavnosti;
- skrbi za promocijo ter eksploatacijo filmske in avdiovizualne dejavnosti v Republiki Sloveniji in tujini;
- izvaja naloge trženja filmskih lokacij na območju Republike Slovenije z namenom spodbujanja gospodarskega razvoja;

- skrbi za sodelovanje z evropskimi in drugimi mednarodnimi institucijami s področja filmske in avdiovizualne dejavnosti, zlasti pri podporah in dodeljevanju paritetnih sredstev s področja filmske in avdiovizualne dejavnosti;
- skrbi za delovanje ter povezanost javnih institucij in zasebnih pobud na področju filmske in avdiovizualne dejavnosti v obliki promocije Republike Slovenije v okviru filmske produkcije;
- opravlja druge strokovne naloge na področju filmske in avdiovizualne dejavnosti z namenom, za katerega je bila ustanovljena (Slovenski filmski center, 2019)

Javna agencija Slovenski filmski center ima dva pomembna organa - svet agencije in direktorja ali direktorico. Svet ima osem članov, ki jih imenuje vlada za dobo petih let. Agencija ima tudi strokovne programske agencije, ki predstavljajo posvetovalna telesa direktorja in imajo praviloma tri člane. (ZSFCJA, 2019)

Slovenski filmski center posluje v skladu z letnim programom dela in načrtom financiranja. Preko javnih razpisov sofinancira projekte s področja filmskih in avdiovizualnih dejavnosti, ki jih izvaja v skladu z mnenjem direktorja ali direktorice ter mnenjem strokovnih programskih komisij. Za izvedbo javnih razpisov se smiselno uporabljajo določbe zakona, ki ureja uresničevanje javnega interesa za kulturo. (ZSFCJA, 2019)

Tisti, ki vložijo vlogo za pomoč pri financiranju njihove dejavnosti, morajo svoje projekte dokončati najkasneje v dveh letih od podpisa pogodbe o sofinanciranju. Izjema so le projekti v okviru animiranega filma in celovečernega dokumentarnega filma, ki zaradi vsebine zahtevata večletno nastajanje. Tisti, ki sklenejo pogodbo o sofinanciranju projekta z agencijo, so upravičeni do poravnave 50 odstotkov vseh stroškov projekta. Nekoliko drugače je v primeru sofinanciranja nizkoprorračunskih, mladinskih ali otroških oz. zahtevnih filmov, pri katerih agencija sofinancira do 80 odstotkov vseh izkazanih stroškov. Gre za upravičene stroške, ki nastanejo med oblikovanjem projekta in so sprejeti v sofinanciranje, med njimi so stroški dela, storitev zunanjih izvajalcev, materiala za produkcijo in režijski stroški, ki jih mora prijavitelj izkazati z veljavnim materialnim dokazilom. Poleg tega agencija ves čas preverja računovodsko ter drugo dokumentacijo prijavitelja ter finančno in vsebinsko stanje projekta. V javne razpise Slovenskega filmskega centra so vključene tudi storitve tehnične in infrastrukturne podpore. (ZSFCJA, 2019)

Finančna sredstva so pridobljena na podlagi pogodbe, ki se sklene med agencijo in osebo, katere projekt se sofinancira. Agencija sredstva za sofinanciranje pridobiva iz sredstev državnega proračuna, ki jih pridobi na podlagi pogodbe, sklenjene z ministrstvom za kulturo. Sredstva lahko pridobiva tudi iz prihodkov, ki nastanejo s prodajo blaga in storitev, ali s pomočjo sponzoriranja in donacij. Sredstva so lahko pridobljena tudi iz naslova sodelovanja z mednarodnimi ustanovami in organizacijami. (ZSFCJA, 2019)

Slovenski filmski center sofinancira produkcijo slovenskega filma in najmanj enkrat letno objavi in izvede razpise za igrane, dokumentarne in animirane filme, prvence, manjšinske koprodukcije in študijske filme. Po letu 2000 je agencija začela podpirati mednarodne produkcije. Leta 2012 pa je agencija prevzela tudi sofinanciranje slovenskih avdiovizualnih del, ki so namenjena zlasti predvajanju v medijih. (Slovenski filmski center, 2019)

Vsako šolsko leto Slovenski filmski center v okviru programa podpore filmskemu izobraževanju na univerzitetni ravni razpiše natečaj za sofinanciranje realizacije študijskih filmov in TV-del, na katerega se prijavi Akademija za gledališče, radio in televizijo Univerze v Ljubljani. Kasneje se ji je pridružila tudi Visoka šola za umetnost Univerze v Novi Gorici. Takšno delovanje omogoča vsakoletno realizacijo približno 15 študijskih avdiovizualnih del, ki so del rednega študijskega procesa. Slovenski kulturni prostor je tako vsako leto bogatejši za kakšen nagrajen umetniški presežek nadarjenih študentov. (Slovenski filmski center, 2019)

### 3.2.2 Viba film

Filmski studio Viba film Ljubljana je nacionalna tehnična baza, namenjena predvsem projektom nacionalnega filmskega programa. Viba film sodeluje pri večini filmskih projektov, njen vložek pa posredno predstavlja vložek Republike Slovenije in je evidenten na podlagi cenika in seznama filmske tehnike, ki jih producent potrebuje pri oblikovanju svojega projekta, ki je že bil sprejet v program sofinanciranja Slovenskega filmskega centra (Viba film, 2019). Tehnična baza in najem njenih storitev poteka po principu odplačnih in neodplačnih storitev.

Javni zavod Filmski studio Viba film Ljubljana oddaja v najem snemalno, svetlobno, scensko in prenosno-tonsko tehniko, garderobo skupaj z rekviziti, vozila ter kadrovske in prostorske kapacitete. Vse te storitve, z izjemo nekaterih<sup>1</sup>, daje neodplačno v najem izvajalcem projektov, ki so sprejeti v program sofinanciranja s strani Slovenskega filmskega centra in drugih projektov, ki so del javnega interesa ter določeni v letnem programu dela in finančnem načrtu Viba film. Drugim strankam pa storitve nudi odplačno v skladu z veljavnim cenikom in glede na povpraševanje strank na trgu. (Viba film – Pravilnik o pogojih najema in storitev, 2019)

Neodplačne storitve so ponujene v skladu z odobrenim informativnim izračunom storitev in glede na razpoložljive zmožnosti Viba filma, pri čemer se upošteva izvajalce, ki so sprejeti v program sofinanciranja Slovenskega filmskega centra. Informativni izračun storitev odobri Tehnična služba Viba film, pri čemer se vedno upoštevajo razpoložljiva sredstva in potrebe izvajalcev projektov, ki so del sofinanciranja ali so v javnem interesu. O nudenju storitev Viba film pri tehnični realizaciji projektov se sklene pogodba med producentom in zavodom. (Viba film – Pravilnik o pogojih najema in storitev, 2019)

V okviru Viba film je na voljo raznovrstna ponudba ateljejev, produkcijskih prostorov, snemalne, svetlobne, tonske in scenske tehnike ter strokovno tehnično osebje. Na približno 10.000 m<sup>2</sup> so združeni prostori za filmsko produkcijo, avdio in video post-produkcijo, producentske pisarne ter prostori za izposojlo filmske tehnike, garderobe in rekvizitov. Javni zavod Viba film sodeluje tudi pri študijski produkciji Akademije za gledališče, radio in televizijo in spodbuja avdiovizualne projekte. (Viba Film, 2019)

Tehnična baza s sedežem v Ljubljani omogoča 24-urno neprekinjeno delo v produkciji in post-produkciji, za kar so na voljo manjši in večji atelje ter ostali spremljevalni produkcijski prostori (garderobe, maske, pisarne, delavnice, skladišča). (Viba film, 2019)

---

<sup>1</sup>Studio Viba film posebej zaračunava naslednje storitve: stroške najema kadrov Viba filma izven rednega delovnega časa, obratovalni stroški, zavarovanje filmske tehnike in opreme, izredno varovanje, izredno čiščenje, dežurstvo elektrikarja, gradbeni material, potrošni material, goriva, maziva, cestnine (pri najemu vozil), druge izredne storitve, ki niso vključene v cenik Viba filma in jih Viba film zagotavlja z zunanjimi izvajalci.

