



Jak lepiej produkować? Wnioski opracowane przez grupę Nowoczesnej Produkcji Filmowej im. Piotra Staraka. Film Spring Open 2022.

W dniach 11–20 października 2022, w ramach plenerów filmowych Film Spring Open młodzi producenci brali udział w **5 spotkaniach masterclass** prowadzonych przez **Ewę Puszczynską** (*Extreme Emotions*), **Krzysztofa Tereja** (*Whatout Studio*), **Mariusza Włodarskiego** (*Lava Films*), **Agatę Szymańską** (*Balapolis*), **Marię Gołoś** i **Monikę Matuszewska** (*Rozbrat Films*) oraz **7 wykładach otwartych**: „Nowy model produkcji” – **Sławomira Idziaka**, „O scenografii” – **Allana Starskiego**, „Silent Twins – case study” **Agnieszki Smoczyńskiej**, „Muzyka w filmie” – **Magdaleny Miśki-Jackowskiej**, „Autobiografia–case study” **Wojciecha Staronia**, „Sweet–case study” **Magnusa Von Horna & Michała Dymka** oraz wykładu „**Green Filming.Zielona Produkcja**” – Moniki Głowackiej reprezentującej Łódź Film Commission, reżyserki Florent Pallares oraz producentki Joanny Tatko.

Dodatkowym elementem, który został wpleciony w program były **spotkania indywidualne** z uczestnikami w celu omówienia ich aktualnej sytuacji zawodowej, przerobienia problemów produkcyjnych, z którymi się spotykali i szukaniem wspólnie rozwiązań.

Grupa warsztatowa obejmowała 27 osób (13 kobiet i 14 mężczyzn) i była bardzo zróżnicowana pod kątem doświadczenia oraz rodzaju produkcji: część osób była związana z branżą reklamową, kilka prowadziło swoją działalność gospodarczą, wśród uczestników byli też studenci produkcji, początkujący reżyserzy i scenarzyści. Wszyscy uczestnicy programu byli przed swoimi filmowymi debiutami pełnometrażowymi.

Wnioski przedstawione poniżej to efekt połączenia trzech elementów: wykładów masterclass, wykładów otwartych oraz spotkań indywidualnych z uczestnikami i uczestniczkami, które podzieliłiśmy na następujące kategorie:

- Edukacja
- Produkcja. Finansowanie projektów
- Organizacja pracy
 - Praca z operatorem
 - Praca ze scenografem
- Dystrybucja i promocja
- Green Filming. Zielona produkcja.

EDUKACJA:

Edukacja w szkołach filmowych jest „na wczoraj”, nie jest aktualna. Młodzi twórcy stawiają sobie pytanie czy wciąż niezbędne jest ukończenie szkoły, aby robić filmy? Ponadto, coraz mniej reżyserów po studiach kierunkowych realizuje swój debiut filmowy, nie mówiąc już o drugim filmie.

WNIOSKI:

- Szkoły filmowe powinny stworzyć przestrzeń na eksperymenty i pomóc w kształtowaniu twórców dając im czas i warunki do pracy.
- Reżyserzy powinni zrealizować swoje filmowe debiuty już w szkole filmowej, pomysły nie powinny być opowiadane, powinny być realizowane. To jest ten moment kiedy reżyser powinien sobie odpowiedzieć na pytania: kim jest jako twórca i dla kogo chce robić filmy.

- Film Spring Open (czyli idąc za jego twórcą S.Idziakiem: „farma oksytocyny”), jest odpowiedzią na zapotrzebowanie młodych twórców na przestrzeń do eksperymentowania oraz poznania najnowszych rozwiązań technologicznych – które są poza obiegiem systemu edukacji.
- Obecnie profesjonalizacja branży odbywa się poza szkołą. Młodzi producenci mogą aplikować na szereg międzynarodowych warsztatów, spotkań (m.in: EAVE, Berlinale Talents) gdzie mogą szkolić swój warsztat, co daje dużą szansę na szybki rozwój kariery.
- Ważnym krokiem jest stworzenie systemu mentoringu – młodzi producenci powinni mieć dostęp do wiedzy i doświadczenia producentów, którzy działają w branży od kilku lat.
- W systemie szkolnym powinny znajdować się zajęcia, które będą edukować twórców jak i producentów aby zachowywali samodzielność artystyczną oraz ekonomiczną szczególnie na początku swojej kariery.
- Edukacja on-line jest swego rodzaju odpowiedzią na potrzeby rozwijania pasji i inspirowania młodych twórców. Działania które mają na celu popularyzację wiedzy czyli np. platforma Film Spring Open daje szansę na łatwy dostęp do pogłębiania wiedzy.

