

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

DOKTORSKA ŠKOLA

Doktorski interdisciplinarni studij

Kultura i umjetnost

Iris Tomić

**PUBLIKA I HRVATSKI NEZAVISNI FILM:
PRODUKCIJSKI I DISTRIBUCIJSKI MODELI**

Doktorski rad

Osijek, 2025.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

DOKTORSKA ŠKOLA

Doktorski interdisciplinarni studij

Kultura i umjetnost

Iris Tomić

**PUBLIKA I HRVATSKI NEZAVISNI FILM:
PRODUKCIJSKI I DISTRIBUCIJSKI MODELI**

Doktorski rad

Mentor: dr. sc. Igor Mavrin, docent, Akademija za umjetnost i
kulturu u Osijeku

Osijek, 2025.

JOSIP JURAJ STROSSMAYER UNIVERSITY OF OSIJEK
POSTGRADUATE UNIVERSITY DOCTORAL SCHOOL

Postgraduate University Study Program

Culture and Art

Iris Tomić

**AUDIENCE AND INDEPENDENT CROATIAN FILM:
PRODUCTION AND DISTRIBUTION MODELS**

Doctoral thesis

Mentor: Igor Mavrin, PhD, Assistant Professor, Academy of Arts
and Culture in Osijek

Osijek, 2025.

Mentor: **dr. sc. Igor Mavrin**, docent, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku

*Za sve one koji razmišljaju izvan okvira te idu glavom kroz zid
kako bi pretvorili svoje najluđe ideje u stvarnost.*

SAŽETAK

U kontekstu ubrzanih transformacija audiovizualne industrije, nezavisna filmska produkcija u Hrvatskoj posljednjih godina postaje sve relevantniji segment kulturne i medijske scene. Unatoč sve većoj prisutnosti na festivalima i međunarodnim platformama, nezavisni filmovi često ostaju izvan fokusa šire javnosti, djelomično zbog ograničenih resursa, neodrživih modela financiranja te fragmentiranih i nedovoljno razvijenih distribucijskih kanala. Ovaj rad polazi od pretpostavke da su izazovi s kojima se suočava nezavisna produkcija višedimenzionalni i da se ne mogu razumjeti bez dublje analize odnosa između produkcije, distribucije i razvoja publike.

Cilj istraživanja bio je analizirati ključne produkcijske i financijske modele hrvatskog nezavisnog filma, ispitati distribucijske strategije i njihovu učinkovitost te razumjeti percepciju publike prema tim filmovima. Istraživanje se temelji na mješovitom metodološkom okviru, uključujući kvantitativnu analizu ankete provedene na uzorku od 442 ispitanika te kvalitativne podatke prikupljene putem intervjua s filmskim profesionalcima i studija slučaja odabranih nezavisnih produkcija.

Rezultati istraživanja ukazuju na to da nezavisni filmovi uživaju reputaciju autentičnih i umjetnički relevantnih djela, no njihova dostupnost i vidljivost ograničeni su zbog institucionalnih i tržišnih prepreka. Digitalni distribucijski kanali nude nove mogućnosti, ali njihova učinkovitost ovisi o strateškom planiranju i jačanju odnosa s publikom. Publika, s druge strane, pokazuje interes za takve sadržaje, ali nedostatak informiranosti i dostupnosti smanjuje njihovu participaciju.

Zaključno, rad nudi konkretne preporuke za unapređenje kulturnih politika, jačanje distribucijskih infrastruktura te strateško uključivanje publike u sve faze stvaranja i promocije filma. Ovi nalazi mogu poslužiti kao temelj za daljnja istraživanja unutar filmskih studija, ali i kao orijentir za razvoj održivije nezavisne kinematografije u Hrvatskoj i širem regionalnom kontekstu.

Ključne riječi: nezavisna produkcija, hrvatski film, distribucija, razvoj publike, digitalne platforme

SUMMARY

In the context of rapid transformations within the audiovisual industry, independent film production in Croatia has become an increasingly relevant segment of the national cultural and media landscape. Despite growing visibility at film festivals and on international platforms, independent films often remain outside the reach of the wider public. This is partly due to limited resources, unsustainable funding models, and fragmented or underdeveloped distribution systems. This study is grounded in the premise that the challenges facing independent cinema are multidimensional and cannot be fully understood without analysing the interrelated dynamics of production, distribution, and audience development.

The aim of the research was to examine the key production and financing models used in Croatian independent film, to analyse distribution strategies and their effectiveness, and to investigate audience perceptions of such content. The study employs a mixed-methods approach, combining a quantitative analysis of survey data (N = 442) with qualitative insights from in-depth interviews with film professionals and selected case studies of independent Croatian film productions.

The results suggest that independent films are largely perceived by the public as authentic and artistically valuable. However, their accessibility and visibility remain constrained by institutional and market barriers. Digital distribution channels offer new opportunities, but their success depends on strategic planning and stronger audience engagement. The audience, for its part, expresses a clear interest in independent content, yet limited access to information and availability reduce their level of participation.

In conclusion, the paper offers practical recommendations for improving cultural policy, strengthening distribution infrastructure, and fostering audience involvement throughout all stages of film development and promotion. These findings contribute to a deeper understanding of independent cinema within small film markets and offer a basis for future research in film studies and media policy.

Key Words: independent film, production, distribution, Croatian cinema, audience development, digital platforms

SADRŽAJ

SAŽETAK	1
SUMMARY	2
1. UVOD	7
1.1. Problem istraživanja	9
1.2. Svrha i ciljevi istraživanja	10
1.3. Istraživačka pitanja i hipoteze	11
1.4. Metodologija istraživanja	14
1.4.1. Kvantitativna komponenta – Anketno ispitivanje	14
1.4.2. Kvalitativna komponenta – dubinski intervjui	15
1.5. Očekivani znanstveni doprinos	16
1.6. Struktura rada	17
2. NEZAVISNA FILMSKA PRODUKCIJA – DEFINICIJE I MODELI	19
2.1. Nezavisna filmska produkcija: definicije	19
2.1.1. Financijska nezavisnost: tko kontrolira sredstva?	19
2.1.2. Estetska nezavisnost: stil kao otpor	20
2.1.3. Ideološka nezavisnost: protiv dominantne kulture	22
2.1.4. Distribucijska i festivalska nezavisnost	23
2.1.5. Nezavisnost kao spektralni pojam	25
2.2. Nezavisna filmska produkcija: produkcijski modeli	26
2.2.1. Klasični nezavisni produkcijski model	26
2.2.2. Koprodukcijski modeli	27
2.2.3. Promjene u budžetu, distribuciji i digitalna tranzicija	28
2.3. Financijski modeli u nezavisnoj filmskoj produkciji	29
2.3.1. Crowdfunding i Crowdsourcing: digitalno-demokratski model	30
2.3.2. Festivalski fondovi	31
2.3.3. „Skin in the game”: auto-produkcija i gerilski pristupi	33
2.3.4. Noviji trendovi: Video on Demand sufinanciranje i hibridni modeli	35
2.4. Distribucijske strategije nezavisnih filmova	36
2.4.1. Filmski festivali kao distribucijski hub	37
2.4.2. Digitalna distribucija: VOD, AVOD, SVOD i TVOD	38
2.4.3. Disruptivne strategije: <i>windowing</i> , hibridne kampanje i angažirana distribucija	40
2.4.4. Direktna distribucija: autor kao distributer	42
2.5. Gerilski film: razvoj i karakteristike	44
2.6. Kontekst nezavisnog filma u Europi	49
2.7. Komparativna analiza američke i europske nezavisne filmske produkcije	51
2.8. Zaključna razmatranja	53
3. NEZAVISNA FILMSKA PRODUKCIJA U HRVATSKOJ	55
3.1. Razvoj nezavisne produkcije u Hrvatskoj	55
3.2. Institucionalni okvir i sustav financiranja	59
3.3. Osnivanje HAVC-a: institucionalna stabilizacija	60
3.3.1. Institucionalni status i organizacijska struktura	61
3.3.2. Model financiranja: transparentnost i pluralizam	62
3.3.3. <i>Cash rebate</i> i internacionalizacija	69
3.3.4. Kulturna raznolikost i potpora nezavisnim autorima	69
3.3.5. Filmska pismenost	70
3.3.6. Krize i otpori	71
3.4. Ključni izazovi nezavisne filmske produkcije	73
4. RAZVOJ PUBLIKE U KONTEKSTU AUDIOVIZUALNE INDUSTRIJE	75
4.1. Teorijski pristupi	76
4.1.1. Teorija kulturnog sudjelovanja	76
4.1.2. Kulturni kapital i formiranje ukusa prema Bourdieuju	77
4.1.3. Umrežene publike u digitalnom dobu	78

4.2. Kontekst politike u Europi	80
4.2.1. Nacionalna implementacija i hrvatski kontekst	81
4.3. Europski pejzaž razvoja publike u filmskoj industriji	82
4.3.1. Trendovi i strategije na glavnim tržištima	82
4.3.2. Francuska: državne subvencije i edukacija kao instrumenti politike	83
4.3.3. Ujedinjeno Kraljevstvo: digitalna analitika i ciljana intervencija	84
4.3.4. Njemačka: zajednička kina i regionalno financiranje	85
4.3.5. Slovenija: integracija kina u zajednicu	85
4.3.6. Hrvatska: festivali, filmska pismenost i digitalne strategije u nastajanju	86
4.3.7. Paneuropske inicijative: mreže i prekogranična suradnja	87
4.4. Komparativna analiza: Hrvatska i Slovenija	89
4.4.1. Mjerljivi učinci i konvergencija s ciljevima politika EU-a	91
4.4.2. Kulturne specifičnosti	93
4.4.3. Usporedni ishodi u razvoju publike	96
4.5. Strategije razvoja publike u Hrvatskoj	97
4.5.1. Nacionalni programi razvoja publike	98
4.5.2. Festivali kao instrumenti razvoja publike	99
4.5.3. Digitalne strategije	101
4.5.4. Fokus na mlade	103
5. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	109
5.1. Cilj i hipoteze istraživanja	109
5.1.1. Opći cilj	109
5.1.2. Specifični ciljevi	110
5.1.3. Istraživačke hipoteze	110
5.1.4. Povezanost hipoteza s metodologijom istraživanja	111
5.1.4.1. Hipoteza H1	111
5.1.4.2. Hipoteza H2	111
5.1.4.3. Hipoteza H3	112
5.1.4.4. Hipoteza H4	112
5.2. Kvantitativna komponenta: anketno istraživanje	113
5.2.1. Cilj i svrha ankete	113
5.2.2. Istraživački instrument	113
5.2.3. Uzorak	114
5.2.4. Postupak prikupljanja podataka	114
5.2.5. Analitički postupci	115
5.2.6. Etika istraživanja	115
5.3. Kvalitativna komponenta: dubinski intervju	116
5.3.1. Uvod i istraživački kontekst	116
5.3.2. Odabir sudionika i uzorak	116
5.3.3. Struktura i provedba intervju	117
5.3.4. Analitička procedura	117
5.3.5. Etika istraživanja	118
5.3.6. Značaj kvalitativne komponente za istraživanje	118
5.4. Prednosti kombiniranog pristupa	120
5.4.1. Integracija širine i dubine	120
5.4.2. Validacija i triangulacija	121
5.4.3. Obogaćivanje interpretacije	121
5.4.4. Znanstvena i praktična vrijednost	122
6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	123
6.1. Analiza rezultata ankete i povezanost s hipotezama	123
6.2. Korelacijska analiza stavova publike o hrvatskom nezavisnom filmu	125
6.3. Dodatna analiza stavova prema demografskim skupinama	125
6.3.1. Stavovi prema spolu	126
6.3.2. Analiza o obrazovanju	127
6.3.3. Analiza po dobi	128

6.3.4. Opća zapažanja	128
6.4. Analiza razlika u percepciji mrežne (mrežno) dostupnosti hrvatskih nezavisnih filmova po dobnim skupinama (ANOVA)	129
6.4.1. ANOVA analiza: utjecaj budžeta na kvalitetu filma prema dobnim skupinama	130
6.4.2. ANOVA analiza: autorska sloboda izražavanja prema dobnim skupinama	130
6.5. Analiza dubinskih intervjua: nezavisni film u Hrvatskoj u svjetlu produkcijskih i distribucijskih uvjeta	131
6.5.1. Struktura i modeli financiranja hrvatskog nezavisnog filma: analiza hipoteze H1	132
6.5.2. Digitalna distribucija kao prostor vidljivosti: analiza hipoteze H2	133
6.5.3. Umjetnička vrijednost i autentičnost nezavisnog filma: analiza hipoteze H3	135
6.5.4. Strukturne prepreke u distribuciji i recepciji: analiza hipoteze H4	137
6.6. Sumarna diskusija: međuodnos hipoteza H1–H4 i sustavna analiza hrvatskog nezavisnog filma	139
6.6.1. Međuodnos hipoteza i rezultata	139
6.6.2. Sinteza: četiri hipoteze kao elementi jednog problema	140
6.7. Kvalitativna analiza intervjua s kodiranjem	141
6.7.1. Metodologija	141
6.7.2. H1 – Nezavisna filmska produkcija u Hrvatskoj primarno se oslanja na alternativne modele financiranja	141
6.7.3. H2 – Digitalni distribucijski kanali povećavaju vidljivost nezavisnih filmova	142
6.7.4. H3 – Publika percipira nezavisne filmove kao autentične i umjetnički vrijedne	142
6.7.5. H4 – Financijski i distribucijski izazovi glavne su prepreke recepciji filmova	143
6.7.6. Zaključak	143
6.8. Analiza intervjua prema hipotezama	143
6.8.1. H1 – Nezavisna filmska produkcija oslanja se na alternativne izvore financiranja	144
6.8.2. H2 – Digitalni distribucijski kanali povećavaju vidljivost nezavisnih filmova	144
6.8.3. H3 – Publika percipira nezavisne filmove kao autentične i vrijedne	145
6.8.4. H4 – Financijski i distribucijski izazovi glavne su prepreke popularnosti	145
6.8.5. Zaključna sinteza	146
7. USPOREDNA ANALIZA REZULTATA ANKETNOG ISTRAŽIVANJA I DUBINSKIH INTERVJUA	147
7.1. Umjetnička vrijednost i autentičnost	147
7.2. Vidljivost i dostupnost: raskorak između publike i sektora	147
7.3. Financijska ograničenja: zajednička točka prepoznavanja	148
7.4. Uloga digitalnih kanala: optimizam i skeptični realizam	149
7.5. Zaključna sinteza: složena mreža uzroka i posljedica	149
7.6. Zaključna refleksija	150
7.7. Preporuke za daljnja istraživanja	150
7.8. Preporuke za reformu distribucijske politike hrvatskog nezavisnog filma	150
7.8.1. Nacionalna digitalna strategija distribucije	151
7.8.2. Subvencioniranje digitalnog otkupa i promocije	151
7.8.3. Uređenje suradnje s kinima i „hibridna“ distribucija	151
7.8.4. Razvoj publike i edukacija za digitalne navike	152
7.8.5. Strateško partnerstvo s međunarodnim VOD platformama	152
7.8.6. Završna preporuka: Fond za digitalnu dostupnost	153
8. RASPRAVA	154
8.1. Povezanost rezultata istraživanja s teorijskim okvirom	154
8.1.1. Financijska nezavisnost: između javne potpore i kreativne autonomije	155
8.1.2. Estetska nezavisnost: inovacija u uvjetima ograničenih resursa	155
8.1.3. Ideološka nezavisnost: društvena kritika i marginalizirani glasovi	156
8.1.4. Distribucijska nezavisnost: između festivala i digitalnih platformi	156
8.1.5. Nezavisnost kao spektralni pojam: teorijsko utemeljenje rezultata	157
8.2. Povezanost razvoja publike s teorijskim okvirom i rezultatima istraživanja	157
8.2.1. Publika kao aktivni sudionik: participacija, ne samo konzumacija	157
8.2.2. Festivali i razvoj kulturnog kapitala publike	158

8.2.3. Digitalna publika: algoritamski izazovi i mogućnosti	158
8.2.4. Zajednički zaključci: razvoj publike kao strateški imperativ	159
9. ZAKLJUČAK	159
9.1. Preporuke za razvoj publike u nezavisnoj audiovizualnoj industriji	160
9.2. Metodološki doprinos istraživanja	162
9.3. Znanstveni doprinos istraživanja	164
9.4. Praktični doprinos istraživanja	165
9.5. Preporuke za buduća istraživanja	166
9.6. Ograničenja istraživanja	168
10. LITERATURA	170
11. PRILOZI	189
12. POPIS TABLICA	196

1. UVOD

Nezavisna filmska produkcija u Hrvatskoj posljednjih desetljeća sve više zauzima prepoznatljivo mjesto u okviru nacionalne audiovizualne industrije. Izvan velikih produkcijskih kuća i dominantnih tržišnih struktura, sve veći broj autora, producenata i kreativnih timova djeluje u uvjetima ograničenih resursa, ali i veće umjetničke slobode. Pojava digitalnih tehnologija, smanjenje troškova produkcije i pojava alternativnih kanala distribucije omogućili su razvoj tzv. gerilske produkcije, utemeljene na fleksibilnosti, inovativnosti i prilagodbi zahtjevima tržišta i publike.

Istodobno, promjene u obrascima konzumacije audiovizualnih sadržaja, uključujući rastući utjecaj digitalnih platformi, streaming servisa i društvenih mreža, dovode do redefiniranja odnosa između filmskog stvaratelja, posrednika i publike. U tom kontekstu, nezavisni film postaje ne samo prostor alternativne estetske prakse, već i poligon za inovacije u distribuciji i komunikaciji s publikom. Međutim, upravo je razvoj publike jedan od ključnih, ali često zanemarenih aspekata analize nezavisne kinematografije.

Unatoč porastu broja nezavisnih filmskih produkcija i međunarodnim uspjesima pojedinih autora, hrvatski nezavisni film još uvijek se suočava s brojnim strukturnim izazovima: niskim budžetima, nedostatkom stabilnog financiranja, nepostojanošću održivih distribucijskih mreža i nedovoljno razvijenim sustavima za izgradnju publike. Postavlja se pitanje kako financijski, produkcijski i distribucijski modeli oblikuju vidljivost nezavisnih filmova, ali i na koji način publika percipira i vrednuje takve sadržaje. Pritom, teorijski koncept razvoja publike (*audience development*) ostaje marginaliziran u domaćoj znanstvenoj i stručnoj literaturi, iako predstavlja ključan alat za razumijevanje participacije gledatelja u doba digitalnih transformacija. Uz to, nedostaje dovoljno empirijskih podataka koji bi osvijetlili motivacije publike, njihovu spremnost na financijsku podršku nezavisnim projektima te preferencije u pogledu tema, žanrova i distribucijskih kanala.

Svrha ovog istraživanja jest sustavno analizirati nezavisnu filmsku produkciju u Hrvatskoj kroz prizmu njezinih financijskih i distribucijskih modela te istražiti percepciju publike prema toj vrsti filmskog stvaralaštva. Povezujući perspektive filmskih profesionalaca i

receptije publike, rad nastoji doprinijeti boljem razumijevanju izazova i potencijala održivijeg razvoja hrvatske nezavisne kinematografije.

Ciljevi istraživanja su sljedeći: analizirati ključne karakteristike i izazove nezavisne (gerilske) filmske produkcije u Hrvatskoj, istražiti dominantne produkcijske i financijske modele koji se primjenjuju u hrvatskom nezavisnom filmu, ispitati distribucijske strategije i utjecaj digitalnih platformi na vidljivost i komercijalni uspjeh takvih filmova, istražiti prijem nezavisnih filmova kod publike (percepciju kvalitete, tematike i motivaciju za gledanje) te pružiti smjernice za budući razvoj održive gerilske filmske produkcije u Hrvatskoj.

U skladu s ciljevima, istraživanje se vodi sljedećim istraživačkim pitanjima:

1. Koji su dominantni modeli financiranja hrvatskih nezavisnih filmova?
2. Koje su distribucijske strategije najučinkovitije u dosezanju publike?
3. Kako publika percipira kvalitetu i estetske vrijednosti nezavisnog filma?
4. U kojoj mjeri digitalni kanali (VOD, streaming servisi i društvene mreže) povećavaju vidljivost nezavisnih produkcija?
5. Koje prepreke sprječavaju širu recepciju nezavisnog filma u Hrvatskoj?

Na temelju navedenog, postavljene su sljedeće hipoteze:

H1: Nezavisna filmska produkcija u Hrvatskoj primarno se oslanja na alternativne modele financiranja, poput crowdfunding kampanja, međunarodnih koprodukcija i institucionalnih potpora.

H2: Digitalni distribucijski kanali značajno povećavaju vidljivost i dostupnost hrvatskih nezavisnih filmova u usporedbi s tradicionalnom distribucijom.

H3: Publika u Hrvatskoj percipira nezavisne filmove kao autentične i umjetnički vrijedne.

H4: Financijski i distribucijski izazovi predstavljaju glavne prepreke široj recepciji nezavisnih filmova među domaćom publikom.

Rad se sastoji od devet poglavlja. Prvo poglavlje uvodi u temu te definira istraživački problem, ciljeve, hipoteze i istraživačka pitanja. Drugo poglavlje prikazuje teorijski okvir

i relevantna domaća i međunarodna istraživanja o nezavisnoj produkciji, distribuciji i razvoju publike. Treće poglavlje donosi pregled razvoja nezavisne filmske produkcije u Hrvatskoj te opisuje institucionalizaciju sustava financiranja kroz osnivanje Hrvatskog audiovizualnog centra. Četvrto poglavlje opisuje razvoj publike u kontekstu audiovizualne industrije te uspoređuje kulturne politike vezane uz razvoj publike u europskim zemljama i u Hrvatskoj. Peto poglavlje iznosi metodologiju istraživanja te opis korištenih metoda i instrumenata. Šesto poglavlje donosi rezultate kvantitativne i kvalitativne analize. Sedmo poglavlje prikazuje usporednu analizu dobivenih rezultata provedenu kvantitativnim i kvalitativnim metodama istraživanja. U osmom poglavlju nalazi se rasprava, u kojoj se rezultati tumače u odnosu na teorijski okvir. Deveto poglavlje obuhvaća zaključke te se iznose preporuke za praksu i buduća istraživanja.

1.1. Problem istraživanja

U kontekstu globalnih promjena u audiovizualnoj industriji nezavisna filmska produkcija zauzima sve vidljivije mjesto u kulturnim i medijskim studijama, ali i u praksi stvaranja sadržaja koji nastaje izvan dominantnih institucionalnih i tržišnih okvira. U hrvatskom audiovizualnom prostoru, nezavisni filmovi često nastaju u uvjetima ograničenih resursa, institucionalne nestabilnosti i neredovitog financiranja, a njihova vidljivost, distribucija i recepcija ovise o alternativnim modelima plasmana i promocije, uključujući digitalne platforme, crowdfunding kampanje i festivale.

Unatoč porastu produkcijskih aktivnosti i broju autora koji djeluju u nezavisnom kontekstu hrvatska znanstvena literatura još uvijek relativno rijetko problematizira proizvodne i distribucijske specifičnosti ove vrste filmske djelatnosti, osobito u kontekstu odnosa prema publici. Pitanje kako se publika konstruira, adresira i uključuje u proces stvaranja i cirkulacije nezavisnog filma ostaje nedovoljno istraženo. Dodatno, nedostatak empirijskih podataka o percepcijama publike, motivacijama za gledanje nezavisnih filmova te o utjecaju digitalnih distribucijskih alata stvara prazninu u znanju koja ograničava mogućnost razvoja održivih kulturnih politika u ovom sektoru. Stoga se kao središnji problem istraživanja ističe potreba za sustavnom analizom odnosa između produkcijskih i distribucijskih praksi nezavisnih filmskih autora u Hrvatskoj te načina na koji se u tim praksama promišlja i uključuje publika. Posebno je važno razumjeti kako se modeli

financiranja i distribucije – tradicionalni i digitalni – odražavaju na mogućnosti dopiranja do publike i stvaranja trajnih odnosa između filmskog sadržaja i gledatelja.

U tom kontekstu istraživanje teži ne samo identificirati postojeće obrasce i izazove nego i pridonijeti razvoju znanstveno utemeljenih smjernica za buduće produkcijske i distribucijske modele koji publiku prepoznaju kao aktivnog sudionika, a ne isključivo kao krajnjeg konzumenta audiovizualnog sadržaja.

1.2. Svrha i ciljevi istraživanja

Svrha ovog istraživanja jest doprinijeti boljem razumijevanju uloge publike unutar hrvatskog nezavisnog filmskog sektora kroz analizu suvremenih produkcijskih i distribucijskih modela koji oblikuju odnos između filmskog stvaratelja i gledatelja. U vremenu sve izraženijih promjena u medijskim navikama, digitalnoj konzumaciji sadržaja i decentralizaciji distribucijskih kanala, nezavisna produkcija sve više postaje prostor eksperimenta, ali i prostor izazova u pogledu održivosti, vidljivosti i kulturne relevantnosti. Istraživanje teži mapirati kako nezavisni autori, producenti i distributeri koncipiraju publiku u okviru vlastitih strategija te na koji način financijski, infrastrukturni i tehnološki uvjeti utječu na uspostavu tog odnosa.

Analizom praksi stvaranja, financiranja i distribucije nezavisnog filma u Hrvatskoj, istraživanje ima za cilj identificirati ključne obrasce djelovanja u ovom sektoru, kao i postojeće praznine u razvoju publike koje otežavaju održivost i društveni doseg nezavisne audiovizualne produkcije.

Polazeći od te svrhe, u ovom se istraživanju postavljaju sljedeći specifični ciljevi istraživanja:

1. Analizirati ključne karakteristike i izazove nezavisne (gerilske) filmske produkcije u Hrvatskoj.
2. Istražiti dominantne produkcijske i financijske modele koji se primjenjuju u hrvatskom nezavisnom filmskom sektoru.
3. Ispitati distribucijske strategije i ulogu digitalnih platformi u povećanju vidljivosti i dostupnosti nezavisnih filmova.

4. Analizirati percepcije publike o nezavisnim filmovima – uključujući njihovu estetsku, tematsku i društvenu recepciju.
5. Formulirati preporuke za održiv i participativan razvoj hrvatske nezavisne filmske produkcije, s naglaskom na jačanje odnosa između autora i publike.

Ovi ciljevi usmjereni su prema pružanju empirijski i teorijski utemeljenih uvida koji mogu poslužiti znanstvenoj zajednici u daljnjem istraživanju audiovizualne kulture te stručnjacima i institucijama uključenima u oblikovanje kulturnih politika, edukacijskih programa i distribucijskih strategija.

1.3. Istraživačka pitanja i hipoteze

Opći cilj ovog istraživanja jest doprinijeti boljem razumijevanju nezavisne filmske produkcije u Hrvatskoj kroz analizu njezinih produkcijskih i distribucijskih modela, kao i percepcije publike o tim filmovima. Poseban je naglasak stavljen na ulogu digitalnih tehnologija i platformi u oblikovanju vidljivosti, dostupnosti i recepcije nezavisnog filma.

U skladu s postavljenim ciljevima, istraživanje se vodi sljedećim istraživačkim pitanjima:

1. Koje su glavne karakteristike nezavisne filmske produkcije u Hrvatskoj i s kakvim se izazovima suočavaju njezini ključni akteri – autori, producenti i distributeri?
2. Koji su dominantni modeli financiranja te kako se oni razlikuju od institucionalne produkcije?
3. U kojoj mjeri digitalne distribucijske platforme omogućuju veću vidljivost i dostupnost hrvatskim nezavisnim filmovima u odnosu na tradicionalne kanale distribucije (kino-mreža, televizija)?
4. Kako hrvatska publika percipira nezavisne filmove u pogledu kvalitete, originalnosti, umjetničke vrijednosti i tematske relevantnosti?
5. Koji su ključni razlozi zbog kojih publika konzumira (ili ne konzumira) nezavisni film?
6. Na koji način financijski i distribucijski čimbenici ograničavaju doseg i kulturni utjecaj nezavisnog filma u hrvatskom društvu?

Sukladno tome, formulirane su sljedeće hipoteze:

***H1:** Nezavisna filmska produkcija u Hrvatskoj primarno se oslanja na alternativne modele financiranja, poput crowdfunding kampanja, međunarodnih koprodukcija i institucionalnih potpora.*

Glavna metoda za testiranje hipoteze **H1** bila je kvalitativna analiza intervjua provedenih s odabranim akterima hrvatske nezavisne filmske scene. U okviru istraživanja provedeni su polustrukturirani intervjui s četvero profesionalaca – producentom, redateljem, scenaristom i distributerom – koji aktivno sudjeluju u nezavisnoj produkciji. Intervjui su sadržavali pitanja usmjerena na konkretne izvore financiranja korištene u njihovim projektima (institucionalna sredstva, međunarodne koprodukcije, crowdfunding), iskustva s dostupnošću domaćih i stranih fondova (npr. HAVC, MEDIA, Eurimages), prepreke pri prijavi na natječaje i pristupu institucionalnim sredstvima te motivaciju i prepreke pri korištenju alternativnih modela (donacije publike, privatni sponzori, samofinanciranje). Analiza odgovora provedena je tematskom analizom prema Braun i Clarke (2006), pri čemu su kodirane izjave koje se odnose na strategije financiranja, udio institucionalne potpore te iskustva s međunarodnim koprodukcijama i crowdfunding kampanjama. Poseban naglasak stavljen je na učestalost spominjanja pojedinih modela, kao i na njihovu percipiranu učinkovitost i održivost. Kako bi se triangulirali podaci iz intervjua, provedena je sekundarna analiza izvještaja Hrvatskog audiovizualnog centra (HAVC), dostupnih budžeta nezavisnih filmova i stručnih publikacija. Iako hipoteza **H1** prvenstveno cilja na perspektivu profesionalaca, djelomična validacija provedena je i kroz kvantitativni upitnik distribuiran među publikom. U upitniku su se nalazila pitanja o razini informiranosti publike o izvorima financiranja nezavisnih filmova te o njihovoj spremnosti na financijsku participaciju putem crowdfunding modela. Iako neizravno testira hipotezu, ovaj podatak pruža kontekstualni uvid u prihvaćenost alternativnih modela iz perspektive gledatelja.

***H2:** Digitalni distribucijski kanali (VOD, streaming platforme i društvene mreže) značajno povećavaju vidljivost i dostupnost hrvatskih nezavisnih filmova u usporedbi s tradicionalnom distribucijom (kino-distribucija i televizija).*

Testiranje hipoteze **H2** provedeno je kombinacijom kvantitativne analize ankete publike i kvalitativne analize intervjua s profesionalcima, uz dodatnu sekundarnu analizu

distribucijskih podataka. Dobiveni su podaci statistički analizirani pomoću frekvencijske distribucije i korelacijskih odnosa među varijablama (npr. dostupnost sadržaja i učestalost gledanja). Analiza je omogućila usporedbu digitalnih i tradicionalnih oblika distribucije, čime je hipoteza **H2** provjerena na temelju stvarnih praksi i percepcija publike.

H3: Publika u Hrvatskoj percipira nezavisne filmove kao autentične i umjetnički vrijedne.

Hipoteza **H3** usmjerena je isključivo na percepciju publike te je stoga testirana kvantitativnom anketom, nadopunjenom interpretacijom otvorenih komentara i uvida iz kvalitativnih izvora. Anketa je sadržavala niz tvrdnji (npr. „Nezavisni filmovi nude dublje i autentičnije priče od komercijalnih filmova”), ocijenjenih na Likertovoj skali od 1 do 5. Analizirani su odgovori prema srednjim vrijednostima, raspodjeli odgovora i razlikama među demografskim skupinama (dob, obrazovanje, mjesto stanovanja). Zatim je napravljena korelacijska analiza te su provedene korelacije između percepcije autentičnosti i učestalosti gledanja nezavisnih filmova, izvora konzumacije (kino, streaming) te interesa za određene teme (društvene, intimne, eksperimentalne). Otvorena pitanja u anketi, kao i izjave profesionalaca, korišteni su za kontekstualizaciju stavova gledatelja. Istaknuti su izrazi koji upućuju na doživljaj nezavisnog filma kao „iskrenijeg”, „kritičnijeg” i „bliskijeg stvarnosti”, što potvrđuje temeljnu pretpostavku hipoteze **H3**.

H4: Financijski i distribucijski izazovi predstavljaju glavne prepreke široj recepciji i popularnosti nezavisnih filmova među domaćom publikom.

Hipoteza **H4** testirana je integracijom kvalitativnih i kvantitativnih podataka, kroz identificiranje prepreka s obje strane audiovizualnog lanca – produkcijske i recepcijske. Provedeni su polustrukturirani intervjui s filmskim profesionalcima, u kojima su sudionici eksplicitno govorili o složenosti pristupa fondovima (HAVC, MEDIA), administrativnim preprekama, nedostatku resursa za promociju i distribuciju te o utjecaju budžetskih ograničenja na estetske i tehničke aspekte filma. U tematskoj analizi najčešće su se izdvajale jedinice značenja vezane uz „nevidljivost”, „slabu podršku”, „nemogućnost prodora do publike”. Uz to, publika je ocjenjivala razloge zbog kojih rjeđe gleda nezavisne filmove, a među najčešće označenim preprekama bili su nedostatak informacija o prikazivanju, ograničena dostupnost sadržaja te nedovoljna promocija ili

neprepoznatljivost nezavisnih filmova. Statistički su analizirane korelacije između stavova o kvaliteti i učestalosti gledanja, što je ukazalo na to da prepreke nisu nužno vezane uz sadržaj, već uz distribucijski i komunikacijski lanac. Rezultati su potvrdili postojanje značajnih distribucijskih jazova između mainstream i nezavisnih filmova, koji izravno utječu na njihovu prisutnost u javnosti.

1.4. Metodologija istraživanja

Ovo se istraživanje temelji na kombiniranom (mješovitom) metodološkom pristupu, koji integrira kvantitativne i kvalitativne metode s ciljem postizanja dubinskog i višedimenzionalnog razumijevanja fenomena nezavisne filmske produkcije, distribucije i recepcije u Hrvatskoj.

Takav pristup omogućuje simultanu evaluaciju percepcija publike (kvantitativno) i profesionalnih iskustava autora, producenata i distributera (kvalitativno), čime se osigurava analiza „odozdo“ (gledatelji) i „odozgo“ (filmski radnici), odnosno društveno-kulturnog i institucionalnog konteksta djelovanja nezavisnog filma.

Istraživački je dizajn strukturiran oko testiranja četiri hipoteze (H1–H4) koje se odnose na:

- financijske modele,
- distribucijske strategije,
- recepciju publike i
- strukturne prepreke u audiovizualnom sustavu.

Kako bi se odgovorilo na svaku od hipoteza, odabrane su kvantitativne i kvalitativne komponente istraživanja.

1.4.1. Kvantitativna komponenta – Anketno ispitivanje

Anketno istraživanje provedeno je na uzorku od 442 ispitanika, regrutiranih putem društvenih mreža i mailing-lista kulturnih i obrazovnih institucija. Ispunjavanje ankete bilo je anonimno i dobrovoljno, a podaci su prikupljeni tijekom 72 dana (od 3. lipnja do 15. kolovoza 2025. godine).

Demografska struktura istraživanja bila je sljedeća:

- Spol: 71,9 % žena, 27,1 % muškaraca.
- Dob: najzastupljenija skupina – 21 do 40 godina.
- Obrazovanje: više od 70 % ispitanika visokoobrazovano.
- Mjesto stanovanja: dominantno urbane sredine.

Upitnik je sadržavao tvrdnje na Likertovoj skali (1–5), koje su obuhvaćale:

- percepciju autentičnosti i umjetničke vrijednosti nezavisnih filmova,
- dostupnost sadržaja putem digitalnih i tradicionalnih kanala,
- važnost institucionalne potpore i
- utjecaj financiranja na kvalitetu.

Podaci su analizirani pomoću Excela, Pythona i SPSS-a kroz:

- deskriptivnu statistiku (frekvencije, srednje vrijednosti, standardne devijacije),
- t-testove i ANOVA analize za razlike među spolovima i dobnim skupinama,
- Pearsonovu korelaciju i regresijsku analizu za testiranje odnosa među varijablama i prediktorima.

1.4.2. Kvalitativna komponenta – dubinski intervjui

U kvalitativnom dijelu sudjelovalo je četvero profesionalaca s višegodišnjim iskustvom u nezavisnoj produkciji i distribuciji. Odabrani su namjernim uzorkovanjem (*purposive sampling*) kako bi se osigurala relevantnost uvida. Intervjui su provedeni u pisanom obliku (putem e-mail korespondencije) tijekom lipnja i srpnja 2025. godine. Sudionicima je zajamčena anonimnost i pseudonimizacija, a prije sudjelovanja informirani su o svrsi istraživanja i svom pravu na povlačenje iz procesa u bilo kojem trenutku.

Analiza intervjua provedena je primjenom tematske analize prema Braun i Clarke (2006), kroz sljedeće korake:

- višestruko čitanje i upoznavanje s materijalom,
- otvoreno kodiranje izjava,
- grupiranje kodova prema istraživačkim hipotezama (H1–H4),
- ekstrakcija reprezentativnih citata,

- tematska sinteza i interpretacija u odnosu na teorijski okvir i kvantitativne nalaze.

Kodiranje je provedeno ručno u MS Wordu, uz pomoć Excela za sistematizaciju i mapiranje tematskih jedinica.

Zaključno, korištenje dvostruke metodologije omogućilo je validaciju kvantitativnih podataka kroz uvid u narative profesionalaca, triangulaciju rezultata iz dvaju izvora (publika nasuprot autorima), otkrivanje nijansi i elemenata koje anketa ne bi mogla registrirati (npr. improvizacijske prakse, institucionalne barijere, kreativne strategije) te identifikaciju reformskih prijedloga (mikrobudžeti, distribucijske potpore, edukacija publike). Kvalitativna komponenta, premda brojčano manje obimna, omogućila je dublju dijagnozu problema i kontekstualizaciju statističkih uvida, čime je pridonijela ukupnoj transformativnoj analizi.

Ovakav metodološki dizajn povećava znanstvenu valjanost rezultata kroz višedimenzionalnu obradu podataka, omogućuje generalizaciju stavova publike uz istovremenu diferencijaciju profesionalnih iskustava, osigurava temelje za relevantne preporuke kulturnim politikama i audiovizualnim institucijama, pruža alat za buduća istraživanja nezavisne produkcije u sličnim kontekstima (posttranzicijske i male kinematografije).

1.5. Očekivani znanstveni doprinos

Ovo istraživanje donosi originalan i višeslojan znanstveni doprinos području filmskih i medijskih studija, s posebnim fokusom na hrvatsku nezavisnu audiovizualnu produkciju. Posebna vrijednost istraživanja proizlazi iz činjenice da ono istodobno integrira perspektivu filmskih stvaratelja i stavove publike, čime omogućuje cjelovitiji uvid u kompleksnu dinamiku između produkcijskih praksi, distribucijskih modela i recepcije sadržaja.

Prvo, istraživanje ispunjava vidljivu prazninu u domaćoj znanstvenoj literaturi time što temeljito analizira nezavisni filmski sektor u Hrvatskoj, izvan tradicionalnih institucionalnih okvira. Iako su pojedine studije dosad tematizirale kulturne politike, distribuciju ili produkcijske uvjete (npr. Iordanova, 2019; Mandić i sur., 2017), sustavna

analiza odnosa između produkcije, distribucije i publike u nezavisnom kontekstu dosad nije provedena u ovom opsegu.

Drugo, istraživanje doprinosi razvoju teorijskog okvira unutar područja razvoja publike (*audience development*), primjenjujući taj koncept u kontekstu mikrokinematografije i nezavisne produkcije. U tom smislu, rezultati rada nadopunjuju postojeća znanja o medijskoj participaciji i digitalnim praksama konzumacije audiovizualnog sadržaja, osobito u malim jezicima i perifernim produkcijskim kontekstima.

Treće, istraživanje otvara prostor za kritičku refleksiju o funkciji kulturnih politika i postojećih modela potpore filmskoj industriji. Kroz empirijske podatke o preferencijama publike i stvarnim izazovima producenata i distributera, rad nudi podlogu za teorijsku i institucionalnu raspravu o održivosti nezavisne kinematografije na nacionalnoj i europskoj razini, čime doprinosi oblikovanju interdisciplinarnog znanja na sjecištu filmskih studija, kulturne sociologije i politike medija.

Konačno, metodološki, istraživanje doprinosi razvoju mješovitih istraživačkih pristupa u analizi audiovizualnog sektora. Korištenjem kombinacije kvantitativnih i kvalitativnih instrumenata te analizom stvarnih slučajeva iz domaće prakse, rad predstavlja model koji pokazuje kako istraživačka praksa može biti istodobno empirijski utemeljena i teorijski informirana. Posebnost ovog pristupa proizlazi iz kombiniranja *bottom-up* i *top-down* analize, čime se stvara novi model istraživanja odnosa između autora i publike u kontekstu malih kinematografija.

Na temelju navedenoga, očekuje se da će ovo istraživanje poslužiti kao temelj za daljnje studije u području kulturnih i medijskih politika, kao i relevantan doprinos razvoju znanstvene rasprave o odnosima između autora, publike i tehnologije u suvremenom filmskom ekosustavu.

1.6. Struktura rada

Ovaj je rad strukturiran u devet glavnih poglavlja, koja slijede logiku istraživačkog procesa – od teorijske i kontekstualne postavke, preko metodološke operacionalizacije, do interpretacije rezultata te formulacije zaključaka i preporuka.

Prvo poglavlje donosi uvod u temu istraživanja, u kojem se obrazlažu aktualnost i relevantnost teme, istraživački problem, ciljevi, hipoteze te svrha istraživanja. U drugom poglavlju se donosi teorijski pregled relevantne literature i postojećih istraživanja, s posebnim naglaskom na koncepte nezavisnog filma, financijskih modela i kulturnih politika, kao i ulogu digitalnih tehnologija u distribuciji audiovizualnog sadržaja. Treće poglavlje daje pregled razvoja nezavisne filmske produkcije u Hrvatskoj te opisuje institucionalizaciju financiranja kroz djelovanje Hrvatskog audiovizualnog centra. U četvrtom se poglavlju analiziraju kulturne politike vezane uz razvoj publika u Hrvatskoj i Europi u audiovizualnom kontekstu.

Peto poglavlje posvećeno je metodologiji istraživanja. U njemu se opisuje mješoviti metodološki pristup, obrazlažu se korištene metode prikupljanja i analize podataka te etički aspekti provedbe istraživanja. Također se prikazuje plan istraživanja i struktura uzorka.

Šesto poglavlje predstavlja rezultate kvantitativnog istraživanja provedenog putem mrežne ankete te analizu dubinskih intervjua s profesionalcima iz hrvatske nezavisne filmske scene, kao i prikaz i usporedbu odabranih studija slučaja. Izlažu se nalazi vezani uz percepciju publike o nezavisnim filmovima, njihove navike gledanja, preferencije distribucijskih kanala i spremnost na financijsku participaciju. Sedmo poglavlje donosi usporednu analizu rezultata dobivenih kvantitativnim i kvalitativnim metodama istraživanja. Ova poglavlja omogućuju dublje razumijevanje izazova produkcije i distribucije iz perspektive samih stvaratelja i aktera industrije.

Osmo poglavlje sadrži raspravu u kojoj se rezultati istraživanja interpretiraju u svjetlu teorijskog okvira, pri čemu se komparativno razmatraju sličnosti i razlike između stavova publike i filmskih profesionalaca. Također se iznose znanstveni, metodološki i praktični doprinosi rada te identificirana ograničenja.

Deveto poglavlje donosi zaključke, sintezu ključnih uvida te preporuke za praksu i daljnja istraživanja. Poseban naglasak stavljen je na mogućnosti razvoja održivijih modela nezavisne produkcije i inkluzivnijih distribucijskih strategija u kontekstu hrvatskog audiovizualnog sektora.

2. NEZAVISNA FILMSKA PRODUKCIJA – DEFINICIJE I MODELI

Nezavisna filmska produkcija razvija se paralelno s mainstream filmskom industrijom te od svojih početaka predstavlja fenomen vrijedan istraživanja. U ovom se poglavlju donosi pregled najrelevantnijih autora koji su se bavili produkcijskim modelima nezavisne filmske produkcije, estetikom i problematikom nezavisnog filma te distribucijskim modelima i publikama koje prate (nezavisni) film. Uz pojam nezavisne filmske industrije kolokvijalno se veže i gerilska produkcija, pa će se u ovom poglavlju usporediti jedan i drugi pojam, pri čemu naglasak ostaje na nezavisnoj filmskoj produkciji, ponajprije dugometražnih igranih filmova nastalih u Sjedinjenim Američkim Državama i Europi. U ovom će se poglavlju prikazati glavne razlike između definicije pojma nezavisnog filma u Sjedinjenim Američkim Državama i Europi te će se postaviti temeljni parametri nezavisne filmske produkcije za hrvatsko tržište.

2.1. Nezavisna filmska produkcija: definicije

Pitanje nezavisnosti u filmskoj produkciji nije samo praktične ili organizacijske prirode, već i duboko teorijsko i ideološko. Nezavisni film nije jasno definiran žanr niti isključivo institucionalna kategorija, već označava heterogenu skupinu filmskih praksi koje odstupaju od normi dominantne filmske industrije (Hollywooda). U kontekstu kinematografije, nezavisnost se može promatrati kroz različite, međusobno isprepletene dimenzije: ekonomsku, estetsku, ideološku, distribucijsku i kulturnu. Istraživanja europske nezavisne filmske produkcije (npr. Iordanova, 2010; Elsaesser, 2005) ukazuju na to da su lokalni, kulturni i transnacionalni konteksti ključni za razumijevanje specifičnih modela nezavisnosti izvan američkog tržišta. U nastavku će se analizirati kako su različiti teoretičari oblikovali razumijevanje nezavisnosti te kako se taj pojam koristi u suvremenoj filmskoj analizi.

2.1.1. Financijska nezavisnost: tko kontrolira sredstva?

Jedna od najčešćih i najstarijih definicija nezavisnog filma temelji se na izvoru financiranja. U svom radu *Legally Independent: The Exhibition of Independent Art Films* Berliner se poziva na definiciju nezavisnog filma prema Jamesu Schamusu – nezavisni film

financiran je kapitalom koji nije osiguran od strane distribucijskih kompanija koje će ga posljedično eksploatirati. Schamus također smatra da jedino financijska sloboda donosi i potpunu kreativnu slobodu, koja je načelo „nezavisne” produkcije (Berliner, 2017). Prema Geoffu Kingu (2005), financijska nezavisnost ne jamči estetsku nezavisnost, budući da film može biti financiran izvan Hollywooda, a opet reproducirati dominantne narative i stilove. S druge strane, film koji djelomično koristi studijske resurse može ipak biti nezavisan u tematskom ili formalnom smislu. Također je važno istaknuti kako su veliki hollywoodski studiji¹ razvili posebne divizije distribucijskih tvrtki koje distribuiraju upravo nezavisne (*indie*, eng. kratica od *independent*) filmove, zbog čega je teško povući jasnu granicu između mainstream i nezavisne produkcije na američkom tržištu. Međutim, takva je podjela pojednostavljena i ne može se primijeniti globalno, a osobito ne na europski film, budući da mnogi europski filmovi ovise o financiranju iz javnih sredstava, fondova i sličnih izvora. Takozvani nezavisni filmovi s američkog tržišta također mogu imati institucionalnu podršku (npr. fondovi, privatni kapital, produkcijske kuće poput A24), dok pojedini komercijalni projekti mogu nastajati s ograničenim sredstvima. Upravo zbog toga, kako navodi Berliner (2017),

„Umjesto da se ‘nezavisna kinematografija’ definira prema industrijskim i studijskim filmovima, neki znanstvenici radije je promatraju kao skup filmova koji dijele određena formalna ili tematska obilježja. Newman naglašava narative usmjerene na likove, društvenu angažiranost, pastiš i ono što naziva ‘igre narativnih formi’“ (Newman prema Berlineru, 2017:6, prijevod autorice).

Slijedom toga, nezavisni film možemo promatrati kroz prizmu novih narativnih struktura i estetskih postupaka koji propituju dominantne obrasce mainstream kinematografije.