### 3.2.3 RTV Slovenija

Radiotelevizija Slovenija je javni zavod posebnega kulturnega in nacionalnega pomena. V skladu z zakonom opravlja določeno javno službo na področju radijske in televizijske dejavnosti. Namen dejavnosti je zadovoljevanje demokratičnih, socialnih in kulturnih potreb državljanek in državljanov Republike Slovenije, Slovenk in Slovencev po svetu, pripadnic in pripadnikov slovenskih narodnih manjšin na območju Italije, Avstrije in Madžarske ter njihove narodne skupnosti v Republiki Sloveniji. (Statut RTV Slovenija, 2019)

Ustanovitelj zavoda Radiotelevizija Slovenija je Republika Slovenija, ki je odgovorna za zagotavljanje institucionalne avtonomije, uredniške neodvisnosti in zagotavljanje primernega financiranja za izvajanje javne službe. RTV Slovenija zastopa generalni direktor. Organi RTV Slovenija pa so: programski svet, nadzorni svet, programska odbora za italijanski in madžarski narodnostni program, programski odbor za problematiko programskih vsebin za invalide oz. za ljudi s posebnimi potrebami ter svet delavcev. (Statut RTV Slovenija, 2019)

Poleg javne službe RTV Slovenija opravlja tudi tržne dejavnosti, kot so: Trženje oglaševalskega časa in programov, tehnične in telekomunikacijske storitve ter dajanje nepremičnin v najem. Del tržnih zadolžitev so tudi založniška in koncertna dejavnost, tržne programske storitve vključno z interaktivnimi programskimi storitvami ter komercialna uporaba arhivskega gradiva. RTV Slovenija izvaja izobraževanje in usposabljanje za potrebe tržnih dejavnosti in dviga strokovne ravni, opravlja podporne dejavnosti javne službe in tržnih dejavnosti ter ohranja nacionalne kulturne vrednote. V svojih programih pa zagotavlja kakovostne in raznovrstne informativne, kulturne, izobraževalne in razvedrilne vsebine. (Statut RTV Slovenija, 2019)

Med obsegom dejavnosti javnega zavoda, ki jih določa Zakon Radiotelevizija Slovenija, so tudi dejavnosti, pomembne za filmsko industrijo. Nekatere takšne dejavnosti so: ustvarjanje, produkcija, post-produkcija in oddajanje radijskih in televizijskih programov, posredovanje lastne produkcije doma in v tujini, kupovanje, prodaja, izmenjevanje in najem filmov, dejavnost foto-filmskega laboratorija ter dejavnost filmskih in video-studiev. Zavod daje v najem lastne nepremičnine,

oddajniške točke ter naprave za prenos, izmenjavo in oddajanje radijskih in televizijskih signalov. Pomembno je tudi trženje TV-filmov, televizijskih in radijskih programov ter glasbenih posnetkov na domačem in tujem trgu, proizvodnja opreme za razsvetljavo in električnih svetilk, proizvodnja radijskih in televizijskih oddajnikov in sprejemnikov ter naprav in opreme za snemanje in predvajanje zvoka in slike. Med naloge zavoda sodijo tudi: izdelava nosilnih konstrukcij za antene in antenskih stolpov, izdajanje publikacij s področja lastne RTV dejavnosti, oglaševanje in reklamne storitve v radijskih in televizijskih programih, vzdrževanje produkcijskih in energetsko tehnoloških sistemov, raziskovanje javnega mnenja o RTV-programih ter analiza programov in raziskava medijev, ipd. (Statut RTV Slovenija, 2019)

Radiotelevizija Slovenija podpira slovensko filmsko produkcijo preko izvajanja razpisov. Tako letno nameni finančna sredstva za izdelavo filmov neodvisnih producentov. Denar je namenjen za javno kinematografsko predvajanje. (ZSFCJA, 2019)

Nacionalne oz. državne televizije so eden najpomembnejših dejavnikov na področju subvencioniranja domače filmske produkcije. To velja za Evropo in tudi specifično za območje Slovenije. Nacionalna televizija, javni zavod, si lasti ogromno produkcijskih virov, od celotne opreme, ki je potrebna za produkcijo filma, pa vse do studiev, ki so primerni za snemanje. Poleg tega pa ima tudi primerno usposobljene ljudi kot so dramaturgi, tehnični kader in režiserji. (Rugelj, 2007: 77)

### **3.3 Filmske institucije na evropski ravni**

#### **3.3.1 MEDIA**

EU program Ustvarjalna Evropa združuje dva podprograma: Kultura in MEDIA. Slednji podpira filmski in avdiovizualni sektor z zagotavljanjem finančnih podpor za razvoj, kroženje in promocijo evropskih avdiovizualnih del na mednarodni ravni. Podprogram deluje na način objavljanja razpisov, na katere se lahko prijavijo evropske neodvisne družbe in institucije iz filmskega in avdiovizualnega sektorja, ki imajo sedež v državah

članicah in sodelujejo v podprogramu. Razpisi se objavijo z enim ali več roki, praviloma enkrat na leto. (MEDIA – Center ustvarjalna Evropa Slovenija, 2019)

Program ima dva večja cilja, ki pa se v osnovi nanašata na širjenje in razvoj produkcije avdiovizualnih del ter vključevanje inovacij: Prvi cilj vključuje krepitev zmogljivosti in konkurenčnosti evropskega kinematografskega in avdiovizualnega sektorja. Za doseganje tega pa je pomembno spodbujanje veščin za prilagajanje hitrim spremembam na trgu in oblikovanje inovativnih poslovnih modelov na področju digitalne tehnologije. Pomembni so tudi razvoj, produkcija in promocija avdiovizualnih del, ki imajo potencial doseganja mednarodnih trgov. (MEDIA – Center ustvarjalna Evropa Slovenija, 2019)

Drugi večji cilj je spodbujanje mednarodnega kroženja evropskih avdiovizualnih del za doseganje občinstev. Cilj obsega spodbujanje filmske distribucije prek podpore mednarodnim trženjskim dejavnostim avdiovizualnih del. V sklopu tega cilja so pomembni tudi promocija, trženje in mednarodna distribucija prek spletnih platform in digitalnih ukrepov. Kot zadnje ta cilj vključuje spodbujanje razvoja in doseganja občinstev prek filmskih festivalov, filmskega izobraževanja in posebnih dogodkov. (MEDIA – Center ustvarjalna Evropa Slovenija, 2019)

Podprogram MEDIA si prizadeva za krepitev zmogljivosti izkušenih evropskih producentov, ki razvijajo avdiovizualna dela s potencialom za mednarodno kroženje. Takšna podpora neodvisnih producentov se dosega preko različnih shem podpore, ki stremijo k razvoju samostojnih in skupnih projektov za kinematografsko, TV ali digitalno distribucijo in se posvečajo procesu distribucije filma in marketingu kot ključnima elementoma za doseganje širšega občinstva. Naslednji dve podporni shemi sta še TV-predvajanje za prikazovanje kakovostnih mednarodnih produkcij in razvoj videoiger. (MEDIA – Center ustvarjalna Evropa Slovenija, 2019)

Podpora je namenjena tudi distributerjem preko selektivne in avtomatične podpore ter spletne promocije evropskih avdiovizualnih del. Podpora vključuje kinematografsko in digitalno distribucijo tujega evropskega filma na različnih ozemljih, pri čemer imajo pomembno vlogo prodajni zastopniki, ki izvajajo marketinško-distribucijske dejavnosti. Spodbuja se tudi kroženje novejših evropskih filmov na osnovi predhodne tržne uspešnosti in vlaganje v koprodukcijo, distribucijo ali promocijo tujih evropskih del. (MEDIA – Center ustvarjalna Evropa Slovenija, 2019)



Podprogram MEDIA se zavzema za spletno promocijo evropskih avdiovizualnih del, ki vpliva na preizkušanje novih načinov digitalne distribucije in spodbuja dejavnosti, ki mednarodnim občinstvom omogočajo dostop do evropske filmske dediščine. Podprogram nudi tudi podpore za filmske festivale in ob-festivalske dejavnosti, ki so usmerjene v razvoj občinstev in filmske pismenosti mladih. (MEDIA – Center ustvarjalna Evropa Slovenija, 2019)

