

Studii de Management cultural

Viitorii regizori de film față în față cu publicul tânăr

Cosmina ȘANDOR

UNATC „I.L. Caragiale” București, România
cosminasandor@yahoo.com



Abstract: UNATC's film productions and film students are usually presented to a specialized audience, the audience of festivals. „Sun Flower” and „UNATC Junior Caravan” are two projects that managed to put in touch high school students with short films and with their creators. The high school students and the filmmakers are part of the same generation and it is very likely that most of their interests are common.

This is the most important link that an audience could have with art and young artists/creators. They are the kind of people that will be interested in the future movies of these young filmmakers. But for this to happen, they will have to be made aware that these kinds of films exist. And, on the other side, this is the perfect way for a young filmmaker to become aware of the impact of his/her movies have, the adolescent's reaction being genuine. They also have opportunities for explaining to high schools students what filmmaking is and sharing from their film experience and reflecting on this inspired crossing. The results of these meetings include making cultural projects available to a larger audience and highlighting artistic careers as worth pursuing to a larger spectrum of young individuals.

Keywords: audience, teenagers, young filmmakers, inspiring, promoting films, „Sun Flower” Project, „UNATC Junior Caravan” Project.

În toamna anului 2018 și în primele luni ale anului următor s-au desfășurat două proiecte, „Floarea Soarelui”¹ și „Caravana UNATC Junior”². Acestea și-au propus să ajungă cu spectacole de teatru și filme ale absolvenților UNATC „I.L. Caragiale” în zone din țară în care în mod obișnuit nu ajung și nu pot fi prezentate, deci cunoscute. De asemenea, dincolo de impactul cultural, acțiunile au avut și un puternic caracter social, unul dintre proiecte adresându-se în mod specific publicului tânăr din zone defavorizate.

La aceste proiecte, din partea Facultății de Film au participat, sub îndrumarea cadrelor didactice doctorande, studenții masteranzi de la Secția Arta Regiei de Film și TV, atunci proaspăt absolvenți ai ciclului de licență, acum proaspeți absolvenți ai masteratului.

Întâlnirea a stat sub semnul efectului participativ la actul creator atât din punctul de vedere al consumatorului, spectatorul de film în cazul nostru, cât și al realizatorului, al artistului creator, studentul cineast de cealaltă parte.

În primul rând, este necesară o precizare. Din punctul de vedere al proiectului amintit, publicul spectator adolescentin era o audiență de nișă a filmelor studențești care în mod uzual rulează în festivaluri studențești (și nu numai) din țară și străinătate.

Facultatea de Film din cadrul UNATC „I.L. Caragiale” este de mai bine de douăzeci de ani o prezență constantă la festivaluri internaționale de renume. Dar cum totul începe acasă, nu putem trece mai departe fără a aminti faptul că festivalul internațional de film studențesc pe care îl găzduim, „CineMaiubit”, este o adevărată trambulină de lansare pentru tinerii cineaști. Multe nume care acum se regăsesc sub umbrela evidentă a „Noului Val Românesc” au fost premiate întâi aici. Mai mult, UNATC „I.L. Caragiale” a fost de mai multe ori premiată și recunoscută ca având „Cel mai bun program de școală”.

În mod real, pe piață, în special în Statele Unite (dar și în lume) publicul din care au făcut parte liceenii participanți sunt cea mai targetată audiență.

Audiența se diferențiază geografic, demografic, pe categorii de vârstă, sex, rasă, însă cea mai simplă și uzuală împărțire este în patru cadrane. Acestea cuprind:

- a) populația de sex masculin sub 25 de ani
- b) populația de sex feminin sub 25 de ani
- c) populația de sex masculin peste 25 de ani
- d) populația de sex feminin peste 25 de ani

Dintre categoriile de mai sus, prima (populația de sex masculin sub 25 de ani) este cea mai vizată. Accentul cade pe audiența tânără și este cea mai importantă pentru că se consideră (și este adevărat) că este categoria care este cea mai mobilă și cea mai „ușor de influențat” (mobilizat) în a-și părăsi confortul căminului și a merge în sala de cinema pentru a viziona un film.

În zilele noastre, studierea preferințelor consumatorului în domeniul cinematografiei a devenit complexă și s-a ajuns până la includerea neuromarketingului în cercetările de piață (regizorul James Cameron a folosit astfel de metode pentru a pregăti lansarea filmului *Avatar*). Dar, în zilele de început ale cinematografiei și în perioada în care se cristalizau marile studiouri americane (cele mai puternice forme de organizare ale industriei), pionierii deschideau drumul în mai toate aspectele legate de filme, de

1 Proiectul cultural Floarea Soarelui – Ateliere de teatru și film pentru incluziune socială a pus accentul pe valoarea culturii în procesul de evoluție a ființei umane și a fost organizat sub forma unui festival de teatru și film pentru incluziune socială în școlile și liceele mai mult sau mai puțin îndepărtate față de centrul orașului. Proiectul a fost organizat de către Departamentul Pedagogie Teatrală sub conducerea prof. univ. dr. Bogdana Darie, cu sprijinul Facultății de Film, condusă de prof. univ. dr. Ovidiu Georgescu, Decan.