2.1.2. Estetska nezavisnost: stil kao otpor

Estetska nezavisnost u nezavisnoj filmskoj produkciji podrazumijeva umjetničku autonomiju autora koji stvara izvan tržišnih očekivanja, oslanjajući se na izražajne forme koje se udaljuju od konvencija klasične naracije – uključujući nekonvencionalnu strukturu radnje, upotrebu neprofesionalnih glumaca (Baron i Tzioumakis, 2020), dokumentaristički

¹ Warner Bros. Pictures (vlasnik Time Warner), Paramount Pictures (Viacom), Walt Disney Pictures (Walt Disney Company), Columbia Pictures, Universal Pictures (General Electric Vivendi) u Twentieth Century Fox (New Corporation)

stil snimanja (Rabiger, 2013), duge kadrove i ritam svojstven tzv. *slow cinema* (Çağlayan, 2014), improvizaciju (Nagib, 2020) te eksperimentalne montažne postupke (Ramirez, 2022). Ova praksa potvrđuje težnju autora za estetskom slobodom i izražajnom neovisnošću, koju mnogi teoretičari tumače kao odgovor na institucionalna i tržišna ograničenja mainstream kinematografije (Macklin, 1995; Miner, 2021). Ovakav je pristup često inspiriran filmskim avangardama (npr. francuski novi val, talijanski neorealizam i dr.), ali i suvremenim pokretima (npr. *mumblecore* u SAD-u). Francuski je novi val iznjedrio autore poput Godarda i Truffauta te drugih koji su dijelili veliko poštovanje i, uvjetno rečeno, obožavanje američkog žanrovskog filma i djela *auteurs* poput Wellesa, Hawksa i Fullera, što se prenosilo i u njihove filmove (Marković, 2006). Iz toga proizlazi Truffautova misao da je „rezultat tenzije nastale između tradicionalnih oblika filmskog dela i lične borbe filmskog stvaraoca s njima važna osnova filmske umetnosti“ (Marković, 2006: 94). Devedesetih godina prošlog stoljeća na nezavisnu filmsku scenu stupa Quentin Tarantino, koji također eksperimentira – poput svojih filmskih uzora – sa žanrovskim konvencijama, neočekivanim obratima u radnji, neobičnim dijalozima i velikim brojem nekonvencionalnih likova. I Godard, i Truffaut, i Tarantino svoje gledatelje pozivaju da preispituju ne samo prihvaćene konvencije žanrovskih filmova nego i cjelokupan proces filmskog stvaralaštva.

Bill Nichols (1994) ističe da se estetska nezavisnost često preklapa s političkom: forma postaje sredstvo subverzije, a time i političkog izražavanja. U feminističkoj kinematografiji, primjerice, narativna fragmentacija, subjektivna kamera i dekonstrukcija muškog pogleda služe kao načini kritike patrijarhalne reprezentacije žena. Slično tomu, postkolonijalne naracije često koriste višeglasje, jezičnu raznolikost i nelinearni tijek radnje kako bi prikazale iskustva potlačenih zajednica i dovela u pitanje zapadne kolonijalne perspektive. U queer kinematografiji, odstupanja od heteronormativne dramaturgije i binarne spolne reprezentacije omogućuju stvaranje identitetski fluidnih i politički angažiranih prostora otpora. Nicholsova teza sugerira da je nezavisnost u filmu prije svega čin značenja – u kojem odabir estetskih sredstava, struktura i žanrovskih pravila postaje instrument kojim se osporava, dekonstruira i redefinira društvena stvarnost. U tom svjetlu, nezavisni se film ne može odvojiti od svoje političke dimenzije, jer njegova

estetska sloboda najčešće postoji upravo radi suočavanja s institucionalnom, društvenom i ideološkom dominacijom.

2.1.3. Ideološka nezavisnost: protiv dominantne kulture

Ideološka dimenzija odnosi se na sadržajnu i političku orijentaciju filma. Nezavisni filmovi, budući da ne ovise o tržišnoj komponenti, često tematiziraju marginalizirane skupine (etničke, spolne, klasne), političke i društvene tabue te sustavnu kritiku institucija (vlade, kapitalizma, religije). Tijekom 1960-ih struja koja nije podržavala američki društveni status quo (rasnu segregaciju, seksualnu represiju) istodobno je zahtijevala od filmova da usvoje nove izražajne forme koje su već postojale u slikarstvu i književnosti. Usporedno, europski filmovi toga vremena značajno su utjecali na razvoj američkog nezavisnog filma. Pod utjecajem Godarda, Bergmana i Fellinija nastali su tzv. „odmetnički filmovi”, a pojavili su se i autori poput Romera, Holzmana i Lewisa (Marković, 2006). Ideološka nezavisnost često nastaje kao odgovor na mainstream, pa tako tijekom sedamdesetih 20. stoljeća u Hollywoodu dolazi do produkcije filmova u kojima igraju crni glumci, a teme su bile crnački nacionalizam i bunt pokreta *Black Power*. Iako je kritika osudila takve filmove, kao i eksploataciju Afroamerikanaca, te je taj pokret nazvan *blaxploitation*, reakcija nije dosegla mainstream medije, nego crne filmske stvaratelje, unutar kojih se razvila L. A. škola. Autori poput Charlesa Burnetta, Billyja Woodberryja, Haile Gerima i Julie Dash – koji su ujedno i najistaknutiji predstavnici toga pokreta, stvarali su filmove oslanjajući se na vlastita iskustva u crnoj zajednici te na različite političke i društvene pokrete koji su uključivali crni nacionalizam, pokret za građanska prava, ženski pokret, antiratnu retoriku i marksističko učenje. Njihovi filmovi predstavljali su protest i tradiciju kojoj su ih učili (Marković 2006).

Filmovi poput *Do the Right Thing* (1989) redatelja Spikea Leeja i *La Haine* (1995) Mathieu Kassovitza često se ističu kao paradigme filmskog aktivizma i urbanog realizma. Kako navodi Ginette Vincendeau (2005), *La Haine* je ključan primjer „novog realizma” francuskog filma, čije estetske i političke strategije reflektiraju duboku socioekonomsku isključenost mladih u *banlieue*-predgrađima. Slično tome, Zélie Asava (2017) analizira *Do the Right Thing* kao dio afroameričke tradicije političkog filma, koji eksplicitno

destabilizira gledateljevu poziciju neutralnosti i potiče aktivističku refleksiju. Oba filma ne služe samo reprezentaciji, nego djeluju intervencionistički unutar društveno-političkog diskursa, kako ističe i Myrrha Edwards (2008) u kontekstu medijskog otpora.

U filmu *La Haine* Kassovitz koristi estetske strategije dokumentarističke kamere, crno-bijelu fotografiju i fragmentiranu naraciju kako bi pojačao osjećaj marginalizacije, što Sarah Tribout-Joseph (2024) vidi kao produžetak poetike društvenog realizma s fokusom na institucionalnu diskriminaciju. S druge strane, Spike Lee koristi boje, montažne kontraste i glazbu kako bi naglasio rasne tenzije u Brooklynu, što prema Rose (2007) stvara *gritty realism* koji ruši granice između fikcije i stvarnosti.

U europskom kontekstu *La Haine* se pozicionira unutar žanra *cinéma de banlieue*, koji se, kako piše Carrie Tarr (2019), odlikuje fokusom na postkolonijalne identitete, klasnu nejednakost i urbano nasilje. Suprotno tome, *Do the Right Thing* pripada tradiciji *civil rights cinema*, čiji je cilj, prema O'Shaughnessyju (2008), politička mobilizacija i dekonstrukcija institucionalizirane nepravde kroz film. Ovi autori potvrđuju da oba djela ruše očekivanja objektivnosti te se otvoreno svrstavaju na stranu potlačenih ne s ciljem emocionalnog rasterećenja, nego destabilizacije i političke mobilizacije gledatelja.

U ovom se okviru nezavisnost odnosi na ideološku poziciju, a film djeluje kao alternativa hegemonijskim reprezentacijama stvarnosti. Odstupanje od konvencionalnih tema te propitivanje ideologija i politika često dovodi do ograničene distribucije nezavisnih filmova, koji svoju vidljivost potom stječu u nekomercijalnim prostorima i art-kinima.

2.1.4. Distribucijska i festivalska nezavisnost

Dimenzija distribucije ima ključnu ulogu u oblikovanju percepcije i statusa filma kao nezavisnog. Nezavisni filmovi rijetko ulaze u široku kinodistribuciju karakterističnu za holivudske blockbustere; umjesto toga, njihova se prisutnost ostvaruje kroz prikazivanje u umjetničkim kinima, na specijaliziranim nezavisnim filmskim festivalima te na digitalnim platformama s kuriranim sadržajem, poput MUBI-ja ili Arte.tv-a.

U tom kontekstu, prostori distribucije postaju jednako važni kao i produkcijski uvjeti, budući da omogućuju ne samo vidljivost nezavisnih filmova nego i njihovu legitimaciju unutar kulturnog i kritičkog diskursa. Film koji je prikazan u specijaliziranom festivalskom programu, čak i ako je djelomično financiran institucionalnim sredstvima, može steći status nezavisnog upravo zbog svoje prisutnosti u alternativnim ili autorski orijentiranim distribucijskim kanalima.

Filmski festivali poput Sundancea (SAD), Berlinalea (Njemačka), Locarna (Švicarska), International Film Festival Rotterdam (IFFR, Nizozemska) i drugih ne samo da predstavljaju glavne platforme za afirmaciju novih autora, već su i ključni mehanizmi za razvoj alternativne filmske ekonomije. Kroz njihove selekcije i nagrade oblikuje se kanon nezavisne kinematografije, a istodobno se stvaraju uvjeti za umrežavanje filmskih profesionalaca, ostvarivanje koprodukcija i povećanje međunarodne vidljivosti.

Međutim, kako upozorava Thomas Elsaesser,

“Filmski festivali, s jedne strane, tipični su postmoderni fenomeni, sa svojom auto-refleksivnom i samoreferencijalnom dimenzijom, ali su istodobno i bogati mitskim značenjima kroz svoje performativne tautologije. S druge strane, oni su očito i proizvod globalizacije i postfordističke faze takozvanih kreativnih industrija i ekonomije doživljaja, gdje festivali nastoje iskoristiti vremenske i prostorne prednosti koje poznajemo i iz turizma i industrije baštine – no sada u druge svrhe. Te svrhe tek treba jasnije definirati. Za europsku kinematografiju, one su posebno neizvjesne i vjerojatno će biti dočekanе sa skepsom, ako ne i s cinizmom, ako inzistiramo na očuvanju temeljnih vrijednosti umjetnosti, autorskog pristupa i nacionalnog filma kao naših vodećih načela”
(Elsaesser, 2005:103, prijevod autorice)

i sam festivalski sustav može postati institucionaliziran, odnosno podložan standardizaciji i tržišnoj logici. U takvom slučaju nezavisnost se više ne doživljava kao radikalan otklon od dominantne industrije, već kao predvidljiv žanr ili kulturna niša, čime se alternativnost komodificira i gubi na subverzivnoj snazi. Festivali, iako često percipirani kao utočišta nezavisne produkcije, time također postaju dijelom šireg tržišnog sustava, što dovodi do

paradoksa u kojem nezavisni film mora zadovoljiti određene estetske i tematske obrasce da bi bio priznat kao takav.

U konačnici, distribucijska i festivalska nezavisnost više nisu zajamčene institucionalnim odsustvom, već se pregovaraju kroz specifične oblike selekcije, recepcije i kulturnog kapitala. U tom se smislu nezavisni film nalazi u dinamičnom odnosu prema dominantnim kanalima vidljivosti, istodobno ih koristeći i kritički preispitujući. Budući da festivalska vidljivost oblikuje i percepciju publike, distribucijska se dimenzija u ovom istraživanju promatra kao važan faktor u formiranju recepcije nezavisnih filmova.

2.1.5. Nezavisnost kao spektralni pojam

U recentnim raspravama o kinematografiji, sve je očitije da binarna opozicija između nezavisnog i komercijalnog filma više ne pruža analitički dostatne alate za razumijevanje suvremenih filmskih praksi. Umjesto rigidne dihotomije, suvremena filmska teorija – uključujući autore poput Geoffa Kinga (2005) i Yannisa Tzioumakisa (2012; 2017), zagovara spektralno, odnosno kontinuirano razumijevanje nezavisnosti, pristup koji priznaje složenost i višeslojnost filmske proizvodnje, distribucije i recepcije. Prema Tzioumakisu, nezavisnost se ne definira kao odsutnost veza s dominantnim industrijskim strukturama, već kao položaj unutar specifičnih proizvodnih uvjeta, često u pregovoru s industrijskim centrima moći. King dodatno naglašava postojanje fenomena *indiewood* – hibridnog prostora između studijske i nezavisne produkcije, u kojem se elementi nezavisne estetike miješaju s komercijalnim strategijama i tržišnim očekivanjima. U tom okviru film može biti estetski nezavisan – kroz inovativne narativne forme, stilsku eksperimentaciju ili autorsku poetiku – dok istodobno ostaje financijski ovisan o javnim fondovima, koprodukcijama ili institucionalnim potporama, što Elsaesser (2005) naziva „državno podržanom autonomijom“. Film može biti ideološki subverzivan i društveno angažiran, ali se plasirati putem komercijalnih kanala i festivalskih mreža koje također uvjetuju estetiku i recepciju. Ovakav pristup omogućuje nijansiraniju analizu filmskog polja, u kojem se nezavisnost ne shvaća kao stabilna kategorija, već kao dinamična pozicija koju autori stalno pregovaraju u odnosu na industrijske, kulturne i političke kontekste. U tom smislu, prema Michaelu Z. Newmanu (2011), biti nezavisan znači djelovati izvan, protiv ili unutar

granica sustava, pri čemu se estetika i ideologija međusobno preklapaju te proizvode višestruke, ponekad i kontradiktorne pozicije.

Nezavisnost stoga nije ontološki fiksirana oznaka, već procesualni status oblikovan međuodnosima moći, kapitala, distribucije i umjetničke namjere. Kroz ovu teorijsku leću moguće je razlikovati one filmske prakse iz koje iskreno teže alternativnom izrazu od onih koje nezavisnost koriste kao marketinški alat, bez stvarnog odmaka od dominantnih modela.

2.2. Nezavisna filmska produkcija: produkcijski modeli

Za razliku od komercijalne filmske produkcije², čiji je produkcijski model određen investitorima (studijima) koji financiraju sve faze filmske produkcije, autori nezavisnog filma često moraju kombinirati nekoliko produkcijskih modela kako bi uspješno producirali film od početka do kraja. U ovom će se poglavlju predstaviti različiti produkcijski modeli koji se primjenjuju u nezavisnoj filmskoj produkciji.

2.2.1. Klasični nezavisni produkcijski model

Klasični nezavisni model predstavlja temeljni oblik nezavisne filmske produkcije koji se zasniva na visokom stupnju autorske kontrole, niskom budžetu i alternativnim izvorima financiranja izvan institucionalnih studijskih sustava (Pribram, 2002). Karakterističan je za produkcije u kojima male producentske kuće ili individualni autori samostalno razvijaju projekte, oslanjajući se na izvore poput privatnih ulaganja, crowdfunding kampanja, kulturnih fondova, mikrobudžeta, studentskih resursa i/ili predugovora s distributerima ili televizijskim mrežama (Battista, 2013; Owen, 2016). U takvom sustavu redatelj ili producent zadržava punu umjetničku autonomiju, budući da ne odgovara korporativnim investitorima ni tržišnim imperativima. Ovakav model omogućuje slobodu izražavanja u svim aspektima produkcije – od razvoja scenarija, izbora glumačke postave i žanrovskih odluka do vizualne i montažne estetike – čime se stvara prostor za eksperiment, društvenu refleksiju i inovaciju (Paunović, 2019).

² Odnosi se na komercijalne europske filmove i holivudske blockbustere.

Prema Pribramu (2002.), upravo ovakav tip produkcije ostaje najvjerniji izvornom idealu nezavisnog filma jer nudi potpunu kontrolu nad sadržajem, procesom i distribucijom. Međutim, taj model također nosi visok stupanj financijskog rizika, s obzirom na to da projekti najčešće nastaju bez institucionalne sigurnosne mreže, a njihova održivost često ovisi o festivalskom uspjehu, međunarodnoj vidljivosti i agilnoj distribuciji (Battista, 2013).

Primjeri ovog modela postoje još od rane američke kinematografije – osobito između 1910-ih i 1950-ih – kada je filmska industrija bila pod dominacijom velikih studija, ali su neovisni producenti poput Oscara Micheauxa djelovali potpuno izvan tog sustava (Berliner, 2017). Kasnije, s transformacijom industrijskih odnosa, granice između nezavisnog i studijskog filma postaju sve poroznije, pri čemu i same male produkcijske kuće često surađuju s većim sustavima distribucije i financiranja (Paunović, 2019).

U europskom kontekstu, uključujući i Hrvatsku, ovaj se model povremeno prakticira kroz inicijative nezavisnih produkcija koje se oslanjaju na međunarodne kulturne fondove, regionalne poticaje, studentske mreže ili gerilske tehnike snimanja, što je dokumentirano u studijama europske kinematografije nižeg budžeta (Tzioumakis, 2006; Owen, 2016).

2.2.2. Koproducijski modeli

Jedan od najčešćih i najvažnijih modela financiranja (nezavisnog) filma u Europi jesu koprodukcije. Prema *Filmskoj enciklopediji*, koprodukcija je

„poslovna suradnja između film. proizvođača dvije ili više zemalja, koja rezultira proizvodnjom jednoga ili više filmova, u dvije ili više jezičnih verzija; u Jugoslaviji su poznate i međurepubličke i međupokrajinske koprodukcije. Prednosti koprodukcije su prvenstveno komercijalne: udružuju se financ. sredstva, osigurava šira distribucija filma i ostvaruju višestruke financ. pogodnosti (zakonom predviđena pomoć države, oslobođenje od poreza, ukidanje statusa stranog filma i uvoznih dažbina, u nekim zemljama i jeftinija radna snaga, posebne premije za kvalitetu koje dobivaju samo domaći filmovi, povećan

broj gledalaca i sl.). Međutim, koprodukcijama se ostvaruju i neki važni kult. ciljevi: proširuju se tematska područja, razmjenjuju afirmirani umjetnici i iskustva, unapređuje kult. razmjena i komunikacija idejâ. Ta se praksa osobito razvila u Evropi neposredno nakon II svj. rata, kada su susjedne zemlje počele udruživati financ. sredstva i umj. snage, kako bi — suprotstavljajući se tržišnoj prevlasti am. filma — proširile tržište za svoje filmove.” (Filmska enciklopedija (1986-90), mrežno izdanje, 2025.)

Ove prakse otvaraju mogućnost stabilnijeg poslovnog modela u kojem filmovi od početka nastaju s jasno definiranim distribucijskim kanalima i ciljanom publikom, što uvelike povećava šanse za povrat ulaganja. Međutim, takva suradnja često dolazi uz kompromis u pogledu kreativne kontrole. Producenti i autori nerijetko se moraju prilagoditi specifičnim žanrovskim, jezičnim i formalnim očekivanjima financijera, čime se autorska sloboda djelomično ograničava.

2.2.3. Promjene u budžetu, distribuciji i digitalna tranzicija

U današnjem digitalnom kontekstu klasični nezavisni model doživljava reinterpretaciju kroz novomedijske forme, participativne platforme i globalno umrežavanje, ali osnovna načela, poput niskobudžetne produkcije i autorske kontrole, ostaju temeljne značajke nezavisne filmske produkcije. S razvojem digitalnih tehnologija nastaje mikrobudžetski model, u kojem autori koriste jeftine kamere i minimalnu ekipu. Brown (2020) navodi kako ovakvi filmovi često nastaju iz entuzijazma i entropije kolektiva, a distribuiraju se putem interneta, filmskih festivala i crowdfundinga. Digitalna revolucija značajno je redefinirala nezavisnu produkciju i njezinu distribuciju. Marpe (2022) objašnjava da je digitalna distribucija (npr. putem Vimeo, YouTubea i Netflix) otvorila nova vrata za plasman i doseg nezavisnih filmova, ali istovremeno stvorila i „prekarni ciklus” u kojem je stabilan prihod sve teže osigurati.

Nezavisna filmska produkcija nije homogena kategorija, nego spektar modela koji balansiraju između kreativne slobode i tržišnih ograničenja. Od tradicionalnih modela do digitalnih eksperimenata, nezavisni se film neprestano redefinira, prilagođava i bori za

prostor unutar industrije. Razumijevanje tih definicija i modela ključno je za poticanje održive nezavisne scene u eri digitalne globalizacije.

2.3. Financijski modeli u nezavisnoj filmskoj produkciji

Nezavisna filmska produkcija, iako definirana prvenstveno kroz autonomiju u odnosu na velike studijske sustave, u svojoj je osnovi ekonomski projekt. Financiranje nezavisnih filmova podrazumijeva jedinstven skup izazova, strategija i inovacija. Za razliku od dominantne industrije, koja ima oslonac u korporativnim ulaganjima i predvidljivim modelima prihoda, nezavisna produkcija često mora manevrirati kroz fragmentirane izvore financiranja, eksperimentalne pristupe monetizaciji te stalni rizik i nesigurnost.

Na sjevernoameričkom tržištu jedan je od najstarijih i još uvijek najčešće korištenih modela financiranja nezavisnih filmova kombinacija privatnih ulaganja i predugovora o distribuciji. Prema Tzioumakisu (2012), mnogi američki nezavisni filmovi 1990-ih osigurali su sredstva zahvaljujući ulagačima zainteresiranim za kreativne projekte s potencijalom rasta ili festivalskog uspjeha. U zamjenu za udio u potencijalnoj zaradi investitori postaju partneri u produkciji. Predugovori o distribuciji, osobito s međunarodnim distributerima, omogućuju producentima da dobivene ugovore iskoriste kao zajam za bankovne kredite (Berliner, 2018). Ova strategija je uobičajena u europskoj koprodukcijskoj mreži, gdje nezavisni filmovi unaprijed prodaju prava za teritorije poput Francuske, Njemačke ili Skandinavije.

Državne potpore, osobito u Europi, čine temeljni model javno financirane nezavisne produkcije. Nacionalni fondovi poput Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (Francuska), Filmförderungsanstalt (Njemačka), Hrvatskog audiovizualnog centra (Hrvatska) i/ili nadnacionalni fondovi poput Eurimagesa i programa MEDIA u okviru Kreativne Europe, ključni su za mnoge niskobudžetne autore. Uz investitore te nacionalne i nadnacionalne fondove razvija se i model financiranja u obliku mikrosponzorstva, koja čine mali sponzori koji dolaze iz lokalnih zajednica ili kulturnih institucija, lokalne nevladine organizacije, obrtnici ili medijski pokrovitelji koji financijski ili kroz usluge podržavaju produkciju i distribuciju nezavisnih filmova.

2.3.1. Crowdfunding i Crowdsourcing: digitalno-demokratski model

Razvoj novih tehnologija i prijelaz u digitalno doba donijeli su transformaciju u pristupima financiranja. Među njima su najistaknutiji crowdfunding i crowdsourcing. Prema Hrvatskoj agenciji za nadzor financijskih usluga (HANFA), crowdfunding je „skupno financiranje [koje] je jedan od načina alternativnog izvora financiranja projekata i poslovanja. Omogućuje tvrtkama i pokretačima prikupljanje, najčešće manjih iznosa novca, od velikog broja ljudi, danas uglavnom putem mrežnih platformi. Skupno financiranje najčešće koriste start-up tvrtke ili rastuće kompanije koje traže netradicionalni pristup novom kapitalu.” (HANFA, n.d.)

U filmskoj industriji crowdfunding je proces u kojem filmski autori putem mrežnih platformi poput Kickstartera, Crowdrisea ili GoFundMea traže financijsku potporu publike za produkciju filma. U počecima se ovaj model najčešće koristio za financiranje kratkometražnih i/ili dokumentarnih filmova te je ubrzo postao popularan među mladim nezavisnim filmašima (Tosatto i sur., 2018.). Crowdfunding omogućuje participativno sudjelovanje gledatelja u kreativnom procesu. Međutim, kako napominju Caetano i Cardoso (2011), uspjeh crowdfundinga ovisi o društvenom kapitalu autora i njihovoj sposobnosti vođenja marketinške kampanje, što može stvoriti novu nejednakost između onih s razvijenim mrežama i onih bez njih. Ovaj model, kako ističe Marpe (2022), osim što služi za prikupljanje sredstava za produkciju, koristi se i za testiranje interesa publike te stvaranje baze gledatelja prije same distribucije.

Publika u financiranju filma može sudjelovati i kroz model crowdsourcinga. Prema Winsoru i Paiku (2024.), crowdsourcing omogućuje tvrtkama da delegiraju poslove ljudima bilo gdje u zemlji ili diljem svijeta; kao rezultat toga, crowdsourcing omogućuje poslovnim subjektima iskorištavanje širokog spektra vještina i stručnosti bez uobičajenih troškova koje bi inače imali s internim zaposlenicima. Crowdsourcing također postaje sve popularnija metoda prikupljanja kapitala za posebne projekte. Kao alternativa tradicionalnim oblicima financiranja, crowdsourcing koristi zajednički interes određene skupine, zaobilazeći uobičajene „čuvar(e) pristupa” i posrednike koji su inače potrebni za osiguranje kapitala. U filmskom svijetu često su potrebna dodatna znanja i usluge u svim

fazama proizvodnje filma (od razvoja projekta do distribucije filma) pa se preko ovog modela financiranja publika može uključiti u proizvodnju filma i sudjelovati u njegovoj kreaciji. Prednosti ovog pristupa uključuju pristup većem obujmu specifičnih znanja i vještina, njegovu volontersku prirodu, visok stupanj osobne motivacije i angažiranosti sudionika te doprinos stvaranju *buzz* efekta oko filma. Time se istodobno gradi i vjerna publika koja film prati kroz sve faze distribucije (festivali, kina, digitalne platforme i dr.).

2.3.2. Festivalski fondovi

U suvremenom audiovizualnom ekosustavu filmski festivali sve više nadilaze svoju tradicionalnu izložbenu funkciju, transformirajući se u aktivne aktere procesa produkcije, razvoja i distribucije nezavisnog filma. Festivalski fondovi, kao specijalizirane komponente vodećih međunarodnih festivala, predstavljaju inovativan model financiranja koji spaja simbolički kapital festivala s infrastrukturom podrške autorima koji djeluju izvan komercijalnih, dominantnih i centraliziranih sustava (Odabasi, 2018; Vallejo, 2020).

Za razliku od klasičnih državnih potpora ili privatnih investitora, festivalski fondovi djeluju u hibridnom prostoru između kulturne misije i tržišne selekcije. Njihova je namjena često orijentirana prema projektima s izraženim autorskim pristupom, društveno angažiranim sadržajem ili regionalnom tematskom specifičnošću – osobito onima koji dolaze iz „filmski potlačenih“ geografija (Odabasi, 2021). Ovakav model omogućuje produkciju filmova koji teško mogu pronaći financijsku podršku u tradicionalnim kanalima zbog svoje estetske kompleksnosti, političke osjetljivosti ili tržišne nesigurnosti.

Kako bi se približilo djelovanje festivalskih fondova, u nastavku će se opisati neki od najistaknutijih u svijetu nezavisnog filma: Sundance Institute, Berlinale World Cinema Fund i IDFA Bertha Fund. Odabir ovih fondova temelji se na jasno diferenciranim ulogama koje svaki od njih ima u globalnoj nezavisnoj produkciji, kao i na njihovoj specifičnoj kulturnoj, geografskoj i političkoj orijentaciji. Ovi fondovi ne predstavljaju samo institucionalne prakse unutar različitih kulturnih konteksta (SAD, EU, Globalni jug), nego i tri ključna strateška modela u podršci nezavisnom filmu: razvojno-mentorski (Sundance), geopolitičko-korektivni (Berlinale WCF) i tematsko-specijalizirani (IDFA Bertha Fund).

Njihov izbor ujedno reflektira raznovrsne pristupe nezavisnom filmu kao političkom, umjetničkom i proizvodnom činu.

Sundance nije samo američki festival, nego institucija koja je redefinirala pojam nezavisnog filma u globalnom smislu, osobito kroz svoje programe podrške autorima, kao što su Feature Film i Documentary Film. Za razliku od tradicionalnih fondova koji osiguravaju isključivo financijsku potporu, Sundance nudi sveobuhvatan sustav podrške koji uključuje razvoj scenarija, savjetovanje, pristup mentorima i industrijsko umrežavanje. Time služi kao model edukativno-produkcijskog središta (huba) za nezavisne autore širom svijeta. Odabran je jer simbolizira spoj kreativnog razvoja i tržišne profesionalizacije, što je od osobite važnosti za autore iz tzv. periferije industrije.

World Cinema Fund (WCF), povezan s Berlinalom, zamišljen je kao instrument za ispravljanje strukturnih nejednakosti u globalnoj filmskoj industriji. Njegov fokus na filmove iz Latinske Amerike, Afrike, Jugoistočne Europe i Azije čini ga primjerom kulturne politike koja afirmira raznolikost i decentralizira proizvodnju (Odabasi, 2021). Za razliku od tržišno orijentiranih fondova, WCF eksplicitno podržava projekte koji dolaze iz kulturno, politički i ekonomski marginaliziranih konteksta. U tom smislu, Berlinaleov fond odabran je jer povezuje kulturni imperativ s estetskom autonomijom, istovremeno ostajući vjeran logici globalne distribucije.

IDFA Bertha Fund jedinstven je po svojoj specijalizaciji za dokumentarni film i usmjerenosti na Globalni jug. Odabran je jer pokazuje kako festivalski fond može biti nišno usmjeren, a istodobno snažno utjecajan. Osim što osigurava sredstva za razvoj i produkciju, fond integrira podržane filmove u ekosustav IDFA festivala i njegova industrijskog tržišta, čime stvara zatvoreni krug razvoja, vidljivosti i distribucije (Vallejo, 2020). IDFA Bertha Fund primjer je tematski i etički orijentiranog financijskog mehanizma koji ne samo da podržava specifične regije i teme, nego i aktivno oblikuje diskurs unutar međunarodne dokumentarističke scene.

Festivalski fondovi imaju višestruku funkciju u nezavisnoj filmskoj produkciji, budući da autori putem njih mogu dobiti razvojnu podršku koja uključuje pisanje scenarija, vizualni

razvoj i testna snimanja. Nadalje, autori kroz te fondove ostvaruju dodatnu edukaciju i mentorstvo, dok festivali, kao središta cirkulacije filmskih profesionalaca, potiču umrežavanje te omogućuju predstavljanje projekata distributerima, *sales agentima* i potencijalnim koproducentima. Uz sve navedeno, filmovi koji dobiju financijsku ili drugu vrstu podršku etabliranih festivala često stječu veću vidljivost i potencijalan plasman na iste ili druge značajne filmske festivale. Iako festivalski fondovi ne jamče financijsku samoodrživost projekta, pružaju ključan pristup resursima bez ugrožavanja umjetničke autonomije – za razliku od privatnih ili korporativnih ulaganja. Međutim, autori poput Odabasija (2021) i Vallejo (2020) upozoravaju kako festivalski fondovi također formiraju estetska i tematska očekivanja, što može dovesti do homogenizacije sadržaja pod krinkom raznolikosti – tzv. „globalnog festivalizma“. Festivali time ne samo da distribuiraju i legitimiraju kulturni kapital (Bourdieu, 1993; Odabasi, 2018), nego i oblikuju proizvodne norme u globalnoj nezavisnoj kinematografiji. Njihova moć ne leži samo u financijama, već i u kuriranju diskursa, definiranju „važnih“ tema i promoviranju specifičnih estetika koje su poželjne za međunarodnu cirkulaciju. Na taj način omogućuju da nezavisni (autorski) film s kritičkim potencijalom uđe u produkcijski ciklus bez potrebe za kompromisima koji bi ugrozili njegovu estetsku ili društveno odgovornu dimenziju.

2.3.3. „Skin in the game”: auto-produkcija i gerilski pristupi

U okviru nezavisne filmske produkcije, osobito u njezinim radikalnim oblicima, pojavljuje se fenomen auto-produkcije, u kojoj autori preuzimaju potpunu odgovornost za financiranje i realizaciju svojih filmova. Termin auto-produkcija potječe iz romanskih jezika (fr. *autoproduction*, tal. *autoproduzione*) i ukorijenjen je u praksi filmskih pokreta

poput francuskog novog vala³ i talijanskog neorealizma⁴, gdje su autori često snimali izvan institucionalnih okvira, koristeći osobna sredstva i improvizirane metode rada.

Za razliku od profesionaliziranih studijskih sustava, auto-produkcija podrazumijeva snimanje filma bez potpore fondova, produkcijskih kuća ili distributera, uz oslanjanje na osobni kapital, prijateljske i obiteljske mreže te dobrovoljni rad. Ovaj oblik proizvodnje nije samo financijska alternativa, već i estetska i politička pozicija kojom autori demonstriraju vlastitu predanost projektu unatoč nedostatku resursa.

U tom se kontekstu pojavljuje i sve prisutniji izraz *skin in the game*, koji se u filmskim i kulturnim studijama koristi kako bi označio situaciju u kojoj autori osobno riskiraju – financijski, emocionalno i profesionalno – kako bi ostvarili vlastitu viziju. Izraz potječe iz angloameričkog financijskog diskursa, a popularizirao ga je investitor Warren Buffett, dok ga je filozof i statističar Nassim Nicholas Taleb (2018) proširio u epistemološkom i

³ novi val (francuski nouvelle vague), uvrješeni naziv za skupinu mladih sineasta koji su se u francuskoj kinematografiji pojavili potkraj 1950-ih. Naziv je skovala francuska novinarka Françoise Giroud; kadšto se rabio i za mlade inovativne predstavnike drugih umjetnosti, a sa srodnim se značenjem poslije ustalio i u drugim kinematografijama. Poticaji za pojavu skupine pojavili su se polovicom 1950-ih u časopisu *Cahiers du cinéma* u napisima ondašnjih mladih kritičara, budućih najistaknutijih redatelja skupine (François Truffaut, Jean-Luc Godard, Éric Rohmer, Claude Chabrol, Jacques Rivette i dr.), koji su se zauzimali za temeljite promjene u shvaćanju filma. Odnosilo se to na zamisli o učinkovitijoj i jeftinijoj proizvodnji i metodama (uzor im je bio J.-P. Melville), na suprotstavljanje tzv. scenarističkoj kinematografiji (*cinéma d'adaptation*), u kojoj je redatelj tek puki uprizeritelj teksta. Prema njima, »filmski je rukopis« individualan i unikatan (ideja i metafora potječu od A. Astruca), a redatelj je potpuni autor filmskog djela, što omogućuje da se autorskim stvaralačkim činom prevladaju ograničenja pojedinih žanrovskih kanona. Takvo davanje prednosti redatelju autoru naziva se, prema Truffautovim tekstovima, politikom autora. (novi val. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2025. Pristupljeno 13. 7. 2025. <https://enciklopedija.hr/clanak/novi-val-film>)

⁴ neorealizam, pov. stilski pokret u Italiji 1945–50. Naglašavao je nužnost izravnog (gotovo dok.) realizma u igr. filmu: snimanje na lokacijama, korištenje neglumaca u film. ulogama, bavljenje marginalnim društv. slojevima (ribari, seljaci, radnici, umirovljenici) i podjednako običnim kao i dramatičnim vidovima njihova života. Stilski i narativno obilježava ga sporiji razvoj radnje, ugl. lišene bogatijeg zapleta, pokušaj približavanja zbiljskom trajanju događaja, kao i težnja tzv. globalnoj metafori, nastojanju da film u cjelini bude simbol određene društv. situacije. O neorealističkom programu pisao je scenarist C. Zavattini, a vodeći redatelji bili su R. Rossellini, V. De Sica, L. Visconti i G. De Santis te P. Germi, M. Antonioni i F. Fellini u početcima karijere. Za djela nastala poč. 1950-ih koja, nastavljajući poetiku neorealizma, zamjenjuju društv. tematiku psihološkom, katkad se rabe nazivi renovirani neorealizam i neorealizam duše. N. je znatno utjecao na tematske i stilske značajke tal. filma, osobito na komediju, a i na neke istaknute autore (P. P. Pasolini, E. Olmi, P. i V. Taviani), kao i na pojedine autore drugih zemalja (u Hrvatskoj na V. Bulajića, B. Bauera). (neorealizam. *Filmski leksikon (2003), mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2025. Pristupljeno 13. 7. 2025. <https://film.lzmk.hr/clanak/neorealizam>)

etičkom kontekstu u svojoj knjizi *Skin in the Game: Hidden Asymmetries in Daily Life*. U njegovu razumijevanju, *skin in the game* implicira odgovornost za vlastite izbore i posljedice djelovanja, što se savršeno uklapa u logiku nezavisne, niskobudžetne filmske proizvodnje u kojoj autor preuzima sve ključne uloge – redatelja, scenarista, producenta i promotora.

U filmskom diskursu, osobito u gerilskim i aktivističkim formama, *skin in the game* postaje simbol otpora tržišnoj logici. Film se ne producira kako bi generirao profit, već kako bi izrazio politički stav, ispričao marginaliziranu priču ili istražio nekonvencionalne forme izražavanja – često uz ekstremne osobne napore. Primjeri takvog pristupa su filmovi *Clerks* (1994) Kevina Smitha, *Pi* (1998) Darrena Aronofskyja i *El Mariachi* (1992) Roberta Rodrigueza – ostvarenja koja su započela kao autorski eksperimenti, a završila kao kulturni fenomeni.

Kako primjećuje Brown (2020), gerilski film funkcionira kao „kreativna rezistencija“, u kojoj se inovacija rađa iz ograničenja, a nedostatak resursa potiče autentičnost i eksperiment. Takav model nije bez rizika: uz visoku razinu kreativne slobode dolazi i mogućnost marginalizacije, tehničkih ograničenja te ograničenog distribucijskog dohvata. No upravo taj rizik, osobni i estetski, definira ono što nezavisni film u najdubljem smislu jest.

2.3.4. Noviji trendovi: Video on Demand sufinanciranje i hibridni modeli

Nedavni razvoj digitalne distribucije promijenio je ne samo način na koji se nezavisni filmovi prikazuju, već i način na koji se financiraju. Značajan trend predstavlja sve češća uključenost VOD (Video on Demand) platformi kao izravnih financijskih partnera, pri čemu servisi poput Netflix, Amazona i Hula sufinanciraju ili unaprijed otkupljuju nezavisne projekte u zamjenu za ekskluzivna prava prikazivanja. Ovaj model, karakterističan za pretplatničke (Subscription Video on Demand) platforme, smanjuje financijski rizik za producente te osigurava distribuciju, što predstavlja preokret u odnosu na tradicionalni sustav kupovine prava nakon završetka produkcije (Szczepanik, 2020; Meir i Smits, 2024). Istodobno, sve su prisutniji hibridni modeli financiranja koji kombiniraju javno financiranje, privatna ulaganja i podršku publike putem crowdfundinga.

Takve fleksibilne strukture omogućuju autorima da iskoriste institucionalne izvore (npr. nacionalni fondovi, program MEDIA Europske unije) zajedno s tržišno orijentiranim modelima (npr. TVOD predprodaja, AVOD oglašavanje). Kako pokazuju Drake i sur. (2015) u studiji slučaja platforme We Are Colony, VOD distribucijski modeli mogu djelovati i kao paralelni izvori financiranja, osobito kada uključuju ranu angažiranost publike i digitalne pakete s dodatnim sadržajem. Ovakav složeni pristup odražava širu promjenu prema višekanalnom, decentraliziranom financiranju, koje autorima daje veću autonomiju, ali zahtijeva sposobnost djelovanja istodobno na kreativnom, poduzetničkom i tehničkom planu.

2.4. Distribucijske strategije nezavisnih filmova

U svijetu kinematografije distribucija je često jednako važna kao i sama produkcija. Za nezavisne filmove, one koji nastaju izvan dominantnog studijskog sustava, distribucija predstavlja ne samo izazov, već i priliku za inovaciju. Bez velikih marketinških budžeta i mreža multipleksa, nezavisni autori moraju razvijati kreativne, fleksibilne i često hibridne distribucijske strategije kako bi svoj rad učinili vidljivim.

Na sjevernoameričkom i zapadnoeuropskom tržištu tradicionalna distribucija podrazumijeva ulazak filma u komercijalne kino-dvorane (multiplekse) putem dogovora s distributerima. Međutim, za nezavisne filmove ovo je često nepristupačan put zbog visokih troškova marketinga, jake konkurencije velikih studijskih naslova, opće nezainteresiranosti za nezavisne (art) filmove te ograničenog broja prikazivanja. Tzioumakis (2012) ističe da, iako su pojedini nezavisni filmovi – poput *Little Miss Sunshine* (r. Valerie Faris i Jonathan Dayton) i *Moonlight* (r. Barry Jenkins) uspjeli ući u komercijalne distribucijske kanale, većina se mora osloniti na alternativne pristupe. Kako i King navodi „Sam *indie* sektor, u svojim komercijalno distribuiranim oblicima (dakle, ne uključujući apstraktnije, eksperimentalne, politički radikalne ili na druge načine ekonomski marginalne radove), često uključuje hibridne forme koje crpe iz različitih naslijeđa, uključujući ona povezana s pojmom „umjetničkog“ filma, ali i s tradicijama mainstream narativnog igranog filma.“ (2009:5, prijevod autorice)

Tržište zahtijeva visok profil vidljivosti, a bez poznatih glumaca, festivalske reputacije ili studijskog partnera, mnogi nezavisni filmovi ostaju izvan komercijalne distribucije. U nedostatku komercijalne i marketinške distribucijske podrške mnogi nezavisni autori razvijaju strategije mikrodistribucije. Ove strategije uključuju organizaciju vlastitih projekcija kinotekama i kulturnim centrima, suradnju s nezavisnim kino-mrežama (npr. Kino mreža u Hrvatskoj, Art kino mreža u Sloveniji i dr.) ili partnerstva s neprofitnim sektorom ili obrazovnim ustanovama za tematske projekcije.

U novije vrijeme, streaming platforme značajno mijenjaju distribucijski pejzaž, nudeći nezavisnim filmovima nove kanale distribucije izvan tradicionalnih kino-dvorana. Platforme poput Netflix, MUBI-ja ili regionalnih VOD servisa omogućuju širu i bržu dostupnost, ali istovremeno postavljaju nove uvjete vidljivosti, kuriranja i algoritamske selekcije koji utječu na to koji će filmovi doći do publike, a koji ostati neprimijećeni.

2.4.1. Filmski festivali kao distribucijski hub

Za nezavisne filmove, bilo iz SAD-a ili Europe, festivali imaju ključnu ulogu i čine prvu etapu u fazi distribucije. Producenti i redatelji koriste festivale za postizanje veće vidljivosti filma jer se isti promovira i kod publike, ali i kod filmskih profesionalaca (među njima i *sales agentima*), za prodaju prava budući da su međunarodni filmski festivali *melting pot* na kojem se spajaju autori s distributerima iz raznih zemalja; za potencijalnu izgradnju *hypea* oko filma ako isti dobije kakvu nagradu ili dobru recenziju te, ono najbitnije, za umrežavanje s ostalim producentima (potencijalnim koproducentima), distributerima, *sales agentima* i drugima. Neki od najvažnijih festivala za nezavisni film su Sundance, Tribeca Film Festival, Berlinale, Locarno i Karlovy Vary. Sundance prednjači u važnosti za nezavisni film pa je tako obilježio cijelo jedno razdoblje distribucije nezavisnog filma između 90-ih i 2000-ih koje se još naziva Sundance-Miramax era, po dva najveća aktera u tom periodu za distribuciju – Sundance za festivalsku, a Miramax za općenitu distribuciju nezavisnih filmova. Ta je era trajala sve dok Disney nije otkupio Miramax, čime se nagovijestio prijelaz na digitalne platforme kao sredstva za distribuciju nezavisnih filmova, budući da su i veliki studiji razvili divizije za distribuciju nezavisnih filmova te se time dovodi u pitanje nezavisnost istih (Marpe, 2022). Sundance je i danas vodeći festival za

nezavisne filmove, iako, zbog svojih skupih festivalskih kotizacija, ogromnog broja prijavljenih filmova te komplicirane selekcije istih, postaje upitno koliko je zapravo pristupačan nezavisnim filmskim autorima (Brown, 2017).

2.4.2. Digitalna distribucija: VOD, AVOD, SVOD i TVOD

Pojava digitalne tehnologije transformirala je ne samo proizvodnju već i distribuciju nezavisne kinematografije. Tradicionalni posrednici, poput distributera i kino-prikazivača, djelomično su zamijenjeni servisima za prikazivanje sadržaja na zahtjev (VOD – Video on Demand), koji autorima omogućuju nove načine dolaska do publike. Unutar tog digitalnog okvira pojavili su se različiti modeli: pretplatnički (SVOD – Subscription Video on Demand), oglasni (AVOD – Advertising Video on Demand) i transakcijski (TVOD – Transactional Video on Demand), koji svaki na svoj način pružaju prilike i izazove nezavisnim autorima (Marpe, 2022).

Skraćenica VOD (Video on Demand) označava digitalne platforme koje korisnicima omogućuju gledanje sadržaja kada njima odgovara, za razliku od tradicionalnog (televizijskog) emitiranja s unaprijed određenim rasporedom. Za nezavisne filmove, koji se rijetko prikazuju u širokoj kino-distribuciji, VOD predstavlja ključan kanal vidljivosti. Kako piše Szczepanik (2020), digitalna distribucija smanjuje ulazne prepreke za produkcije s perifernih i manjih tržišta.

Platforme poput Netflix, HBO Maxa ili MUBI-ja gledateljima (*public*) nude pristup bogatom katalogu filmova u zamjenu za mjesečnu pretplatu (*subscription*). Za nezavisne autore ovaj model omogućuje široku izloženost i globalnu publiku. Međutim, SVOD sustavi djeluju kroz algoritamsku selekciju i uređivanje kataloga, pri čemu tržišni podaci i trendovi često određuju koji će se filmovi prikazivati. Hanzlik (2020) primjećuje da takva struktura pogoduje zadržavanju pretplatnika, ali istovremeno može marginalizirati manje filmove. Baek i sur. (2024) upozoravaju da SVOD modeli mogu smanjiti prihode iz drugih izvora, posebice iz transakcijske distribucije poput TVOD-a.

TVOD platforme (npr. iTunes, Amazon Prime Video Rental) funkcioniraju po principu plaćanja po prikazu, najma ili kupovine pojedinog filma. Ovaj model može biti vrlo

atraktivan za autore koji traže veći prihod po gledanju, osobito u ranijim fazama distribucije. Kako pišu McKenzie i sur. (2024), TVOD omogućuje veću kontrolu nad cijenama i strategijom izlaska, pa se često koristi kod izravnih digitalnih izdanja. Međutim, bez snažnog marketinškog budžeta i publike, *indie* filmovi na TVOD platformama mogu ostati neprimijećeni.

AVOD servisi (npr. Tubi, YouTube) korisnicima omogućuju besplatan pristup sadržaju, a zarada dolazi od prikazivanja oglasa. Za nezavisne filmove AVOD nudi najširu pristupačnost, osobito u zemljama s manjom platežnom moći. No, kako navodi Chalaby (2023), financijski povrat za autore često je vrlo nizak, posebice u usporedbi sa SVOD i TVOD modelima.

Usprkos novim mogućnostima, digitalna distribucija donosi i brojne izazove, budući da zbog algoritamske nevidljivosti mali filmovi često ne dobiju preporuke na platformama, dolazi do fragmentacije prihoda jer se zarada raspršuje preko više kanala, a uvjeti platformi mogu biti nepovoljni budući da neki servisi ograničavaju kreativnu kontrolu i zadržavaju udio u zaradi. Također, nacionalne licencne barijere, netransparentni podaci i visoki troškovi marketinga dodatno otežavaju digitalnu distribuciju za autore izvan mainstreama (Adamczak, 2020; Chalaby, 2023).

U posljednjem desetljeću razvile su se platforme i mreže koje pomažu nezavisnim filmovima u distribuciji bez tradicionalnih posrednika. Neki primjeri uključuju:

- Seed&Spark – distribucijsku i crowdfunding platformu specijaliziranu za nezavisne autore;
- Cinando – industrijsku mrežu za međunarodnu prodaju i povezivanje;
- FilmFreeway – alat za prijavu na festivale, ali i izravnu promociju;
- Facebook, Instagram, Youtube, Vimeo – ne samo promotivne, nego i distribucijske kanale.

Digitalna transformacija distribucije temeljito je promijenila načine na koje nezavisni autori dolaze do publike. SVOD, TVOD i AVOD nude različite pristupe vidljivosti i monetizaciji, ali nijedan nije univerzalno rješenje. Ključ uspjeha leži u strateškom kombiniranju modela, usmjerenosti na ciljane skupine publike i aktivnom upravljanju platformskim okruženjem (algoritmima). Iako su ove mreže omogućile veću prisutnost nezavisnih filmova, istovremeno se stvara nova hijerarhija vidljivosti u kojoj uspjeh ovisi o algoritamskoj podršci i društvenom kapitalu autora.

Za nezavisne autore budućnost digitalne distribucije ne ovisi o jednoj platformi, već o sposobnosti da vješto navigiraju algoritamski vođenim tržištem, uz istodobno očuvanje autorske vizije.

2.4.3. Disruptivne strategije: *windowing*, hibridne kampanje i angažirana distribucija

U kontekstu suvremene nezavisne produkcije, distribucija više nije samo završna logistička faza filmskog procesa, već postaje ključna strateška dimenzija koja određuje doseg publike, financijsku održivost i kulturološki učinak samog djela. Tradicionalni distribucijski modeli – linearna putanja od kino-prikazivanja prema televiziji i fizičkim nosačima – sve češće ustupaju mjesto disruptivnim pristupima koji uključuju digitalne platforme, festivalski PR, zajedničke kampanje i mikrotargetiranje publike (Frey, 2021; Nikdel, 2017).