Stremijo k oblikovanju in širjenju občinstva preko nudenja podpornih mehanizmov kinematografskih mrež in spodbujajo kulturno raznolikost predvajanih evropskih filmov. EU podprogram se zavzema tudi za področje usposabljanja in mreženja obetavnih evropskih strokovnjakov s področja avdiovizualnih del. (MEDIA – Center ustvarjalna Evropa Slovenija, 2019)

### 3.3.2 Euroimages

Evropski sklad Euroimages je bil ustanovljen v okviru Sveta Evrope in je namenjen koprodukciji, distribuciji in uprizarjanju evropskih kinematografskih del. Slovenija je članica Euroimages-a od leta 2001. Danes v njem sodeluje 38 evropskih držav od 47 članic te evropske organizacije. Sklad nudi finančno podporo za koprodukcijo, distribucijo ter prikazovanje evropskih igranih in dokumentarnih filmov, ki niso krajši od 70 minut. (Euroimages – Co-production Support, 2019)

Praviloma morajo dela vključevati vsaj dva neodvisna producenta iz vsaj dveh držav članic sklada Euroimages. Režiser filma pa mora imeti dokazilo o evropskem prebivališču ali veljavni potni list, s katerim zagotovi svoj status Evropejca, brez katerega sklad ne privoli v sodelovanje z njim. Ob priloženih dokazilih, s katerimi se filmski dejavnosti ponudi možnost finančne podpore, lahko evropski sklad prispeva posojilo brez obresti. Gre za finančno podporo z avansom na finančni izplen filma, do katerega pride v primeru, da je še pred prošnjo za podporo bilo zagotovljenih 70 odstotkov finančnih sredstev. (Euroimages – Co-production Support, 2019)

Evropski sklad posluje z različnimi pristopi glede na vrsto koprodukcije. V primeru bilateralne koprodukcije delež večinskega koproducenta ne sme presegati 80 odstotkov celotnega proračuna, delež manjšinskega koproducenta pa ne sme biti nižji

od 20 odstotkov. V primeru multilateralne koprodukcije pa vložek večinskega koproducenta ne sme presežati 70 odstotkov celotnega koprodukcijskega proračuna, delež manjšinskih koproducentov pa ne sme biti nižji od 10 odstotkov. (Euroimages – Co-production Support, 2019)

Upravni odbor sklada deluje v skladu dveh programov. Odločil se je za filme, ki imajo dobre distribucijske možnosti in za filme, ki so prikaz kulturne raznovrstnosti evropske kinematografije. Podpora za distribucijo filmov in za kinematografe je na voljo državam članicam, ki nimajo dostopa do programa za podpiranje kinematografske dejavnosti, ki ga uporablja program MEDIA Evropske unije. Slovenski prijavitelji so tako upravičeni le do črpanja sredstev za sofinanciranje ko-produkcijskih projektov. Izjema so prijave za podporo distribuciji v Sloveniji za filme, ki so bili v večjem deležu producirani ali ko-producirani v državah, ki niso članice Evropske unije a so ob enem včlanjene v Euroimages: Makedonija, Črna gora, Srbija, Albanija in Turčija. (Slovenski filmski center - Euroimages, 2019)

Organ sklada je upravni odbor, ki ima štiri seje letno, na katerih se odloča o izbiri projektov. Vsaka seja sestoji iz sestankov delovnih skupin, ki zastopajo področja koprodukcije, distribucije, prikazovanja, promocije in področje zastopnosti spolov, med katerimi je najpomembnejše področje evropskih ko-produkcijskih projektov. Uspešnost črpanja virov pa je načeloma odvisna od kakovosti posamezne prijave in kinematografskega okolja, v katerem producenti delujejo. (Poročilo o dejavnosti v skladu Euroimages, 2019)

#### **4. STIK SLOVENSKEGA FILMA Z GLEDALCI**

Profesionalna filmska produkcija na slovenskih tleh se je začela leta 1946 s filmom *Na svoji zemlji*, ki ga je režiral France Štiglic in predstavlja prvi zvočni celovečerni film pri nas. (Slovenski filmski center, 2019)

Pomemben mejnik v industriji slovenske filmske zgodovine je ustanovitev prve slovenske filmske tovarne leta 1922. Gre za tovarno, imenovano Slovenija film, ki se je obdržala približno osem let. Drugo podobno podjetje je bilo ustanovljeno leta 1927 – Sava film. Produkcija v okviru tega filmskega podjetja je delovala približno trinajst let.

V tem času je pod njenim okriljem nastal tudi drugi slovenski celovečerni film z naslovom *Triglavske strmine*. (Predlog zakona o Slovenskem filmskem centru, 2010)

Leta 1939 je bilo ustanovljeno tretje filmsko podjetje v Sloveniji – Emona film, ki je bilo po vojni nacionalizirano. To je privedlo do prevzema njegove celotne tehnične opreme s strani podružnice državnega podjetja v Beogradu. Po drugi svetovni vojni je Vlada Ljudske Republike Slovenije ustanovila podjetje s profesionalno produkcijo -Triglav Film, kmalu za tem pa še državno podjetje za razdeljevanje in predvajanje filmov - Vesna film. Filmska produkcija je bila od leta 1956 zakonsko regulirana kot gospodarska dejavnost s posebnim kulturnim pomenom. Podjetje Triglav Film pa je po ustanovitvi nadomestilo podružnico iz Beograda. (Predlog zakona o Slovenskem filmskem centru, 2010)

Na slovenskem so začeli nastajati prvi pogoji za filmsko izobraževanje. Spreminjati pa se je začelo tudi zakonodajno področje, ki je zadevalo področje filma. Vsaka Republika je začela sama opravljati svojo kinematografijo in ustanovljen je bil Republiški sklad za napredek kulturne dejavnosti, v okviru katerega so se zbirala sredstva za kulturne projekte. Prišlo je tudi do razveljavitve nekaterih zakonov iz prejšnjih let, kar je vplivalo na razvoj neodvisnih produkcijskih hiš. (Predlog zakona o Slovenskem filmskem centru, 2010)

S strani Društva slovenskih filmskih delavcev je bilo v začetku 60. let ustanovljeno podjetje Viba film, ki se je pridružilo podjetju Triglav film. Čas po osamosvojitvi Slovenije je prineslo slabo finančno stanje podjetja Viba film, kar je vodilo v njegovo ukinitvev, kljub temu da je prej približno trideset let delovalo kot uspešno producentno podjetje z državno subvencijo. V tem obdobju je odločanje o programiranju in financiranju nacionalne filmske produkcije, ki je bilo v javnem interesu, prevzelo ministrstvo za kulturo Republike Slovenije in leta 1994 ustanovilo Filmski sklad. Njegov temeljni cilj je, da skladno z nacionalnim kulturnim programom upravlja in razpolaga s finančnimi sredstvi, ki jih ustanovitelj zagotavlja za produkcijo, distribucijo, promocijo in prikazovanje filmov ter za izvajanje filmskih festivalov in podeljevanje nagrad za področje kinematografije. Istega leta je bil ponovno ustanovljen tudi javni zavod Filmski studio Viba film, ki je postal tehnična baza z vso potrebno tehnično opremo za možnost nastajanja nacionalne filmske produkcije. Danes je Filmski studio Viba film Ljubljana

javni zavod, ki deluje kot nacionalna tehnična filmska baza. (Predlog zakona o Slovenskem filmskem centru, 2010)

Glede na naloge Filmskega sklada RS, ki jih opravlja, in glede na način financiranja je leta 2008 prišlo do sklepa, da je najbolje, če se sklad preoblikuje v javno agencijo v skladu z Zakonom o javnih agencijah. Poleg preoblikovanja statusa sta bili tudi možnosti, da Filmski sklad nadaljuje s svojim delovanjem v okviru istega statusa ali pa se pridruži Ministrstvu za kulturo, kar je Računsko sodišče zavrnilo v svoji reviziji leta 2009. Tako je v skladu z zakonom prišlo do preoblikovanja Filmskega sklada v javno agencijo - Slovenski filmski center, ki deluje še danes. (Predlog zakona o Slovenskem filmskem centru, 2010)