2 Proiectul s-a derulat în perioada 15 mai-15 decembrie 2018 și a fost finanțat de MEN, prin FDI 2018. Proiectul s-a încadrat în domeniul privitor la creșterea echității sociale în vederea incluziunii sociale și sporirii accesului la învățământul superior, sub conducerea prof. univ. dr. Bogdana Darie, Facultatea de Teatru, cu sprijinul Facultății de Film, condusă de prof. univ. dr. Ovidiu Georgescu.

distribuție și de exploatarea lor. Astfel, primul care a comandat un studiu Gallup (nou înființatului institut) este producătorul David O. Selznik (*Pe aripile vântului*).

La începutul secolului trecut, filmul și mersul la cinema au avut parte de creștere și succes deoarece era cea mai accesibilă formă de divertisment/artă. Era cea mai democrată. Oricine avea 5 cenți (un nickel) și putea intra la programele nickelodeonelor. Devenise ritualic mersul săptămânal la cinema. În America emigranților de acum mai bine de o sută de ani, filmul, încă în perioada sa mută, nu ridică bariere lingvistice. Și astfel, încet-încet, cinematograful se răspândește și își face drum de la o simplă „atracție” de bălci și o invenție „fără prea mare viitor comercial” – cum îi prezisese Louis Lumière – la „a șaptea artă”. S-a ajuns la producții mari, cu multă forță de muncă implicată, artistică sau tehnică, creșterea industriei aducând modelul de producție fordistă din industria constructoare de mașini în realizarea filmelor în studiouri, metodă care are ca scop creșterea productivității prin împărțirea procesului de realizare a unui produs în operațiuni mai mici, în care lucrează muncitori specializați.

Dezvoltarea studiourilor s-a realizat și cu ajutorul unor oameni de afaceri intuitivi, hotărâți și iscușiți care erau sau au devenit bancheri și dăm aici exemplul lui Otto Hank, bancherul din New York, iubitor de artă și de spectacole de operă, dar și al fraților Gianninis din San Francisco care au înființat primele bănci de investiții pentru afacerile din domeniul filmului.

Unul dintre acești doi frați, Doc, poreclit așa pentru că avea formare medicală (celălalt e A.P.) este faimos pentru metodele sale mai puțin ortodoxe, dar infailibile de cercetare și testare a pieței și a preferințelor consumatorilor.

Obişnuia să spună că, dacă un viitor film îi va avea în distribuție pe Doug, Harold sau Charlie, el finanțează filmul, sigur pe succesul acestuia și recuperarea investiției. Ei au asigurat fondurile pentru primul lung metraj

al lui Charlie Chaplin, *The Kid*. Tot el sfătuia distribuitorii și proprietarii de săli să testeze dacă un film va merge la public (și astfel să hotărască dacă îl aduc sau nu în program) prin adunarea unui grup de tinere, cu vârsta cuprinsă între 18 și 20 de ani, care să-l vizioneze. Dacă vor fi încântate, atunci filmul va avea public și succes de casă.

Publicul din acele vremuri era atras și fascinat de filme și cinema. În zilele noastre se fac eforturi și se investesc bugete mari în activitățile de marketing pentru a ajunge la spectator și a promova un film.

Și din acest punct de vedere considerăm foarte valoroasă întâlnirea tinerilor cinești cu publicul adolescentin.

Întâlnirile au debutat cu prezentarea pe scurt și atractiv a etapelor de realizare a unui film artistic, a departamentelor implicate, a meseriilor specifice și am constatat cu bucurie și onoare că destul de repede publicul înțelege cantitatea mare de muncă implicată în realizarea unui film și o apreciază. A fost o ocazie de a le prezenta nu doar specificul muncii noastre, dar mai ales universitatea noastră care prin secțiile ei pregătește profesioniști în aceste domenii de activitate. Astfel, pentru cei prezenți, care poate aspirau la o carieră în domeniul artistic, dar nu credeau că e posibil, am venit să întărim faptul că e inspirat și tangibil acest lucru.

Tinerii regizori din fața lor, cu vârsta apropiată de a lor, cu pasiuni apropiate, cu experiențe de viață asemănătoare au fost o dovadă incontestabilă că totul este posibil și merită să muncești pentru a-ți împlini visurile. Empatizând și regăsindu-se într-unele din poveștile propuse pe ecran (despre artă și creație și despre arhitectura contemporană în documentarele prezentate, despre relația dintre părinți și copii și despre legăturile tinere de iubire în filmele de ficțiune, dar și preocuparea pentru alte genuri – a fost inclus în prezentare și un scurt-metraj horror) din public s-au primit și întrebări provocatoare: „Care este povestea reală din spatele celei din film?” „Ce te-a determinat să alegi să faci film?”