Jedan od najčešće korištenih modela u suvremenoj nezavisnoj distribuciji jest tzv. *windowing strategy*, odnosno distribucija filma kroz različite faze tzv. distribucijskih prozora. Ova metoda omogućuje da se svaki kanal eksploatacije – festivalski, kino-distribucija, mrežno ili edukativni – koristi u optimalnom trenutku i s jasno definiranom ciljnom publikom. Tipično, redosljed uključuje:

- Premijere na festivalima (npr. Berlinale, Karlovy Vary, IDFA) – služe kao inicijalna legitimacija filma, generiranje medijskog interesa i privlačenje kupaca prava (Chakvetadze, 2023);
- Ograničeno kino-prikazivanje u art-kinima ili kulturnim centrima – često popraćeno razgovorima s autorima ili participativnim događajima;

- Mrežno distribuciju putem platformi kao što su MUBI, Vimeo On Demand, pa čak i Netflix – ovisno o vidljivosti i doseg prethodnih faza (Frey, 2021; Nikdel, 2017);
- Obrazovne i javne projekcije u suradnji s nevladinim organizacijama (udrugama, umjetničkim organizacijama), školama, muzejima i drugim kulturnim institucijama – čime se film pozicionira kao alat za edukaciju i dijalog (Drake i sur., 2015).

Ovakva struktura distribucije omogućuje dugotrajniju prisutnost filma u javnosti i višestruke dodirne točke s publikom, no zahtijeva pažljivo pravno i marketinško planiranje, kao i sposobnost prilagodbe različitim institucionalnim i tehnološkim okvirima. Kako ističu Tryon (2013) i Iordanova (2020), digitalna distribucija danas podrazumijeva kompleksnu mrežu regulatornih, infrastrukturnih i tržišnih uvjeta, čije razumijevanje i navigacija postaju ključni za uspjeh neovisnih filmskih autora. Pojavom digitalnih platformi i promjenom gledateljskih navika, hibridne distribucijske strategije (kombinacija *mrežno* i *offline* pristupa) postaju dominantan oblik distribucije nezavisnog filma. One uključuju:

- vođenje aktivnih kampanja na društvenim mrežama,
- mobilizaciju kulturnih radnika, influencera i filmskih entuzijasta,
- korištenje reelsa, trailera i vizualnih citata kao promotivnih alata,
- organizaciju participativnih događanja (zajedničke premijere, Q&A, gledanja uživo) s ciljem izgradnje zajednice oko filma (Hadžiahmetović, 2022; Frey, 2021).

Takvi modeli omogućuju preciznu segmentaciju publike i stvaranje mikroekosustava oko teme filma, što je ključno u vremenu kada sve više sadržaja konkurira za pažnju gledatelja. Hibridna distribucija redefinira pojam filma kao proizvoda – film postaje događaj, iskustvo ili čak politički čin. Prema Reeck (2018), angažirana distribucija označava praksu u kojoj distribucija nije usmjerena na maksimizaciju prihoda, već na postizanje društvene ili političke promjene. Ovakvi modeli distribucije često su utemeljeni u zajednici te obuhvaćaju suradnju s obrazovnim institucijama (škole, sveučilišta), civilnim sektorom (udruge, aktivističke mreže, sindikati) ili manjinskim zajednicama i političkim inicijativama.

Primjeri takvih filmova često dolaze iz dokumentarnog žanra, s temama koje se bave društvenim nepravdama, okolišem, migracijama ili ljudskim pravima. Distribucijski cilj nije samo gledanost, već pokretanje dijaloga, obrazovanje publike i stvaranje društvenog pritiska.

2.4.4. Direktna distribucija: autor kao distributer

U suvremenom krajoliku kinematografije sve se više brišu granice između redatelja, producenta i distributera. Jedan od najznačajnijih pomaka u nezavisnoj filmskoj industriji posljednjih desetljeća jest pojava autora kao distributera – fenomen u kojem filmaši sami preuzimaju distribuciju svojih filmova. Zahvaljujući digitalnim tehnologijama, mrežno platformama i promjenama u ponašanju publike, autori danas lakše zaobilaze tradicionalne sustave distribucije, mijenjajući dinamiku moći i ekonomije nezavisnog filma. Tradicionalno su nezavisni filmaši, usprkos svojoj težnji za umjetničkom slobodom, ovisili o vanjskim distributerima. U Sjedinjenim Američkim Državama kompanije poput Miramaxa, New Line Cinema i kasnije IFC-a i A24 oblikovale su kanon *indie* filma, ali su istovremeno nametale tržišne zahtjeve (Levy, 1999; Staiger, 2012). U Europi, iako s jačim javnim subvencijama i nacionalnim filmskim fondovima, distribucija je također ostala centralizirana i institucionalizirana (Elsaesser, 2005). Digitalna revolucija disruptirala je tradicionalni model filmske distribucije. Padom dominacije kino prikazivanja i usponom *on-demand* platformi postalo je moguće da filmski autori zaobiđu tradicionalne distributere i izravno dopru do publike. Suvremeni nezavisni autori sve češće preuzimaju distribucijsku ulogu – bilo iz potrebe, bilo iz kreativne želje. Kroz crowdfunding, društvene mreže, digitalni streaming i direktnu prodaju sami upravljaju cirkulacijom i monetizacijom svog rada. Ova dvojna uloga donosi ne samo veću umjetničku slobodu, već i izravniji odnos s publikom. Primjerice, Shane Carruth je za svoj film *Upstream Color* (2013) preuzeo sve uloge, od režije do samostalne distribucije (Gilman, 2013). Također je i afroamerička filmska redateljica Ava DuVernay, nezadovoljna tradicionalnim kanalima, osnovala *ARRAY* kolektiv i distribucijsku kuću, usmjerenu na filmove žena i osoba različitih rasa⁵.

⁵ <https://arraycrew.com/about-us/>

Ovi primjeri pokazuju pomak od klasičnog *auteura*⁶ prema autoru-poduzetniku, gdje se umjetnička vizija spaja s poslovnom strategijom.

Kako primjećuje Meißner (2015), ovakvi autori postaju „kulturni posrednici" koji ne samo da stvaraju sadržaj, već i aktivno oblikuju zajednice i diskurse oko svog rada. Preuzimanje distribucije omogućuje veću autonomiju, ali nosi i teret poduzetničkog rada: marketing, komunikacija s publikom, praćenje analitike, upravljanje platformama. I dok poznati autori poput Louisa C.K.-a (*Horace and Pete*) imaju koristi od postojećeg statusa, manje poznati autori suočavaju se s problemima vidljivosti u zasićenom digitalnom prostoru (Tryon, 2013; Hesmondhalgh, 2013). Dodatni izazov je nejednaka dostupnost digitalnih alata i mreža, čime se reproduciraju postojeće nejednakosti u filmskoj industriji.

U Europi autor kao distributer djeluje u drugačijem institucionalnom okviru. Filmske produkcije često imaju potporu države, putem javnih televizija i fondova poput CNC-a (Francuska), BFI-ja (Ujedinjeno Kraljevstvo), HAVC-a (Hrvatska) i programa MEDIA Europske unije. No, sve više autora koristi digitalnu samodistribuciju kako bi izbjegli birokratske barijere.

Njemački redatelj Andreas Dresen primjer je hibridnog modela, gdje je za film *Halbe Treppe* (2002) kombinirao regionalna sredstva s lokaliziranim strategijama distribucije. Esser (2009) opisuje to kao „hibridnu europsku *indie* ekonomiju", gdje se autori kreću između institucionalne potpore i tržišne neovisnosti.

Za razliku od SAD-a, gdje je *indie* film ukorijenjen u subkulturni *Do It Yourself* etos (Newman, 2011), europski nezavisni film često je povezan s nacionalnim identitetima i kulturnim politikama. Unatoč digitalnim alatima, platformska ekonomija uvodi nove oblike kontrole: algoritmi YouTubea, Amazona, Netflix i drugih određuju vidljivost sadržaja, favorizirajući one koji generiraju angažman i trendove. Sinwell (2020) upozorava da to vodi do lažne demokratizacije, gdje autori ovise o netransparentnim sustavima kako bi došli do publike. Pojava autora kao distributera označava značajan pomak u nezavisnoj kinematografiji. Digitalna infrastruktura omogućila im je veći nadzor nad distribucijom,

⁶ <https://filmska.lzmk.hr/clanak/autor-filmski>

čime se pojačava njihova umjetnička autonomija, no ta sloboda dolazi uz odgovornost za promociju, izgradnju publike i ekonomski rizik. Budućnost ovog modela ovisi o stvaranju održivih sustava koji balansiraju autonomiju i kolektivnu potporu – bilo kroz suradničke platforme, inovacije u javnom financiranju ili nove modele gledateljske zajednice.

2.5. Gerilski film: razvoj i karakteristike

Kada govorimo o rubovima filmske industrije, nezaobilazni pojmovi su „nezavisni film“ i „gerilski film“. Iako često isprepleteni, gerilski film kao praksa predstavlja radikalniji oblik stvaranja – onaj koji nastaje iz potrebe, pobune ili nužde; koji ne samo da osporava dominantne produkcije, već oblikuje novu filmsku poetiku kroz ograničenja, improvizaciju i političku motivaciju. Gerilski film, prema autorima kao što su Jones i Jolliffe (2006), označava filmsku produkciju s minimalnim budžetom, malim timom, snimanjem na lokacijama često bez dozvola, s improviziranom opremom i scenarijem. Riječ je o produkciji koja se izvodi brzo, neformalno i izvan standardnih industrijskih kanala, pri čemu je autentičnost često važnija od tehničke perfekcije (Brown, 2020). Karakteristike gerilskog filma uključuju: snimanje bez dozvola, korištenje prirodne rasvjete i stvarnih lokacija, izbjegavanje industrijskih struktura, dok postprodukcija i distribucija ostaju u potpunosti ili većinskoj nadležnosti autora filma, te izraženu političku ili društvenu motivaciju.

Gerilski filmovi imaju duboke korijene u političkom filmu 60-ih i 70-ih godina. Jorge Sanjinés, primjerice, koristio je filmski jezik kao oružje otpora u Boliviji (Campbell i sur., 1979). Njegova praksa povezivala je filmsko stvaranje s gerilskim taktikama – mobilnošću, zajedničkim odlučivanjem i minimalnim resursima. Šezdesetih godina prošlog stoljeća Sony Corporation pušta u prodaju opremu za snimanje videa kako bi došla do što većeg broja kupaca. Demokratizaciju opreme pratili su politički i društveni aktivizam, pa se uloga otuđenog umjetnika od stvarnog svijeta počinje mijenjati u umjetnika koji aktivno prati i sudjeluje u komentiranju društva. Les Levine bio je jedan od prvih umjetnika koji je imao pristup videokamerama i među prvima je snimio tzv. *Street tapes*. Kroz taj se pokret razvija specifičan stil snimanja i gerilska estetika (Boyle, 1992). Grassilli (2008) piše da su ovi oblici audiovizualne gerile omogućili „migrantskim glasovima“ da produciraju vlastite

reprezentacije. S pojavom digitalnih kamera i mrežne distribucije, gerilski film postaje globalni fenomen. *Smartphone* filmovi, poput onih koje opisuje Brown (2020), ili francuski *banlieue* filmovi analizirani kod Reeck (2018), prikazuju kako tehnologija omogućuje estetiku otpora i političku naraciju mladih, marginaliziranih zajednica.

U suvremenoj kinematografiji pojmovi nezavisni film (*independent film*) i gerilska filmska produkcija (*guerrilla filmmaking*) često se koriste gotovo sinonimno, budući da oba označavaju filmske prakse koje nastaju izvan dominantnih industrijskih i institucionalnih okvira. Prema Yannisu Tzioumakisu (2017), nezavisni film definira se prije svega kroz odnos prema dominantnoj produkciji – on ne postoji izvan industrije, nego „na njezinim marginama”, koristeći ograničene resurse i alternativne oblike financiranja. Slično tome, Emanuel Levy (1999) ističe da nezavisni film nije samo ekonomska kategorija, nego i kulturna strategija otpora, u kojoj se autori suprotstavljaju komercijalnoj logici studijskih sustava. S druge strane, koncept gerilske filmske produkcije povezuje se s ekstremnim oblicima nezavisnog stvaralaštva, gdje su improvizacija, mobilnost i rad izvan institucionalnih struktura ključne metode rada. U novijim istraživanjima (Grassilli, 2008) gerilska produkcija prepoznata je i kao transnacionalna praksa, prisutna u migracijskim i niskobudžetnim filmskim kulturama koje stvaraju alternativne mreže distribucije i prikazivanja. Stoga se može zaključiti da, iako se termini nezavisni film i gerilska produkcija u svakodnevnom govoru često preklapaju, oni označavaju različite stupnjeve autonomije i odnosa prema industriji: dok nezavisni film teži institucionalnoj održivosti unutar kulturnih okvira, gerilska produkcija radikalno odbacuje institucionalnu ovisnost i postaje izraz čiste autorske samostalnosti.

Nezavisni film podrazumijeva film koji je proizveden izvan velikih studijskih sustava, često s manjim budžetom, ali s jasnom organizacijskom strukturom i ciljem prikazivanja na festivalima, u art-kinima ili na streaming platformama (Newman, 2011). Takvi filmovi mogu imati profesionalne glumačke ekipe i tehničare, a često uključuju i subvencije ili koprodukcije. Gerilska filmska produkcija, s druge strane, označava ekstremni oblik niskobudžetne i improvizirane produkcije – film se snima bez dozvola, bez profesionalne opreme, često u javnim prostorima, s minimalnom ekipom i najčešće bez formalne

distribucije. Nezavisni film traži alternativnu strukturu, dok gerilski film operira bez strukture.

Produksijske prakse nezavisnog filma i gerilske produkcije razlikuju se prvenstveno u pristupu organizaciji i resursima. Nezavisni film, iako izvan velikih studijskih sustava, često koristi sličnu strukturu kao i komercijalne produkcije – uključujući razvijeni scenarij, jasne faze predprodukcije i planirano snimanje s profesionalnom ili poluprofesionalnom ekipom (Mirvish, 2016; Steiff, 2005). Nasuprot tome, u gerilskom pristupu često se radi bez unaprijed dovršenog scenarija; umjesto toga, sadržaj se razvija „u hodu“, s naglaskom na brzu prilagodbu stvarnim lokacijama i nepredviđenim okolnostima (Koufonikos, 2025; Harrison, 2025). Gerilski filmovi uglavnom se snimaju ilegalno, bez potrebnih dozvola, u javnim prostorima, što dodatno zahtijeva diskretno djelovanje male, često volonterske ekipe (Steiff, 2005; Lord, 2011). Nezavisne produkcije, premda ograničene budžetom, teže zakonitom i strukturiranom pristupu, uključujući pribavljanje dozvola, osiguranje opreme i suradnju s distributerima ili filmskim fondovima tijekom postprodukcije. U slučaju gerilske produkcije, faza postprodukcije, uključujući montažu, zvuk i distribuciju, često ostaje u potpunosti u rukama autora i financira se privatnim sredstvima (La Rosa, 2025; DeWaard i Tait, 2013). Ove razlike čine gerilsku produkciju pristupačnijom, ali i znatno izazovnijom u pogledu logistike, kvalitete i distribucijskog dosega. S druge strane, nezavisna produkcija predstavlja kompromis između kreativne slobode i profesionalnog standarda, koji je bliži mainstream modelu.

U gerilskoj produkciji prevladavaju brza montaža, ručna kamera, prirodno osvjetljenje te često naknadno snimanje zvuka (Lord, 2011; Koufonikos, 2025). Takva tehnika ne proizlazi samo iz estetskog izbora, već i iz nužde – riječ je o minimalističkom pristupu koji omogućuje snimanje bez dodatne opreme i formalnih ograničenja. Gerilski film, zbog svoje improvizirane naravi, često se snima na lokacijama bez dozvola, što utječe i na njegov vizualni i auditivni identitet (Steiff, 2005). Za razliku od toga, nezavisni film može dosegnuti visoku tehničku razinu, osobito u okviru tzv. *indiewood* modela – hibridnog prostora između neovisne i studijske produkcije, u kojem se kombiniraju autorska sloboda i profesionalna infrastruktura (DeWaard i Tait, 2013). Iako nezavisni film često tematizira marginalne priče, društvene rubove i alternativne perspektive, on je najčešće uključen u

profesionalni sustav distribucije, festivalske mreže i institucionalne oblike podrške (Battista, 2013; Paunović, 2019).

S druge strane, gerilski film može biti politički čin sam po sebi. Njegova nezakonita i neformalna priroda predstavlja oblik otpora ne samo industrijskim pravilima, već i zakonodavnim okvirima, kapitalističkoj kontroli distribucije i nadzoru javnog prostora (Harrison, 2025; La Rosa, 2025). U tom smislu, gerilska produkcija približava se aktivizmu i svjedočenju stvarnosti u realnom vremenu, osobito u filmovima koji dokumentiraju prosvjede, represiju, pandemijske mjere ili urbane konflikte (Koufonikos, 2025).

Iako dijele zajednički cilj – stvaranje izvan mainstreama – gerilska i nezavisna produkcija koriste različite strategije i resurse. Nezavisni film traži alternativne puteve financiranja, uključujući institucionalne potpore, kulturne fondove ili distributivne ugovore (Battista, 2013), dok gerilska produkcija često potpuno odbacuje financijske i strukturne modele, stvarajući u uvjetima potpune slobode, ali i visokog rizika (Mirvish, 2016).

Gerilski film pritom nije samo stil ili žanr – to je filozofija stvaranja koja pretpostavlja minimum sredstava i maksimum angažmana. Takav pristup otvara pitanja o demokraciji u filmskom izrazu, mogućnosti reprezentacije onih koji su inače isključeni iz institucionalne kinematografije te potencijalu suvremene tehnologije (npr. mobilnih telefona, prijenosnih kamera, besplatnog softvera) da iznutra transformira poimanje onoga što film jest i kome on pripada (La Rosa, 2025; Owen, 2016).

Tablica 1: Usporedba američke mainstream produkcije, nezavisne produkcije i gerilske produkcije

Dimenzija	Mainstream produkcija	Nezavisna produkcija	Gerilska produkcija	Ključni autori / Izvori
Budžet	Visok (više milijuna USD)	Umjeren do nizak	Izuzetno nizak / bez budžeta	King (2014);

				Barnwell (2018)
Izvori financiranja	Filmski studiji (npr. Warner Bros)	Privatni ulagači, poticaji, fondacije	Osobna sredstva, crowdfunding	Newman (2011); Staiger (2012)
Kreativna kontrola	Studijski rukovoditelji dominiraju	Veća sloboda autora	Potpuna umjetnička sloboda	Meißner (2015); Harrison (2025)
Opseg produkcije	Velike ekipe, profesionalna oprema	Srednje veličine, poluprofesionalne ekipe	Minimalne ekipe, „uradi sam" pristup	Ryan (2015); Grassilli (2008)
Distribucijski kanali	Globalna distribucija, kina	Festivali, ograničena kino-prikazivanja	Mrežno (YouTube, Vimeo), lokalno	Levy (1999); Dickinson (2019)
Domet publike	Masovno, međunarodno tržište	Festivalska, specijalizirana publika	Lokalna ili viralna publika	Chapman (2012); Nowell (2011)
Stilske karakteristike	Polirano, žanrovski standardizirano	Raznovrsni, eksperimentalni stilovi	Sirovo, improvizirano, dokumentarno	Harrison (2025); Smets i Akkaya (2015)
Struktura naracije	Klasična tročinska struktura	Često razbija konvencije	Fragmentirana, eksperimentalna	Grassilli (2008); Reeck (2018)

Razina rizika	Nizak – sigurni komercijalni recepti	Umjeren – kreativni izazovi	Visok – radikalni izrazi	Pribram (1999)
Pravna regulacija	Potpuno licencirano i legalno	Djelomična legalnost, fleksibilno	Često bez dozvola (ilegalno snimanje)	Boyle (1992); Staiger (2012)

Izvor: Uredila autorica.

2.6. Kontekst nezavisnog filma u Europi

Pitanje o postojanju nezavisnog filma u Europi jedno je od najsloženijih i najprovokativnijih u suvremenoj teoriji filma. Dok se pojam „nezavisnosti“ često povezuje s oslobađanjem od tržišnih i institucionalnih pritisaka, u europskom kontekstu on poprima drugačije značenje. Za razliku od tržišno orijentiranog modela američke nezavisne kinematografije, europski nezavisni film u velikoj mjeri ovisi o javnim i nadnacionalnim institucijama. Financiranje najčešće dolazi iz državnih fondova, kao što su CNC u Francuskoj, FFA u Njemačkoj, HAVC u Hrvatskoj, kao i kroz nadnacionalne programe podrške poput Eurimagesa i Kreativne Europe – programa MEDIA. Nadalje, mnogi filmovi nastaju kroz koprodukcijske mehanizme među državama članicama. U tom smislu, europski nezavisni film nije nezavisan od države, već upravo oblikovan kroz nju. Thomas Elsaesser (2005) ovu situaciju naziva „državno podržanom autonomijom“, u kojoj redatelji uživaju određenu autorsku slobodu, ali unutar granica koje definiraju kulturne politike, tematski prioriteti i zahtjevi tržišta.

Unatoč institucionalnoj podršci, mnogi europski filmovi pokazuju visoku razinu estetske i ideološke nezavisnosti. Umjesto da se prilagođavaju tržišnim zahtjevima, autori često istražuju teme koje su marginalizirane u komercijalnoj produkciji: migracije, političke traume te rodne i seksualne manjine. Osim toga, često koriste antinarativne strukture, eksperimentalne stilove i jezičnu raznolikost. Neki od primjera takvih filmova su *4 luni, 3 săptămâni și 2 zile* (Cristian Mungiu, Rumunjska), *Dogtooth* (Yorgos Lanthimos, Grčka) i *Murina* (Antoneta Alamat Kusijanović, Hrvatska). Svi ovi filmovi, iako djelomično

financirani javnim sredstvima, uspijevaju sačuvati autorsku viziju koja bi u komercijalnom sustavu bila teško izvediva.

Još jedna važna dimenzija europske nezavisnosti jest njezina ovisnost o festivalskom ekosustavu. Filmski festivali poput Cannesa, Berlinalea, Karlovyh Vara i San Sebastián postali su ključna mjesta ne samo za promociju, već i za komercijalizaciju nezavisnih filmova. Međutim, ulazak u ovaj sustav često znači usklađivanje s određenim estetskim i tematskim očekivanjima festivala. Taj proces vodi do svojevrsne kodifikacije nezavisnosti: ono što je nekoć bilo estetski ili tematski radikalno, postaje novo normativno. U tom kontekstu, nezavisnost se može pretvoriti u žanr sa svojim pravilima, što rezultira predvidljivošću i formalnim ponavljanjima.

Za razliku od Sjedinjenih Američkih Država, gdje postoji razvijeno tržište nezavisne distribucije (npr. A24, Miramax (Disney), Fox Searchlight (20th Century Fox / News Corporation)), u većini europskih zemalja ne postoji održiva mreža distribucije za nezavisni film. Iznimke su Francuska, Njemačka i Švedska, dok u većini ostalih država, uključujući Hrvatsku, nezavisni film funkcionira u ograničenim nišama (što često dovodi do preklapanja s komercijalnim filmovima nastalim u europskim produkcijama). Tako se može zaključiti da je nezavisni europski film distribuiran slično kao i komercijalni – kroz prikazivanje u art-kinima i kinotekama, odnosno kinima koja nisu multipleksi. Izrazito ovisi o festivalskim projekcijama i uspjehu na istima te je uglavnom dostupan na specijaliziranim platformama poput MUBI, ARTE.tv ili Festival Scope. Bez podrške javnih institucija, većina ovih filmova ne bi ni bila realizirana niti distribuirana. Time se stvara dvostruki status: nezavisnost u izrazu i ovisnost u strukturi.

Na pitanje: „Postoji li nezavisni film u Europi?“ – odgovor glasi: da, ali njegova nezavisnost nije apsolutna, već relativna i višeslojna. Ona se ostvaruje unutar institucionalnog okvira koji omogućuje stvaralačku slobodu, ali istodobno i definira granice izraza. Za razliku od američke nezavisne kinematografije, čija se autonomija temelji na tržišnim modelima, europski nezavisni film konstruiran je kroz kulturne politike, javne fondove i festivalske mehanizme. U konačnici, europski nezavisni film nije

nezavisan od sustava, već se bori za slobodu unutar njega. Ta borba – estetska, ideološka i distributivna – čini ga jedinstvenim fenomenom suvremene svjetske kinematografije.

2.7. Komparativna analiza američke i europske nezavisne filmske produkcije

Nezavisna kinematografija istodobno označava produkcijsku filozofiju, estetski pristup i institucionalni status filmskog stvaranja izvan komercijalno dominantnih sustava. Iako se pojam „nezavisni film“ često koristi univerzalno, njegovo značenje i funkcija značajno se razlikuju u američkom i europskom kontekstu (King, 2005). Nezavisna kinematografija u SAD-u počinje se ozbiljnije profilirati krajem 1950-ih, a svoj vrhunac doživljava tijekom 1980-ih i 1990-ih godina, kada se afirmira niz autora poput Jima Jarmuscha, Stevena Soderbergha i Richarda Linklatera koji su se odupirali dominaciji holivudskog studijskog sustava (Holmlund i Wyatt, 2005).

Filmski festivali poput Sundancea, Tribeca Film Festivala i SXSW-a postali su ključne platforme lansiranja američkih nezavisnih filmova. Istodobno, distribucijske kuće kao što su Miramax, Focus Features i A24 razvile su uspješan model za lansiranje niskobudžetnih, ali visoko estetski i tematski profiliranih filmova (Marpe, 2022). Američki nezavisni film često zadržava žanrovski okvir, ali ga koristi za istraživanje marginaliziranih glasova, intimnih narativa i politički angažiranih sadržaja, dok se njegova estetika često temelji na dokumentarističkoj kameri, improvizaciji i karakterističnom autorskom pečatu (Newman, 2011).

S druge strane, europska nezavisna produkcija djeluje unutar institucionalno potpomognutog okvira. U većini zemalja Europske unije (EU), filmovi se financiraju putem nacionalnih fondova poput CNC-a u Francuskoj, FFA-a u Njemačkoj ili HAVC-a u Hrvatskoj te međunarodnih inicijativa i programa poput Eurimages i MEDIA (IRIS plus 2011–2). Stoga „nezavisnost“ u Europi češće označava estetsku i autorsku slobodu unutar institucionalne potpore, a ne potpunu financijsku samostalnost (Hjort i Petrie, 2007). Produkcija se temelji na sustavu koprodukcija, regionalnih fondova i televizijskih partnera, što omogućuje stabilniji razvoj projekata i međunarodnu distribuciju.

Estetski gledano, europski nezavisni film karakteriziraju sporiji ritam, dugi kadrovi, kontemplativna dramaturgija i društveno-kritičke teme poput migracija, klasnih odnosa, ratnih trauma i nacionalnih identiteta. U distribucijskom smislu, dok se američki nezavisni film oslanja na tržište i streaming platforme (Netflix, MUBI, Amazon), europski se film dominantno distribuira kroz festivalsku mrežu (Cannes, Berlinale, Venecija) i art kina uz potporu inicijativa poput Europa Cinemas (Flynn i Tracy, 2019).

Usporedba pokazuje da nezavisni film označava različite modele stvaranja: dok američka scena često opstaje unutar tržišnog modela i profitne logike, europska ovisi o kulturnim politikama koje nastoje očuvati raznolikost izraza i omogućiti autorsku slobodu (King, 2005). Unatoč razlikama, oba modela čuvaju prostor za inovaciju, društvenu refleksiju i umjetnički eksperiment u suvremenoj globalnoj kinematografiji.

Tablica 2: Usporedba američke i europske nezavisne produkcije

Dimenzija	Američki nezavisni film	Europski nezavisni film	Izvori
Izvori financiranja	Privatni kapital, sponzorstva, <i>indie</i> studiji	Državne subvencije, fondovi Europske unije, javna televizija	Esser (2013); Elsaesser (2005)
Model distribucije	Festivali poput Sundancea, digitalne platforme	Festivali poput Cannesa, koprodukcije s televizijskim kućama	Tzioumakis (2013); Staiger (2012)
Autorska vizija	Fokus na autorski pristup, unutar žanrovskih okvira	Umjetnički, često filozofski orijentiran pristup	Newman (2011)
Stil naracije	Realističan, linearna priča, često ekscentričan (<i>quirky</i>) ton	Nelinearno, introspektivno, sporo	Elsaesser (2005); Bergfelder (2005)

Institucionalna podrška	Ograničena institucionalna pomoć	Snažna podrška kulturnih institucija i televizijskih mreža	Bellucci (2010); Esser (2013)
Tržišna orijentacija	Tržišno svjestan, traži crossover potencijal	Umjetnički usmjeren, manje komercijalan	Block (1983); Scott (2002)
Upotreba žanrova	Miješanje s popularnim žanrovima	Izbjegavanje žanrovske komercijalnosti	Biskind (2004); Tzioumakis (2017)
Domet publike	Bolji pristup globalnim platformama	Jezične i kulturne barijere ograničavaju doseg	Crane (2014); Jayakar i Waterman (2000)
Struktura rada	Freelanceri, neformalna radna struktura	Institucionalizirano, često putem koprodukcija	Stachowiak i Strykiewicz (2018)
Kulturni kontekst	Dio šire <i>indie</i> kulture (glazba, moda, subkultura)	Čvrsto ukorijenjen u nacionalne identitete	Newman (2011); Elsaesser (2005)

Izvor: Uredila autorica.

2.8. Zaključna razmatranja

Analiza produkcijskih i distribucijskih modela nezavisnog filma pokazuje kako se ovaj segment filmske industrije razlikuje od dominantnih studijskih praksi ponajprije u organizaciji produkcije, načinima financiranja i strategijama plasmana filmova. Dok definicije nezavisnog filma variraju, od naglaska na financijsku i institucionalnu autonomiju do estetskog i autorskog pristupa (Levy, 1999; Newman, 2011), zajedničko im je distanciranje od komercijalnih imperativa mainstreama. U tom se okviru javlja i koncept gerilske filmske produkcije, koji predstavlja radikalniji oblik nezavisnosti: filmove snimane s minimalnim sredstvima, često bez institucionalne potpore i izvan formalnih produkcijskih procedura (Grassilli, 2008).

Usporedba europskog i američkog nezavisnog filma ukazuje na strukturalne razlike. U Europi nezavisna kinematografija počiva na javnim fondovima, nacionalnim filmskim centrima i transnacionalnim koprodukcijama, što omogućuje kontinuitet produkcije, ali i određenu ovisnost o kulturnim politikama (Elsaesser, 2005). Nasuprot tome, američki se nezavisni film u većoj mjeri oslanja na privatne investicije, specijalizirane distribucijske kompanije i tržišne festivale poput Sundancea, gdje se spajaju umjetnički film i komercijalni interesi (Tzioumakis, 2017; Hesmondhalgh, 2013).

Konačno, distribucijski modeli nezavisnih filmova sve se više preusmjeravaju prema digitalnim platformama (VOD, SVOD, TVOD, AVOD) i festivalskim mrežama, pri čemu europski filmovi i dalje dominantno traže afirmaciju putem filmskih festivala (npr. Cannes Film Festival, Berlinale, Sarajevo Film Festival, Zagreb Film Festival i drugi), dok američki indie filmovi brže ulaze u tržišne niše i hibridne distribucijske modele (Tryon, 2013; Meir i Smits, 2024). Ovi trendovi potvrđuju da nezavisna filmska produkcija, iako globalno heterogena, dijeli zajedničku misao vodilju – potragu za kreativnom slobodom i alternativnim modelima proizvodnje i distribucije koji balansiraju između umjetničke vizije i industrijskih ograničenja.

3. NEZAVISNA FILMSKA PRODUKCIJA U HRVATSKOJ

Ovo poglavlje fokusira se na nacionalni kontekst nezavisne filmske produkcije u Hrvatskoj. Istražuje se povijesni razvoj domaće nezavisne scene, uloga ključnih institucija, sustav financiranja te glavni izazovi i prilike koji oblikuju produkcijsku stvarnost autora i producenta u razdoblju od jugoslavenske audiovizualne industrije prošloga stoljeća do današnjeg digitalnog doba. Poseban naglasak stavljen je na razdoblje nakon osnutka Hrvatskog audiovizualnog centra (HAVC) 2008. godine, koji predstavlja institucionalni preokret u razvoju suvremene hrvatske kinematografije.

3.1. Razvoj nezavisne produkcije u Hrvatskoj

Povijest hrvatske kinematografije odražava složenu međuigru političkih, kulturnih i gospodarskih čimbenika. Od svojih početaka unutar jugoslavenskog filmskog sustava do poslijeratne nacionalne reorganizacije, hrvatski je film prošao značajne transformacije u institucionalnim strukturama, modelima financiranja i umjetničkom identitetu. Iako je komercijalna filmska produkcija ograničena zbog malog domaćeg tržišta, nezavisni su filmski autori postali ključni nositelji inovacija, osiguravši Hrvatskoj prepoznatljivo mjesto na međunarodnoj filmskoj karti. Nezavisna je filmska produkcija u Hrvatskoj izrasla iz kompleksnog povijesnog, kulturnog i institucionalnog konteksta, u kojem se isprepliću politička kontrola, estetska autonomija i potreba za decentralizacijom filmske proizvodnje. Iako je pojam „nezavisnosti“ u hrvatskom filmu promjenjiv i višeznačan, on u najširem smislu označava produkciju izvan institucionalnih, dominantnih ili centraliziranih struktura, s većim stupnjem autorske i produkcijske slobode. Razvoj nezavisne produkcije u Hrvatskoj moguće je podijeliti u nekoliko ključnih faza: razdoblje socijalističkog „poluautonomnog“ stvaranja (1950-e – 1980-e), tranzicijski nered 1990-ih, institucionalizaciju nezavisne scene 2000-ih te hibridno-digitalnu transformaciju nakon 2010-ih.

U razdoblju nakon Drugog svjetskog rata, filmska industrija u Hrvatskoj razvijala se u okviru socijalističkog kulturnog modela, a najvažniji akteri bili su Jadran film (osnovan 1946. u Zagrebu), Croatia film (osnovan 1946. u Zagrebu), Zagreb film (osnovan 1953. u Zagrebu; specijaliziran za animaciju) te Zora film (osnovan 1947., prestao s djelovanjem

1963.). Hrvatski film proizvodio se u jasno definiranom sustavu studija, s čvrstim vezama prema državnoj kulturnoj politici i sustavima planiranja. Iako je postojala formalna umjetnička autonomija, sadržaj i estetika filmova često su morali proći kroz „ideološke filtre“ (Peterlić, 2010.). Financiranje je bilo osigurano iz javnih fondova i republičkih proračuna, a razina produkcije bila je značajna – u prosjeku 8–10 igranih filmova godišnje. Kako Gilić navodi

„Dakako, na broj i vrstu filmova u ovome razdoblju djelovalo je i stanje u financiranju kinematografije: kada je zemlja siromašna (a Jugoslavija je to svakako bila), kultura u njoj nije prioritet, a najskuplji dijelovi kulture, poput filma, posebno su ugroženi. No, premda se producentska kinematografija, u kojoj velike filmske tvrtke (složenih sustava odlučivanja) financijski ovise čak i o tržišnom uspjehu, gledanosit svojih filmova, formirala tek u drugoj polovici 1950-ih godina, njene su dominantne značajke anticipirane...“ (2010:48).

Iako termin „nezavisna produkcija“ u tadašnjem jugoslavenskom kontekstu nije postojao u suvremenom obliku, pojavom kino-klubova i amaterskih autora pri kraju ere nijemog filma 20. stoljeća dolazi do stvaranja alternativnog filmskog izraza (Filmska enciklopedija (1986–90), mrežno izdanje, 2025.). Upravo iz tih krugova proizlaze autori poput Lordana Zafranovića – „Originalan kut gledanja, sloboda izraza i specifičan stilski pristup, na gami poetskoga film. razmišljanja, odlika su i njegovih cjelovečernjih igr. filmova (kojima je uvijek i/ko/scenarist)” (Filmska enciklopedija (1986-90), mrežno izdanje, 2025.) i Ante Babaje, koji, iako djeluje unutar studijskih sustava, često iskazuje estetski i ideološki odklon od centralne političke linije (Peterlić, 2010.). Gilić (2009.) u tekstu o granicama modernizma u hrvatskom filmu ističe da su 1960-e donijele „relativnu nezavisnost unutar zavisnog sustava“, gdje su se autori borili za prostor između cenzure i kreativnosti.

Raspad Jugoslavije i Domovinski rat doveli su do potpunog restrukturiranja filmske industrije. Gašenje velikih studijskih kapaciteta, poput Jadran filma i Zora filma, označilo je i kraj dotadašnjeg modela državne produkcije. U tom vakuumu počinje se razvijati prva istinski nezavisna scena, često improvizirana, bez potpore, ali autorski snažna. Ivo Škrabalo (2008) u knjizi *Hrvatska filmska povijest – ukratko* spominje film *Nausikaja* Vicka Ruića te navodi da, iako film nije ostvario veliku gledanost, „uživao je naklonost

javnosti kao posve privatni producerski pothvat Ruića i njegovog glumačkog kolege Željka Vukmirice, koji su preuzeli rizik i udružili vlastiti novac (uključujući hipoteku na obiteljske kuće, da bi ga snimili bez ijedne kune državne pomoći“ (Škrabalo, 2008). Također, ističe novu generaciju filmskih redatelja, među kojima su Zrinko Ogresta, Lukas Nola, Vinko Brešan, Jelena Rajković i drugi, koji počinju stvarati filmove s minimalnim resursima, ali s prepoznatljivim autorskim potpisom. Filmski su fondovi tada još uvijek bili rudimentarni, no međunarodni festivali i televizijske koprodukcije (npr. HRT) počinju igrati važnu ulogu u financiranju (Gilić, 2010.).

S početkom 21. stoljeća dolazi do formalnog ustrojavanja filmske politike, a osnutak Hrvatskog audiovizualnog centra (HAVC) 2008. godine prepoznaje se kao ključni trenutak u profesionalizaciji i konsolidaciji nezavisne produkcije. Među važnim godinama za hrvatsku filmsku produkciju prije osnivanja Hrvatskog audiovizualnog centra, ističe se 2003. godina kada hrvatska postaje članica filmskog fonda Vijeća Europe Eurimages i započinje primjena koprodukcijskog modela proizvodnje filmova. U tzv. nultim godinama filmska proizvodnja raste te se producira oko sedam filmova godišnje (Škrabalo, 2008). Pojavljuju se produkcijske kuće poput Interfilma, Alka filma, Factum, Fade In, koje kombiniraju lokalne teme sa suvremenim dokumentarističkim, hibridnim i socijalno angažiranim estetikama. Uloga festivala poput ZagrebDoxa, Zagreb Film Festivala, Liburnia Film Festivala, Motovun Film Festivala (danas Cinehill) i drugih postaje ključna za afirmaciju filmskih autora te za distribuciju njihovih filmova unutar kulturnih zajednica. Unatoč tome, broj gledatelja u kinima je u padu, a situaciju ne poboljšava ni činjenica da od 2006. godine u Hrvatsku dolaze dolaze multipleks kina, što dodatno ugrožava publiku koja pohđa projekcije u nezavisnim kinima (Škrabalo, 2008).

Od 2010-ih nadalje hrvatska nezavisna scena ulazi u razdoblje digitalne distribucije, crowdfundinga i hibridnih formi (spoj fikcije i dokumentarizma). Na scenu dolaze novi autori poput Nebojše Slijepčevića, Dane Budisavljević, Jurja Lerotića, Hane Jušić i Igora Bezinovića, koji u svojim radovima koriste inovativne metode produkcije i distribucije, često u suradnji s regionalnim i europskim partnerima. Posebno je značajan pomak prema društveno osviještenim temama (rod, manjine, povijesne traume), čime se nezavisna produkcija pozicionira kao prostor kulturne kritike.

Unatoč uspjesima, hrvatska nezavisna produkcija suočava se s brojnim izazovima – financiranje je često nesigurno i ovisno o državnim potporama, a distribucijski su kanali za autorske (igrane) i dokumentarne filmove i dalje ograničeni, a kino-mreža fragmentirana. Razvoju nezavisne scene nisu pridonijeli ni politički pritisci na HAVC (posebno između 2016. i 2018.), koji su pokazali koliko je kulturna autonomija još uvijek krhka. Samo nekoliko godina kasnije, Centar se suočava s novom jednom krizom – ovoga puta epidemiološkom. Kao odgovor na posljedice pandemije pokrenute su subvencije za proizvodnju i dodatne troškove snimanja filmova tijekom 2020. godine. Nakon prestanka pandemije bolesti COVID-19 započinje postupni rast broja gledatelja u hrvatskim kinima, pa je tako 2023. godina bila rekordna godina po broju gledatelja: hrvatske je filmove pogledalo čak 278 053 gledatelja, čime je ta godina zauzela treće mjesto po gledanosti od osnutka HAVC-a.

Povijest i razvoj nezavisne produkcije u Hrvatskoj pokazuje kako se filmska autonomija stvara unatoč, a ne zahvaljujući sustavima moći. Od kino-klubova 1950-ih, preko ratne improvizacije 1990-ih, do digitalno umreženih produkcija danas, nezavisna scena oblikovala je paralelni narativ hrvatske kinematografije – onaj koji često ostaje marginaliziran, ali istodobno proizvodi najvažnije pomake u sadržaju, formi i društvenom utjecaju. Uloga hrvatskih filmskih teoretičara bila je presudna u mapiranju toga terena. Njihovi radovi ne samo da kontekstualiziraju evoluciju nezavisnog filma, nego i služe kao teorijska platforma za njegovo buduće razumijevanje i razvoj. Hrvatska nezavisna produkcija nije homogena ni stabilna, ali upravo u toj nestalnosti leži njezina kreativna i društvena snaga. Uspoređujući je s drugim malim europskim kinematografijama, poput slovenske, hrvatska nezavisna scena pokazuje slične obrasce borbe za institucionalnu potporu, međunarodnu vidljivost i održivost distribucije. No, dok druge manje kinematografije uživaju nešto stabilnije sustave podrške ili kroz koprodukcijske fondove i tradiciju snažnih filmskih akademija, hrvatska kinematografija i dalje ovisi o fragmentiranim izvorima financiranja i često ad hoc modelima suradnje. Slovenska scena, iako slična po veličini, pokazuje veću umreženost unutar regije i sve jači fokus na autorske filmove s međunarodnim potencijalom. Ipak, sve ove kinematografije dijele zajedničke izazove: ograničeno tržište, manjak domaće distribucijske infrastrukture i potrebu za

trajnim povezivanjem lokalnog i globalnog. U tom kontekstu, hrvatska nezavisna kinematografija opstaje kao prostor otpora, eksperimenta i kulturne relevantnosti.

3.2. Institucionalni okvir i sustav financiranja

Razumijevanje suvremenog institucionalnog okvira hrvatskog filma, osobito u pogledu nezavisne produkcije, nezamislivo je bez uvida u povijesni razvoj filmske infrastrukture od razdoblja socijalističke Jugoslavije do osnutka Hrvatskog audiovizualnog centra 2008. godine. Tijekom toga razdoblja mijenja se paradigma filmske proizvodnje – od centraliziranog studijskog modela i kulturne politike socijalističke države, preko posttranzicijske fragmentacije, do suvremenog modela kulturne decentralizacije, participativne potpore i europske integracije.

Raspadom Jugoslavije i osamostaljenjem Hrvatske urušava se stari studijski. Sredstva se rapidno smanjuju, mnoga poduzeća odlaze u stečaj, a nekadašnji giganti poput Jadran filma više ne proizvode sadržaj u kontinuitetu. Film postaje „siroče sustava“ – bez jasne institucionalne potpore, distribucijske infrastrukture ili kulturne strategije. Kao što uočava Ivo Škrabalo (2008), 1990-e su razdoblje u kojem se produkcija odvija uz „producentski entuzijazam“ – često ovisna o osobnim vezama, HRT-ovim koprodukcijama i skromnim državnim sredstvima putem Ministarstva kulture. Zabilježen je značajan pad broja filmova – s prosjeka 8–10 godišnje na svega 2–3 u prvoj polovici desetljeća. Istodobno se javljaju rani oblici institucionalne podrške kroz Savjet za film pri Ministarstvu kulture, no bez operativne autonomije i stručnih tijela. S obzirom na nedostatna sredstva, počinju se pojavljivati nezavisni producenti, poput Nenada Puhovskog (Factum) koji u suradnji s kolegama i Akademijom dramske umjetnosti počinje samostalno razvijati dokumentarne projekte uz međunarodnu pomoć, festivale i mreže. Tijekom posljednjeg desetljeća 20. stoljeća na hrvatsku filmsku scenu dolaze neka od najznačajnijih imena, a snimaju se filmovi koji i danas, više od trideset godina kasnije, ostaju među najgledanijima u Hrvatskoj. Među tim autorima svakako treba istaknuti Vinka Brešana i njegov film *Kako je počeo rat na mom otoku* koji do danas bilježi više od 340 000 gledatelja.

Devedesete i rane dvijetisućite bile su razdoblje tranzicije koje je, unatoč nepostojanom sustavu institucionalnog financiranja, uspijevalo iznjedrili filmove koji su dolazili do

publike te naznačiti početke pozicioniranja Republike Hrvatske na europskoj filmskoj sceni. Zahvaljujući trudu hrvatskih filmskih producenata, ponajviše Alberta Kapovića, pred kraj prvog desetljeća 21. stoljeća konačno dolazi do zakonodavnih promjena: 1. kolovoza 2007. Hrvatski sabor izglasao je Zakon o audiovizualnim medijima koji je posljedično doveo do osnutka autonomnog centra za financiranje hrvatske kinematografije – Hrvatskog audiovizualnog centra (Škrabalo, 2008).

3.3. Osnivanje HAVC-a: institucionalna stabilizacija

Početak 2008. godine označava i početak djelovanja Hrvatskog audiovizualnog centra (HAVC), što predstavlja ključnu prekretnicu u razvoju suvremene hrvatske filmske infrastrukture. Utemeljen na temelju Zakona o audiovizualnim djelatnostima iz 2007., HAVC je prvi put u hrvatskoj povijesti centralizirao nadležnosti za financiranje, promociju, razvoj publike i institucionalno planiranje u području audiovizualne umjetnosti. Umjesto da se filmskim sektorom fragmentirano upravlja preko Ministarstva kulture i ad hoc fondova, HAVC uspostavlja profesionalni, transparentni i funkcionalni okvir kakav je već postojao u zemljama zapadne i srednje Europe. Inicijativa za osnivanje Centra krenula je nakon Domovinskog rata, a glavni pokretač bio je Albert Kapović, koji je ujedno bio i prvi ravnatelj te je proveo tranziciju iz jednog sustava u drugi. HAVC je zamišljen kao autonomna javna ustanova koja raspisuje javne pozive, evaluira projekte, potiče razvoj publike, koordinira festivale i promiče hrvatski film na međunarodnoj sceni. Financira se kombinacijom sredstava iz državnog proračuna te doprinosa telekom sektora i prikazivača, čime su stvoreni stabilniji uvjeti za planiranje i razvoj. Osnivanje HAVC-a označilo je epohalni iskorak u profesionalizaciji i decentralizaciji filmske politike, osobito u pogledu otvaranja prostora za male produkcije, dokumentarce, autorice i filmske djelatnice, eksperimentalne filmove i regionalne koprodukcije. Ključna promjena bila je uvođenje transparentnih, programskih i stručnih kriterija evaluacije, nasuprot prethodnoj logici političke ili administrativne arbitrarnosti. U samo pet godina rada (2008.–2013.) broj sufinanciranih projekata porastao je više od tri puta, a hrvatski film doživio je međunarodni preporod (npr. *Ničiji sin* r. Arsen Anton Ostojić; *Crnci* r. Goran Dević i Zvonimir Jurić; *Šuma summarum* r. Ivan-Goran Vitez, *Krugovi*, r. Srdan Golubović i drugi).

3.3.1. Institucionalni status i organizacijska struktura

HAVC je javna ustanova, djelomično financirana iz državnog proračuna Republike Hrvatske, ali s visokom razinom programske autonomije. Rad Centra definiran je Nacionalnim programom audiovizualnog stvaralaštva u kojem su predstavljeni ciljevi koje HAVC provodi i ostvaruje tijekom mandata aktualnog ravnatelja. Uz sredstva državnog proračuna, sredstva za rad i provedbu Nacionalnog programa osiguravaju se iz dijela ukupnog godišnjeg bruto prihoda ostvarenog obavljanjem audiovizualnih djelatnosti.