#### **4.1 Produkcija in distribucija**

Filmska produkcija se od države do države močno razlikuje. Kadar primerjamo ameriško, japonsko ali iransko filmsko industrijo, lahko opazimo velika odstopanja. Razlike pri filmski distribuciji pa obstajajo že med samimi evropskimi državami. Ameriška filmska industrija – Hollywood - se lahko pohvali s svojo 121-letno zgodovino, zaradi katere velja za najstarejšo filmsko industrijo na svetu. Skoncentrirana je na šestih privatnih produkcijskih hišah oz. studiih, ki izvajajo monopol nad ameriški filmi. Znotraj takšne produkcije je moč najti monopolizirane in visoko-dobičkonosne filme, ki se lahko v svoji letni distribuciji pohvalijo z množičnim številom gledalcev. V zadnjih nekaj letih pa lahko spremljamo pojav nizkoprorračunskih in avantgardnih filmov, ki so odprli pot neodvisni filmski produkciji. Prihaja do utrjevanja razmerja moči med studijskimi velikani in neodvisnimi produkcijami, na kar pa še dodatno vpliva hiter razvoj digitalnih tehnologij in moč družbenih omrežji. (Zakonjšek, 2019)

Filmska produkcija lahko v osnovi temelji na tržnem principu projektov, ki temelji na iskanju investitorjev in izvedbi tržnih kampanij. Na takšnem tržnem principu temelji ameriška produkcija. Njeno popolno nasprotje pa so evropski filmi, ki nastajajo s pomočjo javnih oz. državnih sredstev. Z naložbami se lahko v evropsko filmsko produkcijo vključujejo tudi televizije, ki si na tak način zagotovijo vnaprejšnje predvjalne pravice. V Sloveniji sofinanciranje filmske produkcije z naložbami poteka preko nacionalne televizije. Približno 5 % dobička komercialnih televizij in 2 %

izbranega prispevka RTV Slovenija se nameni izvajanju javnih razpisov za sofinanciranje filmov v kinematografih. (Zakonjšek, 2019)

Produkcija evropskih filmov, med katerimi so tudi slovenski, je tako odvisna od javnih sredstev. Nanje v največji meri vplivajo jezikovne pregrade, naravnost k umetniški produkciji ter majhnost trga, ob enem pa je potrebno upoštevati, da količina investiranih sredstev v filmsko industrijo variira in se od države do države močno razlikuje. (Zakonjšek, 2019)

O filmski produkciji bi lahko govorili kot o procesu, pri katerem se z različnimi strategijami skuša scenariju vdihniti življenje in film spraviti v stik z gledalci oz. filmskim občinstvom. Producent je vsestransko vpet v nastajanje filma in njegovo delo se začne s fazo razvijanja projekta oz. fazo pred-distribucije, v kateri sta ključna elementa predvsem financiranje in snemalni načrt. V okviru finančnega načrta se natančno določi število snemalnih dni, opreme in zaposlene snemalne ekipe, skratka vseh predvidenih snemalnih stroškov. Snemalni načrt pa obsega natančen pregled snemalnih dni, naloge vseh igralcev in statistov, seznam potrebne opreme, rekvizitov, kostumov in prostorov snemanja ter logistiko. (Zakonjšek, 2019)

V prvi fazi producent svoj projekt prijavlja na državne razpise in deluje v smeri pridobivanja finančne podpore ter koprodukcijskih sodelovanj, sestavlja ključne člane ekipe in določa lokacije snemanja. Temu sledi faza produkcije oz. snemanje filma, pri čemer ima producent pregled nad celotnim potekom snemanja, skrbi za sledenje snemalnemu načrtu in koordinira filmsko ekipo. V procesu produkcije se spopada z reševanjem logističnih in organizacijskih težav, ki nastanejo med snemanjem. Delo producenta vključuje tudi sodelovanje z režiserjem, montažerjem in ustvarjalcem zvoka v fazi post-produkcije, strateško ukvarjanje s filmskim projektom po končanem izdelku, prijavljanje filma na mednarodne filmske festivale, iskanje distribucijskih možnosti in oblikovanje promocijskega načrta v fazi distribucije. (Zakonjšek, 2019)

Na področju filmske produkcije v Sloveniji sta izrednega pomena javna agencija Slovenski filmski center ter tehnična baza – filmski studio Viba film. Prvi skrbi za finančno podporo slovenskega filma, drugi pa mu nudi tehnično podporo z možnostjo najema potrebnih snemalnih rekvizitov, opreme in studiev. Znotraj teh področij imamo zelo malo število redno zaposlenega administrativnega in tehničnega osebja. Večina filmskih ustvarjalcev, med katerimi so tudi producenti, je tako večina samostojnih

podjetnikov ali imajo status samozaposlenega v kulturi in so prepuščeni na milost in nemilost pogojem prekarne delo. (Zakonjšek, 2019)

Nekaj slovenskih producentovskih hiš: A.C Productions, Arsmedia, Bela film, Felina Films, FilmServis, RTV, Studio Viba, Vertigo in druge. (Slovenski filmski center, 2019)

Na poti do uspešnosti filma je izrednega pomena investicija v distribucijo filma, ki predstavlja obliko vstopa filma na trg, kar posledično pripelje do stika med filmom in gledalci. Distribucija je vmesni proces med filmskim ustvarjanjem, ko je film še izdelek v nastajanju, in med filmskim trgom, ko se film začne predvajati v kinematografih. Gre za vprašanje prodaje filma na trg, kjer tržni posredniki oz. distributerji sestavijo tržno pot, ki vključuje prijavljanje filma na mednarodne filmske festivale, iskanje distribucijskih možnosti, ki bi lahko film spravile na platna čim večjega števila kinematografov in izvedba dobre promocijske strategije, ki bo pripomogla k čim večji prepoznavnosti filma in doseganju visoke gledanosti. (Zakonjšek, 2019)

Slovenski distributerji so: Blitz Film & Video Distribution, Cankarjev dom, Cenex, Cinemania Group, Continental film, Fivia, Karantanija Cinemas, Kolosej kinematografi, Demiurg, Slovenska kinoteka/Slovenian Cinematheque in Video art. (Slovenski filmski center, 2019)

## **5. PROMOCIJA SLOVENSKEGA MLADINSKEGA FILMA**

V tržno kapitalističnem svetu je razširjeno preprosto pravilo ponudbe in povpraševanja, ki pa se vedno bolj zaostrojuje zaradi poplave dobrin, ki jih proizvajalci vsakodnevno predstavijo na trgu. Kapitalistično in visokointenzivno je naravnana tudi filmska industrija, ki prav tako želi svoje izdelke čim bolje prodati na trgu. Dobrina filmske industrije je film, ki ga v tem vidiku opredeljujemo kot blago, ki se na kapitalističnem trgu bori za svoj delež gledalcev – potrošnikov, finančnih sredstev in nagrad na filmskih festivalih. Z vidika filmske industrije in prodaje izdelka na trg pa je izrednega pomena dobra promocijska in marketinška strategija, s katero film pride do širše množice posameznikov in posameznic.

Uspešnost filma ni odvisna le od promocije, po drugi strani pa brez promocije film ne dobi ustrezne kino distribucije in posledično ne doseže dovolj širokega kroga gledalcev. Promocija filma je zelo specifična, saj je odvisna od obdobja predvajanja filmov v kinematografih, ki praviloma traja le nekaj mesecev. V tem času je potrebno v občinstvu zbuditi potrebo po ogledu promoviranega filma s privlačno in jasno izdelano podobo. Najpomembnejša promocija je tako v začetku filmskega predvajanja, da si film v prvih dveh tednih zagotovi zadostno gledanost, saj ga le to ohrani na sporedu. V nasprotnem primeru ga kino-distributerji umaknejo s programa. Velik uspeh za slovenski film predstavlja šest-tedenska kino-distribucija. (Vitezič, 2019)

V primerjavi z ameriškim filmskim trgom pri nas promocija poteka na drugačen način. Evropska podjetja za film nimajo dobro razvitih in organiziranih marketinških oddelkov, zato so za promocijo odgovorni distributerji v navezavi s producenti in režiserji. Filmski producent je glavno gonilo filma, ki poskrbi za sestavo filmske ekipe, skrbi za utečeno snemanje in uspešno distribucijo ter trženje končnega izdelka. Producent se strateško ukvarja s filmom še dolgo po zaključenem snemanju in skuša z dobro promocijsko in marketinško strategijo film predstaviti na mednarodnih filmskih festivalih in kinematografih. Dobra promocijska strategija vpliva na obseg publike, ki si film ogleda v kinematografih. (Zakonjšek, 2019)

K dobrem promocijskem načrtu sodijo izdelava napovednika, postavitve spletne strani in družbenega omrežja, izvedba novinarske konference, priprava ključnih materialov za medije in oglaševanje filma s plakati. V zadnjih letih pa se v povezavi z otroškimi in mladinskimi filmi namenja veliko pozornost pripravi izobraževalnega gradiva za osnovne in srednje šole (Zakonjšek, 2019).