PRODUKCJA. FINANSOWANIE PROJEKTÓW

Firmy producenckie, które nie mają stałych przychodów z innej działalności mierzą się z problemem cash flow. Brak płynności finansowej w głównej mierze wynika ze skomplikowanego oraz czasochłonnego systemu otrzymywania dofinansowań ze źródeł publicznych takich jak: PISF (Polski Instytut Sztuki Filmowej), IAM (Instytut Adama Mickiewicza), NCK (Narodowe Centrum Kultury), FINA (Filmoteka Narodowa Instytut Audiowizualny) .

WNIOSKI:

- Wprowadzenie zmian systemowych, poprzez zwiększenie ilości pracowników w danych instytucjach lub wprowadzenie zmian, które mają na celu przyspieszenie decyzyjności w tworzeniu umów i akceptacji wymaganych dokumentów.
- Dywersyfikacja źródeł finansowania poprzez przekonanie prywatnych inwestorów. tzw. private equity do inwestowania w branżę audiowizualną.
- Zwiększenie środków w funduszach regionalnych, które w ostatnich latach są bardzo aktywne jako - koproducenci.
- Produkcja z platformami (np.: Netflix, Disney, Viaplay), które zapewniają płynność finansową w projektach które są pozyskiwane do ich katalogów. Jest to dość trudne dla małych film produkcyjnych i mniej doświadczonych producentów.
- Tworzenie grup filmowych – ekip, które wspólnie tworzą filmy za mniejsze środki finansowe, dzięki czemu zachowują niezależność artystyczną.
- Zarządzenie ryzykiem: jednym z narzędzi do zwiększenia kontroli nad produkcją jest tworzenie previsu jako dodatkowego dokumentu wewnętrznego, który spełnia funkcję m.in.: poglądową filmu oraz pozwala precyzyjniej określić budżet. Previs może służyć również do pozyskania inwestorów i koproducentów.

ORGANIZACJA PRACY:

Budżety na debiuty reżyserskie i producenckie są dość ograniczone w związku z tym produkcję należy zorganizować jak najbardziej ekonomicznie. Polski Instytut Filmowy trzy lata temu uruchomił schemat finansowania pierwszych filmów w tzw. Mirkobudżecie, który wynosi obecnie 1 000 000 pln. Jak zrealizować dobrze film za te pieniądze jest dużym wyzwaniem.

WNIOSKI:

- Praca w zaufanych ekipach filmowych, które realizowały już wspólnie filmy - tworzenie grup filmowych, gdzie dominuje zaufanie i partnerska współpraca, nie tylko pomiędzy producentem i reżyserem ale również całą ekipą.
- Rozbudowana praca na etapie developmentu i pre-produkcji, jako kluczowe etapy do dobrego przygotowania się do wejścia na plan.
- Development i pre-produkcja powinny mieć dodatkowy budżet aby mogły zostać zrealizowane próbne, newralgiczne sceny a przede wszystkim, żeby był czas na konstruktywne planowanie zdjęć.
- Minimalizacja ekipy filmowej – bardzo szczegółowe zaplanowanie ról poszczególnych członków ekipy.
- Podział ról na planie – dostosowanie do warunków produkcji i budżetu, bardzo często potrzebna jest redefinicja ról, łączenie funkcji, dzięki czemu możemy sobie pozwolić na “odchudzenie ekipy”.
- Montowanie na planie daje oszczędność czasu, pozwala uniknąć powtórek i lepiej przygotować się do kolejnych dni zdjęciowych.
- Należy kontrolować sprzęt wypożyczany na plan zdjęciowy: często są to narzędzia, które nie są wykorzystywane a są opłacane. Ten zabieg jest dość istotny przy małych budżetach.
- Obowiązkowe próby aktorskie oraz czytanie scenariusza: oszczędzają czas w trakcie zdjęć i pozwalają na lepsze przygotowanie do pracy na planie.

- CineBus – jest bardzo ciekawym rozwiązaniem dla małych ekip filmowych. Autobus zawiera profesjonalnie przygotowane stanowiska pracy dla wszystkich pionów pracujących przy produkcji i postprodukcji dzięki czemu podglądanie efektów pracy i możliwość wprowadzenia korekcji jest dostępna od ręki. CineBus zapewnia: podgląd reżyserski i montaż, udźwiękowanie, podstawowe efekty specjalne, ponad to garderobę oraz przestrzeń do charakteryzacji.
- CineBus jako małe studio filmowe to duże cięcia kosztów m.in: dzięki ograniczeniu pojazdów na planie, sprzętu i ekipy.

PRACA Z OPERATOREM

Planowanie pracy z operatorem już na etapie developmentu to oszczędność czasu i pieniędzy. W tych spotkaniach, które są strategiczne dla przebiegu zdjęć powinien też uczestniczyć pion scenografii oraz koordynator postprodukcji jeśli tego wymaga scenariusz.