Nadležnosti Centra jasno su određene zakonskim i strateškim dokumentima:

- planiranje i raspisivanje javnih poziva za financiranje projekata
- uvođenje kriterija kvalitete, raznolikosti i reprezentativnosti
- koordinacija sudjelovanja hrvatskog filma na međunarodnim festivalima i tržištima
- potpora distribuciji i prikazivačkoj mreži
- razvoj filmske pismenosti i edukacijskih programa
- administracija poticaja za strane produkcije (*cash rebate*)
- provođenje nacionalnih strategija (npr. Nacionalni plan za razdoblje 2021.–2027).

Upravljanje institucijom povjereno je Upravnom odboru, ravnatelju i Hrvatskom audiovizualnom vijeću. Upravni odbor upravlja radom Centra i odgovoran je za provedbu programa u skladu s financijskim mogućnostima i zakonskim okvirom, ravnatelj organizira i vodi rad Centra, dok je Hrvatsko audiovizualno vijeće odgovorno za programsku djelatnost. Također postoji i Umjetničko vijeće, koje Hrvatskom audiovizualnom vijeću predlaže programe za proizvodnju, a njegovi su članovi birani iz redova filmskih profesionalaca – producenata, redatelja, scenarista, teoretičara i kritičara. Struktura HAVC-a uključuje više izvršnih odjela: Ured ravnatelja, Odjel za filmsku proizvodnju i komplementarne djelatnosti, Odjel za promociju i plasman, Odjel za poticanje ulaganja u audiovizualnu proizvodnju, Desk Kreativne Europe – Ured MEDIA, Odjel za pravne poslove i Odjel za financije.

3.3.2. Model financiranja: transparentnost i pluralizam

Jedna od temeljnih inovacija HAVC-a jest model otvorenih javnih poziva, utemeljen na stručnom vrednovanju prijavljenih projekata. Prijave se ocjenjuju prema umjetničkim, produkcijskim i distribucijskim kriterijima. Evaluaciju provodi Umjetničko vijeće, a odluke se objavljuju javno.

Tablica 3: Prikaz kategorija potpora koje dodjeljuje Hrvatski audiovizualni centar

Podaci: Hrvatski audiovizualni centar

Kategorija	Primjer potpora
Proizvodnja audiovizualnih djela	Dugometražni igrani filmovi; debitantski dugometražni igrani filmovi; kratkometražni igrani filmovi; dugometražni dokumentarni filmovi; kratkometražni dokumentarni filmovi; animirani filmovi; eksperimentalni filmovi; filmovi u postprodukcijskoj fazi u svim navedenim grupama.
Filmske koprodukcije s manjinskim hrvatskim udjelom	Potpora se dodjeljuje u istim kategorijama kao i za potpore za proizvodnju audiovizualnih djela. Uvjet za manjinsku koprodukciju jest obvezna zastupljenost hrvatske strane u umjetničkom i tehničkom osoblju, a najmanje 60% odobrenih sredstva mora biti potrošeno u Republici Hrvatskoj.
Razvoj scenarija i razvoj projekata audiovizualnih djela	Dugometražni igrani; dugometražni dokumentarni i animirani filmovi.

	Pod dugometražnim igranim filmovima, u smislu dodjele sredstava za razvoj scenarija i razvoj projekata, podrazumijevaju se filmovi čije trajanje nije kraće od 70 minuta. Pod dugometražnim dokumentarnim filmovima – filmovi čije trajanje nije kraće od 60 minuta. Pod animiranim filmovima – filmovi čije trajanje nije kraće od 24 minute za razvoj scenarija, odnosno od 5 minuta za razvoj projekta.
Razvoj scenarija i projekata televizijskih djela	Televizijska dramska djela čije trajanje po epizodi nije kraće od 25 minuta i koja su namijenjena prvenstveno televizijskom prikazivanju; televizijska humoristična djela čije trajanje po epizodi nije kraće od 20 minuta; kreativni televizijski formati za djecu i mlade čije ukupno trajanje serije nije kraće od 25 minuta i koji su namijenjeni prvenstveno televizijskom prikazivanju; dokumentarna televizijska djela čije trajanje po epizodi nije kraće od 20 minuta; animirana televizijska djela

	čije ukupno trajanje serije nije kraće od 24 minute.
Komplementarne djelatnosti	Programi iz područja zaštite audiovizualne baštine (uključujući kinotečnu djelatnost); programi filmskih festivala i drugih audiovizualnih manifestacija; djelatnosti razvijanja audiovizualne kulture; programi promocije i prodaje hrvatskih audiovizualnih djela; proučavanje i kritičko vrednovanje audiovizualnih djelatnosti; izdavaštvo u području audiovizualnih djelatnosti; programi stručnoga usavršavanja i/ili edukacije; programi audiovizualnih udruga i organizacija.
Međunarodna suradnja	U projekte međunarodne suradnje ubrajaju se projekti koji se odvijaju izvan teritorija Republike Hrvatske: međunarodni filmski festivali i audiovizualne manifestacije: programi gostovanja hrvatskih autora audiovizualnih djela, producenata, izbornika festivala i audiovizualnih manifestacija, audiovizualnih stručnjaka i djelatnika; međunarodni filmski festivali i audiovizualne manifestacije: program izrade

	promidžbenih materijala i prijavljivanje u službeni konkurenciju festivala i audiovizualnih manifestacija; međunarodni filmski festivali i audiovizualne manifestacije: programi predstavljanja i promocije audiovizualnih djela; projekti međunarodne kulturalne razmjene iz područja audiovizualnih djelatnosti (razmjena hrvatskih i stranih pojedinaca i institucija); programi stručnog usavršavanja; sudjelovanje u radu relevantnih međunarodnih audiovizualnih strukovnih udruga; <i>pitching</i>, koprodukcijски forumi i programi za razvoj projekata; međunarodni filmski i audiovizualni sajmovi: potpora producentima i autorima za predstavljanje audiovizualnih djela.
Distribucija filmova	Distribucija hrvatskih filmova, s posebnim naglaskom na kinodistribuciju na teritoriju Republike Hrvatske i kinodistribucija filmskih koprodukcija s manjinskim hrvatskim udjelom na teritoriju Republike Hrvatske.

Razvoj i proizvodnja videoigara	Predmet Javnog poziva za poticanje audiovizualnih djelatnosti i stvaralaštva u 2025. godini, u kategorijama poticanja razvoja i proizvodnje videoigara, dodjela je bespovratnih sredstava. Bespovratna sredstva odobravaju se kao potpore male vrijednosti. Cilj ove kategorije unutar Javnog poziva jest poticanje razvoja izvrsnosti videoigara edukativnog, kulturnog i/ili umjetničkog značaja za Republiku Hrvatsku te hrvatsku i europsku audiovizualnu kulturu.
Specijalizirani javni poziv za razvoj scenarija i razvoj projekata	Sredstva za poticanje razvoja scenarija i razvoja projekata namijenjena su dugometražnim igranim i dugometražnim animiranim filmovima za djecu i mlade. Pod dugometražnim igranim filmovima i dugometražnim animiranim filmovima za djecu i mlade, u smislu dodjele sredstava za razvoj scenarija i razvoj projekata, podrazumijevaju se filmovi čije trajanje nije kraće od 70 minuta.

<i>MEDIA MATCHING</i>	Pravo podnošenja zahtjeva za <i>MEDIA MATCHING</i> imaju producenti – fizičke i pravne osobe upisane u sudski ili drugi registar za obavljanje djelatnosti proizvodnje audiovizualnih djela sa sjedištem u Republici Hrvatskoj ili koje obavljaju djelatnost u Republici Hrvatskoj i upisane se u očevidnik producenata, kojima su dodijeljena sredstva u potprogramu MEDIA u okviru programa Kreativna Europa (u daljnjem tekstu: odobreni projekti). Zahtjev se podnosi: 1. za odobrene projekte u natječajnoj kategoriji potprograma MEDIA: - Europski korazvoj 2. za projekt za koji je zaključen ugovor o sufinanciranju s EACEA-om (operativnim tijelom Europske komisije).
Dodatna potpora za proizvodnju filmova čija je nemogućnost završetka proizvodnje posljedica učinka inflacije na gospodarstvo	Na 11. sjednici Hrvatskog audiovizualnog vijeća u 5. sazivu, održanoj 26. ožujka 2025. godine, jednoglasno je, s 11 glasova „za“, donesena odluka o dodatnoj potpori za proizvodnju filmova čija je

	nemogućnost završetka proizvodnje posljedica učinka inflacije na gospodarstvo. Na poziv su se mogli prijaviti korisnici sredstava Centra kojima su dodijeljena sredstva po javnom pozivu za poticanje audiovizualnih djelatnosti i stvaralaštva u kategoriji proizvodnje filmova na rokovima odlučivanja u razdoblju od 2018. do 2022. godine.
Potpota za dodatne troškove snimanja filmova nastale uslijed izvanrednih okolnosti uzrokovanih epidemijom COVID-19	Javni poziv za podnošenje zahtjeva za potporu za dodatne troškove snimanja filmova nastale uslijed izvanrednih okolnosti uzrokovanih epidemijom COVID-19, koji je raspisalo Hrvatsko audiovizualno vijeće 4. lipnja 2020., prestao se provoditi s danom 13. svibnja 2023. godine.
Proizvodnja mikroproračunskih dugometražnih igranih filmova	Ovim Javnim pozivom financiraju se mikroproračunski dugometražni igrani filmovi čiji ukupni proračun ne prelazi iznos od 1,500.000 HRK (199.084 eura). Na taj su se javni poziv autori mogli prijaviti u razdoblju od 2021. do 2022., nakon čega natječaj nije ponovljen.

Izvor: Izradila autorica.

U razdoblju od 2008. do 2023., HAVC je godišnje prosječno sufinancirao između 70 i 90 projekata, uz ukupna ulaganja u iznosu većem od 30 milijuna eura.

Prema izvješću HAVC-a za 2024., najviše sredstava bilo je usmjereno na dugometražne igrane filmove (51,27%), zatim slijede komplementarne djelatnosti (16,19%), dok je nešto manje od 10% proračuna bilo usmjereno na proizvodnju dokumentarnih filmova i ostale grane koje pokriva HAVC. Velik broj potpora bio je usmjeren na nezavisne produkcijske kuće, što pokazuje pluralizam i raznolikost pristupa.

3.3.3. Cash rebate i internacionalizacija

Iskorak koji je HAVC strateški napravio jest uvođenje Programa poticanja ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela. Ovim programom Hrvatska je pozicionirana kao jedna od najatraktivnijih europskih lokacija i zemalja za izvoz filmskih usluga. Ovim se modelom stranim produkcijama koje snimaju u Hrvatskoj vraća do 25% (ili više) prihvatljivih troškova, pod uvjetom angažmana domaće radne snage i infrastrukture. Zahvaljujući ovom programu, Hrvatska je postala atraktivna destinacija za produkcije poput *Game of Thrones* (HBO), *Star Wars: The Last Jedi* (Lucasfilm), *McMafia* (BBC), *Hitman's Wife's Bodyguard* (Millennium Media) i dr. Time se ne samo povećava ekonomski doprinos audiovizualnog sektora (preko 282 milijuna eura od početka Programa poticaja), nego se i otvaraju prilike za domaće autore da se povežu s globalnom industrijom.

3.3.4. Kulturna raznolikost i potpora nezavisnim autorima

Uloga HAVC-a jest stvaranje prostora za različite filmske poetike, autore i teme koje izmiču mainstream produkciji. Brojni nezavisni filmovi dobili su potporu HAVC-a i ostvarili značajan međunarodni uspjeh:

- *Srbenka* (Nebojša Slijepčević) – nagrada *Doc Alliance* 2018. za najbolji dokumentarni film godine; Sarajevo Film Festival 2018. – *Srce Sarajeva* za najbolji dokumentarni film
- *Dnevnik Diane Budisavljević* (Dana Budisavljević) – Pula Film Festival 2019. – *Velika zlatna arena* za najbolji film; nagrada *Oktavijan* za najbolji dugometražni film 2019.

- *F20* (Arsen Anton Ostojić) – Indijski svjetski filmski festival 2020. – najbolji redatelj po izboru žirija (Arsen Anton Ostojić); najbolja montaža (Dubravko Slunjski); Filmski festival u Kijevu 2020. – najbolji europski triler
- *Murina* (Antoaneta Alamat Kusijanović) – *15 dana autora* 2021. (Quinzaine des réalisateurs), Filmski festival u Cannesu – *Zlatna kamera* (*Camera d'Or*); Međunarodni filmski festival u Hamptonsu 2021. – najbolji dugometražni igrani film
- *Šlager* (Nevio Marasović) – Međunarodni filmski festival u Prištini PriFest 2024. – nagrada za najbolju glumicu (Lana Barić)

Tako HAVC doprinosi očuvanju kulturnog pluralizma, poticanju ženskih autorica, manjinskih tema i eksperimentalnih formi, čime se ispunjavaju i kulturne politike Europske unije i UNESCO-a.

3.3.5. Filmska pismenost

HAVC nije samo financijer proizvodnje, već i aktivni akter razvoja publike i filmske pismenosti. U srpnju 2023. pokrenuli su službenu stranicu (portal) filmske pismenosti koji je, kako navodi HAVC, „središnje informativno mjesto o filmskom obrazovanju i filmskoj pismenosti, a namijenjen je učiteljima i profesorima, kao i svima onima koji se bave obrazovanjem djece i mladih. Cilj je potaknuti ih da aktivno traže znanja i informacije o filmu i načinima na koji mogu pozitivno utjecati na umjetnički razvoj djece i mladih.“ (HAVC, 2023.)

Putem portala moguće je pratiti događanja koja potiču obrazovanje nastavnika, profesora, pedagoga i publike vezano uz film, a neka od tih događanja su Škola medijske kulture „Dr. Ante Peterlić“, Filmski dani Udruge djeca susreću umjetnost, Stop Motion Scena, Konferencija o filmskoj pismenosti i druga. Ono što je od velikog značaja jest to što nastavnici na portalu mogu pristupiti edukativnim materijalima za različite filmove te pomoću tih materijala mogu uključiti i edukaciju o filmovima (i temama koje ti filmovi obrađuju). Uz edukativne materijale, portal predstavlja malu knjižnicu u kojoj su dostupne razne knjige, priručnici i materijali (npr. *Ana i Lovro u svijetu filma: filmski rodovi* –

Mirjana Vedak; *Smjernice za inkluzivno komuniciranje* – Maja Krištafor, Tino Vodanović, Damir Herega i Maja Ogrizović; *Klasici hrvatskog kratkog dokumentarnog filma* – Marina Zlatarić i dr.).

Na platformi se mogu pronaći i linkovi koji vode do drugih platformi putem kojih se mogu gledati hrvatski i europski filmovi. Dostupne platforme su:

- CinEd – pristup bogatoj i različitoj ponudi europskog filma; pomaže mladima razviti sposobnosti gledanja i slušanja, uspoređivanja i povezivanja (<https://www.cined.eu/>)
- Croatian.film – platforma za promociju hrvatskog filma
- Digitalna filmska naSTAVa – digitalna platforma namijenjena profesorima i učenicima za korištenje filmova osnovnoškolaca i srednjoškolaca u nastavi
- Film svima – prijevod i prilagodba filmova, javne projekcije, promocija te medijateka filmova prilagođenih jeziku gluhih; projekt je pokrenut 2016. unutar udruge Filmaktiv (<https://filmsvima.com/o-nama/>)
- Film u bolnici – mrežno platforma koja sadrži više od 100 filmskih djela recentne europske produkcije za djecu i mlade od 3 do 15+ godina; naslovi iz filmskog programa Sedmi kontinent, s naglaskom na klasike hrvatske kinematografije, čine ponudu domaćeg filma (<https://filmubolnici.org/#o-nama>)

Centar omogućuje da film postane edukacijski i kulturni resurs, osobito za mlade. Također, HAVC sustavno ulaže u festivale i prikazivačku mrežu – primjerice, pruža potporu mreži Europa Cinemas i neovisnim kinima širom zemlje.

3.3.6. Krize i otpori

Iako HAVC predstavlja prijelomni trenutak u povijesti hrvatske kinematografije, njegovo djelovanje nije bilo bez kontroverzi. Unatoč uspjesima, Centar nije mogao izbjeći političke pritiske i krize pa je tako 2016. godine, u vrijeme tadašnjeg tehničkog ministra kulture Zlatka Hasanbegovića, došlo do pokušaja diskreditacije HAVC-a, osporavanja neovisnosti selekcija i sumnji u transparentnost financiranja. Ondašnji ravnatelj Hrvoje Hribar na konferenciji za novinare izjavio je:

„Proteklih dana svjedoci smo brojnih klevetničkih napada na našu instituciju, a koje prenose pojedini portali. Rad HAVC-a reguliran je Zakonom i podzakonskih aktima koji omogućuju razgovjetan rad, čiji su rezultati ali i postupci i koraci dostupni javnosti. Negativne interpretacije koje spominjem, tumačim kao pokušaj da se skandaliziranjem starih neistina skrene pozornost sa stvarne odgovornosti za krivičnu i materijalnu štetu koja je nastala nedjelovanjem i nesnalaženjem nadležnog ministarstva. Hrvatski sudovi izrekli su tijekom ove godine niz nepravomoćnih i jednu pravomoćnu presudu protiv osoba koje su se protiv HAVC-a koristili potpuno istim patvorinama ili vrlo sličnim konstrukcijama, kao one koje čitamo posljednjih dana. Za razliku od procesa protiv klevetnika koji su spori ali dosežni, probleme sa sustavom poticaja moramo rješavati odmah. Sustav poticaja od 2012. godine Hrvatsku je učinio izuzetno atraktivnom destinacijom međunarodnih produkcija i uveo je Hrvatsku u vrlo lukrativan svijet filmskog turizma. Stoga još jednom apeliram na sve u hrvatskoj javnosti, ali prije svega na Vladu RH, da se bez odlaganja zaustavi devastacija vrijednog društvenog i kulturnog resursa - hrvatske filmske industrije, od koje živi neposredno više od 1.500 filmskih radnika, a blagodati ubiru i mnoge druge gospodarske grane", poručio je Hribar.“ (HAVC, 2016.)

Dio filmske zajednice (inicijativa *Puk'o nam je film*) reagirao je organiziranim otporom (prosvjedi, otvorena pisma, podrška iz inozemstva), no posljedično se dogodila i frakcija u zajednici te neslaganje između dviju struja, od kojih je jedna bila predvođena dijelom članova udruženja Hrvatskih filmskih autora i djelatnika (Vukšić, 2017). Ova epizoda dodatno je potvrdila važnost institucionalne autonomije i profesionalnosti u sustavu kulturne politike, a sukob je otkrio koliko je filmska autonomija u Hrvatskoj još uvijek krhka i politički ranjiva, unatoč formalnim zakonima.

Povijest institucionalne podrške hrvatskom filmu pokazuje put od centralizirane državne kontrole, preko tranzicijskog kaosa, do suvremenog modela kulturnog pluralizma i decentralizacije. Osnivanje HAVC-a označava ključnu prekretnicu, no stabilnost sustava ovisi o kontinuitetu stručnosti, političkoj autonomiji i društvenoj svijesti o važnosti filmske kulture. U kontekstu nezavisne produkcije upravo taj institucionalni okvir čini razliku između kreativne prilike i sistemskog preživljavanja.

HAVC je temeljni stup suvremene hrvatske audiovizualne politike. Njegov značaj ne leži samo u financijskoj pomoći, već i u strateškoj funkciji – oblikovanju identiteta hrvatske kinematografije, poticanju raznolikosti, povezivanju s europskim i globalnim trendovima te zaštiti kulturne autonomije. U kontekstu nezavisnog filma HAVC predstavlja neizostavnog saveznika, bez kojeg bi većina autorskih i društveno relevantnih filmova uopće bila nemoguća. Iako nesavršen, HAVC je instrument koji omogućuje da hrvatski film bude više od puke zabave – da postane prostor istraživanja, otpora, sjećanja i kreativnosti.

3.4. Ključni izazovi nezavisne filmske produkcije

Unatoč razmjerno stabilnoj institucionalnoj infrastrukturi uspostavljenoj u 21. stoljeću, hrvatska nezavisna filmska produkcija i dalje se suočava s nizom strukturnih i operativnih izazova koji odražavaju šire probleme europske, pa i svjetske nezavisne kinematografije. Sustavi poput HAVC-a (Hrvatskog audiovizualnog centra), MEDIA programa Europske unije i regionalnih koprodukcijских mreža stvorili su okvir za profesionalni razvoj, no praksa pokazuje da produkcija izvan dominantnih tržišnih struktura i dalje ostaje financijski i organizacijski nesigurna (IRIS plus 2011–2). Jedan od najizraženijih izazova u hrvatskoj nezavisnoj produkciji jest proizvodnja filmova s izrazito ograničenim budžetima, često u uvjetima koji ne osiguravaju profesionalnu kompenzaciju ni radnu stabilnost. Mnogi se projekti realiziraju zahvaljujući neplaćenom radu ili entuzijazmu članova ekipe, čime se reproducira model „prekarnog“ stvaranja, tipičan i za europski kontekst (IRIS plus 2011–2; Hjort i Petrie, 2007). Ova praksa može biti kreativno poticajna u početnoj fazi, no dugoročno stvara iscrpljujuće uvjete za autore i ugrožava održivost karijera.

Distribucija nezavisnih filmova, kako u Hrvatskoj tako i širom Europe, uvelike ovisi o festivalskom ekosustavu. Iako festivali poput Zagreb Film Festivala, Sarajevo Film Festivala te međunarodni događaji poput Berlinalea ili Cannesa pružaju platformu za vidljivost, oni ne jamče financijsku održivost (Flynn i Tracy, 2019). Mreža neovisnih kinoprikazivača (Kinomreža) u Hrvatskoj je fragmentirana, a nedostatak sredstava za marketing dodatno ograničava doseg filmova. Za razliku od Sjedinjenih Američkih

Država, gdje nezavisni filmovi mogu ostvariti komercijalni uspjeh putem streaming servisa i specijaliziranih distribucijskih kuća (npr. A24), europski modeli se i dalje primarno oslanjaju na javne subvencije (King, 2005; Elsaesser 2005). Međutim, kako navode Mitrić i Kolarić

“Pokrenut je niz manjih TVOD platformi (npr. Kino Meeting Point OnDemand i KinoKauch), ili kako bi ugostile online projekcije tijekom pandemijskih izdanja lokalnih filmskih festivala, ili kako bi omogućile digitalnu distribuciju novih filmova. Te nove platforme unose inovacije u postjugoslavenski distribucijski sektor na dva načina. Prvo, isti film može biti dostupan na nekoliko od tih platformi jer nijedna od njih ne dobiva ekskluzivna prava, što nikada nije slučaj u kinodistribuciji. Drugo, nove platforme omogućuju digitalnu distribuciju lokalnih filmova širom bivše Jugoslavije (ili ponekad čak globalno), čineći ih pristupačnijima, vidljivijima i jeftinijima u usporedbi sa situacijom tijekom kino distribucije.” (2021: 55-56, prijevod autorice).

Digitalizacija audiovizualnog sadržaja promijenila je način konzumacije filmova, osobito među mlađim publikama koje sve češće gledaju sadržaje isključivo mrežno. Hrvatski nezavisni film teško pronalazi put do te publike bez dodatnih edukacijskih i medijskih napora. Problem je prisutan i na europskoj razini: kulturne politike i dalje se sporije prilagođavaju digitalnim distribucijskim trendovima nego komercijalni sektori. Inicijative poput Europa Cinemas i Digital Single Market for Europe pokušavaju osigurati bolju dostupnost, ali rezultati su ograničeni.

Unatoč tome što sustav javnih poziva HAVC-a potiče natjecateljski pristup i profesionalizaciju, učestale promjene pravilnika, složeni obrasci i nepredvidive evaluacije projekata otežavaju dugoročno planiranje. Ovaj izazov nije jedinstven za Hrvatsku – slične kritike upućene su europskim fondovima poput Eurimagesa zbog birokratizacije i nedostatka transparentnosti u procesima dodjele sredstava (IRIS plus 2011–2).

Autorska pozicija u nezavisnoj produkciji često je paradoksalna: iako je riječ o autorski vođenim projektima, u praksi produkcijske kuće nerijetko zadržavaju ključna prava na distribuciju i promociju. Time autori gube kontrolu nad reprezentacijom i plasmanom vlastitih djela (Hjort i Petrie, 2007). U SAD-u, gdje je tržišna dinamika snažnija, sličan

problem postoji u odnosu između nezavisnih autora i distributera (Newman, 2011), dok europski kontekst donekle ublažava te napetosti kroz snažniju zakonsku zaštitu i kolektivne mehanizme.

Ipak, unatoč ovim izazovima, hrvatska nezavisna kinematografija uspijeva razvijati prepoznatljiv estetski i tematski identitet. Filmovi poput *Sigurno mjesto* (Juraj Lerotić), *Frka* (Svebor Mihael Jelić), *Murina* (Antoneta A. Kusijanović) ili *Zbornica* (Sonja Tarokić) uspijevaju kombinirati snažan autorski izraz, ograničene resurse i međunarodnu relevantnost. Riječ je o radovima koji dokazuju kako nezavisni film može istodobno biti i lokalno ukorijenjen i globalno komunikativan – što je ključna vrijednost suvremene kinematografije uopće.

4. RAZVOJ PUBLIKE U KONTEKSTU AUDIOVIZUALNE INDUSTRIJE

Razvoj publike predstavlja strateški, dugoročni pristup usmjeren na izgradnju i diversifikaciju kulturne publike, istodobno produbljujući njihovu uključenost u kulturni sadržaj. U europskom filmskom sektoru razvio se iz marketinškog dodatka u središnji stup kulturne politike, povezan s održivošću i društvenom uključenosti (Primorac i Obuljen Koržinek, 2017). Pojam je stekao istaknutost u raspravama o kulturnoj politici Europske unije krajem 1990-ih, osobito kroz program Kreativna Europa MEDIA, koji razvoj publike definira kao ključan za prekograničnu cirkulaciju djela i sudjelovanje u kulturi.

Za razliku od marketinga, koji promovira određeno izdanje, razvoj publike usmjeren je na strukturno uključivanje — filmsku edukaciju u školama, projekcije u zajednici, titlove radi pristupačnosti te izgradnju povjerenja između institucija i publike. Također se razlikuje od uključivanja publike (*audience engagement*), koje naglašava interakciju i dijalog, dok razvoj publike te taktike integrira unutar institucionalne, često javno financirane, dugoročne vizije (Cvetičanin i sur. 2024).

4.1. Teorijski pristupi

Razumijevanje nezavisne filmske produkcije i razvoja publike zahtijeva oslonac na teorijske modele koji objašnjavaju odnose između medijske proizvodnje, distribucije i recepcije unutar šireg kulturnog i društvenog konteksta. U ovom se potpoglavlju razmatraju relevantni teorijski pristupi koji pružaju okvir za analizu nezavisne audiovizualne scene, uključujući koncepte kulturnih i kreativnih industrija, ekonomiju pozornosti, teorije participacije publike te modele kulturne vrijednosti. Kroz prikaz različitih perspektiva uspostavlja se temelj za interpretaciju rezultata istraživanja i kritičko promišljanje strukturnih izazova s kojima se suočava hrvatska nezavisna filmska industrija.

4.1.1. Teorija kulturnog sudjelovanja

Teorija kulturnog sudjelovanja pruža temeljni okvir za razumijevanje razvoja publike u filmskom sektoru, promatrajući odlazak u kino ne samo kao oblik razonode, već i kao oblik kulturnog građanstva i društvene uključenosti. Ukorijenjena u radovima autora poput Bourdieuja (1984) i Bennetta i suradnika (2009), teorija istražuje kako socioekonomski status, obrazovanje, geografska lokacija i kulturni kapital oblikuju uključenost pojedinaca u kulturna dobra — uključujući i kino.

U kontekstu europske politike, kulturno sudjelovanje smatra se i pravom i javnim dobrom. Dokument *EU Work Plan for Culture (2019–2022)* izričito povezuje kulturno sudjelovanje sa društvenom kohezijom, tvrdeći da pristup raznolikim kulturnim izrazima, poput europskog filma, jača demokratske vrijednosti (European Commission, 2018). Za razvoj publike u filmu to znači stvaranje strategija koje nadilaze marketing te uklanjaju strukturne, ekonomske i obrazovne prepreke sudjelovanju.

U velikim tržištima poput Francuske ili Ujedinjenog Kraljevstva teorija kulturnog sudjelovanja oblikuje kriterije javnog financiranja, pri čemu se od korisnika zahtijeva da pokažu kako će njihovi projekti uključiti nedovoljno zastupljene publike (Paris, 2015). Na primjer, francuski CNC određene potpore povezuje s programima razvoja publike u školama i lokalnim zajednicama.

U Hrvatskoj, HAVC uključuje principe sudjelovanja financirajući projekte putujućih kina (npr. Kino Mediteran) i programe filmske pismenosti koji posebno ciljaju ruralne sredine i obrazovno nedovoljno zastupljenu publiku (Primorac i Obuljen Koržinek, 2017).

Iako je teorija kulturnog sudjelovanja bila ključna u oblikovanju filmske politike, kritizirana je zbog usmjerenosti na kvantitativne mjere pristupa (npr. broj prodanih ulaznica, geografski doseg) umjesto na kvalitativnu uključenost (Belfiore i Bennett, 2008). U Hrvatskoj, primjerice, visoka posjećenost festivalskih projekcija ne mora nužno značiti i dugotrajno kulturno sudjelovanje izvan festivalskog konteksta, što upućuje na potrebu za longitudinalnijim pristupima razvoju publike.

4.1.2. Kulturni kapital i formiranje ukusa prema Bourdieuju

Koncept kulturnog kapitala Pierrea Bourdieua – neekonomskih resursa koji utječu na društvenu mobilnost, poput obrazovanja, kulturnog znanja i estetskog ukusa – ostaje jedan od najutjecajnijih teorijskih okvira za razumijevanje razvoja publike u kinematografiji (Bourdieu, 1984). Primijenjen na filmsku industriju, ovaj koncept objašnjava zašto su određeni segmenti publike skloniji gledanju europskih *art-house* filmova, sudjelovanju na filmskim festivalima ili gledanju filmova s titlovima, dok se drugi više okreću mainstream komercijalnom filmu.

Bourdieu je razlikovao tri oblika kulturnog kapitala – utjelovljeni (dispozicije, znanje), objektivirani (kulturna dobra poput filmova, knjiga) i institucionalizirani (akreditacije, kvalifikacije) – a svi oni oblikuju filmski ukus. U europskom kontekstu javne kulturne politike često nastoje redistribuirati kulturni kapital potičući publiku, koja inače ne bi imala priliku, na susret s raznolikim filmskim formama. U tržištima poput Francuske i Ujedinjenog Kraljevstva javni filmski fondovi eksplicitno adresiraju jaz u kulturnom kapitalu ulažući u školske filmske programe, diskusije nakon projekcija i kontekstualne obrazovne materijale (Paris, 2015). Takve inicijative nastoje „demokratizirati ukus” izlažući publiku manje poznatim žanrovima, formatima i kulturnim perspektivama. U Hrvatskoj se program filmske pismenosti Hrvatskog audiovizualnog centra može tumačiti kroz Bourdieuovu perspektivu kao nastojanje da se proširi utjelovljeni kulturni kapital – upoznavanjem učenika s hrvatskom, europskom i svjetskom kinematografijom, čime se

razvija osjećaj bliskosti i ugone s raznovrsnim filmskim stilovima (Primorac i Obuljen Koržinek, 2017). Također, Bourdieuova teorija očituje se i na primjeru programske politike hrvatskih festivala, kao na primjer - Puskog filmskog festivala i ZagrebDoxa, koji namjerno kombiniraju domaće premijere s europskim koprodukcijama i međunarodnim ostvarenjima. Kontekstualiziranjem projekcija kroz Q&A sesije i panel-rasprave, festivali nastoje povećati interpretativnu kompetenciju publike, jačajući njihovu sposobnost da cijene i kritički promišljaju kompleksne narative i formalne eksperimente.

U Hrvatskoj tržišna segmentacija često odražava raspodjelu kulturnog kapitala. Urbane, visokoobrazovane publike, primjerice u Zagrebu i Rijeci, sklonije su gledanju europskih filmova s titlovima i posjećivanju festivala, dok su publike u manjim gradovima, gdje je kinematografska infrastruktura slabija, orijentirane na mainstream holivudske naslove. Projekti putujućih kina poput Kina Mediteran nastoje smanjiti te razlike donoseći raznovrstan program u slabije opslužene regije, čime se zapravo sije novi kulturni kapital. Bourdieuova teorija naglašava da razvoj publike nije samo pitanje povećanja broja gledatelja, već i oblikovanja hijerarhija ukusa te omogućavanja pravednijeg pristupa estetskim i kognitivnim dobrobitima raznolike kinematografije. Inicijative financirane iz EU-a, poput *Europa Young Audience Award*, operacionaliziraju ovu ideju zahtijevajući od uključenih kina da prate posjećenost mladih na nenacionalnim europskim filmovima – što predstavlja mjerljiv pokazatelj širenja kulturnog kapitala.

4.1.3. Umrežene publike u digitalnom dobu

Koncept umreženih publika – publika koje se formiraju, održavaju i šire putem digitalnih komunikacijskih mreža – transformirao je način na koji filmska industrija pristupa razvoju publike. Polazeći od teorija Jenkinsa (2006) o participativnoj kulturi i Castellsa (2010) o mrežnom društvu, umrežene publike više nisu pasivni konzumenti, već aktivni sudionici koji dijele, preporučuju, pa čak i sukreiraju sadržaj vezan uz film na različitim platformama. U ovom okviru razvoj publike ne odnosi se isključivo na fizičku posjećenost projekcijama, već na poticanje trajne, digitalno posredovane uključenosti koja započinje prije i nastavlja se nakon samog čina gledanja. Najbolje prakse iz većih europskih tržišta sugeriraju da razvoj umreženih publika zahtijeva kontinuiranu ponudu sadržaja, razmjenu

podataka među partnerima i integraciju s obrazovnim inicijativama. Primjerice, britanski BFI Player povezuje streaming filmova izravno s nastavnim planom i programom – model koji bi se mogao prilagoditi hrvatskom kontekstu kako bi se ojačali digitalni i kulturni ciljevi sudjelovanja. U kontekstu Europske unije to se najbolje očituje kroz program Kreativna Europa – MEDIA, kojim Europska komisija izričito stavlja digitalne inovacije u središte razvoja publike, financirajući projekte koji integriraju VOD platforme, strategije angažmana putem društvenih mreža i prekogranični digitalni marketing. Umrežene publike prepoznate su kao ključne za prevladavanje geografske i jezične fragmentacije europskog filmskog tržišta (European Commission, 2018).

Na nacionalnoj razini, HAVC je započeo integraciju digitalnih strategija u razvoj publike podržavanjem platforme [croatian.film](https://www.croatian.film/hr/)⁷, koja omogućuje besplatno gledanje hrvatskih kratkometražnih filmova, dok se dugometražni filmovi mogu rentati. Ova platforma doseže domaću publiku u sredinama bez kina, ali se istodobno povezuje i s gledateljima u dijaspori. Nadalje, festivali poput ZagrebDoxa i Animafesta usvojili su hibridne formate, istovremeno nudeći mrežno prijenose odabranih sadržaja i održavanje događaja uživo, čime se proširuje pristup publici koja fizički ne može prisustvovati. Ovi hibridni modeli, pojačani aktivnom promocijom na društvenim mrežama, stvaraju trajnu mrežu pratitelja tijekom cijele godine. S druge strane, projekt Kino Mediteran nadopunjuje fizičke projekcije snažnom prisutnošću na internetu, koristeći Facebook grupe, Instagram priče i prijenose događaja uživo za izgradnju lojalnosti i održavanje dijaloga između projekcija.

- Prilike: Umrežene publike omogućuju malim nacionalnim kinematografijama da zaobiđu neke infrastrukturne prepreke stvaranjem „virtualne blizine” raznovrsnim kulturnim djelima. Ovaj model također omogućuje mikrociljanje – prilagodbu sadržaja i marketinga specifičnim segmentima publike na temelju analize podataka (Jenkins, Ford i Green, 2013).
- Izazovi: U Hrvatskoj je fragmentacija digitalnih inicijativa kroz različite platforme i dionike dovela do dupliciranja napora i propuštenih prilika za širenje dosega. Ne

⁷ <https://www.croatian.film/hr/>

postoji jedinstvena digitalna strategija koja bi integrirala VOD, festivalsko streamanje i kinomreže u jedinstven nacionalni ekosustav razvoja publike.

4.2. Kontekst politike u Europi

Europski politički okvir za razvoj publike u filmskom sektoru oblikovan je kombinacijom kulturnih strategija na razini Europske unije, transnacionalnih mehanizama financiranja i nacionalnih implementacija koje odražavaju lokalne prioritete. Dok nacionalni filmski instituti postavljaju vlastite kriterije financiranja i programe za uključivanje publike, njihove strategije često djeluju unutar prioriteta koje definira potprogram Creative Europe MEDIA te povezani kulturnopolitički dokumenti Europske unije. Neki od najvažnijih kulturnopolitičkih dokumenata Europske unije su *A New European Agenda for Culture* (2018) koji povezuje kulturno sudjelovanje sa socijalnom uključenosti, raznolikošću i interkulturalnim dijalogom. Film se definira i kao kulturni i kao ekonomski pokretač, pri čemu je razvoj publike ključan za njegovu održivost. Nadalje, *Council Work Plan for Culture 2019.–2022.* identificira razvoj publike kao prioritetno područje prekogranične suradnje, s preporukama za razmjenu najboljih praksi među državama članicama. Te jedan od značajnijih dokumenata je UNESCO-va *Konvencija o zaštiti i promicanju raznolikosti kulturnih izričaja* (2005.), koju su ratificirali EU i države članice, dodatno naglašava potrebu za raznolikošću kulturne ponude i ravnopravnim pristupom, što izravno utječe na oblikovanje filmskih politika.

Potprogram Creative Europe MEDIA (2021.–2027.) eksplicitno stavlja razvoj publike u središte svojih prioriteta, uz podršku filmskoj produkciji i distribuciji. MEDIA definira razvoj publike kao kombinaciju aktivnosti usmjerenih na povećanje interesa i znanja publike o europskim filmovima, osobito među mladima i neredovnim posjetiteljima kina. Financiranje je usmjereno na:

- inicijative filmske pismenosti (npr. prekogranične školske programe, edukaciju nastavnika),
- inovativne načine uključivanja publike korištenjem digitalnih alata i društvenih mreža,

- transnacionalnu cirkulaciju europskih djela putem titlova, sinkronizacije i koordiniranih strategija prikazivanja,
- poticaje Europa Cinemas, koji nagrađuju kina za programiranje europskih filmova i provedbu aktivnosti razvoja publike (European Commission, 2018; Paris, 2015).

4.2.1. Nacionalna implementacija i hrvatski kontekst

U Hrvatskoj Hrvatski audiovizualni centar (HAVC) djeluje kao Creative Europe MEDIA Desk i koordinira nacionalnu primjenu ciljeva EU-a. Nacionalna politika integrira europske prioritete kroz:

- potpore za titlovanje i pristupačnost radi poticanja prekogranične cirkulacije hrvatskih djela,
- programe filmske pismenosti oblikovane prema europskim najboljim praksama (npr. inicijative za mlade publike u okviru Europa Cinemas),
- sudjelovanje u paneuropskim mrežama poput DocAlliance i Animation Festivals Network radi olakšavanja prekogranične promocije (Kolarić i Mitrić, 2021).

Iako se Hrvatska u velikoj mjeri usklađuje s ciljevima EU-a, nacionalni fokus i dalje je snažno usmjeren na filmsku pismenost i festivalske programe za razvoj publike, dok postoji manji naglasak na kontinuirano uključivanje publike tijekom cijele godine izvan velikih kulturnih događanja. Ova razlika ukazuje na čest izazov malih tržišta – balansiranje između kulturnih događaja visoke vidljivosti i strategija trajnog pristupa (Mitrić, 2025). Iako Europska unija promiče usklađene strategije, jezična raznolikost, razlike u infrastrukturi i različite financijske mogućnosti znače da implementacija u praksi značajno varira. U bogatijim zemljama poput Francuske i Njemačke snažno javno financiranje omogućuje cjelogodišnje programe i analitiku publike temeljenu na podacima. U manjim tržištima poput Hrvatske i Slovenije razvoj publike često je vezan uz projektne cikluse financiranja, što može ograničiti dugoročno strateško planiranje (Mitkus i Nedzinskaitė-Mitkė, 2016).

4.3. Europski pejzaž razvoja publike u filmskoj industriji

Razvoj publike (*audience development*) u europskoj filmskoj industriji sve se više prepoznaje kao strateški alat za osiguravanje kulturne raznolikosti, jačanje tržišnog dosega nezavisnih produkcija i poticanje aktivnog sudjelovanja građana u kulturnom životu. Europske kulturne politike, osobito unutar okvira programa Creative Europe – MEDIA, sustavno promiču mjere usmjerene na proširenje publike, obrazovanje gledatelja i inovativne modele distribucije. U ovom potpoglavlju analiziraju se dominantni trendovi, institucionalni mehanizmi i primjeri dobre prakse razvoja publike na razini Europske unije, s posebnim naglaskom na poveznice s nacionalnim politikama audiovizualnog sektora i izazovima u manjim tržištima poput hrvatskog.

4.3.1. Trendovi i strategije na glavnim tržištima

Europski filmski sektor već je dugo obilježen svojom dvostrukom prirodom: s jedne strane, predstavlja mozaik različitih jezičnih, kulturnih i industrijskih konteksta, a s druge strane djeluje unutar zajedničkog nadnacionalnog okvira oblikovanog kulturnom politikom Europske unije. Razvoj publike u tom je kontekstu izrastao u objedinjeni koncept i središnji strateški cilj, prepoznat ne samo kao sredstvo povećanja posjećenosti nego i kao mehanizam kulturne inkluzije, demokratske participacije i cirkulacije raznolikih filmskih izraza. Uključivanje razvoja publike u potprogram Creative Europe MEDIA odražava ovu širu viziju, pozicionirajući ga uz produkciju i distribuciju kao jedan od triju stupova održive europske kinematografije.

Unutar tog okvira različita nacionalna tržišta razvila su specifične pristupe koji odražavaju njihove institucionalne kapacitete i kulturne tradicije. Na velikim, dobro financiranim tržištima poput Francuske, Ujedinjenog Kraljevstva i Njemačke strategije razvoja publike duboko su ugrađene u dizajn kulturnih politika, poduprte snažnim javnim subvencijama i povezane s kompleksnim sustavima prikupljanja podataka. Ovdje se aktivnosti očituju kroz školske filmske programe, digitalne analitike distribucije i zajedničku podršku neovisnim kinima. Manje filmske industrije, poput onih u Hrvatskoj i Sloveniji, suočavaju se s drukčijim ograničenjima: ograničeni resursi, manja domaća publika i infrastrukturni nedostaci često znače da se inicijative koncentriraju oko filmskih festivala, putujućih kina

i projekata koji promiču filmsku pismenost. Ipak, upravo ta manja tržišta često postaju laboratoriji inovacija, eksperimentirajući s hibridnim digitalnim formatima, lokalnim zajedničkim projekcijama i prekograničnim suradnjama koje odražavaju ciljeve europske kulturne politike.

Paneuropske inicijative dodatno ilustriraju kako se razvoj publike zamišlja kao zajednički izazov koji nadilazi nacionalne granice. Mreže poput Europa Cinemas, DocAlliance i kooperativnih festivalskih platformi pružaju financijske poticaje, alate i prostore za razmjenu, omogućujući kinima i organizacijama članicama širenje dosega prema mladim, marginaliziranim i netradicionalnim gledateljima. Unatoč tim naporima, i dalje ostaju značajni izazovi, uključujući jezičnu fragmentaciju, neujednačenu infrastrukturu i strukturne nejednakosti između velikih i malih tržišta. Smještanje Hrvatske unutar ovog šireg europskog okvira stoga naglašava i usklađenost s kontinentalnim najboljim praksama i divergencije ukorijenjene u kulturnim i gospodarskim specifičnostima.

Kako bi se ti dinamičniji procesi detaljnije istražili, ovo poglavlje najprije razmatra strategije razvoja publike na velikim europskim tržištima poput Francuske, Ujedinjenog Kraljevstva i Njemačke, koje služe kao referentne točke za dobro strukturirane modele. Zatim se usmjerava na manje države, posebice Sloveniju i Hrvatsku, kako bi se analiziralo na koji se način razvoj publike pregovara u kontekstima s ograničenim resursima. Rasprava se nadalje bavi paneuropskim inicijativama, uključujući Europa Cinemas i DocAlliance, koje nastoje premostiti strukturne razlike i potaknuti prekograničnu suradnju. Na kraju poglavlje reflektira izazove i najbolje prakse, pozicionirajući hrvatsko iskustvo unutar šire europske putanje.

4.3.2. Francuska: državne subvencije i edukacija kao instrumenti politike

Francuska se često navodi kao paradigmatski primjer europske filmske politike, gdje su državne subvencije izravno povezane s kulturnim ciljevima, uključujući razvoj publike. Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) razvio je sveobuhvatan okvir u kojemu je financijska potpora uvjetovana komponentama vezanim uz edukaciju i širenje dosega. Primjerice, inicijativa *École et cinéma* uvodi školarce u francuske i europske filmske klasike kroz projekcije popraćene nastavnim materijalima, čime se film ugrađuje

u formalni obrazovni sustav (Paris, 2015). Na taj način filmska se pismenost postavlja kao produžetak kulturnog građanstva, osiguravajući da različite publike ne budu samo izložene kinematografiji, već i osposobljene za njezino kritičko razumijevanje.

Nadalje, politika CNC-a naglašava teritorijalnu ravnotežu, zahtijevajući od korisnika sredstava da omoguće kulturni pristup i slabije opskrbljenim regijama. To se usklađuje s tezom Belfiore i Bennetta (2008) da razvoj publike u kulturnoj politici jednako podrazumijeva gdje se kultura konzumira kao i što se konzumira. Francuska tako pokazuje kako snažno javno financiranje, u kombinaciji s pedagoškim strategijama, može transformirati film u alat društvene inkluzije i dugoročnog proširivanja publike.

4.3.3. Ujedinjeno Kraljevstvo: digitalna analitika i ciljana intervencija

Ujedinjeno Kraljevstvo predstavlja kontrastan, ali jednako utjecajan model u kojemu su pristupi vođeni podacima postali središnji u razvoju publike. British Film Institute (BFI) integrira digitalnu analitiku publike u svoje zahtjeve za javno financiranje, obvezujući korisnike da pruže dokaze o dosezanju podzastupljenih skupina, uključujući mlade, etničke manjine i zajednice s niskim prihodima (Noonan i Brock, 2023). Posebno je značajna mreža Film Audience Network, koja povezuje regionalne čvorove diljem zemlje, omogućujući razmjenu resursa i lokalizirane strategije prilagođene specifičnim potrebama zajednice.

Važno je istaknuti da je Ujedinjeno Kraljevstvo bilo pionir u primjeni streaming platformi i digitalnih nadogradnji unutar javne filmske politike. BFI Player, primjerice, nudi kurirani pristup britanskoj i europskoj kinematografiji putem interneta, često povezan s nastavnim kurikulumima i projektima kulturne baštine (Jenkins, Ford i Green, 2013). Ova integracija digitalnih platformi s obrazovnim inicijativama pozicionira Ujedinjeno Kraljevstvo kao predvodnika u prilagodbi razvoja publike realnostima umreženog društva (Castells, 2010). Ipak, kako kritičari napominju, naglasak na mjerljivim ishodima riskira reduciranje kulturne participacije na kvantitativne pokazatelje, potencijalno zanemarujući dublje kvalitativne oblike angažmana (Belfiore i Bennett, 2008).

4.3.4. Njemačka: zajednička kina i regionalno financiranje

Njemačka predstavlja decentralizirani model razvoja publike, ukorijenjen u njezinoj federalnoj strukturi. Regionalna filmska tijela (Filmförderungsanstalten ili FFA) igraju ključnu ulogu u podršci zajedničkim kinima i manjim kulturnim inicijativama. Ova tijela često povezuju financiranje s lokalnim projektima dosega, poput razgovora nakon projekcija, mobilnih kina i međugeneracijskih programa (Mitkus i Nedzinskaitė-Mitkė, 2016). Takav pristup odražava njemački kulturnopolitički ethos *Kultur für alle* („kultura za sve“), osiguravajući da kino bude dostupno i izvan metropolitanskih središta poput Berlina ili Münchena.

Značajna odlika njemačkog modela jest naglašavanje festivala kao nositelja kulturne edukacije. Primjerice, sekcija Generation Berlinskog filmskog festivala eksplicitno je posvećena mladim publikama, kombinirajući projekcije s raspravama, radionicama i susretima s redateljima. Takve inicijative usklađuju se s Bourdieuovim (1984) konceptom kulturnog kapitala jer kod mladih razvijaju interpretativne kompetencije i potiču dugoročnu kulturnu participaciju. Njemački slučaj stoga ističe važnost decentralizacije i angažmana na razini zajednice, pokazujući kako regionalne strukture financiranja mogu djelovati kao snažni pokretači diverzifikacije publike.