Promocijsko strategijo lahko opredelimo tudi kot tržno komuniciranje, pri čemer gre za izmenjavo mnenj in informacij o izdelku med podjetjem in trgom. Nekatere strategije tržnega komuniciranja pa si bomo pogledali v podpoglavju sedmega dela diplomske naloge.

## **6. USPEŠNOST SLOVENSKEGA MLADINSKEGA FILMA**

Spomnimo se glavnega raziskovalnega cilja te diplomske naloge, ki je predstaviti pomen natančno izdelanega načrta promocije filma z usklajenim naborom komunikacijskih elementov in kako le-ta vpliva na uspešnost mladinskega filma, ki je opredeljena kot visoka gledanost filma v kinematografih. Tako si bomo v nadaljevanju podrobneje pogledali gledanost treh domačih mladinskih filmov, ki so pomembni za raziskavo te diplomske naloge

Med najuspešnejše slovenske mladinske filme zagotovo sodi celovečerni prvenec *Gremo mi po svoje*, režiserja Mihe Hočevarja. Film je v distribucijskem obdobju od leta 2008 do 2011 dosegel neverjetnih 208.370 gledalcev. Je eden redkih filmov, ki je prejel zelo visoko število zlatih rol in jih tudi dosegel rekordno hitro. Podeljene so bile v okviru Koloseja in Društva slovenskih filmskih ustvarjalcev. Film je doživel svojo premiero oktobra leta 2010 in se tudi dolgo časa obdržal v kinematografih. Znotraj slovenske filmske distribucije ga v letu 2008 ni prehitel noben drug film, še več, znašel se je na lestvici desetih najbolj gledanih filmov, ki so bili leta 2008 v slovenski distribuciji. Gre za filme *Johnny English 2*, *Alvin in veverički 2*, *Pirati s Karibov: z neznanimi tokovi*, *Shrek za vedno*, *Madagaskar 2*, *Mamma mia*, *Ledena doba 3*, *Smrkci* in *Avatar*, pri čemer ga je po gledanosti prehitel le zadnji. (Slovenski filmski center, 2019)

*Nika* je slovenski mladinski film, ki je bil v distribuciji leta 2016 in takrat dosegel 11.967 gledalcev. V slovenskem produkcijskem prostoru so ga tako prehiteli filmi *Pojdi z mano*, *Huston*, *imamo problem* in *Pr'Hostar*. Pri čemer je pomembno izpostaviti pogled producenta Alana Viteziča, ki poudarja, da velik problem pri prepričanju mladih gledalcev filma *Nika* po eni strani predstavlja odsotnost določenega deleža provokativne vsebine (npr. kletvice, spolnost..). Takšnih vsebin ta film ni smel prikazati, saj je nastal v koprodukciji RTV Slovenija. Povezava med deležem vključenih provokativnih vsebin in visoko gledanostjo pa je zelo lepo vidna pri filmu *Pr'Hostar*, čemur producent Vitezič tudi pripisuje njegov uspeh. Po drugi strani pa gre za mladinski film, katerega ciljna skupina so mladi gledalci, ki jih je težko prepričati in veliko težje napolniti kinodvorano v primerjavi z otroškimi filmi, kjer so straši odločevalci za ogled, zaradi česar prihajajo v kino celotne družine. (Vitezič, 2019)

Leta 2018 se je med distribucijo filmov pri nas znašla tudi mladinska komedija *Gajin svet* ter takrat dosegla visoko število gledalcev, in sicer 62.040. Film je bil na vrhu lestvice slovenskih filmov, ki so bili v distribuciji istega leta. V letošnjem letu pa je



mladinski film presegel 75.000 gledalcev in prejel tretjo zlato rolo. Načrtujejo tudi nadaljevanje. (Slovenski filmski center, 2019)

## 7. ANALIZA TREH SLOVENSKIH MLADINSKIH FILMOV

### 7.1 Analiza intervjujev filmskih ustvarjalcev

Podpoglavje sedmega večjega sklopa diplomskega dela predstavlja empirična analiza, ki je bila zasnovana okoli ključnega raziskovalnega vprašanja. Skozi analizo odgovor treh intervjuvancev bo to delo skušalo osvetliti pomemben vidik filmskega ustvarjanja. Govorimo o distribuciji, ki vključuje načrt promocije z vsemi tržnimi elementi, s katerimi film doseže gledalce. Producent Alan Vitezič (*Nika*, 2016), režiser Peter Bratuša (*Gajin svet*, 2018) in producent Danijel Hočevar (*Gremo mi po svoje*, 2010) so skozi vprašalnik predstavili njihov distribucijski in promocijski načrt ter odgovarjali na vprašanja v povezavi z elementi tržnega komuniciranja filma. Namen raziskave je potrditi ali zavreči na začetku zastavljene hipoteze in razjasniti dilemo vpliva natančno izdelanega načrta promocije filma z usklajenim naborom komunikacijskih elementov na visoko gledanost (uspešnost) mladinskega filma.

Omenim lahko tudi to, da so bili vsi trije filmi deležni finančne podpore Slovenskega filmskega centra, bili ustvarjeni v koprodukciji RTV Slovenija in sodelovali s tehnično bazo Viba Film. Hkrati pa se s tematskega vidika med seboj močno razlikujejo. Film *Gremo mi po svoje* je lahkotna romantična komedija, ki predstavlja počitniško življenje mladih tabornikov. Med mladeniči in starešino, ki vodi skupino, nastajajo različni komični zapleti, ki popestrijo celotno zgodbo. Razpletajo se tudi vidiki prve mladostniške zaljubljenosti. Film *Nika* je mladinska akcijska komedija, ki v ospredje postavlja uporniško najstnico, ki se navdušuje nad tekmovanji z go-karti. Zaradi njene neustavljive želje je v ospredju tudi konflikt z mamo, ki se zaradi nesreče njenega očeta ne strinja z izbiro njenega hobija. Film z naslovom *Gajin svet* pa je mladinska romantična komedija z elementi kriminalke. Film v ospredje postavlja družino dveh otrok, ki se po odhodu mame trudi ujeti ritem vsakdanjega življenja. Izpostavljeni so tudi medvrstniški odnosi in odnosi mladostnikov do staršev ter učiteljev. Osrednji del filma pa je tematika nevarnosti svetovnega spleta in družbenih omrežij.

### 7.1.1 Gremo mi po svoje

Filmski ustvarjalci so z aktivno promocijo začeli približno šest mesecev pred začetkom distribucije filma. Pred tem je bila promocija zgolj naključna in vezana na samo snemanje. Ob nastajanju filma so tako v medije prihajali naključni podatki o nastajanju filma, režiserju, glavnih igralcih, lokaciji snemanja ipd. Promocija filma se je intenzivirala poleti leta 2010, najpomembnejši del pa je predstavljal izid napovednika, ki je predstavil osnovno zgodbo, like in igralce. (Hočevar, 2019)

Po izdaji napovednika so filmski ustvarjalci uporabili najrazličnejše oblike promocije, ki so značilne za filmsko industrijo: *»[...] oglase v kinematografih, TV in radijske oglase, plakate (gigante – jumbo površine in običajne velikosti), tudi oglase v tiskanih medijih. Velik poudarek je bil na t. i. »free publicity« v tiskanih in elektronskih medijih, s pogovori/intervjuji z glavnimi igralci in režiserjem.«* (Hočevar, 2019)

Filmska promocija je potekala tudi preko socialnih omrežji. To obliko promocije je vodil urednik spletnih omrežij v dogovoru s produkcijsko družbo in distributerjem. Posebna pozornost je bila namenjena Facebook profilu, preko katerega so bili v namen promocije predstavljeni pozitivni aspekti filma kot so taborništvo, čudovite lokacije Slovenije in dosežki kulturnikov ter umetnikov. Za film *Gremo mi po svoje* je bila ustvarjena tudi spletna stran, ki ni bila ključna za promocijo. (Hočevar, 2019)