Pornind de la experiența de pe teren avută cu această ocazie, am mers mai departe și am declanșat o cercetare adresată tinerilor cinești pentru a afla cum au perceput ei aceste intersecții.

Întrebările au fost:

1. „Cum v-ați pregătit pentru întâlnire?”
2. „Ce așteptări aveți?”
(cu o continuare în două puncte: „Ce s-a concretizat din aceste așteptări?” și „Ce a apărut nou?”)
3. „Cum a fost întâlnirea?”
4. „Ce ați învățat?”
 - a. legat de voi
 - b. legat de subiectele alese/filmele voastre
 - c. legat de public
5. „Cum v-ați pregătit acum?”
6. „Ce ați face diferit?”

Chestionarul a mai cuprins două puncte de observații personale și alte completări.

La prima întrebare 40% dintre ei au răspuns că s-au pregătit alegând filmele (și temele) de prezentat din punctul de vedere a ceea ce au considerat că ar interesa publicul, 20% s-au pregătit doar gândindu-se la temele de discuție, iar 40 % nu s-au pregătit deloc, dar și-au propus și au avut o abordare liberă și prietenoasă cu publicul.

La cea de-a doua întrebare răspunsurile au arătat astfel: 20% se așteptau să nu existe un interes foarte mare și au fost plăcut surprinși să constate că există, 60% se așteptau să existe mai mare interes sau cunoștințe despre filme și nu a fost cazul, 20% se așteptau să nu existe un interes mare și nu a fost.

Din răspunsul la întrebarea a treia reiese că întâlnirea a fost plăcută, interesantă sau plină de viață de ambele părți, cu impact mai mic sau mai mare asupra publicului și cu dorința mai mare sau mai scăzută a tinerilor cinești de a o repeta.

La întrebarea a patra, 40% dintre tinerii regizori au răspuns că ar repeta experiența,

40% au conștientizat că este greu să ieși din zona de confort și să te expui publicului și să-i captezi atenția și 20% s-au simțit inconfortabil (dar au făcut față cu brio).

Despre public am aflat că:

- a) unele subiecte și genuri „prind” – comedii și genul horror, unele subiecte par ermetice, dar sunt devoalate și publicul prinde subtilități, iar pentru altele trebuie făcută o scurtă introducere în subiect;
- b) este interesat de activități noi, au apreciat experiența, în 80% din cazuri;
- c) este pregătit și deschis.

La întrebarea a cincea 60% dintre regizori au răspuns că s-ar pregăti în aceeași manieră, 20% (care nu avuseseră anterior o pregătire mai elaborată) acum ar opta să o facă și 20% nu au răspuns.

La a șasea întrebare 40% dintre cinești nu ar schimba nimic, 40% s-ar apropia și ar discuta mai mult cu elevii, 20% nu au răspuns.

În lumina celor de mai sus putem concluziona că întâlnirile au fost de impact pentru toți cei implicați, au inspirat publicul, dar au și transmis feedback și inspirație înapoi.

În zilele de astăzi, aproape oricine are un smartphone poate face un scurt film, un videoclip muzical sau să înceapă un vlog, dar am observat cu încântare cum publicul adolescentin a fost fascinat să vadă cum poate fi spusă o poveste într-un scurtmetraj și întărim din nou faptul că este important ca publicul tânăr să aibă acces la artă și cultură.

Referințe bibliografice:

1. FREEDMAN DOYLE, Barbara (2012) *Make your movie*, Ed. Focal Press, Oxford, UK
2. LACEY, Nick (2002) *Media Institutions and audiences*, Ed. Palgrave, NY
3. TZIOUMAKIS, Yannis (2006) *American Independent Cinema An Introduction*, Edinburgh University Press
4. PRICOP, Lucian (2011) *Managementul producției de film*, Tritonic Academic Books, București
5. PRICOP, Lucian, SOLOMON, Ada, MECA Maxim (2012) *Marketing și cinema. Artă-Tehnică – Stare de spirit*, Tritonic
6. PUTTNAM, David (with WATSON Neil) (1997) *The Undeclared War*, Ed. Harper Collins, London

Cosmina Șandor este asistent universitar doctorand la clasa de Arta Regiei de Film și TV, UNATC. A absolvit Academia de Studii Economice în anul 1997, Facultatea de Comerț. A făcut cursuri postuniversitare de Economia filmului și de Realizator film și TV. Este membru UCIN. Din anul 1998 este activă în domeniul producției de film din România și a lucrat atât cu regizori tineri din Noul Val Românesc, cât și cu cei din generațiile anterioare, dar o regăsim participând în mod special la realizarea unor producții independente.

Cosmina Șandor is an Assistant PhD at the Film and TV Directing Department, UNATC. She graduated the Academy of Economic Studies, Commerce School, in 1997. She studied Film Economy and Film and TV Directing at UNATC. She is a UCIN member. She is active in the field of film production since 1998, working with New Romanian Wave directors and also with others from previous generations. She is especially involved in independent film production.