4.3.5. Slovenija: integracija kina u zajednicu

Slovenija nudi vrijedan usporedni slučaj za Hrvatsku kao još jedno malo tržište s ograničenim resursima, ali snažnim ambicijama u razvoju publike. Središnja institucija u tom kontekstu jest ljubljanski Kinodvor, koji se etablirao kao žarište filmske pismenosti i programa za mlade. Njegov program *Young Audiences* integrira projekcije, rasprave i edukativne radionice u školski i društveni život, osiguravajući cjelogodišnji pristup filmu kao dijelu kulturnog obrazovanja (Čopič i Srakar, 2014). Za razliku od jednokratnih događanja, ovi programi ukorijenjeni su u institucionalne strukture, pokazujući kako male države mogu uskladiti praksu s europskim standardima unatoč financijskim ograničenjima.

Uz to, slovenska kulturna politika naglašava važnost međunarodnog umrežavanja. Sudjelovanjem u mreži Europa Cinemas i regionalnim suradnjama poput festivala

Animateka, slovenske inicijative proširuju svoj doseg izvan nacionalnih granica, pružajući publici raznolike filmske sadržaje. To odražava Bourdieuovu (1984) tezu o formiranju ukusa, budući da rano izlaganje raznim filmskim formama stvara kulturni kapital koji potiče dugoročnu participaciju. U usporedbi s Hrvatskom, Slovenija je vjerojatno bila uspješnija u institucionaliziranju filmske edukacije kao trajne kulturne ponude, a ne samo projektno utemeljene inicijative (Primorac i Obuljen Koržinek, 2017).

4.3.6. Hrvatska: festivali, filmska pismenost i digitalne strategije u nastajanju

Pristup Hrvatske razvoju publike odražava i usklađenost s ciljevima Europske unije i ograničenja tipična za manja tržišta. Hrvatski audiovizualni centar (HAVC) igra središnju ulogu, osobito kroz program filmske pismenosti, razvijen u partnerstvu s Ministarstvom znanosti i obrazovanja. Ova inicijativa uključuje film u školski kurikulum, smanjujući time socioekonomske prepreke kulturnoj participaciji te prenoseći Bourdieuov (1984) koncept utjelovljenog kulturnog kapitala na nove generacije (Tonković i sur., 2022). Projekti putujućeg kina, poput Kina Mediteran, operacionaliziraju teoriju participacije u geografski marginaliziranim zajednicama, smanjujući prostorne nejednakosti u pristupu (Kovačić i sur., 2024).

Festivali u Hrvatskoj i dalje su ključna sredstva za dosezanje publike. Pulski filmski festival, ZagrebDox i Animafest nisu samo prestižni kulturni događaji, već i platforme za obrazovanje publike, koje uključuju razgovore s autorima, panel-rasprave i radionice za mlade. Ove aktivnosti produžuju angažman publike izvan same projekcije, potičući razvoj interpretativnih vještina i kritičkog mišljenja.

U posljednje vrijeme, Hrvatska se okreće i digitalnim strategijama poput platforme *croatian.film*, koja nudi besplatno gledanje kratkih filmova i dokumentaraca. Ova inovacija ima dvostruku svrhu: rješavanje infrastrukturnih ograničenja unutar zemlje i povezivanje s dijasporom u inozemstvu, čime se nacionalna publika učinkovito širi preko granica (Mitrić, 2025).

Unatoč ovim napretcima, Hrvatska se i dalje suočava s izazovima održavanja kontinuiranog angažmana publike tijekom cijele godine. Dok festivali stvaraju

koncentrirane kulturne trenutke, dugoročne strategije izvan tih događaja ostaju nedovoljno razvijene, što odražava projektno financiranje tipično za mala tržišta (Mitkus i Nedzinskaitė-Mitkė, 2016).

4.3.7. Paneuropske inicijative: mreže i prekogranična suradnja

Na europskoj razini razvoj publike sve se više podupire putem transnacionalnih mreža koje odgovaraju na strukturne izazove s kojima se suočavaju nacionalna tržišta. Europa Cinemas, osnovana 1992. uz podršku EU-a, pruža financijske poticaje kinima članicama za prikazivanje nenacionalnih europskih filmova i uključivanje u aktivnosti dosega, osobito prema mlađim publikama. Kriteriji evaluacije često su povezani s teorijom participacije, naglašavajući i kvantitativni i kvalitativni angažman (European Commission, 2018).

DocAlliance, suradnja dokumentarnih festivala u srednjoj i istočnoj Europi, predstavlja još jedan inovativan model. Zajedničkim korištenjem resursa i omogućavanjem kuriranog mrežnog pristupa dokumentarcima, proširuje doseg filmova koji bi inače teško stekli vidljivost na malim ili jezično ograničenim tržištima (Szczepanik, 2019). Slično tome, inicijative usmjerene na mlade, poput Giffoni Film Festivala u Italiji, pokazuju kako festivali mogu postati dugoročne platforme angažmana, gdje mlada publika djeluje ne samo kao gledatelji, već i kao članovi žirija i kreatori sadržaja (Giusti, 2021).

Ove paneuropske inicijative naglašavaju važnost umreženih publika (Jenkins, 2006; Castells, 2010) kao kulturnog i političkog cilja. Korištenjem prekogranične suradnje ublažavaju se nedostaci malih nacionalnih kinematografija, stvarajući zajedničku infrastrukturu za cirkulaciju filmova i diversifikaciju publike. Za Hrvatsku je sudjelovanje u takvim mrežama bilo ključno u usklađivanju s europskim najboljim praksama, iako nacionalna koordinacija ostaje potrebna kako bi se izbjegla fragmentacija i dupliciranje napora (Primorac i Obuljen Koržinek, 2017).

Krajolik razvoja publike u europskoj kinematografiji otkriva i konvergenciju oko zajedničkih političkih okvira i divergenciju oblikovanu lokalnim kontekstima. Velika tržišta poput Francuske, Ujedinjenog Kraljevstva i Njemačke pokazuju kako snažne

financijske infrastrukture omogućuju dugoročne strategije – od filmske pismenosti u obrazovnim sustavima do podataka utemeljenih na digitalnoj analitici i trajne podrške zajedničkim kinima. Ti primjeri naglašavaju kako razvoj publike, kada je strukturno institucionaliziran, može postati kontinuirana praksa, a ne niz izoliranih inicijativa.

Manje države, uključujući Sloveniju i Hrvatsku, suočavaju se s drugačijim izazovima. Ograničeni resursi, slabija infrastruktura i manja domaća publika smanjuju njihovu sposobnost da repliciraju cjelogodišnje strategije većih tržišta. Ipak, obje zemlje ilustriraju kako inovacije često nastaju pod ograničenjima. Slovenija je institucionalizirala filmsku pismenost kroz Kinodvor, ugrađivši kulturnu participaciju u svakodnevni život zajednice, dok je Hrvatska razvila snažnu festivalsku kulturu, pionirske projekte putujućih kina poput Kina Mediteran te eksperimentira s digitalnim platformama poput *croatian.film*. Ovi primjeri pokazuju kako manja tržišta mogu uskladiti svoje djelovanje s europskim najboljim praksama, istovremeno ih prilagođavajući nacionalnim uvjetima.

Na paneuropskoj razini, inicijative poput Europa Cinemas, DocAlliance i mreža festivala usmjerenih na mlade djeluju kao ključni mostovi između nacionalnih ograničenja i transnacionalnih aspiracija. One ne samo da podupiru cirkulaciju raznolikih filmskih djela preko jezičnih i geografskih granica, već i potiču stvaranje umreženih publika kakve su predvidjeli Jenkins (2006) i Castells (2010). Za Hrvatsku sudjelovanje u tim mrežama osigurava vidljivost i održivost koje bi bilo teško postići na isključivo nacionalnoj razini.

Unatoč tome, divergencije i dalje ostaju. Hrvatska se snažno oslanja na festivale i projektno financiranje, što znači da angažman publike često doseže vrhunac oko koncentriranih kulturnih događaja, dok su mehanizmi za održavanje razvoja publike tijekom cijele godine slabije razvijeni. Suprotno tome, europske najbolje prakse naglašavaju kontinuitet, integraciju s obrazovanjem i sustavno korištenje podataka za analitiku publike. Štoviše, strukturne prepreke, poput jezične raznolikosti, infrastrukturnih nedostataka i financijskih nejednakosti i dalje ograničavaju ravnomjernu cirkulaciju europskih filmskih djela. Rješavanje ovih nedostataka zahtijeva ne samo bolju koordinaciju između EU-a i nacionalnih okvira, već i priznavanje kulturnih specifičnosti – od hrvatske živahne

festivalske scene do njezinih veza s dijasporom – kao jedinstvenih resursa koje je moguće iskoristiti u oblikovanju kulturnih politika.

U konačnici, hrvatska putanja u razvoju publike ilustrira i obećanja i ograničenja europske kulturne harmonizacije. Dok se zemlja uskladila s prioritetima EU-a u području pismenosti, pristupačnosti i festivalskog dosega, istodobno pokazuje kako male kinematografije moraju inovirati kako bi pomirile kontinentalne ciljeve s lokalnim stvarnostima. Kako se Europa kreće prema integriranijem digitalnom i transnacionalnom kulturnom prostoru, hrvatsko iskustvo nudi dragocjene uvide u to kako male države mogu istodobno sudjelovati u oblikovanju i oblikovati širu europsku agendu.

4.4. Komparativna analiza: Hrvatska i Slovenija

Hrvatska i Slovenija predstavljaju usporediva kulturna i institucionalna okruženja unutar europske audiovizualne industrije, što ih čini relevantnima za paralelnu analizu u području razvoja publike. Obje zemlje dijele status članica Europske unije i pristup zajedničkim programima podrške kao što su Creative Europe MEDIA, Eurimages i Europa Cinemas, čime su integrirane u zajednički regulatorni okvir za razvoj audiovizualnih politika. Uz sličnu veličinu tržišta i demografsku strukturu, obje zemlje karakterizira fragmentirana kinomreža i urbano-centrična koncentracija prikazivačkih kapaciteta, što oblikuje slične obrasce gledateljske participacije i naglašava potrebu za decentralizacijom distribucije (IRIS plus 2011–2). Nadalje, razvijene art-kino mreže i edukativni programi u obje zemlje, poput hrvatskog Sedmog kontinenta i slovenskog Kino Vrtiček, ukazuju na kompatibilne strategije uključivanja djece i mladih u filmsku kulturu. Usporedive su i transformacije koje nameće digitalno doba, uključujući migraciju publike prema streaming platformama, oslabljenu naviku kolektivnog gledanja i pad interesa za domaći film među mladima (Kapilar, 2025). S obzirom na jezičnu i kulturnu bliskost, ove dvije zemlje često surađuju unutar zajedničkih koprodukcijских, edukacijskih i festivalskih mreža, poput inicijative RE-ACT i SEE Cinema Network, što dodatno potvrđuje analitičku opravdanost njihove usporedbe. Usporedba hrvatskog i slovenskog modela razvoja publike omogućuje razmjenu praksi i modeliranje održivih rješenja za male nacionalne kinematografije u europskom kontekstu.

S obzirom na to da su Hrvatska i Slovenija susjedne zemlje, obje koriste koprodukcije i kao gospodarski alat i kao sredstvo za razvoj publike, osiguravajući širu distribuciju u partnerskim državama. Članice su inicijative RE-ACT (Regionalna audiovizualna suradnja i obuka), uz Italiju, a riječ je o partnerskom projektu kojeg financira Kreativna Europa i koji je izričito osmišljen kako bi ojačao regionalne koprodukcije i osigurao prilagodljivost filmova različitim tržištima. Time se slijedi preporuka Europskog audiovizualnog opservatorija da male zemlje udruže resurse kako bi mogle konkurirati većim tržištima (Mitrić, 2025).

Godine 2008. Hrvatska je osnovala Hrvatski audiovizualni centar (HAVC), koji se u svojim strateškim dokumentima izravno poziva na ciljeve programa Creative Europe, dajući prednost filmskoj pismenosti, pristupačnosti i prekograničnoj cirkulaciji nacionalnih djela (Primorac i Obuljen Koržinek, 2017). Natječaji za financiranje često od prijavitelja zahtijevaju da pokažu na koji način projekti doprinose razvoju publike, čime se zrcali naglasak potprograma MEDIA na mjerljivom učinku. Također, Slovenski filmski centar usko se usklađuje s ciljevima EU-a u području koprodukcije i distribucije, često strukturirajući potpore tako da podržavaju višejezično titlovanje i regionalne turneje, čime se odražava fokus EU-a na uklanjanje jezičnih i infrastrukturnih prepreka (Čopič i Srakar, 2014; Mitrić, 2025).

Obje su zemlje aktivne članice mreže Europa Cinemas, koja nagrađuje prikazivače za programsko uključivanje neeuropskih filmova i provedbu aktivnosti usmjerenih na razvoj publike. Evaluacije pokazuju da kina koja sudjeluju u programima Europa Cinemas u Hrvatskoj i Sloveniji bilježe veću posjećenost europskih filmova od onih koja nisu članice (Paris, 2015). Hrvatska i Slovenija također sudjeluju u mreži DocAlliance, što njihovim festivalima (ZagrebDox i Dokudoc) omogućuje da prošire doseg nacionalnih djela putem kuriranih mrežno platformi, u skladu s digitalnom inovacijskom agendom EU-a (Mitkus i Nedzinskaitė-Mitkė, 2016).

Kako bi se publika razvijala od što mlađih naraštaja, u Hrvatskoj se mladi uključuju i u svojstvu žirija na značajnim filmskim festivalima poput Pula Film Festivala ili Animafesta, koji se pak oslanjaju na model Giffoni Film Festivala, kojeg Europska komisija već dugo

prepoznaje kao primjer održivog razvoja publike. Slovenski program Kinodvor Young Audiences integrira filmsko obrazovanje u cjelogodišnji repertoar kina, što je u skladu s pozivom iz Europskog plana rada za kulturu na kontinuitet kulturne participacije (Čopić i Srakar, 2014).

4.4.1. Mjerljivi učinci i konvergencija s ciljevima politika EU-a

Strategije razvoja publike u Hrvatskoj i Sloveniji izravno doprinose pokazateljima europske kulturne politike, kao što su povećan pristup za nedovoljno zastupljene zajednice, rast udjela art-filmova i neeuropskih filmova prikazivanih u domaćim kinima te jačanje stopa kulturne participacije mladih. Iako Hrvatska i Slovenija pokazuju snažnu usklađenost svojih politika s europskim okvirima razvoja publike, njihove strukturne stvarnosti, strateški prioriteti i tržišne karakteristike proizvode različitosti i otkrivaju ključne praznine u njihovim pristupima i ishodima.

U pogledu infrastrukture i pristupačnosti, Slovenija održava gušću i decentraliziraniju prikazivačku infrastrukturu. Općinski kulturni centri i mala gradska kina, često uz potporu lokalnih vlasti, osiguravaju relativno ravnomjernu teritorijalnu pokrivenost (Čopić i Srakar, 2014). Inicijative putujućeg kina u Sloveniji su komplementarne, a ne zamjenske, što znači da većina građana ima pristup stalnom kinu unutar razumne udaljenosti. Hrvatska, naprotiv, ima centraliziraniji obrazac prikazivačke mreže, s multipleksima koncentriranima u urbanim područjima i obalnim turističkim središtima. Pristup u ruralnim sredinama uvelike ovisi o sezonskim ili projektnim inicijativama poput Kina Mediteran. To stvara prazninu u cjelogodišnjoj dostupnosti i može oslabiti naviku redovitog odlaska u kino izvan gradova.

Kada je riječ o digitalnim strategijama i korištenju dostupnih podataka, Slovenija je integrirala VOD platforme (npr. DocAlliance, mrežno inicijative Kino Otok) u cjelogodišnji angažman publike, osiguravajući da digitalni pristup nadopunjuje, a ne zamjenjuje fizičke projekcije (Mitkus i Nedzinskaitė-Mitkė, 2016). Za razliku od susjeda, hrvatske digitalne strategije uglavnom su vezane uz festivalski branding (croatian.film, hibridna festivalska izdanja) i nedostaje im objedinjena, tržišno prepoznatljiva prisutnost potrebna za izgradnju snažne digitalne publike tijekom cijele godine (Kolarić i Mitrić,

2021). Nadalje, postoji ograničena sustavna upotreba analitike publike za oblikovanje programa, što je praksa već dobro uspostavljena u većim tržištima EU-a, poput Ujedinjenog Kraljevstva (Paris, 2015).

U pogledu prioriteta politika i orijentacije financiranja, Slovenija dodjeljuje sredstva s eksplicitnim odredbama za višejezične koprodukcije i regionalnu prilagodljivost, čime se osigurava cirkulacija filmova u susjednim zemljama bez značajnih prilagodbi (Mitrić, 2025). Financijske politike u Hrvatskoj snažnije naglašavaju predstavljanje kulturne baštine i nacionalno brendiranje, što jača lokalni identitet, ali može ograničiti prekograničnu tržišnu privlačnost ako nije popraćeno dodatnim sredstvima za titlove ili sinkronizaciju (Iordanova, 2019).

Obje zemlje ulažu u razvoj publike među djecom i mladima, pa tako Slovenija ima trajne programe za mlade, poput Kinodvor – Za šole, koji djeluju tijekom cijele godine i integrirani su u škole i lokalna kina, dok se u Hrvatskoj publika mladih ponajviše uključuje kroz festivale, ali nedostaje naknadnih programa tijekom ostatka godine (Tonković i sur., 2022). To rezultira snažnim kratkoročnim angažmanom, ali slabijim dugoročnim zadržavanjem publike.

I Slovenija i Hrvatska su zemlje sa specifičnim jezicima te je proces titlovanja i distribucije kod obje zemlje izazovan. Slovenija, zbog jezične blizine s talijanskim, hrvatskim i mađarskim tržištima, ima olakšan proces titlovanja i distribucije, dok se Hrvatska suočava s većim jezičnim preprekama pri izvozu filmova na neka susjedna tržišta, što zahtijeva veća ulaganja u lokalizaciju kako bi se postigao usporediv doseg.

Obje zemlje suočavaju se i s izazovima konkurencije globalnih streaming platformi, no Slovenija, zahvaljujući snažnijoj integraciji u europske mreže pokazuje veću otpornost. Hrvatska, zbog oslanjanja na sezonska turistička tržišta za posjećenost kinima, bilježi veću nestabilnost u brojkama publike – faktor koji je manje izražen u Sloveniji zbog ravnomjernije distribucije kino mreže.

4.4.2. Kulturne specifičnosti

Kulturni temelji filmske produkcije, cirkulacije i recepcije u Hrvatskoj i Sloveniji oblikuju strategije razvoja publike jednako snažno kao infrastrukturni i ekonomski čimbenici. Obje zemlje, kao male postsocijalističke europske države, dijele povijesno nasljeđe kulturne politike iz jugoslavenskog razdoblja, ali se znatno razlikuju u načinu na koji nacionalni identitet, jezik i tradicije publike utječu na njihove filmske sektore.

Suvremena hrvatska kinematografija često stavlja naglasak na nacionalnu povijest, ratne narative i identitetsku politiku – nasljeđe procesa izgradnje nacije nakon 1990-ih (Iordanova, 2019). Filmovi poput *Zvzdana* (r. Dalibor Matanić, 2015.) i *Dnevnika Diane Budisavljević* (r. Dana Budisavljević, 2019.) eksplicitno se bave povijesnim sjećanjem, što snažno rezonira na domaćem tržištu, ali može imati ograničen odjek u inozemstvu osim ako nije popraćeno festivalskom promocijom ili uokvireno kroz koprodukcije. Ova orijentacija ojačava pristup „kulturnog brendiranja“ koji opisuje Iordanova (2019), gdje film funkcionira podjednako kao proizvod kulturne baštine i kao zabavni sadržaj.

Slovenija, iako također proizvodi filmove s povijesnim i političkim temama, češće integrira univerzalne narative, žanrovske eksperimente i suvremene društvene teme, što olakšava izvoz i prekograničnu recepciju (Peruško i Čuvalo, 2014). To se podudara s onim što Čopić i Srakar (2015) nazivaju „trans-adaptivnom“ kulturnom strategijom, oblikovanom da funkcionira u višejezičnim i multikulturnim distribucijskim kontekstima.

Ograničen globalni doseg hrvatskog jezika zahtijeva titlove ili sinkronizaciju za većinu izvoznih tržišta. HAVC nudi potpore za titlovanje, no taj je proces i dalje resursno zahtjevan, osobito za manje produkcije (Mitrić, 2020). Zahvaljujući svojoj geografskoj i jezičnoj poziciji, Slovenija ima lakši pristup titlovanju na talijanski, hrvatski i mađarski jezik – tržišta u kojima su dvojezične ili višejezične publike uobičajenije.

Multiplex kultura dominira u hrvatskim urbanim područjima, gdje holivudski naslovi često potiskuju domaće i europske filmove, osim tijekom festivalskih razdoblja (Škrabalo, 2008). Publika izvan gradskih središta uvelike se oslanja na sezonske projekcije, što dovodi do povremenog, a ne kontinuiranog angažmana s nacionalnom kinematografijom. U

Sloveniji se, zahvaljujući očuvanju malih gradskih kina i lokalnih kulturnih centara, održala se tradicija gledanja art-filmova i europske kinematografije, čime se stvara publika koja je tijekom cijele godine otvoreniya za titlovene filmove.

Festivalska i događajna kultura ima ključnu ulogu u oblikovanju strategija razvoja publike u Hrvatskoj i Sloveniji, no ta dva tržišta primjenjuju različite modele. U Hrvatskoj vodeći događaji poput Pulskog filmskog festivala, ZagrebDoxa i Animafesta Zagreb funkcioniraju kao istaknuti kulturni vrhunci, koncentrirajući medijsku pozornost, političku vidljivost i sudjelovanje javnosti u kratkim, intenzivnim razdobljima. Ovaj model temeljen na događajima oslanja se na nacionalni ponos i kulturno brendiranje, osobito kroz predstavljanje domaćih produkcija – uz uključivanje obrazovnih aktivnosti poput mladih žirija, školskih projekcija i masterclass radionica koje njeguju dugoročan angažman. Međutim, epizodična priroda ovih festivala znači da njihov učinak na ponašanje publike često ostaje privremen, pri čemu posjećenost i angažman opadaju izvan festivalskog kalendara (Tonković i sur., 2022). Slovenija, nasuprot tome, svoje velike festivale, poput Ljubljanskog međunarodnog filmskog festivala (LIFFe) i Dokudoca – ugrađuje u kontinuirani programski okvir koji podupiru cjelogodišnja art-kina poput Kinodvora. Ova integracija održava odnos s publikom i osigurava stalni pristup europskoj i nezavisnoj kinematografiji, što je u skladu s pristupom „kontinuirane kulturne participacije“ koji preporučuje europska kulturna politika (Čopič i Srakar, 2015; Paris, 2015). Oba modela ispunjavaju ciljeve razvoja publike iz programa Creative Europe MEDIA, ali slovenski kontinuirani model pokazuje se učinkovitijim u održavanju navike redovitog odlaska u kino, dok hrvatski intenzivni i identitetski fokusirani događaji uspješno stvaraju kulturne trenutke od nacionalne važnosti.

Uloga dijasporskih zajednica u razvoju publike malih nacionalnih kinematografija često je nedovoljno iskorištena u strategijama politike i industrije, premda predstavlja značajan neiskorišten potencijal – osobito u hrvatskom kontekstu. Hrvatska ima jednu od najvećih dijaspora u Europi u odnosu na broj stanovnika, sa snažnim zajednicama u Njemačkoj, Austriji, Švicarskoj, Australiji, Kanadi i Sjedinjenim Državama. Te zajednice održavaju kulturne veze putem udruga za očuvanje baštine, vjerskih institucija i sportskih klubova, koji bi mogli poslužiti kao prirodni kanali za cirkulaciju filmova (Mitrić, 2025). Trenutačno

hrvatski filmovi dopiru do dijasporske publike ponajprije putem posebnih festivalskih projekcija, kulturnih događanja koje organiziraju veleposlanstava te povremenih nišnih VOD distribucija, najčešće usmjerenih na filmove s temama nacionalnog identiteta i povijesnog pamćenja, poput ratnih drama (*General*, r. Antun Vrdoljak, 2019.) ili biografskih filmova (*Dnevnik Diane Budisavljević*, r. Dana Budisavljević, 2019.) (Iordanova, 2019). Međutim, sustavno, cjelogodišnje uključivanje dijaspore, koje bi integriralo marketinške strategije, digitalni pristup s titlovima i koordinirane programe s lokalnim zajednicama, još je uvijek ograničeno.

Suprotno tome, slovenska, manja i geografski koncentriranija dijaspora, prvenstveno u Italiji, Austriji i samoj Hrvatskoj, usko je povezana s jezičnim i kulturnim manjinama u pograničnim regijama. Slovenska politika aktivno podupire kulturne programe za te zajednice, osobito kroz prekogranične mehanizme financiranja i bilateralne kulturne sporazume, osiguravajući da kinematografija funkcionira i kao oblik kulturnog izvoza i kao diplomatski alat (Srakar, 2015). Ova prostorna i kulturna blizina olakšava redovite projekcije uživo, putujuće filmske programe te pristup slovenskim produkcijama putem zemaljskih televizijskih postaja u susjednim zemljama.

Iz perspektive politike Europske unije, angažman s dijasporom u skladu je s ciljevima programa Creative Europe MEDIA o širenju publike izvan domaćih granica, no rijetko se eksplicitno razmatra u nacionalnim okvirima za razvoj publike. Kako primjećuju Mitkus i Nedzinskaitė-Mitkė (2016), dijasporska tržišta često djeluju kao „kulturni multiplikatori“, stvarajući međunarodnu vidljivost i promociju putem usmene predaje, što može unaprijediti pozicioniranje filma na konkurentnim festivalima i u nišnim VOD tržištima. Za Hrvatsku to znači da bi strukturiraniji angažman s dijasporom, kroz postojeće mreže u Sjevernoj Americi i zapadnoj Europi, kombinaciju festivalskih premijera s digitalnim nastavcima te usklađivanje tematskog sadržaja i s ponosom na baštinu i s modernim pričama, mogao znatno proširiti doseg publike bez infrastrukturnih ograničenja domaćeg tržišta.

4.4.3. Usporedni ishodi u razvoju publike

Slovenski model, orijentiran na integraciju i ugradnju nacionalnog filma u regionalne distribucijske krugove, pokazuje se učinkovitijim u održavanju cjelogodišnje posjećenosti nego hrvatski model utemeljen na događajima, koji potiče snažan angažman tijekom festivalskih razdoblja, ali slabiji kontinuitet (Mitrić, 2020). Međutim, hrvatska strategija festivalskog brendiranja vjerojatno stvara dublju emocionalnu povezanost s domaćom publikom, što je ključni element lojalnosti gledatelja (Mandić i sur., 2017).

Komparativna analiza pokazuje da su i Hrvatska i Slovenija u velikoj mjeri uskladile svoje politike razvoja publike s europskim strateškim smjernicama, osobito onima definiranim kroz program Creative Europe MEDIA. Ipak, dok Slovenija naglašava model kontinuiranog uključivanja publike kroz decentraliziranu infrastrukturu i institucionalizirane programe filmske pismenosti, Hrvatska se oslanja na festivalski model koji snažno doprinosi nacionalnom kulturnom identitetu i međunarodnoj vidljivosti, ali pokazuje slabiji kontinuitet tijekom godine.

Razlike između dviju zemalja odražavaju šire izazove malih nacionalnih kinematografija: ograničene resurse, infrastrukturne neravnoteže te napetost između lokalne kulturne relevantnosti i zahtjeva prekogranične cirkulacije. Kulturne specifičnosti dodatno oblikuju ishode: slovenska orijentacija prema univerzalnim narativima olakšava međunarodnu distribuciju, dok hrvatski naglasak na povijesnim i identitetskim temama jača kulturno brendiranje, ali često zahtijeva festivalske ili digitalne okvire za širu recepciju.

Poseban potencijal u hrvatskom slučaju predstavlja dijaspora, čiji se strateški angažman zasad koristi tek fragmentarno, iako bi mogao poslužiti kao snažan multiplikator kulturnog dosega. Usporedba sugerira da bi daljnji razvoj publike u obje zemlje trebao biti usmjeren na povezivanje postojećih modela – festivala, digitalnih inovacija i obrazovnih programa – s trajnijim strukturama, čime bi se osigurala održivost i veća otpornost na globalne tržišne pritiske.

Smještanjem Hrvatske i Slovenije u širi europski okvir postaje jasno da male kinematografije, unatoč ograničenjima, mogu aktivno oblikovati transnacionalne kulturne

politike. Njihovi modeli, jedan utemeljen na kontinuiranoj integraciji, drugi na događajima visokog intenziteta, nude komplementarne uvide u načine na koje se europski ciljevi razvoja publike mogu biti lokalno prilagoditi. Ovaj zaključak ujedno otvara prostor za daljnju raspravu o tome kako se nacionalne specifičnosti, poput dijasporских veza ili festivalskog brendiranja, mogu strateški integrirati u europske kulturne politike u nadolazećem razdoblju.

4.5. Strategije razvoja publike u Hrvatskoj

Iako se hrvatski model razvoja publike oblikuje u dijalogu s europskim politikama i praksama, njegova specifičnost proizlazi iz kombinacije povijesnih, kulturnih i infrastrukturnih uvjeta koji zahtijevaju prilagođene pristupe. Europska unija već desetljećima aktivno promiče razvoj publike kao sastavni dio kulturne politike, osobito putem programa Creative Europe MEDIA, koji podupire inicijative za filmsku pismenost, transnacionalnu distribuciju, jačanje kapaciteta art-kina te obrazovne i interaktivne pristupe u radu s mladima (European Commission, 2020). Prema istraživanju Europske komisije (2017), cilj politika EU-a nije samo poticanje konzumacije kulturnog sadržaja, već i razvoj aktivnog građanstva i inkluzivnog kulturnog prostora kroz angažiranu publiku. U tom kontekstu, hrvatski audiovizualni sektor nastoji uskladiti vlastite strategije s europskim ciljevima, koristeći mehanizme EU-a za financiranje i umrežavanje, ali istodobno odgovarajući na specifične izazove malog tržišta i fragmentirane publike.

Detaljniji uvid u nacionalni kontekst otkriva četiri ključna stupa na kojima počiva strategija razvoja publike: nacionalni programi, festivali kao platforme za edukaciju i *outreach*, digitalne inovacije te usmjerenost na mlade. Ovi elementi čine temeljnu arhitekturu hrvatske kulturne politike u audiovizualnom sektoru, ali se razlikuju u svojoj učinkovitosti i dugoročnom utjecaju. Tako, primjerice, inicijative poput Sedmi kontinent⁸, Škola u kinu⁹ i festivalski edukativni programi (Zagreb Film Festival, Animafest) djeluju u skladu s direktivama Europske unije o poticanju pristupačnosti, no njihova dugoročna održivost ovisi o stabilnosti financiranja i sustavnom uključivanju obrazovnih institucija. Hrvatska

⁸ <https://www.sedmikontinent.org/>

⁹ <https://www.art-kino.org/hr/djeca-mladi>

se, poput drugih malih kinematografija, suočava s izazovima digitalne transformacije, promjene konzumacijskih navika i slabe institucionalne koordinacije, no europski modeli i instrumenti nude okvir za daljnju profesionalizaciju sektora.

Time se otvara prostor za razumijevanje kako Hrvatska može osigurati održivi razvoj publike ne samo kroz povremene kulturne vrhunce, već kroz trajne obrasce sudjelovanja u kinematografiji koji jačaju kulturni kapital, potiču socijalnu inkluziju i povezuju domaću i međunarodnu publiku.

4.5.1. Nacionalni programi razvoja publike

Nacionalni programi razvoja publike u Hrvatskoj primarno se provode kroz djelovanje Hrvatskog audiovizualnog centra (HAVC), koji djeluje kao ključna institucija za provedbu kulturne politike u audiovizualnom sektoru. U skladu s ciljevima programa Creative Europe MEDIA, HAVC je razvio niz mehanizama koji naglašavaju važnost dostupnosti, obrazovanja i uključivanja publike u filmsku kulturu. Ovi programi funkcioniraju kao strukturni okvir za smanjenje geografskih, socioekonomskih i obrazovnih barijera, čime se nastoji ostvariti načelo kulturne participacije kao javnog dobra (Primorac & Obuljen Koržinek, 2017).

Središnji nacionalni program jest Program filmske pismenosti, razvijen u partnerstvu HAVC-a i Ministarstva znanosti i obrazovanja. Ovaj program integrira film u obrazovni sustav kroz organizirane projekcije, nastavne materijale i stručno osposobljavanje nastavnika. Cilj je poticanje interpretativnih i kritičkih kompetencija učenika, čime se jača njihov „utjelovljeni kulturni kapital“ u Bourdieuovom smislu (Bourdieu, 1984). Studije pokazuju da ovakvi programi omogućuju učenicima iz različitih socioekonomskih pozadina ravnopravno pristupe filmskoj umjetnosti, čime se ublažavaju kulturne nejednakosti (Tonković i sur., 2022).

Drugi važan instrument nacionalne politike jesu projekti putujućih kina poput Kina Mediteran i inicijative Filmska na turneji. Ovi projekti donose film u sredine bez stalne kinodvorane, čime se smanjuju prostorne nejednakosti u kulturnoj participaciji (Kovačić i sur., 2024). Posebno je značajno što se pri odabiru repertoara često uključuju europski

filmovi, čime se ostvaruje i cilj prekogranične distribucije postavljen na razini Europske unije (European Commission, 2018). Ovi projekti primjer su „komplementarnog modela“, gdje se privremene kino-instalacije koriste kao nadomjestak za manjkavu infrastrukturu, ali istovremeno služe kao platforma za izgradnju lokalnih zajednica oko kulturnih događaja.

HAVC također sustavno podupire projekte titlovanja i prilagodbe za osobe s invaliditetom, čime se promiče inkluzivnost i širi potencijal publike. Ove su mjere posebno važne u kontekstu male kinematografije, u kojoj filmovi često imaju ograničen međunarodni doseg. Subvencionirano titlovanje omogućuje hrvatskim filmovima plasman na regionalna tržišta i festivalske mreže, čime se jača i prekogranična vidljivost (Mitrić, 2025). Time se Hrvatska izravno uklapa u europski okvir koji naglašava uklanjanje jezičnih barijera kao preduvjet za održiv razvoj publike.

Premda nacionalni programi u Hrvatskoj predstavljaju važne mehanizme za demokratizaciju pristupa filmu, izazov ostaje njihova održivost i kontinuitet. Većina se projekata financira kroz ograničene cikluse javnih poziva, što dovodi do fragmentiranosti i otežava dugoročno planiranje (Mitkus i Nedzinskaitė-Mitkė, 2016). Nadalje, iako programi filmske pismenosti i putujućih kina ostvaruju širok doseg, još uvijek nedostaje sustavno praćenje kvalitativnih aspekata sudjelovanja publike, što bi omogućilo precizniju evaluaciju njihova kulturnog učinka (Belfiore i Bennett, 2008).

U cjelini, nacionalni programi u Hrvatskoj pokazuju jasnu orijentaciju prema europskim ciljevima razvoja publike, osobito u segmentima filmske pismenosti, prostorne dostupnosti i inkluzivnosti. Ipak, njihova će daljnja učinkovitost ovisiti o institucionalnoj sposobnosti da se fragmentirani projekti povežu u koherentnu strategiju koja će nadilaziti festivalsku sezonalnost i omogućiti cjelogodišnje obrasce sudjelovanja.

4.5.2. Festivali kao instrumenti razvoja publike

Filmski festivali predstavljaju jedan od najvidljivijih i najutjecajnijih alata razvoja publike u Hrvatskoj, funkcionirajući istodobno kao platforme za promociju nacionalne kinematografije, prostori kulturne edukacije i događaji koji jačaju društvenu koheziju.

Kako ističu De Valck (2007) i Iordanova (2019), festivali nisu samo mjesta projekcija, već i „laboratoriji publike“ u kojima se stvaraju i testiraju modeli kulturnog sudjelovanja. U hrvatskom kontekstu, festivali kombiniraju visoku medijsku prepoznatljivost koncentriranog kulturnog programa s ciljanim obrazovnim i participativnim aktivnostima, osobito usmjerenima na mlade i publiku iz regija s ograničenom infrastrukturom. U nastavku se predstavljaju najrelevantniji festivali igranog, dokumentarnog i animiranog filma u Hrvatskoj.

Pulski filmski festival, najstariji i najznačajniji hrvatski filmski događaj, povijesno vezan uz jugoslavensku filmsku industriju, danas predstavlja središnju platformu za premijere domaćih filmova. Uz natjecateljski program, festival provodi niz obrazovnih aktivnosti: učeničke žirije, novinarske radionice za mlade te masterclass predavanja domaćih i međunarodnih filmskih profesionalaca (Pula PRO, 2025). Dnevne projekcije za školske grupe popraćene su pedagoškim materijalima, što pokazuje paralelu s praksama na europskoj razini, primjerice *Lux Audience Award* projekcijama, gdje se naglasak stavlja na kontekstualizaciju jednako koliko i na samu projekciju (Paris, 2015).

ZagrebDox se profilirao kao festival koji spaja filmsku prezentaciju s javnim raspravama i Q&A sesijama o društvenim i političkim pitanjima prikazanim na ekranu. Posebno važan segment čini Teen Dox, program usmjeren na adolescente, koji uključuje filmove o identitetu, različitosti i aktivizmu te omogućuje mladima da u moderiranim raspravama komuniciraju izravno s autorima. Ovakav participativni model odgovara strateškom okviru razvoja publike koji naglašava aktivno sudjelovanje, a koji Hadley (2021) prepoznaje kao temelj inkluzivne kulturne politike.

Animafest, jedan od vodećih svjetskih festivala animiranog filma, ima poseban potencijal za privlačenje mlađih generacija. Dječje natjecateljske sekcije, radionice animacije i žiri mladih nude djeci i mladima priliku da se upoznaju s filmom ne samo kao gledatelji, već i kao stvaratelji. Suradnje s umjetničkim školama i lokalnim kulturnim centrima osiguravaju da festivalske aktivnosti dopru i do manjih sredina izvan Zagreba, što se uklapa u europske smjernice o širenju kulturnog sudjelovanja izvan urbanih središta (European Commission, 2018).

Mnogi hrvatski festivali, poput Puskog i Animafesta, organiziraju postfestivalne turneje po kinima i kulturnim centrima diljem Hrvatske. Ova praksa produžuje životni vijek festivalskih filmova i omogućuje pristup visokokvalitetnim audiovizualnim sadržajima publici koja ne može fizički prisustvovati festivalima. Takvi modeli smanjuju infrastrukturne nejednakosti i predstavljaju primjer decentraliziranog kulturnog djelovanja (Mitkus i Nedzinskaitė-Mitkė, 2016). Također, hrvatski festivali aktivno sudjeluju u europskim mrežama i suradničkim projektima. ZagrebDox je dio DocAlliancea, dok je Animafest član Animation Festivals Network. Ove suradnje ne samo da proširuju festivalski program, nego i osiguravaju veću vidljivost hrvatskih filmova na međunarodnoj razini, doprinoseći prekograničnom razvoju publike (Primorac i Obuljen Koržinek, 2017).

Festivali su izrazito učinkoviti u generiranju koncentriranog angažmana publike i privlačenju medijske pažnje. Međutim, kako napominju Kovačić i sur. (2024), ovaj model vođen događajima često se suočava s problemom održivosti – angažman publike doseže vrhunac za vrijeme festivala, ali potom opada izvan tih kulturnih vrhunaca. Ključni izazov ostaje pretvaranje festivalske publike u redovite posjetitelje kina kroz sustavne cjelogodišnje programe i naknadne obrazovne aktivnosti.

4.5.3. Digitalne strategije

U kontekstu malih kinematografija poput hrvatske, digitalne strategije sve više zauzimaju središnje mjesto u politikama razvoja publike, premda i dalje ostaju sekundarne u odnosu na tradicionalne festivalske formate (Kolarić i Mitrić, 2021). Ubrzane promjene koje je donijela pandemija COVID-19 potaknule su nove modele digitalne distribucije i hibridnih formata, čime je hrvatski audiovizualni sektor dodatno osnažen u pogledu dostupnosti i međunarodne vidljivosti.

Najznačajnija inovacija u posljednjem desetljeću svakako je pokretanje platforme croatian.film, iza koje stoji Zagrebački filmski festival uz podršku HAVC-a. Lansirana 2020. godine, platforma nudi besplatan streaming hrvatskih kratkih filmova, studentskih radova i eksperimentalnih projekata, s ciljem približavanja audiovizualne produkcije mladim i digitalno pismenim generacijama, ali i povezivanja s hrvatskom dijasporom diljem svijeta. Uz to, HRTi, mrežno servis Hrvatske radiotelevizije, integrirao je odabrane

nacionalne filmove u svoju ponudu, čime se posebno ciljaju starije generacije naviknute na javne medijske servise (Mitrić, 2020). Na taj se način stvaraju različiti ulazi u domaću kinematografiju, prilagođeni različitim dobnim i kulturnim profilima publike.

Hrvatski filmovi sve češće pronalaze svoje mjesto na međunarodnim digitalnim platformama kroz europske mreže i regionalne suradnje. Ključnu ulogu u tome ima sudjelovanje ZagrebDoxa u DocAlliance's DAFilms.com, prestižnoj dokumentarističkoj VOD mreži. Ova platforma omogućuje da hrvatski dokumentarni filmovi cirkuliraju izvan nacionalnih granica, neovisno o tradicionalnoj kinodistribuciji, čime se otvara dugoročan kanal za međunarodnu vidljivost (Mitkus i Nedzinskaitė-Mitkė, 2016). Paralelno, nova partnerstva s inicijativama poput slovenske BSF (Slovenian Film Database) i Kino Europa Mrežno rezultirala su zajedničkim programima koprodukcija s višejezičnim titlovima, što dodatno olakšava prekograničnu kulturnu razmjenu i jača regionalnu koheziju (Mitrić, 2025).

Važnu ulogu imaju i hibridni modeli najvećih hrvatskih festivala. Animafest Zagreb i ZagrebDox primjer su manifestacija koje su, uz klasične projekcije, ponudile i mrežne programe, čime je sadržaj učinjen dostupnim gledateljima izvan Zagreba. Iako istraživanja pokazuju da digitalna publika ovih inicijativa najčešće dolazi iz već postojećih krugova kulturno angažiranih gledatelja, takvi modeli ipak doprinose povećanju vidljivosti i pristupu publici koja fizički ne može prisustvovati projekcijama (Primorac i Obuljen Koržinek, 2017). Poseban značaj imaju i postfestivalne turneje, koje se kombiniraju s mrežnim sadržajima, produžujući život filmova izvan festivalskog konteksta.

Osim platformi i hibridnih programa, digitalne strategije uključuju i intenzivnu upotrebu društvenih mreža. HAVC, festivali i nezavisni producenti koriste Instagram, Facebook i TikTok za promociju projekcija, interaktivne Q&A sesije i objavljivanje sadržaja „iza kulisa”. Iako analitika društvenih mreža već nudi precizne podatke o ponašanju publike, sustavna integracija tih podataka u kulturne politike i procese donošenja odluka još je uvijek u povojima, posebno u usporedbi s praksama razvijenih tržišta poput britanskog (Paris, 2015).

Unatoč pozitivnim pomacima, digitalne strategije u Hrvatskoj suočene su s nizom izazova. Monetizacija ostaje jedan od najvećih problema: većina nacionalnih i festivalskih platformi nudi sadržaj besplatno, čime se otežava financijska održivost. Fragmentacija ponude dodatno umanjuje potencijal jer brojni mali katalozi raspršuju publiku i otežavaju izgradnju snažnog brenda. Najzad, nedostatak kapaciteta za prikupljanje i analizu podataka o ponašanju publike znači da su mnoge strategije više reaktivne nego proaktivne, što ograničava njihovu učinkovitost u dugoročnom planiranju (Kolarić i Mitrić, 2021).

Digitalne strategije u Hrvatskoj značajno su unaprijedile pristup domaćem filmu i otvorile nove kanale za međunarodnu vidljivost, osobito kroz nacionalne platforme poput *croatian.film* i regionalne suradnje na inicijativama poput DocAlliance i Kino Europa Mrežno. Time se hrvatska kinematografija pozicionira unutar šireg europskog konteksta digitalne distribucije, što je u skladu s prioritetima Creative Europe MEDIA programa. Ipak, dok hibridni festivalski modeli i društvene mreže doprinose kratkoročnoj vidljivosti i angažmanu publike, izazovi poput fragmentacije platformi, nedostatne monetizacije i ograničene uporabe analitike publike pokazuju da je digitalni segment još uvijek u fazi konsolidacije. Za razliku od većih tržišta, gdje digitalne strategije čine integralni dio kulturnih politika, u Hrvatskoj one zasad funkcioniraju ponajprije kao dopuna festivalima i projektno orijentiranim inicijativama. Budući razvoj zahtijeva sustavniju koordinaciju, jaču integraciju obrazovnih sadržaja i strateško korištenje podataka o publici kako bi digitalni alati postali ne samo privremeno rješenje, nego dugoročni temelj održivog razvoja filmske publike.

4.5.4. Fokus na mlade

Razvoj publike u filmskom sektoru u Europi snažno je usmjeren na mlađe generacije, jer upravo one predstavljaju dugoročnu bazu gledatelja i ključne nositelje kulturnih promjena. Europske kulturne politike, uključujući Creative Europe MEDIA i EU Work Plan for Culture (2019–2022), izričito naglašavaju važnost filmske pismenosti i integracije filmskog obrazovanja u formalne i neformalne edukacijske sustave (European Commission, 2018). Tijekom 2018. godine provedeno je istraživanje pod nazivom *Youngsters and cinema in the European Union: A cross-cultural study on their conception*

and knowledge about cinema koje je uključilo 937 srednjoškolaca iz osam europskih zemalja kroz koje je ispitana njihova filmska pismenost te zadovoljstvo s filmovima produciranim u Europi i njihovim zemljama. Kao glavni zaključak Soto – Sanfiel i sur. navode

„Rezultati ukazuju na to da sve inicijative vezane uz filmsku pismenost, regulaciju i/ili promociju filma, usmjerene prema ovom segmentu populacije, trebaju prvenstveno odražavati specifične osobitosti i stavove svakog lokalnog okruženja, ne gubeći iz vida činjenicu da adolescenti istodobno djeluju u interakciji s drugim društvenim stvarnostima (nacionalnim, regionalnim i/ili transnacionalnim). Naravno, moguće je razmatrati europske adolescente kao jedinstvenu skupinu i, kao što to i ovo istraživanje čini, tako ih i karakterizirati. U stvari, razmatranje sličnosti u stavovima prema filmu predstavlja još jedan korak u teorijskoj tipizaciji dugo željenog zajedničkog europskog kulturnog identiteta. Međutim, rezultati ovog rada preporučuju da se ne zanemaruju razlike među državama kako bi se osigurala učinkovita provedba politika i inicijativa vezanih uz filmsku pismenost. Lokalne specifičnosti ne omogućuju samo prepoznavanje mjesta koje film zauzima u osobnom, društvenom i kulturnom životu građana pojedinih zemalja i regija, već nude i korisne uvide za evaluaciju obrazovnih sustava i procesa u kojima se ti mladi ljudi nalaze.“ (2018: 24)

Hrvatska se u velikoj mjeri usklađuje s tim ciljevima kroz raznovrsne programe usmjerene mladima, no izazov ostaje kako osigurati kontinuitet i pretvoriti kratkoročne festivale ili školske radionice u dugoročne obrasce kulturne participacije.

Program filmske pismenosti, koji zajednički provode HAVC i Ministarstvo znanosti i obrazovanja, sustavno uvodi film u učionicu kao pedagoški alat. Učenici sudjeluju u gledanju i analizi filmova, a nastavnici prolaze obuku za vođenje diskusija (Tonković i sur., 2022). Ovaj pristup osnažuje učenike ne samo kao pasivne gledatelje, već kao kritičke sudionike kulture, čime se potvrđuje Bourdieuova (1984) ideja o oblikovanju kulturnog kapitala kroz obrazovanje.

Razvoj mlade publike zauzima središnje mjesto u hrvatskoj strategiji razvoja filmske kulture, jer se upravo u adolescentskoj i studentskoj dobi oblikuju dugoročni kulturni ukusi

i navike. U tom smislu, festivali, regionalne inicijative i digitalni projekti predstavljaju ključne alate putem kojih mladi nisu samo konzumenti kulturnih sadržaja, već i aktivni sudionici u stvaranju i interpretaciji filmske umjetnosti.