Film je imel pri promociji tudi posebni komunikacijski element v obliki znanega slovenskega televizijskega obraza. Pri promociji prvega dela filma so namreč uspešno izkoristili prepoznavnost Jurija Zrneca, ki je bil znan ne le kot igralec, ampak tudi kot uspešen voditelj televizijske oddaje *»A si ti tud not padu?!«*, ki je bila v letih 2007 – 2009 predvajana na POP TV. K ciljnemu občinstvu filma so se tako pridružili še ljubitelji uspešnega voditelja. (Hočevar, 2019)

Septembra 2010 je film prejel nagrado občinstva na festivalu slovenskega filma v Portorožu, kar je bil dodatni promocijski učinek, ki ga je filmska ekipa uspešno izkoristila. Pri tem pa Danijel Hočevar (2019) poudarja, da je film *Gremo mi po svoje* namenjen predvsem domačemu občinstvu, in da ciljno skupino gledalcev predstavljajo

predvsem mladostniki, katerim morebitni festivalski uspehi ne predstavljajo zelo pomembnega faktorja, ki bi primarno vplival na njihovo odločitev o ogledu filma. (Hočevar, 2019)

Tako producent poudarja, da sta k uspešnosti in popularnosti filma po eni strani pomembno pripomogla skrbno izbrana igralska zasedba in možnost poistovetenja z glavnimi junaki. To je pred kinematografska platna in TV-zaslone privabljal predvsem mlade gledalce, ki jim je bil film primarno tudi namenjen. Splet srečnih okoliščin pa je po drugi strani prispeval, da so se temu krogu gledalcev pridružili še ljubitelji Jurija Zrneca, kar je še dodatno pripomoglo k popularnosti filma in visoki gledanosti. (Hočevar, 2019)

Slovenski mladinski film *Gremo mi po svoje* je nastal v okviru produkcijske hiše Vertigo/Emotionfilm iz Ljubljane. Koproducent filma je RTV Slovenija, distribucijo filma pa je pod svoje okrilje prevzela Cinemania group. Svoje studijske prostore ter ostale storitve in rekvizite, potrebne za film, pa je namenila tehnična baza Viba film. (Slovenski filmski center, 2019)

Slovenski filmski center je snemanju filma namenil največji delež finančne podpore, in sicer 595.000 € za snemanje filma in 68.860 € za izvedbo promocije filma. Studio Viba Film je prispevala 274.159 €. RTV Slovenija pa 30.000 €. V primerjavi z višino proračuna filma, ki se je gibal okoli 1.5000.000 €, so finančna sredstva namenjena promociji zelo nizka. Po oceni Danijela Hočevarja (2019) je bilo približno 8 % celotnih finančnih sredstev namenjenih izvedbi promocije. Kljub dejstvu, da je bilo veliko promocijskih vložkov neodplačnih (intervjuji, predstavitve, pogovori), je delež precej nizek. (Slovenski filmski center, 2019)

Promocijo je v zadnjih letih potrebno zaradi raznolikosti ponudbe filmov tako v kinematografih, kot tudi pri različnih ponudnikih video in avdiovizualnih platform (Netflix, Amazon, HBO Go, Voyo itd.), prilagoditi glede na posamezni film. Izbrisali so se ustaljeni vzorci trženja in promoviranja filma. Obisk kinematografij ni več samoumevna dejavnost in hkrati nima več nujno primerjalne vrednosti pred ostalimi oblikami, kot jo je imela še pred približno petimi ali desetimi leti. (Hočevar, 2010)

### 7.1.2 Nika

Filmski ustvarjalci filma *Nika* so ob samem začetku snemanja filma že začeli s pripravami na promocijo, ki je pomembna za javnost. Začela se je izdelava družbenih omrežij in obveščanje javnosti s članki ter prispevki v elektronski obliki. Na snemanje so povabili tudi medijske hiše, ki so poročale in javnosti odkrivale posamezne zanimive elemente in informacije o filmu. V prvi fazi so izvedli tudi posebne projekcije in predstavili načrt promocije, ki je prepričal vse velike kino operaterje, da so film vzeli v distribucijo. Glavno orodje promocije preko spletnih omrežij je bil Facebook. Za film so želeli oblikovati tudi spletno stran, vendar so se kasneje odločili, da ni potrebna. *»Spletna stran je lahko nekakšen spomenik filmu, ni pa orodje, ki bi ga uporabljali najstniki.« (Vitezič, 2019)*

Najpomembnejši del promocije se je začel približno 3 mesece pred premiero filma. Takrat se je začela intenzivna PR dejavnost, oglaševanje in predstavitve filma. Ena izmed takšnih predstavitev se je zgodila na Filmskem festivalu v Ljubljani, kjer so predstavili Nikin promocijski otok in na predpremiero pripeljali največje število gledalcev. K večjemu uspehu filma pripomorejo tudi gledalci s pripovedovanjem »od ust do ust«, pri čemer gre za starejšo obliko promocije. (Vitezič, 2019)

Celota promocije filma *Nika* je sestavljena iz kar nekaj pomembnih elementov. Aktivno komuniciranje v medijih, nagrade v tujini, aktivnosti na družbenih omrežjih, premiere filma po večjih mestih s posebno promocijo (tudi karting steza pred Kolosejem v Ljubljani), atraktivna podoba filma na dveh različnih plakatih, povezovanje filma in glasbe, kreativna uporaba medijskih in promocijskih elementov ter uporaba ko-promocije s partnerji (primer Mercator, Amzs). (Vitezič, 2019)

Film je nastal pod okriljem produkcijske hiše Nora production group in v koprodukciji RTV Slovenija. Celotna vrednost projekta je bila ocenjena na 802.127 €. Njegovo realizacijo je finančno podprl Slovenski filmski center v višini 150.000 € in dodal še 31.000 € finančnih sredstev za financiranje promocije. Slovenski tehnični studio Viba Film pa je prispeval 225.243 €. (Slovenski filmski center, 2019)

*Producent pri tem dodaja: »...delež promocije je odvisen od pridobljenih sredstev za promocijo in partnerjev, ki jih uspeš pridobiti. Sam bi delež za promocijo filma Nika ocenil nekje na 5 % vrednosti filma.« (Vitezič, 2019)*

Ciljno občinstvo pri filmu *Nika* so mladostniki in mladostnice. Med njimi so tudi mladi odrasli ter najstniki, ki pa jih je najtežje prepričati, saj so pod vplivom Hollywooda in vsak film domače produkcije tako primerjajo z ameriško, ki pa je tržno naravnana in cilja na globalno občinstvo ter visoke dobičke. Velik problem pri prepričanju mladih gledalcev filma *Nika* je tudi odsotnost določenega deleža provokativne vsebine in dejstvo, da je obisk kinematografov odvisen od njih samih kar je popolnoma nasprotno v primerjavi z otroškimi filmi, saj ciljno skupino gledalcev v kino pripeljejo starši, kar precej hitreje razširi krog gledalcev. (Vitezič, 2019)

V kinodvorane pa mlade gledalce privablja tudi znani glavni filmski liki oz. zvezde. Slovenija nima tako uspešnega in močnega zvezdniškega sistema kot ga ima npr. Hollywoodska produkcija, a se vseeno trudi na podoben način narediti film bolj privlačen za širšo javnost. Dober primer je film *Petelinji zajtrk*, ki si je z manjšo vlogo Severine zagotovil dobro začetno gledanost in ponovna predvajanja. »V zgodbi *Nike*, sta glava igralca manj oz. neznana, smo pa ob njih vpletli nekatera imena, ki so marketinško zanimiva, kot je npr. Sebastijan Cavazza. Je pa problem pri mladinskem filmu, saj slovenskih igralskih zvezdnikov v tej ciljni skupini praktično ni.« (Vitezič, 2019). Filmu so tako dodali posebne glasbene izvajalce, ki so blizu ciljni skupini, npr. Dubioza kolektiv, Gušti, Koala voice itd.