WNIOSKI:

- Praca z operatorem powinna być zaplanowana na już na etapie developmentu, tak aby operator mógł uczestniczyć w opracowaniu: scenariusza technicznego filmu lub w powstaniu prewisów.
- Pion operatorski powinien współpracować z pionem scenograficznym w celu ewentualnego skondensowania lokacji, dzięki czemu jest możliwość oszczędzenia czasu na przejazdy.
- Jeśli są możliwości, należy rozważyć wprowadzenie drugiego operatora, który może kręcić sceny/ ujęcia „mniej ważne” dla filmu, subploty.

- Drugi Operator przygotowuje oświetlenie kolejnego obiektu, dzięki czemu jest oszczędność czasu przy ustawianiu światła w następnym dniu realizacji.

PRACA ZE SCENOGRAFEM

Współpraca na wczesnym etapie pomiędzy scenografem, producentem i szefami pionów o wizji projektu, co wpłynie na ustalenie podejścia do scenografii i szukania ekonomicznych rozwiązań takich jak:

- Skomasowanie w jednym miejscu lokacji: oszczędność czasu na transport.
- Skomasowanie w jednym miejscu – blisko biura produkcji, pracowni scenograficznych i rekwizytorskich: oszczędność czasu na transport, możliwość szybkiej komunikacji. Czasem warto do tych celów wynająć duże pomieszczenie dla wszystkich pionów, które muszą być użyte do produkcji filmu.
- Korzystanie z miejsc naturalnych – wnętrza i plenery. Unikanie pracy w studiu, gdzie trzeba wybudować całą dekorację i odtworzyć przestrzeń dzięki czemu koszty wynajmu studia, ekipy budowlanej będą zredukowane.
- Bardzo istotna jest rozmowa jakie obiektywy będą użyte i co będzie widoczne w finalnych ujęciach. To może znacząco wpłynąć na pracę pionu scenograficznego i ograniczyć ich działania w zakresie przygotowań danych pomieszczeń i rekwizytów.
- Korzystanie z używanych rekwizytów i zakup ich za mniejsze kwoty na allegro, olx i innych platformach.
- W zależności od projektu bardzo dokładne przemyślenie ekipy w pionie. Rozpisanie ich planu pracy, transportów itd.

DYSTRYBUCJA I PROMOCJA

- Ważne jest aby producent uczestniczył w procesie decyzyjnym tworzenia strategii promocyjnej filmu.
- Promocja powinna rozpocząć się na etapie developmentu, już na samym początku powstawania projektu, gdy producent poszukuje koproducentów, inwestorów.
- Szybka – już na etapie developmentu – identyfikacja grupy docelowej filmu oraz ustawianie targetowania pod tę grupę.
- Wykorzystywanie najnowszych narzędzi promocyjnych: badanie grup fokusowych, analizy „klikalności” plakatów i trailerów.
- Należy zwiększyć budżety na prowadzenie działań w mediach społecznościowych.
- Wykorzystanie różnych możliwości promocji: tworzenie strony, obecność w social mediach już w trakcie realizacji zdjęć. Ciekawym narzędziem jest Social TV – program stworzony na Film Spring Open – który werki z planu przesyłał na twardy dysk do Cinebusa – tak by ktoś mógł publikować je od razu na social mediach.

GREEN FILMING. ZIELONA PRODUKCJA

Rozmowa dotyczyła rozwiązań w kierunku green filmingu. Podczas panelu został omówiony przykład polskich produkcji oraz francuskich. Monika Głowadzka jest współtwórczynią publikacji [„Zielonego przewodnika dla branży audiowizualnej”](#) gdzie zostały bardzo dokładnie opisane wszystkie etapy produkcji i jak można wprowadzać ekologiczne rozwiązania do pracy ekipy filmowej od początku do samego końca

procesu. Najważniejsze założenia to ograniczenie elementów, które w największym stopniu oddziałują na środowisko takie jak:

- Zużycie papieru – ograniczenie w drukowaniu scenariuszy, planów pracy. Posługiwanie się wersjami elektronicznymi
- Emisja CO₂ – maksymalnie ograniczenie samochodów i odległości do pokonania, które w głównej mierze przyczyniają się do emisji CO₂. Samochody generują również hałas i zanieczyszczenia spalinami. Próba korzystania z lokalnych zasobów lokacyjnych.
- Zużycie energii – ograniczenie światła na planie, a jeśli jest to konieczne to korzystanie ze światła ledowego. Ograniczenie agregatów. Korzystanie z paneli słonecznych.
- Zużycie wody – dokładna analiza czy efekty specjalne na planie związane z wodą lub ogniem oraz inne są konieczne i czy w takiej ilości jak jest to zapisane w scenariuszu. Uważność ekipy na aspekt dotyczący zużycia wody – czy gdzieś nie cieknie woda w kranach czy w spłuczkach toaletowych.
- Produkcja odpadów – segregacja, korzystanie z naczyń wielorazowych, posiadanie własnego zestawu do picia i jedzenia (może być zapewniony przez produkcję). Używanie baniaków z wodą, a nie butelek 0,5l.