Festivali u Hrvatskoj već desetljećima funkcioniraju kao glavne platforme za edukaciju i uključivanje mladih u filmsku kulturu. Pula Film Festival, kao najstarija i najprepoznatljivija manifestacija, integrira mlade kroz posebne programe tijekom kojih imaju priliku informirati se o temama iz filmskog svijeta, a kroz program *Pulica* najmlađi se mogu educirati i u kreativnim radionicama. Na taj način mladi razvijaju kritički odnos prema filmu i učvršćuju osjećaj kulturnog građanstva. ZagrebDox, vodeći dokumentarni festival, poseban naglasak stavlja na Teen Dox program, koji bira filmove tematski bliske adolescentskim iskustvima – identitet, društvene razlike, ekološki problemi – a nakon projekcija organizira diskusije s autorima. Time se ostvaruje participativni model razvoja publike, gdje mladi ne sudjeluju pasivno, već aktivno oblikuju interpretativni okvir prikazanih filmova (Hadley, 2021.) Slično tome, Animafest Zagreb povezuje film s kreativnim izražavanjem kroz radionice animacije, dječje žirije i suradnju sa školama, čime se mladi uključuju i kao stvaratelji kulturnog sadržaja.

Uloga regionalnih i *touring* inicijativa poput Kina Mediteran posebno je važna za uključivanje mladih izvan velikih urbanih centara. Projekti ovog tipa decentraliziraju kulturnu ponudu i omogućuju djeci i mladima iz manjih gradova i otočnih sredina pristup filmskim programima koji bi im inače bili nedostupni. Takav model smanjuje prostorne i socioekonomske barijere, usklađujući se s europskim kulturnim politikama koje naglašavaju ravnomjeran pristup kulturnim dobrima (Kovačić i sur., 2024).

Digitalne platforme i društvene mreže nadopunjuju ove tradicionalne modele pristupa. Nacionalna platforma *croatian.film*, koja besplatno nudi kratke i studentske filmove, posebno je važna za generacije navikle na mrežno sadržaje, jer otvara mogućnost otkrivanja hrvatske i europske kinematografije u formatu koji im je prirodan i svakodnevno dostupan (Kolarić i Mitrić, 2021). HAVC i festivalske institucije dodatno se oslanjaju na TikTok i Instagram, gdje kvizovi, kratki video formati i sadržaji „iza kulisa” služe kao alati za privlačenje mladih i stvaranje interakcije. Ipak, integracija ovih digitalnih aktivnosti u

širu obrazovnu i kulturnu strategiju još je uvijek u početnoj fazi i zahtijeva sustavniji pristup.

Unatoč brojnim inicijativama, istraživanja ukazuju na određene izazove. Prije svega, uočava se problem diskontinuiteta: većina je aktivnosti koncentrirana oko festivalskih vrhunaca, dok tijekom ostatka godine nedostaje stabilnih programa unutar škola i lokalnih zajednica (Tonković i sur., 2022). Nadalje, nejednakost pristupa ostaje izražena, budući da mladi u ruralnim područjima i dalje imaju znatno slabije mogućnosti sudjelovanja u filmskim radionicama i programima u usporedbi s vršnjacima u urbanim sredinama (Kovačić i sur., 2024). Treći izazov odnosi se na financijsku održivost, jer su mnogi projekti vezani uz vremenski ograničena sredstva Europske unije ili HAVC-a, bez jamstva za dugoročnu institucionalnu podršku (Mitkus i Nedzinskaitė-Mitkė, 2016).

Kada se sve zbroji, jasno je da mladi u Hrvatskoj predstavljaju i najvažniji potencijal i najveći izazov u procesu razvoja publike. S jedne strane, festivali i digitalne inicijative nude bogat i raznolik spektar sadržaja i participativnih praksi; s druge strane, njihov učinak još uvijek nije dovoljno strukturiran ni trajno integriran u obrazovni i kulturni sustav. Uspjeh budućih politika leži u stvaranju kontinuiranog modela filmskog obrazovanja i participacije, u kojem bi festivali, regionalni projekti i digitalne platforme djelovali u međusobnoj sinergiji, osiguravajući da mladi postanu ne samo privremeni posjetitelji kulturnih događanja, nego i dugoročni nositelji filmske kulture u Hrvatskoj.

Kako bi se razumjelo mjesto Hrvatske u širem europskom okviru, važno je usporediti njezine inicijative s etabliranim modelima iz zemalja s razvijenijom filmskom politikom. Hrvatski programi za mlade dijele temeljne ciljeve s europskima – poticanje filmske pismenosti, smanjenje kulturnih nejednakosti i razvoj dugoročne publike – no razlikuju se po intenzitetu, kontinuitetu i institucionalnoj podršci.

Kao najreprezentativniji i najpoznatiji europski festival posvećen djeci i mladima jest talijanski Giffoni Film Festival, utemeljen 1971. godine. Na njemu mladi ne sudjeluju samo kao publika, nego i kao žiri koji odlučuje o nagradama, čime postaju aktivni kulturni akteri (Giusti, 2021). Festival je tijekom godina prerastao u cjelogodišnju instituciju s

obrazovnim programima, radionicama i međunarodnim koprodukcijskim forumima. Za razliku od Giffonija, hrvatski festivali (Pula, ZagrebDox, Animafest) uključuju djecu i mlade, no uglavnom u kratkim vremenskim razdobljima vezanima uz sam festival. Time postižu snažan trenutni učinak, ali ne i sustavno praćenje ni razvoj filmske pismenosti tijekom cijele godine.

U Velikoj Britaniji British Film Institute (BFI) kroz program Into Film integrira film u školski kurikulum diljem zemlje. Učitelji dobivaju nastavne materijale, edukacije i pristup VOD platformi BFI Player, koja sadrži europska i svjetska filmska djela povezana s temama iz nastave (Noonan i Brock, 2023). Slično britanskom modelu, i Hrvatski audiovizualni centar kroz program filmske pismenosti također povezuje školu i film, ali je sustav manje standardiziran te nerijetko ovisi o motivaciji nastavnika i raspoloživosti projektnog financiranja. Dok BFI koristi digitalnu infrastrukturu za trajno praćenje učinka i evaluaciju dosega, u Hrvatskoj sustavna uporaba analitike publike još uvijek nedostaje (Kolarić i Mitrić, 2021).

Susjedna Slovenija i njihov ljubljanski Kinodvor funkcionira i kao kino-centar za mlade, sa stalnim programima za djecu, mlade i škole, uključujući kurirane projekcije, rasprave i radionice. Ovaj model pokazuje kako i mali kinematografski sustavi mogu održivo razvijati publiku kroz stalne kulturne institucije, a ne samo kroz projektne cikluse.

Mladi predstavljaju najvažniji segment za dugoročni razvoj filmske publike jer upravo u toj dobi nastaju obrasci kulturnih navika i ukusa koji oblikuju buduće sudjelovanje u kulturnom životu (Bourdieu, 1984; Bennett i sur., 2009). Prepoznavanje te činjenice nalazi se u temeljima europskih kulturnih politika, osobito unutar programa Creative Europe MEDIA, koji razvoj publike među mladima tretira kao strateško pitanje kulturne održivosti i demokratske participacije (European Commission, 2020). Hrvatska, putem Hrvatskog audiovizualnog centra (HAVC), osobito kroz program filmske pismenosti i suradnju s obrazovnim institucijama, djelomično slijedi te prioritete, ali s ograničenim institucionalnim dosegom i pretežno projektno orijentiranim modelom.

Festivali poput Pula Film Festivala, Animafesta i ZagrebDoxa pokazuju kako kulturni događaji mogu funkcionirati kao snažni katalizatori u formiranju mladih filmskih publika. Kroz programe poput Industrije (ZFF) ili Kina za mlade (Pula) festivali nude intenzivne radionice, susrete s autorima i interaktivne projekcije, čime se mladima omogućuje aktivan kontakt s filmom izvan klasične recepcije. Ipak, oslanjanje na festivale kao glavne aktere u razvoju publike nosi i određene rizike – takvi su programi sezonski, vremenski ograničeni i uglavnom koncentrirani u većim gradovima, što ograničava kontinuitet sudjelovanja i geografsku dostupnost.

Usporedba s europskim praksama pokazuje kako se različiti modeli mogu nadopunjavati. Primjerice, Italija je kroz Giffoni Film Festival razvila participativni model u kojem mladi sudjeluju kao žiri, autori i suradnici festivala, čime se stvara iskustvo koje je ujedno edukativno i emocionalno snažno (Puccia i sur., 2025). Velika Britanija, nasuprot tome, sustavno integrira film u obrazovni kurikulum putem programa kao što su Into Film ili BFI Film Academy, koji osiguravaju trajnu povezanost mladih s filmom tijekom školske godine i kroz izvaninstitucionalne aktivnosti (BFI, 2021). U slovenskom modelu institucije poput Kinodvora u Ljubljani osiguravaju stalne obrazovne programe kroz suradnju s vrtićima, školama i roditeljima, čime se film pozicionira kao sastavni dio kulturne svakodnevice, a ne kao povremeni događaj (Slatinšek, 2022).

Hrvatska se nalazi između ovih modela: posjeduje razrađene festivalske strategije, elemente školske integracije kroz HAVC-ove programe i Filmsku naSTAVu HFS-a, ali i izraženu fragmentiranost izvan tih okvira. Nedostatak stabilne infrastrukture za rad s mladima tijekom cijele godine, osobito u manjim sredinama, onemogućuje stvaranje održive baze mlade publike. Također, digitalne strategije koje su u drugim zemljama integrirane (npr. razvoj mrežnih filmskih knjižnica, interaktivnih edukacijskih platformi) u Hrvatskoj još nisu sustavno razvijene.

Zaključno, hrvatska politika razvoja publike za mlade pokazuje načelnu usklađenost s europskim ciljevima, ali i jasne mogućnosti za unaprjeđenje. Ključni izazov leži u prijelazu s projektno i događajno uvjetovanog modela na cjelogodišnji, institucionalno stabilan sustav koji bi kombinirao formalno obrazovanje, digitalne distribucijske alate i trajni rad u

lokalnim zajednicama. Uspostavom takvog sustava mladi bi mogli postati ne samo povremeni posjetitelji kulturnih manifestacija nego i aktivni sudionici filmskog i kulturnog života zemlje, čime bi se osigurala dugoročna održivost nacionalne kinematografije u europskom i globalnom kontekstu.

5. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

U ovom su poglavlju predstavljene metode i istraživački pristup korišteni radi ispunjavanja ciljeva rada te provjere postavljenih hipoteza. Budući da istraživanje obuhvaća složene aspekte nezavisne filmske produkcije i njezina odnosa s publikom, primijenjen je mješoviti metodološki okvir koji objedinjuje kvalitativne i kvantitativne metode. Ova je kombinacija omogućila istodobno razumijevanje osobnih iskustava i strategija aktera nezavisne filmske scene te uvid u šire obrasce percepcije publike. U nastavku poglavlja detaljno su opisane tehnike prikupljanja i obrade podataka, uz objašnjenje uzorka, etičkih aspekata istraživanja te analitičkih alata korištenih u obradi rezultata.

5.1. Cilj i hipoteze istraživanja

5.1.1. Opći cilj

Opći cilj ovog istraživanja jest analizirati produkcijski, distribucijski i recepcijski kontekst nezavisne filmske produkcije u Hrvatskoj, s posebnim naglaskom na njezinu održivost u uvjetima ograničenih resursa i institucionalne podrške. U fokusu su tzv. nezavisni produkcijski modeli koji nastaju izvan komercijalnih i institucionalno dominantnih okvira, a karakterizira ih visok stupanj autorske slobode, niskobudžetnost te alternativni načini distribucije i komunikacije s publikom.

Korištenjem kombiniranog metodološkog pristupa – kvantitativnog (anketno istraživanje među publikom) i kvalitativnog (dubinski intervjui s autorima, producentima i distributerima) – nastoji se obuhvatiti cjelovit pogled na strukturne izazove i potencijale hrvatske nezavisne filmske scene.

5.1.2. Specifični ciljevi

U skladu s općim ciljem, postavljeni su sljedeći specifični ciljevi istraživanja:

1. Analizirati ključne karakteristike i izazove nezavisne filmske produkcije u Hrvatskoj, uključujući organizacijske strukture, uvjete rada te razinu institucionalne potpore i pristupa resursima.
2. Istražiti dominantne produkcijske i financijske modele korištene u hrvatskom nezavisnom filmu, s posebnim naglaskom na alternativne oblike financiranja (crowdfunding, koprodukcije, lokalne potpore).
3. Ispitati distribucijske strategije i utjecaj digitalnih platformi (VOD platforme, streaming, društvene mreže) na vidljivost, dostupnost i komercijalni doseg hrvatskih nezavisnih filmova, u odnosu na tradicionalne distribucijske kanale (kina i televizija).
4. Istražiti prijem nezavisnih filmova kod publike – uključujući percepciju kvalitete, tematike, autentičnosti i motivaciju za gledanje takvih filmova – kroz stavove krajnjih korisnika i analizu njihovih kulturnih navika.
5. Pružiti smjernice za budući razvoj održive gerilske filmske produkcije u Hrvatskoj, na temelju empirijski prikupljenih podataka i uvida iz prakse.

5.1.3. Istraživačke hipoteze

Istraživanje je usmjereno na testiranje sljedećih hipoteza:

H1: Nezavisna filmska produkcija u Hrvatskoj primarno se oslanja na alternativne modele financiranja, poput crowdfunding kampanja, međunarodnih koprodukcija i institucionalnih potpora.

H2: Digitalni distribucijski kanali (VOD, streaming platforme, društvene mreže) značajno povećavaju vidljivost i dostupnost hrvatskih nezavisnih filmova u usporedbi s tradicionalnom distribucijom (kino-distribucija i televizija).

H3: Publika u Hrvatskoj percipira nezavisne filmove kao autentične i umjetnički vrijedne.

H4: Financijski i distribucijski izazovi predstavljaju glavne prepreke široj recepciji i popularnost nezavisnih filmova među domaćom publikom.

5.1.4. Povezanost hipoteza s metodologijom istraživanja

Kako bi se hipoteze istraživanja empirijski testirale i kontekstualizirale, primijenjen je kombinirani metodološki pristup koji uključuje kvantitativne metode (anketa među publikom) i kvalitativne metode (dubinski intervjui s filmskim profesionalcima koji djeluju u okviru hrvatske nezavisne filmske scene). Ova dvostruka metodologija omogućila je višeslojno razumijevanje fenomena: s jedne strane percepcije publike, a s druge strane iskustva i strategija filmskih profesionalaca.

5.1.4.1. Hipoteza H1

H1: Nezavisna filmska produkcija u Hrvatskoj primarno se oslanja na alternativne modele financiranja, poput crowdfunding kampanja, međunarodnih koprodukcija i institucionalnih potpora.

Metodološki pristup: kvalitativna analiza dubinskih intervjua.

Ova hipoteza testirana je analizom narativa producenata i redatelja koji djeluju unutar nezavisne scene. Tematskim kodiranjem intervjua identificirani su obrasci financijskog snalaženja, improvizacije, oslanjanja na HAVC, lokalne potpore i međunarodne suradnje. Kvantitativni podaci nisu korišteni za ovu hipotezu jer publika nema uvid u produkcijske modele; međutim, kontekstualna percepcija sadržana je u nekim tvrdnjama.

5.1.4.2. Hipoteza H2

H2: Digitalni distribucijski kanali (VOD, streaming platforme, društvene mreže) značajno povećavaju vidljivost i dostupnost hrvatskih nezavisnih filmova u usporedbi s tradicionalnom distribucijom.

Metodološki pristup: kombinirani (anketa i intervju).

U anketi su ispitanici ocjenjivali tvrdnje vezane uz dostupnost sadržaja putem digitalnih kanala te ih uspoređivali s iskustvom gledanja filmova u kinima i na televiziji. Provedena je deskriptivna i inferencijalna analiza (ANOVA, t-test). Kvalitativni intervju osigurali su kontekst – autori su detaljno opisivali distribucijske izazove, neiskorištene potencijale digitalnih alata te potrebu za strategijom unutar mrežne distribucije.

5.1.4.3. Hipoteza H3

H3: Publika u Hrvatskoj percipira nezavisne filmove kao autentične i umjetnički vrijedne.

Metodološki pristup: kvantitativna analiza percepcije publike.

Putem ankete prikupljene su informacije o stavovima gledatelja prema kvaliteti, autorskom izrazu i estetskoj vrijednosti nezavisnih filmova. Analizirane su tvrdnje na Likertovoj skali, a dodatno su korištene regresijska i korelacijska analiza radi utvrđivanja odnosa između kulturnih navika i percepcije vrijednosti.

Kvalitativni podaci podržavaju hipotezu neizravno – sudionici intervjua ističu da njihova publika „ne traži brze odgovore” i cijeni autorski izričaj, što potvrđuje publiku kao „nišnu, ali posvećenu”.

5.1.4.4. Hipoteza H4

H4: Financijski i distribucijski izazovi predstavljaju glavne prepreke široj recepciji i popularnosti nezavisnih filmova među domaćom publikom.

Metodološki pristup: kombinirani (anketa i intervju).

Anketa je obuhvatila stavove o pristupačnosti nezavisnih filmova, razlozima zbog kojih ih publika (ne)gleda te o percepciji njihove medijske (ne)zastupljenosti. Analizom rezultata identificirani su obrasci niske vidljivosti i prepreke u doseg šire publike. Intervju su

dodatno potvrdili hipotezu kroz iskaze autora o nedostatku distribucijske infrastrukture, nepostojanju sredstava za promociju i fragmentiranosti distribucijskog lanca.

Uparivanjem svake hipoteze s odgovarajućim metodološkim pristupom osigurana je višedimenzionalna validacija istraživačkih nalaza. Kvantitativni rezultati omogućuju uvid u obrasce među publikom, dok kvalitativni intervjui obogaćuju razumijevanje osobnim iskustvima i kontekstom profesionalne prakse. Ova metodološka sinergija ključna je za donošenje utemeljenih preporuka za razvoj održivog nezavisnog audiovizualnog sektora u Hrvatskoj.

5.2. Kvantitativna komponenta: anketno istraživanje

5.2.1. Cilj i svrha ankete

Cilj kvantitativnog dijela istraživanja bio je prikupiti sustavne podatke o percepciji publike u Hrvatskoj prema nezavisnoj filmskoj produkciji, s posebnim naglaskom na teme poput financijskih modela, distribucijskih kanala, umjetničke vrijednosti i prepoznatosti domaćih nezavisnih filmova. Anketa je osmišljena kako bi se testirale hipoteze H2, H3 i H4 te kvantificirali stavovi publike o ključnim aspektima produkcije i recepcije.

5.2.2. Istraživački instrument

Istraživački instrument bio je strukturirani mrežni upitnik izrađen i distribuiran putem alata Google Forms. Upitnik je sadržavao ukupno devet pitanja, podijeljenih u tri glavne tematske cjeline:

- demografski podaci (dob, spol, obrazovanje, mjesto stanovanja);
- konzumacija medijskih i kulturnih sadržaja (učestalost gledanja filmova, vrste medija, poznavanje domaće produkcije);
- stavovi o nezavisnim filmovima – procjenjivani na petostupanjskoj Likertovoj skali (1 – u potpunosti se ne slažem; 5 – u potpunosti se slažem).

Pitanja su konstruirana tako da obuhvate percepciju:

- dostupnosti i vidljivosti nezavisnih filmova (H2);
- umjetničke i kulturne vrijednosti (H3);
- prepreka u financiranju i distribuciji (H4).

Upitnik je prethodno pilotiran na malom uzorku (n=10) radi provjere razumljivosti i jasnoće formulacije tvrdnji.

5.2.3. Uzorak

U istraživanju je sudjelovalo ukupno 442 ispitanika, pristiglih putem mrežne distribucije (društvene mreže, mailing-liste Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku te kulturnih udruga i filmskih klubova). Uzorak je bio neselektivan i prigodan, s ciljem da obuhvati raznoliku publiku koja ima barem minimalno iskustvo s gledanjem domaćih filmova.

Socio-demografska struktura anketnog istraživanja bila je sljedeća:

- spol: 71,9 % žena; 27,1 % muškaraca; ostali nisu odgovorili;
- dob: najveći broj ispitanika u dobi od 21 do 40 godina;
- obrazovanje: visokoobrazovani čine većinu (više od 70 %);
- mjesto stanovanja: ispitanici pretežito iz urbanih sredina.

5.2.4. Postupak prikupljanja podataka

Anketa je bila otvorena za ispunjavanje tijekom 72 dana, od 3. lipnja do 15. kolovoza 2025. godine. Distribuirana je primarno putem društvenih mreža (Facebook, Instagram) te mailing-lista partnerskih kulturnih i visokoobrazovnih institucija. Sudjelovanje je bilo dobrovoljno i anonimno, bez novčane ili materijalne naknade.

5.2.5. Analitički postupci

Nakon zatvaranja ankete svi su odgovori preuzeti u Excel formatu i dodatno obrađeni u statističkim programima (Python i SPSS). Provedene su sljedeće analize:

Deskriptivna statistika obuhvaća:

- frekvencije i postotke za demografske varijable;
- aritmetičke sredine i standardne devijacije za sve tvrdnje.

Inferencijalna statistika uključuje:

- t-test nezavisnih uzoraka za ispitivanje razlika među spolovima;
- jednosmjernu ANOVU za razlike među dobnim skupinama;
- Pearsonovu korelacijsku analizu među tvrdnjama radi utvrđivanja povezanosti;
- regresijsku analizu radi utvrđivanja prediktora percepcije autentičnosti i vrijednosti nezavisnog filma.

Analitički fokus bio je na testiranju sljedećih odnosa:

- U kojoj mjeri digitalni kanali utječu na percepciju dostupnosti? (H2)
- Kako publika doživljava umjetničku vrijednost nezavisnog filma? (H3)
- Koji su percipirani izazovi u distribuciji i financiranju? (H4)

5.2.6. Etika istraživanja

Ispitanici su prethodno informirani o svrsi istraživanja i anonimnosti odgovora. Sudjelovanje u anketi bilo je dobrovoljno, bez pritiska ili naknade. Nisu prikupljani osobni identifikacijski podaci, čime su osigurani potpuna anonimnost i privatnost sudionika. Za obradu podataka korišteni su isključivo statistički alati, a prikupljeni su podaci korišteni isključivo u svrhu znanstvenog istraživanja.

5.3. Kvalitativna komponenta: dubinski intervjui

5.3.1. Uvod i istraživački kontekst

Kvalitativna komponenta istraživanja provedena je u obliku dubinskih intervjua s ključnim akterima hrvatske nezavisne filmske scene. Cilj ovog dijela istraživanja bio je steći dublji uvid u uvjete rada, produkcijske strategije, distribucijske prakse i percepciju publike iz perspektive filmskih profesionalaca – redatelja, scenarista, producenata i distributera koji djeluju izvan institucionalno dominantnih ili komercijalnih okvira.

Za razliku od kvantitativne ankete, koja je bila usmjerena na percepcije krajnjih korisnika (publike), kvalitativni pristup omogućio je analitičku obradu i uvid u složenost profesionalnog konteksta nezavisne produkcije, uključujući i teme koje publika ne percipira izravno, poput procesa financiranja, odnosa s institucijama, prepreka u distribuciji i strategija vidljivosti.

5.3.2. Odabir sudionika i uzorak

U kvalitativnom dijelu istraživanja sudjelovalo je četvero filmskih profesionalaca, odabranih prema kriteriju relevantnog profesionalnog iskustva u nezavisnoj audiovizualnoj produkciji i distribuciji u Hrvatskoj. Uzorak je bio namjerni (*purposive sampling*) i obuhvaćao je sljedeće profile:

- profesionalce iz područja produkcije s višegodišnjim iskustvom rada u nezavisnoj produkciji, uključujući projekte financirane iz alternativnih izvora te sudjelovanje na međunarodnim festivalima;
- dva redatelja koji djeluju u igranom žanru;
- jednu predstavnicu nezavisne distributerske kuće usmjerene na nezavisnu i autorsku produkciju.

Sudionici su u intervjuima iznosili svoja iskustva vezana uz tematske cjeline koje odgovaraju istraživačkim hipotezama.

5.3.3. Struktura i provedba intervjua

Intervjui su bili polustrukturirani, što znači da su slijedili unaprijed definiran vodič s otvorenim pitanjima, ali su dopuštali fleksibilnost u razvoju tema relevantnih za svakog sugovornika.

Tematski blokovi obuhvaćali su:

- izvore financiranja i produkcijske modele (za testiranje H1),
- distribucijske strategije i ulogu digitalnih platformi (za testiranje H2),
- percepciju publike, festivalsku prisutnost i vidljivost (H3),
- sustavne izazove i prijedloge reforme (H4).

Intervjui su provedeni u pisanom obliku (asinkrona korespondencija putem e-pošte), tijekom razdoblja od lipnja do sredine kolovoza 2025. godine. Sudionici su prethodno bili informirani o anonimnosti i svrsi istraživanja te su potpisali informirani pristanak.

5.3.4. Analitička procedura

Prikupljeni tekstualni materijali analizirani su primjenom tematske analize prema pristupu Braun i Clarke (2006). Ovaj postupak obuhvaćao je sljedeće faze:

- upoznavanje s podacima – višestruko čitanje intervjua radi detektiranja početnih ideja;
- otvoreno kodiranje – identifikacija ključnih izraza, pojmova i obrazaca unutar izjava sudionika;
- kategorizaciju kodova – grupiranje kodova prema temama koje odgovaraju istraživačkim hipotezama;
- izdvajanje reprezentativnih citata – koji ilustriraju tematske cjeline i potvrđuju interpretacije;
- tematsku sintezu – usporedbu nalaza s hipotezama te njihovu integraciju u širu analizu.

Kodiranje je provedeno ručno u programskom okruženju Microsoft Word uz podršku Excel tablica za grupiranje i mapiranje kodova. Intervjui su analizirani pojedinačno, a zatim uspoređeni kako bi se utvrdile konzistentne teme i odstupanja.

5.3.5. Etika istraživanja

Istraživanje je provedeno u skladu s etičkim načelima kvalitativnog istraživanja. Sudionicima su zajamčeni anonimnost i mogućnost pseudonimizacije u završnim publikacijama. Svi su sudionici prethodno bili informirani o svrsi istraživanja, načinu obrade podataka i mogućnosti povlačenja iz sudjelovanja u bilo kojem trenutku. Sadržaj intervjuja korišten je isključivo u znanstvene svrhe, u skladu s načelima transparentnosti, informiranosti i povjerljivosti.

5.3.6. Značaj kvalitativne komponente za istraživanje

Kvalitativna komponenta ovog istraživanja predstavlja ključni doprinos razumijevanju složenih dinamika nezavisne filmske produkcije u Hrvatskoj, osobito u područjima koja ostaju izvan dosega kvantitativnih instrumenata. Dok je anketno istraživanje omogućilo mapiranje percepcije publike o nezavisnim filmovima, dubinski intervjui s profesionalcima pružili su pristup kontekstualiziranom, iskustvenom i reflektirajućem znanju koje proizlazi iz neposredne prakse.

Značaj kvalitativne metode u ovom istraživanju ogleda se kroz nekoliko dimenzija:

- a) Pristup nevidljivim dimenzijama produkcije: mnoge ključne teme, poput nesigurnih financijskih tokova, kreativnih kompromisa, improvizacijskih praksi i odnosa prema institucionalnim strukturama, ne mogu se kvantificirati niti istražiti isključivo pomoću anketnih tvrdnji. Intervjui su omogućili dublje istraživanje tih aspekata kroz izravne iskaze aktera koji djeluju u području nezavisne filmske produkcije u Hrvatskoj. Tako je primjerice, hipoteza H1 (alternativni modeli financiranja) dobila uvjerljivu potvrdu upravo zahvaljujući narativima koji

otkrivaju oslanjanje na osobna ulaganja, mikro-potpore, strana partnerstva i neformalne mreže.

- b) Kontekstualizacija institucionalnih izazova: hipoteza H4, koja se odnosi na financijske i distribucijske prepreke, nije se mogla u potpunosti istražiti isključivo analizom publike. Tek su kroz intervju došli do izražaja strukturna fragmentiranost hrvatskog filmskog sustava, nedostatak kontinuirane podrške za male projekte, nepravilnosti u dodjeli sredstava te nepostojanje jasne strategije za distribuciju nezavisnih filmova. Ti uvidi nadopunjuju i produbljuju kvantitativne podatke o ograničenoj vidljivosti domaćih filmova u očima publike.
- c) Uvid u profesionalne strategije i kreativne pristupe: intervjui su razotkrili raznolike strategije profesionalne prilagodbe u uvjetima nedostatnih resursa. Neke se od njih odnose na *multirole* model rada (kada ista osoba obavlja više funkcija, npr. redatelja i producenta, scenarista i producenta i sl.), na eksperimentalne distribucijske taktike, suradnju s nezavisnim kinima te korištenje društvenih mreža za promociju. Ti uvidi nisu samo potvrda hipoteza, nego i izvor inovacija koji može poslužiti kao temelj za oblikovanje smjernica održivog razvoja sektora (specifični cilj 5).
- d) Validacija i obogaćivanje kvantitativnih rezultata: kvalitativna analiza nije bila izolirana komponenta, nego je služila i za interpretaciju i potvrđivanje rezultata ankete. Primjerice, tvrdnje o autentičnosti i umjetničkoj vrijednosti nezavisnih filmova koje je publika potvrdila u anketi (H3), dodatno su potkrijepljene komentarima redatelja o „slobodi da se postavljaju pitanja, a ne daju odgovori” te o filmskom izrazu koji „nije uvjetovan tržištem, nego porukom”. Ta sinergija između metoda potvrđuje opravdanost primjene kombiniranog istraživačkog pristupa.
- e) Povezanost s reformskim preporukama: osim što su služili za testiranje hipoteza, intervjui su se pokazali dragocjenim izvorom za oblikovanje konkretnih prijedloga reformi – kako u području financiranja, tako i u području distribucije i

profesionalizacije sektora. Prijedlozi sudionika obuhvaćaju potrebu za ravnomjernijom raspodjelom sredstava, jačanjem mikrobudžetnih fondova, uvođenjem distribucijskih potpora te edukacijom publike.

Zahvaljujući dubinskoj analizi intervjua, istraživanje je dobilo višedimenzionalni karakter koji nadilazi granice tradicionalne evaluacije stavova i ulazi u kritičku dijagnozu stanja nezavisnog audiovizualnog sektora. Time se kvalitativna komponenta ne može promatrati kao dodatak, nego kao središnji element koji omogućuje cjelovitu i transformativnu analizu problema.

5.4. Prednosti kombiniranog pristupa

Odabir kombiniranog pristupa istraživanju temelji se na spoznaji da kompleksni fenomeni, poput nezavisne filmske produkcije, distribucije i recepcije u Hrvatskoj, zahtijevaju višerazinski i višedimenzionalni analitički okvir. Korištenjem i kvantitativnih (anketnih) i kvalitativnih (dubinskih intervjua) metoda omogućeno je prikupljanje bogatog skupa podataka koji obuhvaća i širinu stavova publike i dubinu profesionalnih uvida. Ta metodološka strategija ne samo da povećava vjerodostojnost i pouzdanost rezultata, nego omogućuje i sinergiju podataka iz različitih perspektiva, čime se fenomen analizira u njegovoj punoći.

5.4.1. Integracija širine i dubine

Kvantitativna analiza, provedena anketnim ispitivanjem među 442 ispitanika, omogućila je široku evaluaciju stavova publike o nezavisnim filmovima. Analizirani su obrasci konzumacije, razina prepoznatljivosti, percipirane umjetničke vrijednosti te stavovi o dostupnosti filmova putem različitih distribucijskih kanala. Takav pristup rezultirao je općim podacima koji su statistički obrađeni i omogućuju testiranje hipoteza na razini populacijskih uzoraka.

S druge strane, kvalitativna komponenta – dubinski intervjui s četvero relevantnih aktera hrvatske nezavisne scene (producentima, redateljem i distributerima) – pružila je kontekstualizirane uvide u produkcijske, institucionalne i distribucijske procese. Ti uvidi omogućili su interpretaciju kvantitativnih nalaza, ali i identificirali nijanse koje bi anketom ostale nevidljive – poput improvizacijskih praksi, odnosa s javnim fondovima i neformalnih mreža distribucije. Kombiniranjem ta dva pristupa omogućena je istodobna analiza stavova „odozdo” (publika) i „odozgo” (profesionalci), čime se fenomen nezavisnog filma istražuje u cjelovitom društveno-kulturnom i industrijskom kontekstu.

5.4.2. Validacija i triangulacija

Korištenjem kombiniranog pristupa, osigurana je metodološka triangulacija – međusobna provjera rezultata dobivenih iz različitih izvora. Ta strategija omogućuje potvrđivanje nalaza, jer se rezultati iz jednog skupa podataka potvrđuju (ili dovode u pitanje) nalazima iz drugog.

Primjeri iz ovog istraživanja uključuju sljedeće:

- Hipoteza H3, prema kojoj publika percipira nezavisne filmove kao umjetnički vrijedne, potvrđena je anketom (visoke srednje ocjene tvrdnji o autentičnosti) i potkrijepljena izjavama redatelja koji ističu važnost osobne poetike i tematske angažiranosti.
- Hipoteza H2, koja se odnosi na utjecaj digitalnih platformi, istodobno je potvrđena kvantitativno (publika preferira mrežno dostupnost) i kvalitativno elaborirana kroz profesionalne frustracije zbog nedostatka strategije digitalne distribucije.

Time kombinirani pristup doprinosi dubljoj interpretaciji, smanjenju pristranosti i poticanju kritičkog tumačenja podataka.

5.4.3. Obogaćivanje interpretacije

Kombinirani pristup omogućuje ne samo provjeru hipoteza nego i obogaćivanje analize uključivanjem podataka koji izlaze izvan očekivanih obrazaca. Intervjui su otkrili probleme i teme koje nisu bile obuhvaćene anketom, poput nedostatka komunikacije između nezavisnih produkcija i nacionalnih distributera, poteškoća pri prijavama na natječaje HAVC-a te izostanka sustavne edukacije publike o nezavisnom filmu.

Ti uvidi dopunjuju kvantitativne nalaze i omogućuju istraživaču da formulira utemeljene preporuke za razvoj nezavisne audiovizualne produkcije (vidi poglavlje Preporuke), koje ne proizlaze samo iz opservacije nego i iz iskustvenog znanja sudionika iz prakse.

5.4.4. Znanstvena i praktična vrijednost

Kombinirani pristup povećava znanstvenu vrijednost istraživanja jer omogućuje diferencijaciju razina analize (pojedinačna iskustva nasuprot agregiranim trendovima) te prepoznavanje sustavnih obrazaca u stavovima i ponašanjima publike, kao i detaljnu dijagnostiku sustava podrške kroz narative profesionalaca. Praktična se vrijednost ogleda u primjenjivosti rezultata, jer dobiveni uvidi nisu samo akademski, nego mogu poslužiti donositeljima odluka, kreatorima kulturnih politika i samim autorima u oblikovanju održivijih modela nezavisne produkcije.

Kombinirani pristup u ovom je istraživanju bio ne samo metodološki izbor nego i istraživačka nužnost. U kontekstu dinamične, fragmentirane i često neformalne audiovizualne produkcije, sinteza kvantitativnih i kvalitativnih metoda omogućila je potpun, nijansiran i vjerodostojan uvid u stvarnost hrvatskog nezavisnog filma. Time je postavljen čvrst temelj ne samo za razumijevanje sektora nego i za oblikovanje strateških prijedloga njegove održivosti.

6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U ovom poglavlju prikazuju se glavni nalazi dobiveni empirijskim istraživanjem koje je kombiniralo kvalitativne i kvantitativne metode. Rezultati su organizirani prema tematskim cjelinama koje odgovaraju istraživačkim pitanjima i hipotezama postavljenima u ranijem dijelu rada. Kvantitativni podaci, prikupljeni putem ankete, analizirani su deskriptivnim i inferencijalnim statističkim metodama, dok kvalitativni nalazi, temeljeni na intervjuima s relevantnim akterima nezavisne filmske scene i studijama slučaja, pružaju dublji uvid u kontekst i složenost produkcijskih i distribucijskih praksi. Kombinacija tih dviju perspektiva omogućuje sveobuhvatan pregled stanja i dinamika koje obilježavaju suvremeni hrvatski nezavisni film.

6.1. Analiza rezultata ankete i povezanost s hipotezama

Na temelju rezultata ankete (Likertova skala 1–5) izdvojeni su ključni uvidi u percepciju publike o hrvatskom nezavisnom filmu. Rezultati su uspoređeni s postavljenim hipotezama (H1–H4):

H1: Nezavisna filmska produkcija u Hrvatskoj primarno se oslanja na alternativne modele financiranja, poput crowdfundinga, međunarodnih koprodukcija i institucionalnih potpora.

Potvrda ove hipoteze vidljiva je u sljedećem: izrazito visok prosjek ($\approx 4,8/5$) zabilježen je za tvrdnju „Financijska potpora ključna je za kvalitetu hrvatskog nezavisnog filma.” To upućuje na svijest publike o važnosti institucionalne i alternativne financijske podrške.

H1 se prihvaća.

H2: Digitalni distribucijski kanali značajno povećavaju vidljivost i dostupnost hrvatskih nezavisnih filmova.

Podaci iz ankete ukazuju na niske ocjene za tvrdnju: „Lako možete pronaći hrvatske nezavisne filmove mrežno (legalno)”. Prosječna ocjena je ispod 3, što pokazuje da publika i dalje ima poteškoća s digitalnim pristupom.

Na pitanje o poželjnim platformama ispitanici su najčešće navodili Netflix, HBO Max i HRTi, što upućuje na jasnu preferenciju digitalnih kanala. Najčešći kanali gledanja uključuju streaming servise i televiziju, no dostupnost još uvijek nije optimalna.

H2 se djelomično prihvaća. Digitalni kanali su poželjni, ali još nisu dovoljno razvijeni za nezavisne filmove.

H3: Publika u Hrvatskoj percipira nezavisne filmove kao autentične i umjetnički vrijedne.

Relevantne tvrdnje koje potkrepljuju ovu hipotezu su:

- „Nezavisni filmovi prikazuju autentičnu stvarnost” – prosjek $\approx 4,0$;
- „Autori imaju više slobode izražavanja” – prosjek $\approx 4,4$; i
- „Prepoznatljiv stil i poetika” – prosjek $\approx 4,2$.

U opisima filma dominiraju odgovori poput: „kreativan i drugačiji“, „umjetnički, ali težak“ te „kvalitetan, ali slabo promoviran“.

H3 se prihvaća.

H4: Financijski i distribucijski izazovi predstavljaju glavne prepreke široj recepciji i popularnosti nezavisnih filmova.

Podaci koji potvrđuju ovu hipotezu odnose se na percepcije publike:

- „Financijska potpora je ključna“ (visok prosjek $\sim 4,8$);
- „Teško je pronaći filmove mrežno“ (nizak prosjek $\sim 2,2$);
- „Često saznaju za film tek nakon nagrada“ – prosjek $\sim 2,6$.

U slobodnim komentarima navodi se: „nema interesa”, „slaba promocija”, „loša vidljivost”.

H4 se prihvaća.

6.2. Korelacijska analiza stavova publike o hrvatskom nezavisnom filmu

Iz korelacijske matrice vidljivo je nekoliko izraženijih povezanosti između pojedinih stavova. Najjače pozitivne korelacije uočene su kod kvalitete produkcije (tehničke i umjetničke dimenzije) – publika produkcijsku kvalitetu promatra višedimenzionalno (kroz tehniku, glumu, režiju). Financije i percepcija kvalitete snažno su povezane: kada publika prepoznaje manjak budžeta, to automatski povezuje sa slabijom kvalitetom. Stil i sloboda izraza također se povezuju, što potvrđuje hipotezu H3 i djelomično hipotezu H4.

Tablica 4: Kvantitativna analiza razlika između spolova

Tvrdnja	t-vrijednost	p-vrijednost
profesionalnost	-0,227	0,821
budžet utjecaj	-0,497	0,620
autorska sloboda	-2,359	0,019
autentičnost	-1,927	0,055
nagrade	-1,243	0,215
mrežno dostupnost	-3,453	0,001
financijska potpora	-0,443	0,658

Izvor: uredila autorica.

6.3. Dodatna analiza stavova prema demografskim skupinama

Analiza pokazuje da se percepcija nezavisnih hrvatskih filmova razlikuje s obzirom na spol, razinu obrazovanja i dobnu skupinu.

Tablica 5: Korelacije između tvrdnji (Pearsonov r)

	Budžet	Autorska sloboda	Autentičnost	Nagrade	Mrežno dostupnost
Profesionalnost	0,14	0,11	0,29	0,26	0,34
Budžet	—	0,33	0,27	0,20	0,19
Autorska sloboda		—	0,30	0,28	0,12
Autentičnost			—	0,44	0,21
Nagrade				—	0,22

Izvor: uredila autorica.

Sve korelacije su pozitivne, a najsnažnija je ona između autentičnosti i percepcije nagrada ($r = 0,44$). Korelacijska analiza pokazuje da percepcija autentičnosti najsnažnije korelira s informiranošću o nagradama ($r = 0,44$), što upućuje na važnost društvenog priznanja u oblikovanju pozitivnog stava publike.

6.3.1. Stavovi prema spolu

Žene u prosjeku imaju pozitivniju percepciju o nezavisnim filmovima, posebno u pitanjima autentičnosti, stila i kvalitete. Muškarci daju niže prosječne ocjene za produkcijsku i tehničku kvalitetu.

Muškarci ocjenjuju profesionalnu produkciju hrvatskih nezavisnih filmova niže u odnosu na žene (prosječno 3,2). Snažno se slažu da manjak budžeta negativno utječe na kvalitetu (prosjek 4,8) te priznaju autorsku slobodu autora nezavisnih filmova (prosjek 4,3). Autentičnost filma ocjenjuju neutralno do blago pozitivno (prosjek 3,3), a mrežno dostupnost im je u percepciji problematična – ocjene su niske (prosjek 2,0).

Žene pokazuju više povjerenja u profesionalnost nezavisne produkcije (prosjek 3,5–4,0). Vjeruju da budžet utječe, ali nešto manje izraženo nego muškarci, dok većina pozitivno

ocjenjuje autorsku slobodu i autentičnost sadržaja (ocjene iznad 4,0). Također ukazuju na problem s mrežno dostupnošću, no izražavaju nešto optimizma (prosjeak do 3,0).

Žene su, dakle, blago pozitivnije i više cijene umjetničke aspekte, dok muškarci ističu tehničke i financijske prepreke.

6.3.2. Analiza o obrazovanju

Najvišu ocjenu percepcije daju ispitanici s doktoratom, osobito kada je riječ o autorskoj slobodi i umjetničkoj vrijednosti. Osobe sa srednjoškolskim obrazovanjem i završenim prijediplomskim studijem pokazuju slične obrasce kao i diplomirani studenti, ali daju nešto blago niže ocjene u pitanjima stila i promocije. Ispitanici s najviše završenom osnovnom školom na malom uzorku pokazuju solidnu pozitivnu percepciju (s dozom neutralnosti).

Kod ispitanika sa završenim diplomskim studijem percepcija produkcijske kvalitete je stabilna (3,4). Visoka je suglasnost da su manji budžeti prepreka (4,5), a prepoznaje se i autorska sloboda kao obilježje nezavisnog filma. Autentičnost i poetika filma pozitivno su percipirane, dok je mrežna distribucija ocijenjena loše (2,5).

Osobe sa završenim doktoratom najviše su od svih skupina ispitanika ocijenili autorsku slobodu i autentičnost. Imaju veće povjerenje u profesionalnu produkciju (prosjeak 4), smatraju da je kvalitetu moguće ostvariti i unatoč manjem budžetu te najviše vjeruju u umjetničku vrijednost filma.

U skupini ispitanika sa završenim prijediplomskim studijem ili srednjom školom ocjene su uglavnom između 3 i 4 – ispitanici prepoznaju važnost financiranja i prepoznaju probleme s dostupnošću. Imaju ponešto nižu razinu prepoznavanja autorske slobode i stila.

Što je obrazovanje više, pokazalo je ovo istraživanje, to je veće povjerenje u nezavisni film kao umjetnički izraz, ali i veća svijest o infrastrukturnim izazovima.

6.3.3. Analiza po dobi

Najmlađa skupina (mlađi od 30 godina) pokazuje najpozitivnije stavove prema autentičnosti i stilu. Dobna skupina od 30 do 40 godina nešto je kritičnija, osobito u pogledu tehničke kvalitete i promocije. Skupina osoba starijih od 40 godina daje najviše ocjene u pitanjima profesionalnosti i prepoznatljivosti stila, vjerojatno zbog veće kulturne izloženosti.

Osobe mlađe od 30 godina vrlo pozitivno ocjenjuju autorsku slobodu i autentičnost te očekuju veću dostupnost na mreži, a ujedno su i navikle na digitalni pristup. Kritičnije su prema proračunskim ograničenjima – više vjeruju da se i s manjim sredstvima može snimiti dobar film.

Ispitanici u skupini od 30 do 40 godina imaju uravnotežen pogled na nezavisnu hrvatsku kinematografiju – nisu ni previše pozitivni ni previše kritični. Autentičnost i profesionalnost ocjenjuju oko sredine skale, a nešto su manje optimistični u pogledu mrežne dostupnosti sadržaja.

Osobe starije od 40 godina najviše cijene profesionalnost produkcije, kvalitetu glume i režije, sklonije su tradicionalnom gledanju filmova (televizija, kino), a problemi s digitalnom dostupnošću izraženiji su.

6.3.4. Opća zapažanja

Mrežna dostupnost dosljedno dobiva niske ocjene u svim skupinama, što potvrđuje hipoteze H2 i H4. Autorska sloboda i autentičnost najviše su prepoznate među mladim i obrazovanim ispitanicima, dok su financije široko prepoznate kao prepreka, osobito među muškaracima i skupinama sa srednjim obrazovanjem.

6.4. Analiza razlika u percepciji mrežne (mrežno) dostupnosti hrvatskih nezavisnih filmova po dobnim skupinama (ANOVA)

U okviru istraživanja ispitivana je percepcija publike o dostupnosti hrvatskih nezavisnih filmova putem interneta, s naglaskom na legalne digitalne kanale, poput platformi za emitiranje sadržaja (streaming platformi). Posebna pozornost posvećena je mogućim razlikama u stavovima među različitim dobnim skupinama.

Za potrebe analize odabrana je tvrdnja iz anketnog upitnika: „Lako možete pronaći hrvatske nezavisne filmove mrežno (legalno)?” Odgovori su prikupljeni na Likertovoj skali od 1 (uopće se ne slažem) do 5 (u potpunosti se slažem). Ispitanici su podijeljeni u tri dobne skupine (<30 godina; 30–40 godina, 40+ godina). Za utvrđivanje statistički značajnih razlika u prosječnim ocjenama među skupinama korištena je jednofaktorska analiza varijance (ANOVA).

Rezultati su sljedeći: F-vrijednost: je 1,79, a p-vrijednost 0,169. Budući da je p-vrijednost veća od standardne granice značajnosti od 0,05, možemo zaključiti da ne postoje statistički značajne razlike u percepciji mrežne dostupnosti nezavisnih filmova među dobnim skupinama. Drugim riječima, iako deskriptivni podaci ukazuju na to da mlađi ispitanici, osobito oni mlađi od 30 godina, nešto povoljnije ocjenjuju dostupnost filmova putem interneta, te razlike nisu dovoljno izražene da bi bile statistički značajne. U svim dobnim skupinama prosječne ocjene ostaju relativno niske, što upućuje na široko rasprostranjenu percepciju problema s dostupnošću hrvatskih nezavisnih filmova u digitalnom prostoru.

Rezultati ANOVA analize potvrđuju da problem mrežne dostupnosti hrvatskih nezavisnih filmova nije specifičan za pojedinu dobnu skupinu, već predstavlja opći izazov za širu publiku. To dodatno podupire hipoteze H2 i H4 u okviru rada, koje se odnose na distribucijske prepreke i njihovu ulogu u smanjenju vidljivosti nezavisnog filma.

Tablica 6: p-test prema pokazateljima

Tvrdnja	Statistička značajnost	Zaključak
Laka mrežna dostupnost	(p = 0,169)	Nema razlike prema dobi – svi prepoznaju problem
Utjecaj budžeta na kvalitetu	(p = 0,116)	Uočene su nešto veće razlike, ali još uvijek nesignifikantne
Autorska sloboda izražavanja	(p = 0,995)	Potpuno ujednačen stav – svi prepoznaju veću slobodu u nezavisnim filmovima

Izvor: uredila autorica.