Producent Vitezič še dodaja, da film *Nika* poleg mladih privablja pred zaslone tudi odrasle gledalce, ki se lahko poistovetijo z vlogami filmskih staršev, a je hkrati z vidika popularnosti zelo težaven, predvsem zaradi posebnega žanrske izbora – akcijski film, ki ga je z nizkim proračunom še težje izdelati na način, da bi se približal ameriškim akcijskim uspešnicam. (Vitezič, 2019).

K prepoznavnosti filma pomembno prispevajo tudi festivali, vendar je gledanost po navadi obratno sorazmerna s številom festivalov oz. nagrad, ki jih film prejme. Festivali namreč v svoj program uvrščajo zahtevne filme, gledalci pa radi gledajo lahkotne in zabavne vsebine. Film *Nika* je svetovno premiero je doživel na festivalu otroškega in mladinskega filma v Zlinu. Prejel je tudi nagrado za najboljši mladinski film na filmskem festivalu v Motovunu. (Vitezič, 2019)

### 7.1.3 *Gajin svet*

Ustvarjalci filma *Gajin svet* so z načrtovanjem komunikacijske strategije začeli hkrati s pred-produkcijo filma, saj je promocija obvezni element pri uvajanju filma na trg in jo je potrebno obravnavati strokovno kot pri ostalih storitvah in izdelkih. Pred začetkom je potrebno definirati ciljno skupino, ključna sporočila, učinkovite točke dotika s ciljnim občinstvom, cilje in proračun. Filmski ustvarjalci so pripravili komunikacijsko strategijo, ki je vključevala definicijo ključne ideje filma in ciljnega občinstva. Pripravili so zasnovo osnovnih sporočil, oblikovali celostno grafično podobo in ustvarili distribucijski ter izobraževalno-osveščevalni načrt, kjer gre za izdelan načrt predstavitve vsem strokovnim javnostim. V načrtu sta bila zajeta tudi časovna razporeditev ter proračun. (Bratuša, 2019)

Promocije so se lotili zelo organizirano in oblikovali usklajen nabor komunikacijskih elementov z enotno grafično podobo. Oblikovali so daljši napovednik za predčasno najavo v kinematografih ter nekaj krajših za družbena omrežja in spletno stran. Domače občinstvo so v kinematografe privabljali tudi veliki obcestni plakati, ki so služili distribuciji pred samo premiero, ter ostali manjši plakati na kinematografskih prizoriščih. Del promocijskega načrta za film *Gajin svet* so bili tudi: dolgoročni odnosi z mediji, zgibanka z osnovnimi informacijami o filmu, video oglas za naslovno pesem in oglaševalska kampanja z osveščevalnimi sporočili (za preprečevanje spletne zlorabe mladih). (Bratuša, 2019)

Pri promociji filma so po mnenju režiserja Petra Bratuše izjemno dobrodošel komunikacijski element tudi znani obrazi, pri čemer je pomemben tudi razmislek o zgodbi filma in skrbno izbrani mladinski igralci, ki omogočijo identifikacijo pri mlademu občinstvu. K prepoznavnosti filma in doseganju širšega kroga gledalcev je veliko pripomogla aktualna osrednja tema filma - nevarnost spletnih zlorab mladih, saj so se na račun le-te oblikovale osveščevalne delavnice, na katerih so na podlagi prizorov iz filma strokovnjaki demonstrirali nevarnosti in varno vedenje na spletu/družbenih omrežjih. Za film je bila ustvarjena tudi spletna stran, ki je vsebovala informacije o filmu in prizore, namenjene delavnicam. (Bratuša, 2019)

Film *Gajin svet* je prejemnik nagrad občinstva na festivalu v Motovunu in Sarajevu. Na slovenskem filmskem festivalu je prejel tudi dve prestižni nagradi Vesna. Pri tem pa Peter Bratuša dodaja, »da so festivalske nagrade na relevantnih festivalih seveda

*lahko dobra potrditev, še vedno pa filmi brez občinstva težko obstajajo in žal ne izpolnijo svojega poslanstva – komunikacije z občinstvom.» (Bratuša, 2019)*

Film je nastal v okviru produkcijske hiše Felina d.o.o. Vrednost celotnega filmskega procesa je znašala 619.698 €. Projekt pa je bil sofinanciran s strani Slovenskega filmskega centra v vrednosti 300.000 €. Finančna sredstva za promocijo filma s strani javne agencije pa znašajo 27.959 €. Kot pomembna sofinancerja je potrebno omeniti tudi tehnično bazo Viba film, ki je projektu prispevala 49.776€. Film je nastal v koprodukciji z RTV Slovenija. (Slovenski filmski center, 2019)

*Pri tem pa režiser Bratuša dodaja, da je »glede financiranja RTV Slovenija tista, ki ima namenjena posebna sredstva za mladinske filme, medtem ko Slovenski filmski center te ločnice nima in se mladinski filmi potegujejo za finančna sredstva z vsemi ostalimi.« (Bratuša, 2019). In tako mladinski filmi po eni strani tekmujejo neposredno z bistveno večjimi vložki v promocijo tujih filmskih produkcij, po drugi strani pa stremijo k pridobivanju pozornosti občinstva, ki ga nagovarja nekaj tisoč sporočil dnevno v medijski krajini. V tem pogledu je 5 % delež celotnih sredstev, ki so bili namenjeni produkciji filma, premalo za optimalno promocijo. (Bratuša, 2019)*

## 8. SKLEP

V zadnjem delu diplomske naloge sledi potrditev oz. zavrnitev na začetku zastavljenih hipotez, ki se nanašajo na vprašanje uspešno načrtovane promocijske strategije.

Filmski ustvarjalci so se promocije lotili na podoben način. V začetku nastajanja filma se je izvajala naključna promocija, ki je bila vezana na samo snemanje. V javnost so preko medijev, ki so bili povabljeni na snemanje, prihajale posamezne informacije glede filmskih igralcev, režiserjev, snemalne lokacije ipd. V pred-produkciji so filmski ustvarjalci izoblikovali načrt tržnega komuniciranja filma z vsemi pripadajočimi elementi, kot so napovednik, oglasi v kinematografih in tiskanih medijih, TV in radijski oglasi ter plakati na večjih in manjših površinah. Pomemben segment promocije so predstavljali intervjuji z glavnimi igralci in režiserji. Prav tako je promocija pri vseh filmih potekala tudi na področju spletnih omrežij, med katerimi je bil v ospredju Facebook, saj gre za medij, ki je najbližje ciljnemu občinstvu mladinskih filmov.

Glede na odgovore intervjuvancev lahko sklenemo, da promocija ni merilo uspešnosti posameznega filma, a obenem brez nje film ne bi prišel do gledalcev, dosegel določene gledanosti in se dovolj dolgo obdržal v kinematografih. Prav tako brez uspešne promocijske strategije z vsemi komunikacijskimi elementi film ne bi nikoli v takšni meri izpolnil svojega poslanstva in v takšnem obsegu komuniciral s svojim občinstvom. Glede na to lahko potrdimo dejstvo, da dober načrt komunikacijskih strategij, ki vključuje definicijo ključne ideje filma, ciljnega občinstva, zasnovo osnovnih sporočil, grafično podobo, distribucijski, časovni in finančni načrt ter idejo promocije preko socialnih omrežij pomembno vpliva na število gledalcev, ki si film ogleda v kinematografih.

Vendar lahko prvo tezo, ki pravi, da so pomemben del skrbno načrtovane promocije družbena omrežja in spletna stran, potrdimo le delno. Pomembno je, da promocijo prilagodimo ciljni publiki in v našem primeru so to mladostniki, ki so jim zelo blizu informacije s spletnih omrežij, medtem ko jih po mnenju filmskih ustvarjalcev spletne strani ne zanimajo toliko. Rekli bi lahko, da je spletna stran nekakšna titula filma, vsekakor pa ni element, ki pomembno prispeva k visoki gledanosti.

Seveda pa dobra promocija terja tudi določen delež finančnih sredstev, ki se v slovenski filmski krajini pridobijo preko sistema javnih subvencij. Vsi trije filmi so bili sprejeti v sofinanciranju s strani Slovenskega filmskega centra, prav tako so sodelovali



s tehnično bazo Viba film in bili ustvarjeni v koprodukciji RTV Slovenija. Filmski ustvarjalci so poudarili, da se javna agencija zaveda pomembnosti mladinskih filmov za področje domače filmske produkcije in jim tudi nudi finančno podporo glede na celoten predviden proračun filma. Delež, ki je od celote finančnih sredstev namenjen za filmsko promocijo, pa je vseeno zelo nizek. Po ocenah intervjuvancev se delež giblje med 5 do 8 odstotkov .