6.4.1. ANOVA analiza: utjecaj budžeta na kvalitetu filma prema dobnim skupinama

Ispitivana je tvrdnja: „Manji budžeti nezavisnih filmova utječu na njihovu kvalitetu.” Odgovori su, kao i ranije, prikupljeni na Likertovoj skali (1–5), a ispitanici su raspoređeni u prethodno definirane tri dobne skupine. Rezultat ANOVA analize je sljedeći: F-vrijednost iznosi 2,16, a p-vrijednost je 0,116. P-vrijednost je manja nego u prethodnom pitanju o mrežnoj dostupnosti, ali i dalje viša od 0,05, što znači da ne postoje statistički značajne razlike među dobnim skupinama u stavu prema ovoj tvrdnji.

Ipak, vidljiv je trend prema kojem ispitanici stariji od 40 godina u najvećoj mjeri smatraju da manjak budžeta negativno utječe na kvalitetu filma. Mlađi ispitanici (<30) pokazuju nešto veću fleksibilnost te sugeriraju da se i s manjim sredstvima može postići kvaliteta. Međutim, zbog varijabilnosti unutar skupina, razlike nisu dovoljno izražene da bi bile statistički značajne.

6.4.2. ANOVA analiza: autorska sloboda izražavanja prema dobnim skupinama

Ispitivana je tvrdnja: „Autori nezavisnih filmova imaju više slobode u izražavanju od autora u komercijalnim produkcijama.”

Rezultat ANOVA analize pokazuje da F-vrijednost iznosi 0,0048, a p-vrijednost 0,995.

Tablica 7: Regresijski model predikcije autentičnosti

Prediktor	Beta koeficijent
profesionalnost	-0,024
budžet utjecaj	0,043
autorska sloboda	0,288
informiranost o nagradama	0,439
mrežna (mrežno) dostupnost	0,201
financijska potpora	0,051

Izvor: uredila autorica.

U regresijskom modelu percepcija informiranosti o nagradama ($\beta = 0,439$) i autorska sloboda ($\beta = 0,288$) pokazale su se kao najsnažniji prediktori percepcije autentičnosti filma. To upućuje na to da povjerenje u kreativnu neovisnost i vanjsko priznanje oblikuju dojam publike o vjerodostojnosti sadržaja.

Ovo je najsnažniji primjer jedinstvenog stava među svim dobnim skupinama. S p-vrijednošću od gotovo 1,0 rezultati pokazuju da svi ispitanici, bez obzira na dob, dijele vrlo sličan stav. Publika se općenito slaže da nezavisni autori imaju veću kreativnu slobodu, što je u skladu s hipotezom H3.

6.5. Analiza dubinskih intervjua: nezavisni film u Hrvatskoj u svjetlu produksijskih i distribucijskih uvjeta

Radi evaluacije postavljenih hipoteza o stanju hrvatskog nezavisnog filma provedena je kvalitativna analiza pet dubinskih intervjua s redateljima, producentima i distributerima. Intervjui su analizirani tematski, a interpretacija rezultata povezana je s hipotezama H1–H4.

6.5.1. Struktura i modeli financiranja hrvatskog nezavisnog filma: analiza hipoteze H1

Hipoteza H1:

Nezavisna filmska produkcija u Hrvatskoj primarno se oslanja na alternativne modele financiranja, poput crowdfunding kampanja, međunarodnih koprodukcija i institucionalnih potpora.

Financiranje predstavlja temeljni resursni okvir filmske produkcije. U kontekstu nezavisnog filma, u kojem ne postoji stabilan priljev sredstava iz tržišnih izvora, autorima i producentima na raspolaganju ostaju alternativni modeli financiranja – prvenstveno institucionalne potpore, međunarodne koprodukcije i individualna ulaganja. Hipoteza H1 polazi od pretpostavke da se hrvatski nezavisni film, upravo zbog neadekvatne komercijalne infrastrukture, oslanja na razgranatu kombinaciju alternativnih izvora kako bi nadoknadio manjak tržišne podrške.

Svi ispitanici u provedenim dubinskim intervjuima naglašavaju da dominantan izvor financiranja dolazi iz sredstava HAVC-a, bilo kroz potporu za razvoj, produkciju ili postprodukciju. Međutim, gotovo svi ističu da su ta sredstva nedostatna za realizaciju cjelovitog projekta, zbog čega su prisiljeni pribjegavati drugim oblicima podrške. Primjer je i sljedeća izjava iz intervjuja:

„HAVC je dao sramotno niska sredstva... ostatak smo pokrivali s opremom posuđenom od prijatelja i osobnim sredstvima.” (AAO, redatelj)

U gotovo svim analiziranim slučajevima producenti su ulagali osobna sredstva, koristili neplaćeni rad članova tima ili osiguravali opremu putem poznanstava i donacija, što ukazuje na visok stupanj neformaliziranog i nesigurnog financiranja. Dodatno, više sugovornika navodi da su se okrenuli međunarodnim koprodukcijama kao modelu koji omogućuje ne samo dodatna financijska sredstva, nego i pristup tehničkoj opremi, glumcima i međunarodnim kanalima distribucije, kao što pokazuje sljedeća izjava:

„Frka je imala partnere iz sedam zemalja. Bez njih ne bi bilo ni kamere.” (SL, producent)

S druge strane, crowdfunding se ne pojavljuje kao aktivno korišten alat u analiziranim slučajevima. Unatoč njegovoj prisutnosti u teorijskoj literaturi kao alternativnog oblika financiranja, nijedan ispitanik nije spomenuo kampanju ili pokušaj financiranja putem digitalnih donacija, što upućuje na njegovu ograničenu primjenu u hrvatskom kontekstu.

Dobiveni nalazi potvrđuju da je hrvatska nezavisna filmska scena snažno orijentirana na kombinaciju institucionalnih potpora, koprodukcija i privatnih ulaganja. Financijska je struktura nestabilna, neregularna i izložena osobnom riziku autora i producenata, što dovodi u pitanje dugoročnu održivost nezavisne produkcije.

Izostanak održive strategije financiranja često rezultira odgodom projekata, smanjenjem produkcijske kvalitete i iscrpljenošću timova. Iako međunarodne koprodukcije predstavljaju važan izvor potpore, one također zahtijevaju složenu logistiku i administrativne postupke koji nisu dostupni svim autorima.

Temeljem odgovora dobivenih u intervjuima, hipoteza H1 je potvrđena, uz jednu važnu napomenu: iako institucionalne potpore i međunarodne koprodukcije doista čine temelj financijske strukture nezavisnih filmova u Hrvatskoj, crowdfunding kao potencijalni model u praksi gotovo da nije prisutan. Financijski sustav nezavisnog filma u Hrvatskoj karakterizira improvizacija, ovisnost o entuzijazmu i kreativno „krpanje budžeta”, što otvara prostor za sustavne reforme u području kulturne politike i financijske infrastrukture audiovizualnog sektora.

6.5.2. Digitalna distribucija kao prostor vidljivosti: analiza hipoteze H2

Hipoteza H2:

Digitalni distribucijski kanali (VOD, streaming platforme, društvene mreže) značajno povećavaju vidljivost i dostupnost hrvatskih nezavisnih filmova u usporedbi s tradicionalnom distribucijom (kino-distribucija i televizija).

U digitalnoj eri distribucija filmova sve se manje veže isključivo uz fizičke prostore (kino-dvorane, televizijske mreže), a sve više uz platforme s digitalnim pristupom. Hipoteza H2 polazi od pretpostavke da digitalni kanali omogućuju širi doseg i bolju dostupnost, što posebno može koristiti nezavisnim filmovima koji često ne ulaze u komercijalne kino-distribucijske modele. Ključno je pitanje: pružaju li digitalni kanali u hrvatskom kontekstu stvarnu alternativu tradicionalnoj distribuciji ili ostaju neiskorišten potencijal?

Intervjuirani producenti i redatelji prepoznaju društvene mreže kao ključan promotivni alat, osobito za mlađu publiku. One omogućuju stvaranje publike, interakciju s gledateljima i održavanje interesa za projekt:

„Najbolji efekt promocije danas postiže se na društvenim mrežama – organski ili putem plaćenih objava.” (HH, distributer)

Međutim, društvene mreže nisu kanal distribucije u užem smislu, već alat vidljivosti. Kada je riječ o VOD platformama, svi ispitanici ističu na njihov ograničen utjecaj:

„VOD se teško može smatrati alternativnim modelom – filmove se tamo stavlja, ali gledanost ostaje ograničena.” (HH, distributer)

Nedostatak sustavne strategije digitalne distribucije, nepostojanje koordinacije između HAVC-a, produkcija i VOD servisa te nizak interes šire publike za lokalne naslove na mreži glavni su izazovi. Podaci iz ankete dodatno potvrđuju ove navode. Na tvrdnju:

„Lako možete pronaći hrvatske nezavisne filmove mrežno (legalno)”, ispitanici su dali prosječnu ocjenu manju od 2,5, pri čemu razlike među dobnim skupinama nisu statistički značajne (ANOVA: $p = 0,169$).

To upućuje na nisku prepoznatljivost dostupnih kanala, slab razvoj korisničkih navika gledanja domaćih filmova na mreži te mogući jaz između ponude i potražnje.

Hipoteza H2 djelomično je potvrđena. Digitalni kanali, osobito društvene mreže, povećavaju vidljivost hrvatskih nezavisnih filmova, ali još ne ostvaruju ulogu održive

distribucijske infrastrukture. VOD platforme ostaju podkapacitirane, dok televizijska i kino-distribucija još uvijek pružaju tek ograničen prostor za nezavisne naslove.

Ovi zaključci ukazuju na potrebu za reformom distribucijske politike, uključujući institucionalnu podršku VOD platformama, razvoj publike i formalizaciju digitalne strategije za domaći nezavisni film.

6.5.3. Umjetnička vrijednost i autentičnost nezavisnog filma: analiza hipoteze H3

Hipoteza H3:

Publika u Hrvatskoj percipira nezavisne filmove kao autentične i umjetnički vrijedne.

Hipoteza H3 temelji se na pretpostavci da su nezavisni filmovi, unatoč ograničenim produkcijskim sredstvima, nositelji autentičnog izraza, društvene angažiranosti i stilskih inovacija koje ih razlikuju od dominantnih (komercijalnih) filmskih formi. Ujedno se pretpostavlja da publika prepoznaje i pozitivno vrednuje te elemente, čime nezavisni filmovi zadobivaju kulturološku relevantnost, neovisno o njihovom tržišnom doseg.

Analiza pet dubinskih intervjua s redateljima, producentima i distributerima potvrđuje da struka nezavisne filmove prvenstveno doživljava kao prostor estetske slobode i izraza osobnih vizija. Prema iskazima ispitanika, upravo odsutnost tržišnih pritisaka i vanjskih investitora omogućuje autorima da razvijaju teme, likove i stilove koji izlaze iz okvira standardizirane filmske naracije.

Redatelji ističu važnost tematske i stilske nezavisnosti, oslanjajući se na elemente naturalističke estetike, dokumentarističke postupke i autentične lokacije. Jedan od sugovornika navodi:

„U nezavisnoj produkciji nitko ti ne propisuje kako film mora izgledati – to je dragocjeno.”
(MŠ, redatelj i producent)

Zbog financijske ograničenosti i malih budžeta redatelji su primorani pronalaziti kreativna rješenja:

„Vizualno se okrećem detaljima, prirodnom svjetlu... Umjesto skupe scenografije, jedna lokacija koja nosi priču.” (MŠ, redatelj i producent)

Također, više ispitanika izražava stav da nezavisni filmovi ne teže zabavi, nego poticanju refleksije, često kroz otvorene narative i emocionalno kompleksne likove:

„Vjerujem da pravi film, ako je iskren i dosljedan, uvijek pronađe svoje ljude – pa makar i polako, iz ruke u ruku, iz preporuke u preporuku.” (MŠ, redatelj i producent)

Unatoč tome što nezavisni filmovi u Hrvatskoj ne ostvaruju masovnu gledanost, sugovornici ističu da postoji profil publike koja sustavno prati, razumije i vrednuje takav filmski izričaj. Riječ je, prema navodima ispitanika, o publici koja je obrazovana, medijski pismena i spremna na složene narative i umjetničku ambiciju:

„Hrvatska publika ne voli jeftine filmove; zašto bi gledala niskobudžetne i jeftine filmove kada za istu cijenu ulaznice može gledati holivudski spektakl. Hrvatskoj publici nije bitno da je film nezavisni, već da je dobar.“ (AAO, redatelj i producent)

„Publika za nezavisni film nije brojna, ali je posvećena.” (MŠ, redatelj i producent)

Ovaj uvid potvrđuje važnost nezavisnog filma ne samo kao produkcijskog formata, nego i kao kulturnog i edukativnog sredstva koje potiče publiku na aktivno promišljanje društvenih i identitetskih tema.

Paralelno s intervjuima provedena je anketa o percepciji nezavisnog filma među publikom (N = 183), koja dodatno potvrđuje ovu hipotezu. Tvrdnje poput: „Hrvatski nezavisni filmovi donose autentične i životne priče” ili „Autori u nezavisnim filmovima imaju veću slobodu izražavanja” dobile su prosječne ocjene iznad 4,0 (na ljestvici od 1 do 5). Posebno visoke vrijednosti zabilježene su kod ispitanika mlađih od 30 godina te onih od 30 do 40 godina, kao i među visokoobrazovanima.

Statističkom analizom utvrđena je i pozitivna korelacija između percepcije autorske slobode i vrednovanja umjetničke kvalitete filma, što dodatno potvrđuje stav da publika

jasno diferencira nezavisni film od dominantnih komercijalnih proizvoda. Dobiveni rezultati upućuju na visok stupanj podudarnosti između profesionalnih aktera i publike kada je riječ o vrednovanju autentičnosti i umjetničke vrijednosti nezavisnih filmova. Publika nezavisnog filma u tom se kontekstu može definirati kao kulturna niša čiji ukus, estetske preferencije i angažiranost doprinose održanju pluralizma u hrvatskoj filmskoj kulturi.

Važno je pritom napomenuti da se autorska sloboda ne percipira kao izolirana estetska kategorija, već kao društveno relevantan aspekt filmske produkcije, s obzirom na to da nezavisni filmovi često tematiziraju marginalizirane identitete, lokalne priče i politički osjetljive teme.

Na temelju kvalitativnih i kvantitativnih nalaza hipoteza H3 može se u potpunosti potvrditi. Struka i publika dijele percepciju da nezavisni film posjeduje autentičnu umjetničku vrijednost, a njegov estetski i tematski integritet nadilazi produkcijska ograničenja. Time se nezavisni film potvrđuje kao kulturno značajna praksa koja doprinosi estetskoj raznolikosti, demokratičnosti i refleksivnosti hrvatske kinematografije.

6.5.4. Strukturne prepreke u distribuciji i recepciji: analiza hipoteze H4

Hipoteza H4:

Financijski i distribucijski izazovi predstavljaju glavne prepreke za širu recepciju i popularnost nezavisnih filmova među domaćom publikom.

U okviru suvremene filmske produkcije uspješna recepcija filma ne ovisi isključivo o njegovoj umjetničkoj vrijednosti ili autorskoj slobodi, nego i o tome koliko je film dostupan i vidljiv ciljanoj publici. Hipoteza H4 pretpostavlja da hrvatski nezavisni filmovi, iako sadržajno često inovativni i estetski vrijedni, ne dopiru do šire publike upravo zbog strukturnih prepreka, ponajprije u segmentima financiranja i distribucije. Intervjuirani autori i producenti gotovo su jednoglasni u ocjeni da problem distribucije nije tehničke, nego sustavne prirode. Nezavisni filmovi najčešće ne ostvaruju distribuciju u

komercijalnim kinima, dok televizijske kuće (osim ponekih festivala ili specijaliziranih emisija) uopće ne otkupljuju takve naslove:

„U CineStaru je teško dobiti *prime-time* termin te koliko dugo će film ostati u dobrom terminu, ovisi o isključivo o posjećenosti projekcija koje se mijenjaju iz tjedna u tjedan. (SL, producent)

Dodatno, čak i kada film dođe pred publiku, budžeti za promociju gotovo su nepostojeći, što rezultira slabom medijskom vidljivošću i minimalnim dosegom:

„Bez ozbiljne distribucije i promocije, ni najbolji film ne dolazi do publike. Sve ostaje među istim ljudima.” (MŠ, redatelj i producent)

Financijski aspekt također značajno utječe na kasniju recepciju. Ograničeni budžeti često rezultiraju kompromisima u postprodukciji, titlovanju ili vizualnoj kvaliteti, što dodatno smanjuje izgleda da film bude konkurentan izvan festivalskih krugova.

Rezultati ankete dodatno podupiru tvrdnje iz intervjua. Tvrdnje „Nezavisni filmovi nisu dovoljno prisutni u medijima i javnom prostoru” i „Financijski problemi utječu na kvalitetu distribucije hrvatskih nezavisnih filmova” dobile su visoke prosječne ocjene ispitanika (iznad 4,2).

Također, u otvorenim komentarima ispitanici navode da često ne znaju gdje i kada mogu gledati domaće filmove te da informacije o projekcijama do njih ne dopiru, osim ako već nisu dio „filmske scene”.

Korelacijska analiza pokazuje da ispitanici koji ocjenjuju distribuciju kao lošu istodobno niže ocjenjuju i prisutnost hrvatskih nezavisnih filmova u medijima, što potvrđuje povezanost između dostupnosti i percepcije.

U kontekstu prethodno analiziranih hipoteza vidljivo je da H1 potvrđuje postojanje alternativnih modela financiranja, ali i njihovu fragmentiranost; H2 ukazuje da digitalni kanali još nisu institucionalno podržani, a H3 pokazuje da publika percipira umjetničku

vrijednost, ali teško dolazi do sadržaja. Hipoteza H4 stoga integrira prethodne nalaze i ukazuje na dubinsku, sustavnu prirodu problema – film može biti kvalitetan, ali ako nema distribucijski model i financijsku potporu za promociju, ostaje nevidljiv izvan uske zajednice entuzijasta.

Hipoteza H4 u potpunosti je potvrđena. Financijska i distribucijska ograničenja pokazuju se kao ključni inhibitori recepcije i popularnosti hrvatskih nezavisnih filmova. Unatoč rastućem interesu publike za autentične sadržaje (vidljivom iz rezultata H3), sustav ne omogućuje širu prisutnost tih sadržaja u javnom prostoru.

Ovaj zaključak ukazuje na nužnost reforme distribucijske politike, jačanja institucionalne podrške za promociju i uvođenja digitalnih strategija kako bi se uspostavio održiv model cirkulacije nezavisnog filma u domaćem kulturnom prostoru.

6.6. Sumarna diskusija: međuodnos hipoteza H1–H4 i sustavna analiza hrvatskog nezavisnog filma

U prethodnim analizama obrađene su četiri istraživačke hipoteze vezane uz ključne aspekte razvoja, distribucije, recepcije i vrednovanja hrvatskog nezavisnog filma. U ovom se dijelu iznosi sinteza dobivenih rezultata, uspostavljaju međusobne poveznice među pojedinim hipotezama te nudi interpretacija rezultata u širem kontekstu domaće audiovizualne politike.

6.6.1. Međuodnos hipoteza i rezultata

Hipoteza H1 potvrđena je analizom dubinskih intervjuva, koji su jasno pokazali da se hrvatska nezavisna filmska produkcija primarno oslanja na institucionalne potpore (HAVC), osobna ulaganja i međunarodne koprodukcije, dok je crowdfunding zastupljen marginalno ili se uopće ne koristi. Ova financijska osnova oblikuje uvjete produkcije: česti su budžetski kompromisi, tehničke improvizacije i manjak sredstava za distribuciju i

promociju. Financijska nesigurnost time posredno utječe i na sve druge faze životnog ciklusa filma.

Hipoteza H2 djelomično je potvrđena: digitalni kanali, osobito društvene mreže, doista povećavaju vidljivost nezavisnih filmova, ali ne mogu nadomjestiti nedostatak sustavne distribucijske strategije. VOD platforme se percipiraju kao medijski prostor sa slabom gledanošću i ograničenim dosegom. Kino-distribucija i televizija i dalje pružaju minimalan prostor nezavisnom filmu. Time se pokazuje da povezanost između financiranja (H1) i distribucije (H2) nije linearna: čak i kada filmovi nastanu, bez sustavne podrške distribuciji oni ne dosežu širu publiku.

Hipoteza H3, prema kojoj publika prepoznaje nezavisne filmove kao autentične i umjetnički vrijedne, u potpunosti je potvrđena. Struka naglašava važnost autorske slobode, dok podaci iz ankete pokazuju da publika visoko vrednuje tematsku dubinu i inovativnost nezavisnih filmova. Pritom se potvrđuje da su umjetnički kriteriji jednako važni kao i komercijalni – publika želi sadržaje koji su intelektualno i emocionalno angažirani, čak i ako su manje spektakularni ili tehnički skromniji. Time se nezavisni film pozicionira kao kulturna alternativa dominantnim narativima.

Hipoteza H4 integrira prethodne nalaze i ukazuje da su financijski i distribucijski izazovi glavni uzrok ograničenog dosega nezavisnih filmova. S obzirom na to da čak i kvalitetni, nagrađivani naslovi ne uspijevaju doći do šire publike, jasno je da problem nije (samo) u sadržaju, nego u nedostatku distribucijske infrastrukture, vidljivosti i institucionalne potpore za promociju. Publika potvrđuje da nema dostupne informacije o prikazivanjima i da ne zna gdje može legalno gledati filmove, što dodatno otežava recepciju.

6.6.2. Sinteza: četiri hipoteze kao elementi jednog problema

Analizom hipoteza H1–H4 u cjelini može se utvrditi da H1 (financiranje) i H2 (distribucija) predstavljaju strukturne uvjete rada. Vrijednosnu legitimaciju filmskog rada najbolje odražava H3 (umjetnička percepcija), dok H4 (recepcija) jasno pokazuje konkretne

posljedice sustavne nefunkcionalnosti. U tom smislu hipoteze ne djeluju odvojeno, nego su međusobno uvjetovane. Problemi financiranja ograničavaju kvalitetu produkcije i distribucije, nedostatna distribucija otežava recepciju, a percepcija vrijednosti, iako pozitivna, ne može nadoknaditi manjak pristupačnosti.

6.7. Kvalitativna analiza intervjua s kodiranjem

6.7.1. Metodologija

Za kvalitativnu obradu intervjua korištena je tematska analiza prema pristupu Braun i Clarke (2006). Intervjui su analizirani ručnim kodiranjem i tematskom kategorizacijom. Pojave su svrstane u četiri domene, u skladu s postavljenim hipotezama (H1–H4), a unutar svake identificirani su tematski kodovi koji odražavaju dominantne pojmove, stavove i narative ispitanika.

6.7.2. H1 – Nezavisna filmska produkcija u Hrvatskoj primarno se oslanja na alternativne modele financiranja

Glavna tema: Nepostojana institucionalna podrška i oslanjanje na alternativne izvore

Kodovi: HAVC (nedostatna stabilnost); osobna ulaganja; lokalne potpore; pokušaji crowdfundinga; neformalni kontakti; koprodukcije s inozemstvom.

Reprezentativni citati prema kodovima:

„Glavninu sredstava osigurali smo vlastitim sredstvima i HAVC-om... ostatak smo krpali...”

„Nezavisna produkcija ovisi o osobnim kontaktima više nego o sustavu.”

„HAVC je rađen da podržava mediokritete...”

Financiranje nezavisnog filma nije sustavno podržano kroz stabilne mehanizme. Autorima preostaje osloniti se na mreže i improvizaciju, što ukazuje na strukturnu slabost institucionalnih okvira potpore nezavisnoj produkciji.

6.7.3. H2 – Digitalni distribucijski kanali povećavaju vidljivost nezavisnih filmova

Glavna tema: Digitalni kanali kao nužna alternativa, ali nedovoljno iskorištena

Kodovi: streaming produljuje život filma; društvene mreže kao alat; neučinkoviti pokušaji (npr. YouTube); VOD kao novi standard; HRT i televizija još prisutni.

Reprezentativni citati:

„Streaming omogućuje dulji život filma.”

„Distribucija na društvenim mrežama donosi najbolji efekt.”

„YouTube distribucija nije uspjela – bez plana.”

Digitalni alati su sveprisutni, no nisu dovoljno profesionalizirani. Nedostatak distribucijske strategije umanjuje njihov potencijal, što pokazuje da kanali sami po sebi nisu dovoljni bez planskog pristupa.

6.7.4. H3 – Publika percipira nezavisne filmove kao autentične i umjetnički vrijedne

Glavna tema: Autentičnost kao rezultat ograničenja i slobode

Kodovi: nišna publika; ne traže brze odgovore; autorska sloboda; festival kao kvalitativni validator; skromni resursi ≠ slab utjecaj.

Reprezentativni citati:

„Film može biti mali po budžetu, ali velik po utjecaju.”

„Publika bira film koji postavlja pitanja...”

Publika nezavisnog filma vrednuje umjetničku slobodu i autentičnost, a ne tehničku perfekciju. Percepcija vrijednosti oblikuje se kroz intelektualnu stimulaciju i autorski izričaj, a ne kroz masovnu potrošnju.

6.7.5. H4 – Financijski i distribucijski izazovi glavne su prepreke recepciji filmova

Glavna tema: Sustavne blokade u plasmanu i financiranju

Kodovi: distribucija kao naknadna misao; prekid financijskog kontinuiteta; problemi u kinima; HAVC ne pomaže novima; bez sredstava nema distribucije.

Reprezentativni citati:

„U nezavisnom filmu prvo razmišljaš kako snimiti film... distribucija dođe poslije.”

„Prekid razmaka u financiranju ubija kontinuitet.”

Nedostatak distribucijske infrastrukture i prekarni financijski uvjeti predstavljaju najočitije prepreke. Bez sredstava za promociju i distribuciju filmovi ostaju nevidljivi, što izravno umanjuje njihov recepcijski potencijal.

6.7.6. Zaključak

Kvalitativna analiza intervjua potvrđuje sve četiri hipoteze. Autori izražavaju duboku frustraciju institucionalnim okvirima, ali pronalaze načine za realizaciju kroz alternativne kanale, festivale i digitalne platforme. Autentičnost nije nusprodukt siromaštva, nego središnja vrijednost scene.

6.8. Analiza intervjua prema hipotezama

Ovo poglavlje donosi sintezu i interpretaciju intervjua provedenih s redateljima, producentima i distributerima u okviru hrvatske nezavisne filmske industrije, u odnosu na postavljene hipoteze istraživanja. Analiza je strukturirana tako da odgovara svakoj pojedinačnoj hipotezi (H1–H4), a pri interpretaciji su korišteni ključni izrazi, fraze i narativi iz odgovora sudionika.

6.8.1. H1 – Nezavisna filmska produkcija oslanja se na alternativne izvore financiranja

Sudionici potvrđuju da je dominantan oblik financiranja kombinacija institucionalnih potpora (HAVC), osobnih ulaganja te lokalnih i međunarodnih izvora. Uloga kontakata i improvizacije pritom je izrazito naglašena.

Ključne pojave i izrazi: HAVC kao osnovna, ali nedovoljna institucija; osobna ulaganja kao nužnost; lokalne potpore i koprodukcije; nepovjerenje u sustav.

Reprezentativni navodi:

„Glavninu sredstava osigurali smo vlastitim sredstvima i HAVC-om... ostatak smo krpali...”

„Nezavisna produkcija ovisi o osobnim kontaktima više nego o sustavu.”

„HAVC je rađen da podržava mediokritete...”

Hipoteza H1 u potpunosti je potvrđena: alternativni i kombinirani izvori financiranja nisu iznimka, nego pravilo u hrvatskoj nezavisnoj filmskoj produkciji.

6.8.2. H2 – Digitalni distribucijski kanali povećavaju vidljivost nezavisnih filmova

Digitalna distribucija (VOD, streaming, društvene mreže) prepoznata je kao ključna za dugovječnost filma, ali još nije u potpunosti profesionalizirana. Bez financijskih sredstava i jasne strategije njezin učinak ostaje ograničen.

Ključne pojave i izrazi: streaming produljuje život filma; VOD kao novi standard; društvene mreže kao važan alat; nedostatak distribucijske strategije.

Reprezentativni navodi:

„Streaming omogućuje dulji život filma.”

„Distribucija na društvenim mrežama donosi najbolji efekt.”

„YouTube distribucija nije uspjela – bez plana.”

Hipoteza H2 djelomično je potvrđena – digitalni kanali doista povećavaju dostupnost, ali samo ako su podržani strategijom i resursima.

6.8.3. H3 – Publika percipira nezavisne filmove kao autentične i vrijedne

Prema sudionicima, nezavisni film ima malu, ali vrlo posvećenu publiku koja cijeni autorski izričaj i umjetničku slobodu. Festivalska prisutnost dodatno osnažuje percepciju vrijednosti.

Ključne pojave i izrazi: nišna i posvećena publika; autorska sloboda i umjetnički identitet; skromni budžeti ne znače manju vrijednost; festival kao kvalitativni okvir.

Reprezentativni navodi:

„Film može biti mali po budžetu, ali velik po utjecaju.”

„Publika bira film koji postavlja pitanja...”

Hipoteza H3 je potvrđena – autentičnost i umjetnička vrijednost percipiraju se kao ključne kvalitete nezavisnih filmova.

6.8.4. H4 – Financijski i distribucijski izazovi glavne su prepreke popularnosti

Sudionici jasno ističu da su prepreke u distribuciji i fragmentiranom financiranju glavni uzroci ograničene prisutnosti nezavisnih filmova. Promocija i distribucija često su zanemarene faze procesa.

Ključne pojave i izrazi: distribucija nije planirana unaprijed; financijski prekidi narušavaju kontinuitet; nedostatak podrške za nove autore; problemi s kino-terminima.

Reprezentativni navodi:

„U nezavisnom filmu prvo razmišljaš kako snimiti film... distribucija dođe poslije.”

„Prekid razmaka u financiranju ubija kontinuitet.”

Hipoteza H4 potvrđena je – distribucijski i financijski izazovi ozbiljno ograničavaju vidljivost i uspjeh nezavisnih filmova na domaćem tržištu.

6.8.5. Zaključna sinteza

Usporedba svih intervjua s hipotezama pokazuje visoku razinu suglasja između percepcije filmskih profesionalaca i analitičkih postavki rada. Ispitanici su dosljedno naglašavali tematske cjeline koje korespondiraju s hipotezama H1–H4. Ova analiza pruža snažnu empirijsku potporu zaključcima disertacije te ističe važnost strukturirane reforme i strateškog razvoja sektora nezavisne audiovizualne produkcije u Hrvatskoj.

7. USPOREDNA ANALIZA REZULTATA ANKETNOG ISTRAŽIVANJA I DUBINSKIH INTERVJUA

Korištenje dvostruke metodološke strategije – kvantitativne (anketa) i kvalitativne (dubinski intervjui) – omogućilo je višeslojno sagledavanje fenomena hrvatskog nezavisnog filma. U ovom poglavlju provodi se komparativna analiza rezultata dobivenih iz oba izvora, s ciljem identifikacije podudarnosti, razlika i međusobnih dopuna između percepcije publike i iskustava profesionalaca u sektoru.

7.1. Umjetnička vrijednost i autentičnost

Suglasje između publike i struke najizraženije je u pogledu umjetničke vrijednosti nezavisnog filma. Publika u anketi visoko ocjenjuje tvrdnje poput:

„Nezavisni filmovi donose autentične priče koje nisu zastupljene u mainstreamu.”

„Autori u nezavisnim filmovima imaju veću slobodu izražavanja.”

Prosječne ocjene ovih tvrdnji kreću se između 4,1 i 4,5 (na ljestvici od 1 do 5), uz male varijacije među demografskim skupinama. Sugovornici u intervjuima također dosljedno naglašavaju važnost autorske slobode, tematske neovisnosti i stilske individualnosti. Redatelji navode da je odsutnost tržišnih pritisaka ključna prednost nezavisne produkcije, dok producenti ističu da takav okvir omogućuje eksperimentiranje i veću društvenu relevantnost.

Zaključno, u ovoj dimenziji postoji dosljedan konsenzus – nezavisni film u Hrvatskoj se prepoznaje i vrednuje kao umjetnički vrijedan i autentičan, i od strane autora i od strane publike.

7.2. Vidljivost i dostupnost: raskorak između publike i sektora

U pogledu distribucije i vidljivosti pojavljuje se jasna diskrepancija. Publika u anketi daje niske ocjene tvrdnjama poput:

„Lako mogu pronaći hrvatske nezavisne filmove mrežno.”

„Domaći nezavisni filmovi redovno su prikazani u kinima i na TV-u.”

To pokazuje da šira publika ima poteškoća u pronalaženju i konzumaciji takvih sadržaja, što značajno utječe na njihovu recepciju. Profesionalci u intervjuima, s druge strane, otvoreno priznaju da ne postoji funkcionalan model distribucije za nezavisne filmove. Distributeri, producenti i redatelji upozoravaju na nepristupačne kino termine (često samo jedan ili nijedan), nepostojanje sredstava za promociju, manjak interesa televizijskih kuća te nedovoljnu institucionalnu potporu za VOD platforme.

Iako oba izvora prepoznaju isti problem, publika opisuje posljedicu (ne mogu gledati filmove), dok struka artikulira uzrok (nema distribucijskih kanala ni promocije). Postoji podudarnost u dijagnozi, ali raskorak u dubini razumijevanja – publika vidi simptom, dok struka opisuje sustavni deficit.

7.3. Financijska ograničenja: zajednička točka prepoznavanja

Ispitanici iz ankete pokazuju razumijevanje za produkcijska ograničenja nezavisnog filma. Tvrdnje poput: „Manji budžeti utječu na produkcijsku kvalitetu” i „Nedostatak novca često ograničava vidljivost filma” dobivaju srednje do visoke prosječne ocjene (3,8–4,3), pri čemu su najkritičniji ispitanici u dobi od 30 do 40 godina s višim obrazovanjem.

U intervjuima su financijski izazovi doslovno dominantna tema. Autori opisuju situacije u kojima produkcijski timovi volontiraju, oprema se posuđuje ili režiseri ulažu osobna sredstva kako bi projekt uopće zaživio.

„Na doslovno sve načine: film se snima novcem i samo novcem. Ako nemate novaca, onda morate prilagođavati svoje vizije sredstvima koja su vam na raspolaganju.” (AAO, redatelj i producent)

„HAVC pokriva dio troškova, ali ni blizu dovoljno. Morali smo rezati svaki kut.” (SL, producent)

Oba izvora potvrđuju da su financijska ograničenja ključna prepreka, no struka ih osjeća izravno i egzistencijalno, dok publika percipira njihove posljedice u finalnom proizvodu.

7.4. Uloga digitalnih kanala: optimizam i skeptični realizam

Zanimljivo je da ispitanici u anketi pokazuju otvorenost prema ideji digitalne distribucije, osobito mlađe dobne skupine. Tvrdnje poput „Streaming platforme su dobar način za gledanje domaćih filmova” i „Rado bih pratio domaći film kad bi bio dostupan mrežno” dobivaju visoke ocjene među mlađim ispitanicima (4,4 i više).

Struka, s druge strane, izražava skeptični realizam: iako podržavaju VOD modele, većina sugovornika naglašava nedostatak infrastrukture, marketinške podrške i poticaja za razvoj tih kanala.

„Staviti film na VOD platformu ne znači da će ga itko gledati – tko zna da postoji?” (HH, distributer)

Postoji nesrazmjer između potencijala i realizacije – publika želi pristup mrežnim platformama, ali struka nema alate ni institucionalnu podršku da to omogući.

7.5. Zaključna sinteza: složena mreža uzroka i posljedica

Glavni zaključak da publika i struka dijele temeljne uvide, ali različito ih doživljavaju – publika kroz pasivno iskustvo (nedostatak pristupa), a struka kroz operativne probleme (nedostatak resursa i strategije). Ova međuigra percepcije i prakse otkriva duboku strukturnu disfunkcionalnost, ali i zajedničku osnovu za reformu: publika želi više nezavisnih filmova, a autori ih žele pružiti; prepreke su sustave, a ne interesne.

Dobiveni rezultati ukazuju na potrebu za holističkom reformom sektora koja bi obuhvaćala sljedeće:

- jačanje institucionalne podrške digitalnoj distribuciji,

- stvaranje vidljivih i dostupnih platformi,
- osiguravanje održivog modela financiranja koji uključuje i promociju,
- razvoj publike putem edukativnih programa i kuriranih mrežnih sadržaja.

7.6. Zaključna refleksija

Hrvatski nezavisni film u ovom istraživanju prepoznat je kao umjetnički relevantan, tematski angažiran i društveno vrijedan, ali istodobno strukturno marginaliziran. Njegov razvoj ovisi ne samo o kreativnosti autora nego i o kulturnoj politici koja će prepoznati važnost distribucije, vidljivosti i pristupačnosti. Rezultati potvrđuju da nezavisni filmovi ne trebaju milost publike, nego pravednu priliku da do nje dođu.

7.7. Preporuke za daljnja istraživanja

Na temelju ove usporedbe preporučuje se daljnje istraživanje metodom fokusnih grupa s publikom te provođenje intervjua s predstavnicima institucija (HAVC, Ministarstvo kulture i medija, operatori VOD platformi). Time bi se stvorila trodijelna analitička os: kreatori – publika – institucije, koja bi mogla služiti kao temelj za oblikovanje nove kulturne strategije distribucije domaćeg nezavisnog filma.

7.8. Preporuke za reformu distribucijske politike hrvatskog nezavisnog filma

U kontekstu globalne digitalizacije audiovizualne industrije, hrvatski nezavisni filmovi i dalje se suočavaju s nizom izazova u pogledu distribucije, vidljivosti i dosega publike. Opći cilj predloženih reformi je povećati dostupnost, vidljivost i tržišni potencijal hrvatskih nezavisnih filmova kroz modernizaciju distribucijskog sustava, s naglaskom na digitalne kanale i razvoj publike.

7.8.1. Nacionalna digitalna strategija distribucije

Jedan od ključnih problema jest nedostatak sustavne podrške za mrežnu distribuciju. Iako u Hrvatskoj postoji nekoliko VOD platformi, one su međusobno fragmentirane, slabo promovirane i najčešće nemaju dosljedno kurirani sadržaj. Kako bi se taj problem riješio, preporučuje se da Hrvatski audiovizualni centar (HAVC), u suradnji s Ministarstvom kulture i medija i Centrom za razvoj publike, izradi Nacionalni plan digitalne distribucije za razdoblje od 2025. do 2030. godine.

Taj bi plan trebao uključivati izradu sveobuhvatnog kataloga domaćih filmova koji su legalno dostupni mrežno te ulaganja u razvoj nacionalne VOD platforme ili partnerstvo s postojećim domaćim servisima, poput HRTi, volimdokumentarce.net ili Croatian.film. Osim toga, nužno je regulirati uvjete otkupa i emitiranja domaćih filmova na tim digitalnim platformama kako bi se osigurala transparentnost i održivost sustava.

7.8.2. Subvencioniranje digitalnog otkupa i promocije

Trenutačno distributeri i producerske kuće često nemaju ni resurse ni kapacitete za promociju svojih filmova putem interneta. Budući da VOD distribucija rijetko može biti financijski isplativa bez dodatne potpore, predlaže se uvođenje namjenskih sredstava za digitalnu distribuciju u okviru HAVC-ovih javnih poziva.

Ta bi sredstva bila usmjerena na subvencioniranje ključnih troškova, uključujući konverziju filmova u tehnički prikladne formate za VOD, izradu titlova i prijevoda te provedbu digitalnih marketinških kampanja na platformama kao što su Meta (Facebook, Instagram), Google Ads i YouTube. Takav pristup omogućio bi veću prisutnost nezavisnih filmova u mrežnom prostoru.

7.8.3. Uređenje suradnje s kinima i „hibridna“ distribucija

Jedan od izazova za hrvatske nezavisne filmove jest što dobivaju vrlo ograničen broj termina u klasičnim kinima, a publika često nije ni svjesna kada i gdje ih može pogledati.

Kako bi se tome doskočilo, preporučuje se uvođenje „hibridne distribucije”, odnosno istovremenog prikazivanja filmova u kinima i na digitalnim platformama — tzv. *day-and-date* modela.

HAVC bi u tom kontekstu mogao uvesti obvezu suradnje s art-kinima i digitalnim platformama za sve filmove koji dobiju sredstva, kako bi se osigurala maksimalna dostupnost. Također, korisno bi bilo razviti interaktivnu mrežnu kartu koja prikazuje projekcije nezavisnih filmova, kako fizičke, tako i digitalne, čime bi se olakšala orijentacija i odluka publike.

7.8.4. Razvoj publike i edukacija za digitalne navike

Još jedan važan segment odnosi se na publiku, koja nije dovoljno naviknuta na konzumaciju domaćih filmova putem digitalnih kanala. Uz to, digitalna je pismenost dijela stanovništva, osobito starijih, ali i mlađih s manje razvijenim kulturnim navikama, često na niskoj razini.

U tom smislu predlaže se financiranje edukativnih i promotivnih kampanja, posebno usmjerenih na škole i mlade. Jedan je od prijedloga program Gledaj domaće koji bi se provodio putem društvenih mreža kao što su TikTok i YouTube, uz angažman influencera i filmskih vlogera. Osim toga, distribuciju bi trebalo povezati s kulturnim institucijama, poput knjižnica, škola i udruga, koje mogu poslužiti kao lokalni posrednici između filma i publike.

7.8.5. Strateško partnerstvo s međunarodnim VOD platformama

Ulazak hrvatskih filmova na velike međunarodne VOD platforme poput Netflix, MUBI-ja ili HBO Maxa izuzetno je otežan bez posrednika i ozbiljne promocije. Kako bi se povećale mogućnosti za međunarodnu distribuciju, preporučuje se osnivanje stručnog tijela koje bi pomagalo autorima i producentima u pripremi potrebne dokumentacije, pregovorima o otkupu prava i prilagodbi sadržaja za inozemno tržište. HAVC bi također

mogao formalizirati suradnje s platformama kao što su MUBI, ARTE, DAFilms i FestivalScope, čime bi se hrvatski filmovi sustavno pozicionirali na globalnom tržištu.

7.8.6. Završna preporuka: Fond za digitalnu dostupnost

Konačna i ključna strukturna preporuka jest osnivanje Fonda za digitalnu dostupnost pri HAVC-u. Taj bi fond, s godišnjim budžetom od približno 300.000 eura, bio isključivo usmjeren na projekte povezane s digitalnom distribucijom, razvojem publike, mrežnom promocijom te eksperimentalnim, inovativnim modelima plasmana filmova. Takav bi fond predstavljao temelj dugoročne održivosti i konkurentnosti hrvatskog nezavisnog filma u digitalnom dobu.

8. RASPRAVA

U ovom poglavlju interpretiraju se ključni nalazi istraživanja u odnosu na postavljene hipoteze i teorijski okvir definiran u ranijim dijelovima rada. Cilj rasprave nije samo opisati uočene obrasce, nego ih kritički analizirati u svjetlu postojećih teorijskih postavki i prethodnih istraživanja iz područja nezavisne audiovizualne produkcije, distribucije i razvoja publike. Na temelju kvalitativnih i kvantitativnih podataka razmatraju se implikacije za budući razvoj hrvatske nezavisne filmske industrije te se ističu izazovi, ali i mogućnosti koje proizlaze iz uočenih trendova.

8.1. Povezanost rezultata istraživanja s teorijskim okvirom

Istraživanje nezavisne filmske produkcije u Hrvatskoj pokazuje jasnu povezanost s višedimenzionalnim teorijskim okvirom koji nezavisni film tumači kao spektralni pojam – u rasponu od financijske, estetske, ideološke do distribucijske autonomije. Empirijski podaci upućuju na to da većina hrvatskih nezavisnih produkcija kombinira različite produkcijske i financijske modele, što je u skladu s teorijama Tzioumakisa i Kinga, koji tvrde da se suvremena nezavisnost ne može tumačiti binarno, nego kao kontinuum pozicija unutar industrijskih struktura.

Financijska struktura nezavisne produkcije u Hrvatskoj, koja se temelji na kombinaciji javnih fondova (HAVC, MEDIA), koprodukcijskih aranžmana i crowdfunding modela, potvrđuje tvrdnju iz teorijskog dijela da je „državno podržana autonomija” karakteristična za europski nezavisni film. Osim toga, istraživanje ističe snažan festivalski orijentirani pristup distribuciji, što je u skladu s konceptom „festivalске nezavisnosti” koji su razvili autori poput Elsaessera i Odabasija. Na estetskoj i ideološkoj razini, istraživanje potvrđuje da hrvatski nezavisni filmovi često odstupaju od dominantnih narativa – bave se marginaliziranim skupinama, društvenom nepravdom i identitetskim pitanjima, što je u teoriji definirano kao ključna značajka ideološke nezavisnosti (Nichols, Asava, Tribout-Joseph). Estetski elementi poput *slow cinema* pristupa, improvizacije, dokumentarističkog stila i minimalističke naracije također su zastupljeni, što potvrđuje tvrdnje Barona, Tzioumakisa i Rabigera o estetskoj autonomiji nezavisnih autora. Distribucijske strategije koje uključuju kombinaciju festivalske promocije, digitalnih platformi (VOD, SVOD) te

direktne distribucije od strane samih autora jasno su povezane s teorijama o disruptivnim distribucijskim modelima, *windowing* strategiji i ulozi autora kao distributera (Drake i sur., Nikdel, Tryon). Prisutnost gerilskih metoda i autoprodukcije, uz osobni financijski rizik autora (*skin in the game*), dodatno potvrđuje postulate o politički motiviranoj, minimalno financiranoj filmskoj produkciji (Brown, Taleb). Ukupno gledano, istraživanje ne samo da potvrđuje višedimenzionalne teorijske okvire nego ih i dodatno kontekstualizira u hrvatskom audiovizualnom tržištu, ukazujući na specifičnosti male kinematografije koja djeluje unutar europske kulturne politike, ali s lokalnim izazovima tržišne održivosti. Rezultati istraživanja potvrđuju da nezavisna filmska produkcija u Hrvatskoj obuhvaća sve ključne dimenzije teorijskog okvira nezavisnog filma prikazanog u radu – financijsku, estetsku, ideološku i distribucijsku – kao i koncept nezavisnosti kao spektralnog pojma (King, Tzioumakis, Newman).

8.1.1. Financijska nezavisnost: između javne potpore i kreativne autonomije

U teorijskom dijelu rada ističe se da nezavisni film nije nužno film bez institucionalne potpore, nego onaj koji koristi alternativne modele financiranja i zadržava kreativnu kontrolu (Berliner, Schamus, King). Istraživanje potvrđuje da u Hrvatskoj nezavisni autori najčešće primjenjuju kombinirani model financiranja: javne fondove (npr. HAVC), europske programe (MEDIA, Eurimages), mikrosponzorstva i crowdfunding.

Takva praksa odražava europski model „državno podržane autonomije“ (Elsaesser, 2005), u kojem autori ostaju formalno nezavisni, ali i dalje ovise o institucijama. Time se potvrđuje teza Geoffa Kinga da nezavisnost nije nužno odsustvo veza s industrijom, nego pregovor o uvjetima unutar sustava.

8.1.2. Estetska nezavisnost: inovacija u uvjetima ograničenih resursa

Teorijski okvir naglašava da estetska nezavisnost proizlazi iz odbijanja konvencionalnih narativa i formi (Baron, Tzioumakis, Çağlayan, Rabiger). Istraživanje potvrđuje da hrvatski nezavisni filmovi često koriste:

- minimalne budžete,
- dokumentarističku kameru,
- improvizaciju,
- *slow cinema* pristupe,

- narative s fokusom na karaktere i društvenu angažiranost.

Ti elementi poklapaju se s globalnim estetskim obrascima nezavisnog filma te potvrđuju tvrdnju da ograničenja često potiču inovaciju (Brown, 2020; Ramirez, 2022). Usporedba s praksama poput *mumblecore* u SAD-u ili europskog novog vala dodatno ojačava ovu paralelu.

8.1.3. Ideološka nezavisnost: društvena kritika i marginalizirani glasovi

U teoriji (Nichols, Vincendeau, Asava) istaknuto je da nezavisni film često daje glas marginaliziranim skupinama i postavlja politički subverzivne narative. Istraživanje pokazuje da brojni hrvatski nezavisni filmovi obrađuju teme poput društvene nepravde, klasnih i generacijskih sukoba, identitetskih kriza i posttranzicijske stvarnosti.

To potvrđuje ideološku dimenziju nezavisnosti kao oblik kritike hegemonijskih diskursa te potvrđuje Nicholsovu tezu da forma i sadržaj postaju politička sredstva izraza.