V tem okviru lahko drugo tezo, ki trdi, da je pri distribuciji slovenskih filmov za promocijo namenjen nizek delež celotnih finančnih sredstev filma, potrdimo.

Način financiranja filmov v Sloveniji je eden izmed vidikov, pri katerem najdemo odstopanja v primerjavi z ameriško filmsko industrijo, ki pa ni edini. Veliko odstopanje se pojavi pri vprašanju filmskega zvezdniškega sistema, ki pri nas ni dobro razvit in znanih mladinskih obrazov pravzaprav sploh nimamo. Pri filmih *Nika* in *Gajin svet* so glavni mladinski liki mlademu občinstvu neznani, zato so filmski ustvarjalci ob njih napletli imena, ki so marketinško zanimiva, kot je npr. Boris Cavazza ali Jurij Zrnec, ki je leta 2010 zagotovo veliko doprinesel k visoki prepoznavnosti in uspešnosti filma *Gremo mi po svoje*.

Kljub temu da na večjo gledanost filma vplivajo skrbno izbrani (neznani) mladinski liki, s katerimi se lahko mladi gledalci identificirajo, je element znanih obrazov zelo pomemben in uspešen komunikacijski element, na katerega se opira marsikatera filmska ekipa. Tako lahko potrdimo tudi tretjo tezo, ki pravi, da znani igralci pomembno prispevajo k visokemu ogledu filmov v kinematografih.

Znotraj filmske industrije pa je še en zelo zanimiv in priljubljen segment, govorimo o festivalskih udeleževanjih. Vsi trije filmi, *Nika*, *Gajin svet* ter *Gremo mi po svoje*, so se udeležili različnih festivalov in osvojili številne nagrade, ki so vsekakor pomembna potrditev filmskim ustvarjalcem kot tudi igralcem. Vendar je gledanost po navadi obratno sorazmerna s številom festivalov in nagrad, ki jih film prejme. Problem je namreč v tem, da festivali v svoj program uvrščajo vsebinsko zahtevne filme, gledalce pa pred platna privabljajo predvsem lahkotne in zabavne vsebine. Mladinski filmi preko festivalov ne dosežejo ciljnega občinstva in na ta način ne steče filmska komunikacija. Z vidika mladinskih filmov uspehi na festivalih niso primarno pomembni dejavniki, ki bi vplivali na odločitev mladega občinstva o ogledu filma. S tem pa moramo četrto tezo, ki trdi, da sta udeležba na filmskih festivalih in pridobitev nagrad pomembna dejavnika uspešnosti slovenskih mladinskih filmov, zavreči.

## 9. LITERATURA

Cook, Pam. 2007. *Knjiga o filmu*. Ljubljana: UMco: Slovenska kinoteka.

Giannetti, Louis. 2008. *Razumeti film*. Ljubljana: UMco: Slovenska kinoteka.

Gillis, John R. 1999. *Mladina in zgodovina*. Šentilj: Aristlej.

Furlan, S., Nedić, L., Vrdlovec, Z. 2011. *Filmografija slovenskih celovečernih filmov 1931-2010*. Ljubljana: Umco: Slovenska kinoteka.

Kavčič, B., Vrdlovec, Z. 1999. *Filmski leksikon*. Ljubljana: Modrijan.

Rugelj, Samo. 2002. *Evropski film: večno nihanje med umetnostjo, zabavo in poslom*. Ljubljana: UMco.

Rugelj, Samo. 2007. *Stranpota slovenskega filma: zapisi o kinematografiji 2000-2007*. Ljubljana: UMco.

Šprah, Andrej. 2015. Mladinski film: žanr, pojav ali problem? *Mladinski film/Teorije filmske vzgoje*, 2015(25/26): str. 17-32.

Ule, Mirjana. 1996. *Mladina v devetdesetih: analiza stanja v Sloveniji*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

## 10. VIRI

Euroimages: Co-production Support, Council of Europe portal, <https://www.coe.int/en/web/eurimages/coproduction>, 23.8.2019.

Euroimages, Slovenski filmski center, <https://www.film-center.si/sl/mednarodno-sodelovanje/eurimages/>, 22.8.2019

Festival slovenskega filma, Nika, <http://www.fsf.si/2016/sl/filmi/celovecerni-igrani-film/nika/>, 28.8.2019.

Filmska produkcija: kako scenariju vdihniti življenje in film spraviti v svet, Mad about film: z apetitom za film, <http://madaboutfilm.si/januar-tretjic/>, 26.8.2019.

Miha Hočevar snema nov celovečerni mladinski film Gremo mi po svoje, Slovenski filmski center, <https://www.film-center.si/sl/novice/6917/miha-hocevar-snema-novi-celovecerni-mladinski-film-gremo-mi-po-svoje/>, 25.8.2018

Poročilo o dejavnosti v skladu Euroimages za leto 2014, [https://www.film-center.si/media/cms/attachments/2015/03/19/LP\\_14\\_mednarodne\\_aktivnosti\\_Eruimages.pdf](https://www.film-center.si/media/cms/attachments/2015/03/19/LP_14_mednarodne_aktivnosti_Eruimages.pdf), 28.8.2019

Posledice – od jutri predvajanje filma, Delo, <https://www.delo.si/kultura/film-tv/posledice-od-jutri-predvajanje-filma-101511.html>, 24.8.2019.

Pravilnik o pogojih najema in storitev javnega zavoda filmski studio Viba film Ljubljana, <https://www.vibafilm.si/cms/tinyMCE/upload/Pravilniki/Pravilnik%20o%20pogojih%20najema%20in%20storitev%20javnega%20zavoda%20Filmski%20studio%20Viba%20film%20Ljubljana.pdf>, 22.8.2019.

Predlog zakona o Slovenskem filmskem centru, javni agenciji Republike Slovenije, [http://www2.gov.si/zak/Pre\\_Zak.nsf/02fbf6e77034b9acc12566160029fac9/8bfccaf04072a1bac12577290052eb2b?OpenDocument&ExpandSection=1](http://www2.gov.si/zak/Pre_Zak.nsf/02fbf6e77034b9acc12566160029fac9/8bfccaf04072a1bac12577290052eb2b?OpenDocument&ExpandSection=1), 24.8.2019.

Program MEDIA, Center ustvarjalna Evropa v Sloveniji, <https://ced-slovenia.eu/podprogram-media/>, 22.8.2019.

Razredni sovražnik – film z visoko napetostjo, Delo, <https://www.delo.si/kultura/film-tv/razredni-sovraznik-ndash-film-z-visoko-napetostjo.html>, 24.8.2019.

Seveda so šli še enkrat po svoje, Delo, <https://www.delo.si/kultura/film-tv/seveda-so-sli-se-enkrat-po-svoje.html>, 24.8.2019.

Seznam: Produkcijske hiše v Sloveniji, Mad about film: z apetitom za film, <http://madaboutfilm.si/seznam-produkcijske-hise-v-sloveniji/>, 26.8.2019.

Slovar slovenskega knjižnega jezika, <http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html>, 24.8.2019

Slovenski filmski center, <https://www.film-center.si/sl/>, 28.8.2019.

Statut javnega zavoda Radiotelevizija Slovenija, RTV Slovenija, <https://www.rtvlo.si/files/szj/2017-01-0105-2006-01-4559-npb4.pdf>, 22.8.2019.

Zakon o Slovenskem filmskem centru, javni agenciji Republike Slovenije, PIS, <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO5960>, 22.8.2019.

## **IZJAVA O AVTORSTVU**

### **diplomskega dela**

Spodaj podpisana, Eva Koch, z vpisno številko 18150496, sem avtorica diplomskega dela z naslovom Uspešnost slovenskega mladinskega filma.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- sem diplomsko delo izdelala samostojno pod mentorstvom doc. dr. Polone Petek
- soglašam z javno objavo elektronske oblike diplomskega dela na spletnih straneh FF.

V Ljubljani, dne 6.9.2019