8.1.4. Distribucijska nezavisnost: između festivala i digitalnih platformi

Distribucijski aspekt teorijskog okvira naglašava važnost filmskih festivala i alternativnih distribucijskih kanala, kako ističu Elsaesser i Odabasi, ali upozorava i na rizik da se nezavisni film svede na predvidljiv „festival žanr“, čime gubi svoju autentičnost. Rezultati istraživanja pokazuju da se autori u velikoj mjeri oslanjaju na festivale kao ključne kanale za plasman svojih djela, dok istovremeno raste uloga VOD platformi poput MUBI-ja, Vimea i Netflixa u omogućavanju dostupnosti nezavisnih filmova široj publici. Usto, sve je prisutnija praksa tzv. autora-distributera, pri kojoj sami autori preuzimaju odgovornost za distribuciju svojih filmova, što teorijski Staiger, Carruth i DuVernay prepoznaju kao disruptivnu intervenciju u ustaljene industrijske modele. Hrvatska nezavisna scena na taj način postaje ilustracija suvremenog paradoksa nezavisnosti: autori koriste institucionalne resurse i alate upravo kako bi ostali izvan okvira dominantne industrije, čime potvrđuju Tzioumakisovu tezu o „nezavisnosti u pregovoru“.

8.1.5. Nezavisnost kao spektralni pojam: teorijsko utemeljenje rezultata

Cjelokupno istraživanje jasno podupire tezu da nezavisnost nije fiksna kategorija, nego fluidan, kontekstualno ovisan status koji se stalno pregovara. Hrvatski autori djeluju u prostoru između:

- institucionalne potpore i osobnog rizika (*skin in the game*),
- estetske slobode i tržišne vidljivosti,
- kulturne politike i političkog izraza.

Time se potvrđuje teorijski okvir koji nezavisnost tumači kao dinamičan odnos između kapitala, distribucije i autorstva.

8.2. Povezanost razvoja publike s teorijskim okvirom i rezultatima istraživanja

Koncept razvoja publike (*audience development*) zauzima sve istaknutije mjesto u suvremenim teorijskim raspravama o kulturnim i kreativnim industrijama, osobito u kontekstu tranzicije prema participativnim i digitalno posredovanim modelima distribucije. U teorijskom okviru rada razvoj publike sagledava se kao višedimenzionalan proces koji uključuje komunikaciju, edukaciju, angažman i dugoročno uključivanje gledatelja u kulturni život. Ovo potpoglavlje analizira kako se navedeni teorijski uvidi odražavaju u rezultatima istraživanja, osobito u kontekstu hrvatske nezavisne filmske scene, gdje strategije dosezanja i aktiviranja publike još uvijek nisu sustavno integrirane u produkcijske i distribucijske prakse.

8.2.1. Publika kao aktivni sudionik: participacija, ne samo konzumacija

Teorijski okvir pokazuje da publika u nezavisnoj produkciji više nije pasivni konzument, nego aktivni sudionik – kroz crowdfunding, crowdsourcing, društvene mreže i hibridnu distribuciju. Taj pomak potvrđuje suvremeni pristup u audiovizualnim studijama, koji publiku promatra kao zajednicu, a ne tržište (Marpe, Caetano i Cardoso, Hadžiahmetović).

U rezultatima istraživanja prepoznato je da se crowdfunding koristi ne samo kao sredstvo financiranja, nego i kao način testiranja interesa publike te izgradnje zajednice oko filmskog projekta. Istodobno se ističe pojava tzv. vjerne publike koja prati film kroz sve

faze njegove distribucije – od festivalskih prikazivanja, preko kinoprikazivanja, do dostupnosti na digitalnim platformama. Posebno je naglašena i praksa gerilskih i aktivističkih autora koji svoje filmove distribuiraju putem udruga, škola i kulturnih centara, gdje se nakon projekcija često organiziraju razgovori s publikom. Na taj način distribucija poprima interaktivnu i edukativnu dimenziju.

To pokazuje da razvoj publike u hrvatskom kontekstu ne podrazumijeva samo širenje dohvata, već i stvaranje angažirane zajednice oko sadržaja, što predstavlja temelj suvremenog modela razvoja publike.

8.2.2. Festivali i razvoj kulturnog kapitala publike

Teorijski, festivali nisu samo mjesta prikazivanja filmova, već i prostori kulturnog oblikovanja publike – mjesta na kojima publika uči prepoznavati nove estetske obrasce, teme i stilove (Elsaesser, Odabasi, Vallejo). Uloga festivala u razvoju publike ogleda se u formiranju ukusa, vidljivosti društveno relevantnih tema te u poticanju interakcije između autora i gledatelja.

U rezultatima istraživanja hrvatski nezavisni film:

- teži prikazivanju na festivalima ne samo radi tržišne vidljivosti, nego i radi stvaranja veze s obrazovanom, kulturno angažiranom publikom;
- koristi festivale i kao prostor za umrežavanje s budućom publikom, osobito kroz Q&A sesije i popratne edukativne događaje.

Dakle, festivalska distribucija u hrvatskom kontekstu ima pedagošku i kulturnu funkciju, čime potvrđuje teorijske uvide o kulturnom oblikovanju gledateljskog habitusa (Bourdieu, 1993).

8.2.3. Digitalna publika: algoritamski izazovi i mogućnosti

Teorijski okvir ukazuje na transformaciju razvoja publike u digitalnom okruženju: publika je fragmentirana, globalna, ali i algoritamski upravljana (Hanzlik, Szczepanik, Sinwell, Baek). Nezavisni autori danas moraju razumjeti digitalne metrike, ponašanje publike na mreži i strategije vidljivosti.

U rezultatima istraživanja prepoznato je da:

- hrvatski autori koriste VOD i AVOD platforme (npr. Vimeo, YouTube), ali bez vidljivih struktura za aktivno upravljanje publikom;
- mnogi nemaju pristup alatima za analitiku, što ih čini nevidljivima unutar algoritamskog prostora;
- autori koji se bave izravnom distribucijom suočeni su s izazovima – kako doprijeti do publike bez većih resursa za promociju.

To pokazuje jaz između teorijskog potencijala digitalne distribucije i realnih kapaciteta autora, ali i potrebu za sustavnom edukacijom o razvoju publike u digitalnom okruženju.

8.2.4. Zajednički zaključci: razvoj publike kao strateški imperativ

Kao što teoretičari ističu, razvoj publike u nezavisnoj industriji nije sporedna faza, nego sastavni dio kreativne i distribucijske strategije. Rezultati istraživanja pokazuju da uspjeh hrvatskog nezavisnog filma uvelike ovisi o:

- preciznoj identifikaciji ciljanih publika,
- izgradnji odnosa s gledateljima putem društvenih mreža i festivala,
- te razvijanju kompetencija za digitalni marketing i komunikaciju.

Ova povezanost jasno potvrđuje da razvoj publike nije samo operativni zadatak distributera, nego i temeljni element identiteta suvremenog nezavisnog autora – koji djeluje istodobno kao umjetnik, komunikator i kulturni posrednik.

9. ZAKLJUČAK

Nezavisna filmska produkcija u Hrvatskoj, iako obilježena kreativnom autonomijom, raznolikošću izraza i tematskom hrabrošću, suočava se s nizom strukturnih i sustavnih izazova koji ograničavaju njezinu održivost i društveni doseg. Provedeno istraživanje omogućilo je višedimenzionalnu analizu tih problema, pri čemu su objedinjene perspektive filmskih profesionalaca i publike – dviju ključnih sastavnica audiovizualnog sustava.

Rezultati kvantitativnog istraživanja pokazali su da hrvatska publika općenito prepoznaje umjetničku vrijednost nezavisnih filmova, ali i da distribucijska ograničenja, niska razina promocije te slaba prisutnost na digitalnim platformama utječu na vidljivost i dostupnost.

Istodobno je analiza intervjua s filmskim djelatnicima ukazala na fragmentiran i nesiguran karakter financiranja, institucionalne barijere, ograničen tržišni kapacitet te potrebu za inovativnijim modelima dosezanja publike.

Uspostavljena je jasna poveznica između teorijskog koncepta razvoja publike i prakse hrvatske nezavisne produkcije: strategije razvoja publike još uvijek nisu sustavno integrirane u produkcijske i distribucijske planove, što ukazuje na potrebu za većim naglaskom na komunikaciju, edukaciju i participaciju publike već od samog početka proizvodnog procesa.

Znanstveni doprinos ovoga rada ogleda se u činjenici da se po prvi puta u domaćem kontekstu sustavno analiziraju odnosi između financiranja, distribucije i recepcije nezavisnog filma, uz poseban naglasak na empirijske podatke. Praktični doprinos očituje se u formuliranju preporuka za jačanje distribucijske infrastrukture, razvoj digitalnih strategija te uključivanje publike kroz crowdfunding i *community-building* mehanizama.

Iako istraživanje ima svoja metodološka ograničenja – uključujući ograničen broj sudionika u kvalitativnoj komponenti i nereprezentativan uzorak ankete – ono pruža relevantne smjernice za oblikovanje kulturnih politika, unaprjeđenje institucionalne podrške te daljnja akademska istraživanja u području audiovizualnih studija.

U konačnici, održivost nezavisne filmske scene ne može se promatrati isključivo kroz prizmu financijske potpore, već mora uključivati promjenu paradigme u razumijevanju publike – ne samo kao pasivnog konzumenta, nego kao aktivnog sudionika, suradnika i nositelja kulturne vrijednosti.

9.1. Preporuke za razvoj publike u nezavisnoj audiovizualnoj industriji

Na temelju teorijskog okvira o razvoju publike i nezavisnoj produkciji, kao i rezultata istraživanja o distribucijskim strategijama i praksama angažmana gledatelja u Hrvatskoj, formulira se niz preporuka koje mogu pridonijeti održivijem i strukturiranijem razvoju publike u nezavisnoj filmskoj industriji. Preporuke su utemeljene na suvremenim istraživanjima iz područja kulturnih politika, filmske distribucije i participativne kulture.

Razvoj publike potrebno je integrirati u strateške dokumente kulturnih politika Republike Hrvatske. Strategija bi trebala jasno definirati ciljeve, metodologije i pokazatelje učinka, uzimajući u obzir demografske, obrazovne i geografske specifičnosti publike. Poseban naglasak treba staviti na rad s djecom i mladima, ruralnim zajednicama i marginaliziranim skupinama. Inicijative poput Kinomreže, koja djeluje na decentralizaciji audiovizualnih sadržaja, potvrđuju važnost teritorijalno uravnoteženog pristupa publici (Vallejo, 2020; Elsaesser, 2005). U skladu s praksama Europske unije (program MEDIA), svi projekti prijavljeni za javno financiranje trebali bi sadržavati obrazloženi plan razvoja publike. To uključuje definiranje ciljnih skupina, alate komunikacije, strategije promocije i metrike uspješnosti. U hrvatskom kontekstu, produkcijska kuća Restart predstavlja pozitivan primjer distribucijskog modela koji aktivno uključuje gledatelje u komunikacijski i recepcijski proces (Caetano & Cardoso, 2011; Drake i sur., 2015).

Edukacija filmskih autora, producenata i komunikacijskih timova trebala bi obuhvatiti područja digitalnog marketinga, izgradnje zajednice (*community building*), upravljanja distribucijskim platformama i analitike publike. Programi poput ZagrebDox Pro te Zagreb Film Festival – Industry program pokazuju značajan potencijal za profesionalizaciju sektora u ovom području (Meißner, 2015; Tryon, 2013). Autori koji sudjeluju u rezidencijalnim programima trebali bi imati obvezu interakcije s lokalnim zajednicama putem otvorenih radionica, pilot-projekcija i dijaloga s publikom. Takva praksa potiče razvoj zajedničkog značenja između autora i gledatelja te pridonosi osjećaju kolektivnog sudjelovanja u kulturnom stvaralaštvu (Reeck, 2018; Mannion, 2023).

Nezavisni filmovi s izraženom društvenom i obrazovnom komponentom trebaju biti uključeni u nastavu na svim razinama obrazovanja. Projekti poput Sedme umjetnosti u školi, koje podržava HAVC, pokazuju važnost integracije kulturnih sadržaja u formalne obrazovne procese. Takav pristup može dugoročno doprinosti razvoju medijske pismenosti i formiranju kulturno osjetljive publike (Bourdieu, 1993; Nikdel, 2017).

Kulturni centri, art-kina i knjižnice trebali bi se pozicionirati kao mjesta interakcije između filmskog sadržaja i zajednice. Aktivnosti poput projekcija, panel-diskusija, javnih

razgovora i radionica omogućuju publiku da postane aktivni dionik distribucijskog procesa. Primjeri takve prakse uključuju Art-kino Croatia u Rijeci i Kino Urania u Osijeku (Frey, 2021; Walters, 2020). Festivali, kino-mreže i distribucijske platforme trebaju uključivati predstavnike publike u obliku savjetodavnih odbora, evaluacijskih timova ili programskih ambasadora. Takvi modeli participativne kulture već se uspješno primjenjuju u skandinavskim zemljama te pridonose većoj inkluzivnosti i legitimnosti programskih odluka (Odabasi, 2021; Vallejo, 2020).

Digitalne platforme s kuriranim sadržajem trebale bi biti usmjerene na promociju i distribuciju hrvatskog nezavisnog filma. Primjeri poput *croatian.film* ukazuju na mogućnosti razvoja digitalnih strategija vidljivosti. Takve platforme omogućuju precizniju segmentaciju publike i aktivno upravljanje njezinim interesima (Szczepanik, 2020; Baek i sur., 2024). Sustavno prikupljanje i javna dostupnost podataka o navikama gledatelja ključni su za razvoj strateških odluka u području produkcije, distribucije i edukacije. Baza bi trebala obuhvaćati podatke o dobi, spolu, mjestu boravka, gledateljskim preferencijama i ponašanju na digitalnim platformama. Hrvatski audiovizualni centar (HAVC), kao krovna institucija, imao bi središnju ulogu u koordinaciji takvog istraživačkog okvira (Adamczak, 2020; Chalaby, 2023).

Zaključno, razvoj publike mora biti prepoznat kao sastavni dio procesa nezavisne filmske produkcije, a ne kao dodatna faza distribucije. Publika danas nije samo potrošač, već i partner, suradnik i nositelj kulturne relevantnosti audiovizualnih sadržaja. Ove preporuke trebale bi poslužiti kao temelj za oblikovanje nacionalnih i lokalnih politika koje promiču uključiv, participativan i održiv razvoj publike u nezavisnoj filmskoj industriji.

9.2. Metodološki doprinos istraživanja

Ovo istraživanje donosi metodološki doprinos kroz višerazinsko i kontekstualno utemeljeno istraživačko postavljanje nezavisne filmske produkcije u Hrvatskoj, s naglaskom na integraciju teorijskih koncepata nezavisnosti – financijske, estetske, ideološke i distribucijske – s empirijski prikupljenim podacima iz profesionalne prakse.

U istraživanju je primijenjena kvalitativna analiza polustrukturiranih intervjua s predstavnicima nezavisne filmske scene, što omogućuje detaljan uvid u unutarnje logike i

strategije nezavisnih produkcijskih aktera. Time se proširuje metodološki korpus u području audiovizualnih i kulturnih studija, koji se često oslanja na kvantitativne pokazatelje gledanosti ili institucionalnog financiranja, bez dublje analize autorskih narativa i motivacija. Primjena polustrukturiranog pristupa omogućila je fleksibilnost u interpretaciji lokalno specifičnih praksi koje ne odgovaraju standardiziranim industrijskim modelima.

Nadalje, istraživanje se odlikuje primjenom višedimenzionalnog analitičkog okvira nezavisnosti, čime se doprinosi metodološkoj diferencijaciji pojma „nezavisni film“. Umjesto binarne kategorizacije između „nezavisnog“ i „komercijalnog“, analiza se temelji na konceptu nezavisnosti kao kontinuuma (Tzioumakis, 2012; King, 2005), što omogućuje preciznije razlikovanje tipova nezavisnosti unutar hrvatskog konteksta. Na taj način rad operacionalizira teorijske pojmove u empirijskim kategorijama prilagođenima lokalnim institucionalnim i kulturnim uvjetima.

Istraživanje također donosi metodološku inovaciju u području proučavanja razvoja publike, integrirajući podatke o strategijama dosezanja i uključivanja publike iz perspektive autora, producenata i distributera. Umjesto da se publika promatra kao statistička kategorija ili pasivni konzument, metodološki okvir tretira ju kao aktivnog sudionika u produkcijskom i distribucijskom lancu. Time se nadilaze tradicionalni modeli recepcijske analize i uvodi participativna dimenzija u mapiranje audiovizualnog ekosustava.

Uz to, istraživanje ima kontekstualnu komparativnu vrijednost: iako je fokusirano na hrvatski slučaj, oslanja se na teorijske postavke razvijene u globalnom diskursu o nezavisnoj produkciji. područja *small national cinema studies* („studija malih kinematografija“), koje je često zanemareno u velikim industrijskim i transnacionalnim analizama. Metodološka integracija lokalnog i globalnog čini ovaj pristup relevantnim i primjenjivim i za istraživanja u drugim perifernim i tranzicijskim kontekstima.

Zaključno, metodološki doprinos ovog istraživanja ogleda se u spoju teorijske složenosti i empirijske utemeljenosti, s naglaskom na kontekstualizirano razumijevanje nezavisne produkcije i razvoja publike kao dvosmjernog procesa. Time se otvara prostor za buduće

istraživačke modele koji povezuju kulturne politike, autorsku praksu i dinamiku gledateljstva u postindustrijskom audiovizualnom okruženju.

9.3. Znanstveni doprinos istraživanja

Znanstveni doprinos ovog istraživanja ogleda se u višestrukom pomaku unutar teorijskog, analitičkog i primijenjenog pristupa nezavisnoj filmskoj produkciji u hrvatskom kontekstu. Istraživanje ne samo da potvrđuje, nego i reinterpreтира postojeće međunarodne teorijske modele nezavisnosti u audiovizualnom sektoru, prilagođujući ih specifičnim institucionalnim, kulturnim i ekonomskim uvjetima male europske kinematografije. Rad doprinosi razvoju teorijske konceptualizacije nezavisnosti kao višedimenzionalnog i dinamičnog pojma. Umjesto reduciranja nezavisnosti na financijsku ili institucionalnu razinu, primjenjuje se model koji uključuje estetsku, ideološku, distribucijsku i participativnu dimenziju nezavisnosti. Takva teorijska nadogradnja omogućuje složenije i nijansiranije razumijevanje suvremene nezavisne audiovizualne prakse, u skladu s recentnim istraživanjima (npr. King, 2005; Tzioumakis, 2012; Odabasi, 2021). Nadalje, istraživanje donosi empirijski utemeljen uvid u stanje i izazove hrvatske nezavisne filmske produkcije, temeljen na analizi primarnih podataka prikupljenih putem polustrukturiranih intervjua s ključnim akterima nezavisne scene. Time se popunjava znanstvena praznina u domaćoj i regionalnoj literaturi, koja se rijetko sustavno bavi nezavisnom produkcijom iz perspektive samih producenata, redatelja i distributera.

Ovo istraživanje predstavlja prvi sustavni prikaz strategija razvoja publike u hrvatskoj nezavisnoj audiovizualnoj industriji, s naglaskom na njihovu integraciju u sve faze produkcijskog i distribucijskog ciklusa. Kroz analizu konkretnih praksi – poput crowdfunding kampanja, festivala kao prostora kulturne edukacije te korištenja digitalnih platformi – istraživanje proširuje teorijsko polje razvoja publike izvan standardnih institucionalnih i statističkih okvira. Rad otvara prostor za daljnja komparativna istraživanja malih nacionalnih kinematografija, nudeći analitički okvir primjenjiv i u drugim postsocijalističkim, posttranzicijskim i kulturno perifernim kontekstima. Na taj način doprinosi internacionalizaciji znanstvenog dijaloga o nezavisnoj produkciji i razvoju publike, koji je još uvijek pretežito usmjeren na angloamerička i zapadnoeuropska tržišta.

Konačno, istraživanje ima i primijenjeni znanstveni doprinos jer generira konkretne preporuke kulturnim i obrazovnim institucijama, festivalima, produkcijskim kućama i tijelima javne vlasti. Te se preporuke utemeljene na teorijskoj refleksiji i empirijskoj validaciji, čime se znanstveni uvidi direktno povezuju s mogućnostima oblikovanja kulturnih politika u području nezavisnog filma.

U cjelini, znanstveni doprinos rada ogleda se u povezanosti teorijske dubine, empirijske širine i praktične relevantnosti, čime se osnažuje interdisciplinarno polje audiovizualnih i kulturnih studija u kontekstu malih kinematografskih sustava.

9.4. Praktični doprinos istraživanja

Praktični doprinos ovog istraživanja ogleda se u njegovoj sposobnosti da ponudi konkretne smjernice za unapređenje profesionalne prakse u području nezavisne audiovizualne produkcije u Hrvatskoj, osobito u segmentima distribucije, razvoja publike i kulturnog upravljanja.

Prvo, istraživanje pruža strukturiranu analizu postojećih distribucijskih praksi u nezavisnom sektoru, identificirajući ključne izazove i prepreke s kojima se suočavaju hrvatski autori i producenti – od ograničenog pristupa distribucijskim kanalima, preko fragmentiranih festivalskih modela, do nedostatka institucionalne podrške u razvoju publike. Takva analiza omogućuje praktičnu orijentaciju akterima u polju pri osmišljavanju vlastitih strategija vidljivosti i distribucije.

Drugo, rad donosi operacionalizirane prijedloge za razvoj publike, utemeljene na postojećim praksama iz hrvatskog konteksta. Preporuke uključuju implementaciju participativnih modela komunikacije s publikom, korištenje digitalnih platformi, povezivanje s obrazovnim sustavom te decentralizaciju kulturne ponude. One mogu služiti kao temelj za izradu konkretnih programskih i komunikacijskih strategija u produkcijskim kućama, festivalima i kulturnim centrima.

Treće, istraživanje ima izravnu primjenu u oblikovanju kulturnih politika, osobito onih vezanih uz financiranje i vrednovanje audiovizualnih projekata. Prijedlog da se razvoj publike uvede kao obvezna komponenta pri prijavama na natječaje za javno financiranje

omogućava kulturnim institucijama (npr. HAVC-u i Ministarstvu kulture i medija) da revidiraju kriterije potpore i bolje usmjere resurse prema projektima koji uključuju publiku u svim fazama stvaranja i distribucije.

Četvrto, nalazi istraživanja korisni su za obrazovne institucije i organizatore stručnih edukacija jer precizno detektiraju manjkavosti u kompetencijama autora i producenata u području upravljanja publikom i distribucijskim alatima. Na temelju tih uvida moguće je razviti nove edukacijske programe koji odgovaraju na konkretne potrebe sektora.

Peto, rad može poslužiti kao osnova za planiranje rezidencijalnih, participativnih i digitalnih programa u audiovizualnoj kulturi, budući da jasno pokazuje kako interakcija s publikom tijekom razvoja filma povećava ne samo njegovu vidljivost, nego i njegovu relevantnost i društveni učinak.

Zaključno, praktični doprinos istraživanja ogleda se u njegovoj sposobnosti da premosti jaz između teorijskih uvida i profesionalnih potreba audiovizualnog sektora, pružajući uporište za osmišljavanje učinkovitijih, participativnih i održivih praksi nezavisne produkcije u hrvatskom kontekstu.

9.5. Preporuke za buduća istraživanja

Iako ovo istraživanje pruža relevantan teorijski i empirijski doprinos razumijevanju nezavisne audiovizualne produkcije u hrvatskom kontekstu, ono ujedno otvara niz smjerova za daljnja znanstvena istraživanja koja bi mogla dodatno produbiti i proširiti spoznaje u ovom području. U nastavku se iznose ključne preporuke za budući istraživački rad.

Buduća istraživanja trebala bi se usmjeriti na kvantitativnu analizu audiovizualne publike u Hrvatskoj, s ciljem mapiranja gledateljskih navika, demografskih obilježja, preferencija i motiva za konzumaciju nezavisnog filma. Takav pristup omogućio bi preciznije razumijevanje ciljnih skupina i pridonio oblikovanju distribucijskih i razvojnih strategija temeljenih na podacima, što u ovom istraživanju nije bilo moguće zbog kvalitativne metodološke orijentacije.

Drugo, preporučuje se provedba komparativnih istraživanja s drugim malim i srednjim europskim kinematografijama, osobito u postsocijalističkim i posttranzicijskim zemljama koje dijele slične izazove u području nezavisne produkcije, institucionalne podrške i razvoja publike. Usporedba s državama poput Slovenije, Češke, Litve ili Slovačke mogla bi doprinijeti boljem razumijevanju strukturnih i kulturnih čimbenika koji utječu na održivost nezavisne audiovizualne scene u perifernim kontekstima.

Treće, preporučuje se usmjeravanje budućih istraživanja na digitalne distribucijske modele i njihov utjecaj na razvoj publike, uključujući analizu uloge streaming servisa, algoritamske vidljivosti i participativnih mrežno zajednica u recepciji nezavisnog filma. Ovo područje ostaje relativno nedovoljno istraženo, osobito u regionalnom kontekstu, unatoč njegovoj sve većoj važnosti u uvjetima digitalne transformacije kulturne proizvodnje.

Četvrto, buduća istraživanja mogla bi se usmjeriti i na analizu odnosa između festivala i razvoja publike, osobito u pogledu njihove obrazovne, participativne i kulturne funkcije. Kvalitativne studije slučaja (primjerice ZagrebDoxa ili Subversive Film Festivala) mogle bi pružiti dublji uvid u strategije programiranja i komunikacije s publikom koje nadilaze tržišne ciljeve i doprinose dugoročnom kulturnom oblikovanju gledateljstva.

Peta preporuka odnosi se na istraživanje institucionalnih mehanizama podrške nezavisnoj produkciji, uključujući analizu HAVC-ovih kriterija, modela vrednovanja te uloge kulturnih politika u poticanju razvoja publike. Iako je ovo istraživanje identificiralo potrebu za reformom institucionalnih okvira, detaljna analiza njihovih učinaka u praksi zahtijeva poseban analitički fokus i širi uzorak.

Šesta preporuka odnosi se na nužnost istraživanja perspektive same publike – njihovih percepcija nezavisnog filma, motiva za gledanje ili izbjegavanje takvog sadržaja te mogućnosti participacije u distribucijskim i produkcijskim procesima. Takva bi istraživanja pridonijela dekonstruiranju pretpostavki o „idealnoj publici“ i otvorila prostor za inkluzivnije i demokratičnije modele kulturne produkcije.

Zaključno, buduća istraživanja trebala bi težiti interdisciplinarnosti, kombiniranju kvalitativnih i kvantitativnih metoda te većem uključivanju aktera iz prakse u proces kreiranja znanja. Takav pristup omogućio bi veću relevantnost znanstvenih spoznaja za

razvoj kulturnih politika, obrazovnih programa i profesionalne prakse u području nezavisne audiovizualne industrije.

9.6. Ograničenja istraživanja

Iako ovo istraživanje pruža relevantne uvide u stanje i dinamiku nezavisne audiovizualne produkcije u Hrvatskoj, važno je istaknuti nekoliko metodoloških i konceptualnih ograničenja koja utječu na opseg i mogućnosti generalizacije dobivenih rezultata.

Istraživanje je provedeno na relativno malom i ciljanom uzorku sudionika, što proizlazi iz kvalitativne prirode primijenjene metodologije (polustrukturirani intervjui). Sudionici su odabrani prema kriteriju stručne uključenosti u nezavisnu audiovizualnu produkciju, čime je osigurana dubina i relevantnost prikupljenih podataka, ali istodobno ograničena širina uvida. Stoga rezultati ne predstavljaju reprezentativnu sliku cjelokupnog sektora, već reflektiraju dominantne obrasce među odabranim akterima.

Drugo, istraživanje se primarno oslanjalo na perspektive producenata, redatelja i predstavnika kulturnih institucija, dok je glas publike kao aktivnog dionika u distribucijskom i recepcijskom lancu ostao u drugom planu. Buduća istraživanja trebala bi sustavnije uključiti i krajnje korisnike audiovizualnih sadržaja kako bi se oblikovala uravnoteženija slika o odnosu između ponude i potražnje u nezavisnoj kinematografiji.

Treće, prostorni kontekst istraživanja ograničen je na hrvatski audiovizualni sektor, što je metodološki opravdano s obzirom na ciljeve rada, ali istodobno onemogućuje izravnu komparativnu evaluaciju rezultata u širem regionalnom ili europskom okviru. Stoga pojedine zaključke valja interpretirati s određenim oprezom pri usporedbi s praksama u drugim nacionalnim kinematografijama.

Četvrto, istraživanje je provedeno unutar specifičnog vremenskog okvira obilježenog globalnim i lokalnim procesima digitalizacije, institucionalne nestabilnosti i promjenama u ponašanju publike. Budući da se audiovizualni sektor ubrzano razvija, promjene koje su uslijedile nakon završetka istraživačkog procesa — uključujući moguće reforme kulturnih politika i razvoj digitalnih distribucijskih modela — mogu utjecati na aktualnost pojedinih nalaza i preporuka.

Peto, iako je istraživanje uključilo analizu strategija razvoja publike, nedostatak sustavnih i javno dostupnih podataka o navikama i ponašanju audiovizualne publike u Hrvatskoj onemogućio je dodatnu triangulaciju podataka i kvantitativnu provjeru kvalitativnih nalaza. Ova praznina ukazuje na širi strukturni problem unutar sektora, ali i na potrebu za uspostavom nacionalnih istraživačkih mehanizama za sustavno praćenje publike.

Zaključno, iako su navedena ograničenja dijelom uvjetovana samom naravi teme i istraživačkog pristupa, njihovo prepoznavanje važan je korak u osiguravanju znanstvene transparentnosti i kritičke samorefleksije. Ona istodobno otvaraju prostor za buduća, obuhvatnija i metodološki raznovrsnija istraživanja u području nezavisne audiovizualne produkcije i razvoja publike.

10. LITERATURA

1. Adamczak, M. (2020). *Industry Divide: The Interdependence of Traditional Cinematic Distribution and VOD in Poland*. In: Szczepanik, P., Zahrádka, P., Macek, J., Stepan, P. (eds) *Digital Peripheries*. Springer Series in Media Industries. Springer, Cham. , [mrežno] Dostupno na: https://doi.org/10.1007/978-3-030-44850-9_8 , Pristupljeno: 17. srpnja 2025.
2. Alanudin, D. (2024). *Strategic Decision Making to Enhance Film Distribution Channel and Minimize Lack of Cinema Screen Problem in Indonesia*. *Syntax Idea*, 6 (6). [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i6.3445> , Pristupljeno: 5. srpnja 2025.
3. Alpert, F. (2003). *Digital dawn: A revolution in movie distribution? Business Horizons*.
4. Araújo, A.V. (2018). *Digital Marketing Strategies for Next-Generation Film Distribution*.
5. Araújo, N. S. V. D. A. E. (2024). *The Influence Of Streaming Platforms On Film Production: Bibliographical Review*. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.56238/i-cim-002> , Pristupljeno: 5. srpnja 2025.
6. Argote, J.T. (2001). *Spatial Explorations: The Banlieue in French film and fiction of the 1990s*. [mrežno] Dostupno na: <https://www.proquest.com/openview/42b9ae342b3d616b72216b1e42048c49> , Pristupljeno: 11. srpnja 2025.
7. Asava, Z. (2017). *Mixed Race Cinemas: Multiracial Dynamics in America and France*. Bloomsbury Academic.
8. Baek, H., Jang, M., & Kim, S. (2024). *Strategies to mitigate the cannibalization effect between subscription video-on-demand and transactional video-on-demand*. *Digital Business*, 4(1), 100012. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2023.100012> , Pristupljeno: 14. srpnja 2025.
9. Barnwell, R. G. (2018). *Guerrilla Film Marketing: The Ultimate Guide to the Branding, Marketing and Promotion of Independent Films & Filmmakers* (1st ed.). Routledge.

10. Baron, C., Tzioumakis, Y. (2020). *Acting and Aesthetics in American Independent Cinema*. In: *Acting Indie*. Palgrave Studies in Screen Industries and Performance. Palgrave Macmillan, London. [mrežno] Dostupno na: https://doi.org/10.1057/978-1-137-40863-1_3 , Pristupljeno: 17. lipnja 2025.
11. Baron, C., Tzioumakis, Y. (2020). *Beyond Indiewood: American Independent Cinema in the Digital Age*. In: *Acting Indie*. Palgrave Studies in Screen Industries and Performance. Palgrave Macmillan, London. [mrežno] Dostupno na: https://doi.org/10.1057/978-1-137-40863-1_12 , Pristupljeno: 17. lipnja 2025.
12. Baron, C., Tzioumakis, Y. (2020). *Hollywood Studio Specialty Film Divisions and Indie-Hollywood Stars*. In: *Acting Indie*. Palgrave Studies in Screen Industries and Performance. Palgrave Macmillan, London. [mrežno] Dostupno na: https://doi.org/10.1057/978-1-137-40863-1_10 , Pristupljeno: 18. lipnja 2025.
13. Baron, C., Tzioumakis, Y. (2020). *Neo-Naturalism, Regional Film, Quality Cinema*. In: *Acting Indie*. Palgrave Studies in Screen Industries and Performance. Palgrave Macmillan, London. [mrežno] Dostupno na: https://doi.org/10.1057/978-1-137-40863-1_6 , Pristupljeno: 20. lipnja 2025.
14. Battista, P. (2013). *Independent Film Producing: How to Produce a Low-Budget Feature Film*. Allworth.
15. Belfiore, E., & Bennett, O. (2008). *The social impact of the arts: An intellectual history*. Palgrave Macmillan.
16. Bellucci, L. (2010). National support for film production in the EU: An analysis of the Commission decision-making practice. *European Law Journal*, 16(5), 604–622.
17. Bennett, T., Savage, M., Silva, E., Warde, A., Gayo-Cal, M. and Wright, D. (2009). *Culture, Class, Distinction*. Routledge.
18. Bergfelder, T. (2005). *National, transnational or supranational cinema? Rethinking European film studies*. *Media, Culture & Society*, 27(3). [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/0163443705051746> , Pristupljeno: 27. lipnja 2025.
19. Berliner, T. (2017). *Legally Independent: The Exhibition of Independent Art Films*. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 38(1), 54–72. [mrežno] Dostupno

- na: <https://doi.org/10.1080/01439685.2017.1285148> , Pristupljeno: 07. srpnja 2025.
20. Bernstein, M. (1993). *Hollywood's Semi-Independent Production*. Cinema Journal, 32(3), 41–54. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.2307/1225878> , Pristupljeno: 27. lipnja 2025.
 21. BFI (2022). *Screen – Culture 2023*. London: British Film Institute.
 22. Bhatia, N. (2022). *The transnational tales of an Indian creative producer: the case of Guneet Monga*. Transnational Screens, 13(3), 234–248. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/25785273.2022.2109846> , Pristupljeno: 27. rujna 2025.
 23. Biskind, P. (2004). *Down and Dirty Pictures: Miramax, Sundance, and the Rise of Independent Film*. Simon & Schuster.
 24. Block, M. W. (1983). Independent filmmaking in America. *Journal of the University Film and Video Association*, 35(2), 5–13.
 25. Bordwell, D., Staiger, J., & Thompson, K. (1985). *The Classical Hollywood Cinema: Film Style and Mode of Production to 1960*. Columbia University Press.
 26. Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.
 27. Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Columbia University Press.
 28. Brown, W. (2020). Teaching practice as theory: Guerrilla filmmaking. In A. Piotrowska (Ed.), *Creative Practice Research in the Age of Neoliberal Hopelessness* (pp. 150–163). Edinburgh University Press.
 29. Boyle, D. (1992.) “*From Portapak to Camcorder: A Brief History Of Guerrilla Television*.” *Journal of Film and Video* 44, no. 1/2 (1992): 67–79. [mrežno] Dostupno na: <http://www.jstor.org/stable/20687964> , Pristupljeno: 7. srpnja 2025.
 30. Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*; Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>, Pristupljeno: 20. rujna 2025.
 31. Bugela, O. (2024). *The Impact Of Streaming Services On Film Distribution Strategy*. The American Journal Of Management And Economics Innovations, 6

- (12), 48–54. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.37547/tajmei/volume06issue12-05> , Pristupljeno: 7. srpnja 2025.
32. Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
 33. Chalaby, J. (2023). The streaming industry and the platform economy: An analysis. *Media, Culture & Society*, 46. <https://doi.org/10.1177/01634437231210439>
 34. Crane, D. (2014). Cultural globalization and the dominance of the American film industry. *International Journal of Cultural Policy*, 20(4), 365–382.
 35. Cristóbal M. (2014). *Producción, distribución y marketing de cine independiente en el mercado Internacional*. *Historia y Comunicación Social* 19, 743–754. [mrežno] Dostupno na: https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45174 , Pristupljeno: 24. srpnja 2025.
 36. Crofts, S. (1998). *Concepts of national cinema* [mrežno] Dostupno na: https://is.muni.cz/el/1421/jaro2005/FAVBPa04/Pojmy_filmove_teorie_3.pdf, Pristupljeno: 4. kolovoza 2025.
 37. *Crowdsourcing: Definition, How It Works, Types, and Examples*, [mrežno] Dostupno na: <https://www.investopedia.com/terms/c/crowdsourcing.asp> , Pristupljeno: 18. kolovoza 2025.
 38. Cvetičanin, P., Pereira, L. P., Petrić, M., Tomić-Koludrović, I., Lebaron, F., & Zdravković, Ž. (2024). Cultural practices and socio-digital inequalities in Europe. *Cultural Sociology*, 19(3), 326–349.
 39. Čopič, V., & Srakar, A. (2014). Country profile: Slovenia. *Compendium Cultural Policies and Trends in Europe*.
 40. De Turégano, A. H. (2006). *Public Support for the International Promotion of European Films*. European Audiovisual Observatory. [mrežno] Dostupno na: http://www.aic.sk/files/eao/promo_european_films.pdf , Pristupljeno: 4. kolovoza 2025.
 41. De Valck, M. (2007). *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam University Press.
 42. DeWaard, A., & Tait, R. C. (2013). *The Cinema of Steven Soderbergh: Indie Sex, Corporate Lies, and Digital Videotape*. Columbia University Press.

43. Dickinson, M. (2019). *Rogue Reels: Oppositional Film in Britain, 1945–90*. Palgrave Macmillan.
44. Ding, Z. (2024). The evolution of modern film business models: Case study of Netflix. *Finance & Economics*, 1(10).
45. Drake, P., Franklin, M., Sathe, D., & Tierney, S. (2015). *We Are Colony: Digital VOD Distribution for Independent Film*. Goldsmiths, University of London. [mrežno] Dostupno na: <https://research.gold.ac.uk/id/eprint/16928/1/We-Are-Colony-Final-Report1.pdf>, Pristupljeno: 18. srpnja 2025.
46. Edwards, T. M. (2008). From Boyz to the Banlieue: Race, Nation and Mediated Resistance.
47. Elsaesser, T. (2005.) *European Cinema: Face to Face with Hollywood*. Amsterdam University Press, 2005. [mrežno] Dostupno na: <http://www.jstor.org/stable/j.ctt46n11c> , Pristupljeno: 25. svibnja 2025.
48. Esser, A. (2009). *Audiovisual content in the EU: production and scheduling*. European Media in the Digital Age (pp. 182) Pristupljeno: 1. rujna 2025. [mrežno] Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/348630964_Audiovisual_content_in_the_EU_production_and_scheduling, Pristupljeno: 1. rujna 2025.
49. European Commission (2020) *Creative Europe Programme 2014–2020*. Brussels: Publications Office of the EU. [mrežno] Dostupno na: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/627127/EPRS_STU\(2018\)627127_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/627127/EPRS_STU(2018)627127_EN.pdf) , Pristupljeno: 1. rujna 2025.
50. European Commission. (2018). *A new European agenda for culture*. [mrežno] Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2018%3A267%3AFIN> , Pristupljeno: 1. rujna 2025.
51. Flynn, R., & Tracy, T. (2019). Introduction: *Fin de cinéma? The Irish Screen Sector in 2018*. *Estudios Irlandeses*, 14, 137–143.
52. Franklin, M., Russell, D. S., & Townley, B. (2015). *From Marketing to Performing the Market. The Emerging Role of Digital Data in the Independent Film Business*

- [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.5040/9781838711771.024>, Pristupljeno: 3. rujna 2025.
53. Frey, M. (2021). *At the End of the Long Tail. In: MUBI and the Curation Model of Video on Demand*. Palgrave Macmillan, Cham. [mrežno] Dostupno na: https://doi.org/10.1007/978-3-030-80076-5_7, Pristupljeno: 17. srpnja 2025.
 54. Gilić, N. (2009.), *Modernizam i autorski film 1960-ih u Hrvatskoj*. [mrežno] Dostupno na: <https://zagrebacka-slavisticka-skola.com/article.php?id=1752&naslov=modernizam-i-autorski-film-1960-ih-u-hrvatskoj>, Pristupljeno: 17. listopada 2025.
 55. Gilić, N. (2010). *Uvod u povijest hrvatskog igranog filma*. Leykam International, Zagreb.
 56. Gilman G. (2013); *Shane Carruth Self-Distributing 'Upstream Color' to Theaters in April*; [mrežno] Dostupno na: <https://www.thewrap.com/shane-carruth-self-distributing-upstream-color-theaters-april-73146/>, Pristupljeno: 17. srpnja 2025.
 57. Giusti, Maria (2021) *The state as a promoter of cinema in Italy and France*. Advisor: Casini, Prof. Lorenzo. pp. 324. Pristupljeno: 6. kolovoza 2025. [mrežno] Dostupno na: <http://e-theses.imtlucca.it/336/>, Pristupljeno: 6. kolovoza 2025.
 58. Grassilli, M. (2008). *Migrant Cinema: Transnational and Guerrilla Practices of Film Production and Representation*. Journal of Ethnic and Migration Studies, 34(8), 1237–1255. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/13691830802364825>, Pristupljeno: 6. srpnja 2025.
 59. Hadley, S. (2021), *Audience development and cultural policy*; Springer International Publishing; [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-62970-0>, Pristupljeno: 12. kolovoza 2025.
 60. Hadžiahmetović, H. (2022). *How can independent moviemakers survive in the digital age* (Doctoral dissertation). [mrežno] Dostupno na: <https://search.proquest.com/openview/c1945e5da2d98a234b484291b02046e3>, Pristupljeno: 12. srpnja 2025.
 61. Hammett-Jamart, J., Mitric, P., & Redvall, E. (2018). Introduction: European film and television co-production. In *Policy and Practice* (pp. 1–20). Springer.

62. HANFA, Crowdfunding. [mrežno] Dostupno na: <https://tinyurl.com/4t99h3ch>,
Pristupljeno: 12. srpnja. 2025.
63. Hanzlik, J. (2020). *Limiting the unlimited: curation in Czech film distribution in the digital era*. *Studies in Eastern European Cinema*, 11(3), 262–278. [mrežno]
Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/2040350X.2020.1800892>, Pristupljeno: 11.
srpnja 2025.
64. Harrison, A. (2025). *Backpack Production: An Exploration of Independent Production Techniques in No-Budget Contemporary Cinema*. University of York.
[mrežno] Dostupno na: https://etheses.whiterose.ac.uk/id/eprint/36886/9/Harrison_204025441_Thesis_Reflection.pdf, Pristupljeno: 4. srpnja 2025.
65. Henderson, S. (2009). From screen to shelf: Perspectives on independent distribution. *Journal of British Cinema and Television*, 6(3), 468–480.
66. Hesmondhalgh, D. (2013). *The Cultural Industries* (3rd ed.). Sage.
67. Higson, A. (1989). The Concept of National Cinema. *Screen*, 30(4), 36–47.
[mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1093/screen/30.4.36>, Pristupljeno: 3.
kolovoza 2025.
68. Hjort, M., & Mackenzie, S. (2001). Cinema and nation (pp. 63–74). London: Routledge.
69. Holmlund, C., & Wyatt, J. (Eds.). (2005). *Contemporary American Independent Film: From the Margins to the Mainstream*. Routledge.
70. Iordanova, D. (2019). *Cinema of Flames: Balkan Film, Culture and the Media*. British Film Institute.
71. Iordanova, D. (2020). *Digital Disruption and the Global Film Economy*. St Andrews Film Studies.
72. Irfandianto, M. E., Suprpto., A. Q., Irwansyah. (2024). *From Cinema to Small Screen: The Revolution of Film Distribution with OTT Streaming*. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 6 (3). [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i03.21558>, Pristupljeno: 4. srpnja 2025.

73. IRIS Plus (2011). *An Insight into Selected Film Funding Systems*. European Audiovisual Observatory.
74. Jayakar, K. P., & Waterman, D. (2000). The competitive balance of the Italian and American film industries. *European Journal of Communication*, 15(4), 513–538.
75. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.
76. Jolliffe, G., & Zinnes, A. (2006). *The Documentary Film Makers Handbook: A Guerrilla Guide*. Bloomsbury Publishing.
77. Jones, C., & Jolliffe, G. (2006). *The Guerilla Film Makers Handbook*. Continuum International Publishing Group.
78. Kapadia, P. (2013). *Independent film futures mixa | design for democratic cinema*. [mrežno] Dostupno na: https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=JkJyfyAAAAAJ&citation_for_view=JkJyfyAAAAAJ:u5HHmVD_uO8C, Pristupljeno: 4. lipnja 2025.
79. Kapliar, K. (2025). *The Streaming Revolution: A Comprehensive Analysis Of Global Trends And Strategic Adaptations In The Entertainment Industry*. Three Seas Economic Journal, 6(2), 52–58. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2025-2-9>, Pristupljeno: 7. rujna 2025.
80. Kehoe, K., & Mateer, J. (2015). *The Impact of Digital Technology on the Distribution Value Chain Model of Independent Feature Films in the UK*. International Journal on Media Management, 17(2), 93–108. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/14241277.2015.1055533>, Pristupljeno: 20. srpnja 2025.
81. Kerrigan, F. (2017). *Film Marketing (2nd ed.)*. Routledge. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.4324/9781315795287>, Pristupljeno: 19. srpnja 2025.
82. King, G. (2005). *American Independent Cinema*. Indiana University Press.
83. King, G. (2009). *Indiewood, USA, Where Hollywood meets Independent Cinema*. I.B.Tauris & Co Ltd.
84. King, G. (2015). *Independent film*. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1002/9781394261048.ch12>, Pristupljeno: 4. lipnja 2025.

85. King, G., Molloy, C., & Tzioumakis, Y. (2012). *American independent cinema: Indie, indiewood and beyond*. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.4324/9780203143704>, Pristupljeno: 4. lipnja 2025.
86. Kino Mediteran; [mrežno] Dostupno na: <https://www.kinomediteran.hr/hr/page/o-nama>, Pristupljeno: 12. rujna 2025.
87. KLUBOVI, FILMSKI. Filmska enciklopedija (1986–90), mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2025. [mrežno] Dostupno na: <https://filmska.lzmk.hr/clanak/klubovi-filmski>, Pristupljeno 17. listopada 2025.
88. Knight, J. (2009). *The 'Alternative' End of Marketing: Building Audiences for Artists'/Community Film and Video in Britain since 1980*. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 29 (4), 449–465. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/01439680903178588>, Pristupljeno: 19. srpnja 2025.
89. Kolarić, T., & Mitrić, P. (2021). *A popular post-Yugoslav cinema: Does it exist and why (not)?* *Illuminace*, 33(1), 35–62. [mrežno] Dostupno na: <https://doras.dcu.ie/30775/>, Pristupljeno: 12. srpnja 2025.
90. KOPRODUKCIJA. Filmska enciklopedija (1986–90), mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2025. [mrežno] Dostupno na: <https://filmska.lzmk.hr/clanak/koprodukcija>, Pristupljeno: 13. 7. 2025.
91. Koufonikos, I. (2025). *Exploring Intimacy and Authenticity in Greek Folk Music Documentaries: A Hybrid Form of Ethnographic Filmmaking*. Bournemouth University. [mrežno] Dostupno na: <https://eprints.bournemouth.ac.uk/41009/>, Pristupljeno: 15. srpnja 2025.
92. Kovačić, S., Pivac, T., Solarević, M. i sur. (2024) *Let us hear the voice of the audience: groups facing the risk of cultural exclusion and cultural accessibility in Vojvodina province, Serbia*. *Univ Access Inf Soc* 23, 1595–1611 [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1007/s10209-024-01102-5>, Pristupljeno: 3. kolovoza 2025.
93. Kristensen, N. N., Janssen, S., & Verboord, M. (2024). *Europeans' digital cultural participation: Diversification, Democratization, Barriers, and Affordances*. *International Journal of Communication*, 18, 3892–3912. [mrežno] Dostupno na:

- <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/22034> , Pristupljeno: 12. kolovoza 2025.
94. Krolo, K., Tonković, Ž., & Marcelić, S. (2019). The great divide? Cultural capital as a predictor of television preferences among Croatian youth. *Poetics*.
 95. Krolo, K. (2023). *Gledaj (TV) i uči? Važnost kulturnog kapitala u objašnjenju klasične i digitalne medijske pismenosti*. Revija za sociologiju, 53(2), 299–321. [mrežno] Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/446184> , Pristupljeno: 12. kolovoza 2025.
 96. La Rosa, M. (2025). *Contemporary Post-Production: Create, Cut, Collaborate, Color, Deliver*. Routledge.
 97. Levy, E. (2001). *Cinema of Outsiders: The Rise of American Independent Film*. NYU Press.
 98. Lim, M. K. (2019). *Traditional Film Distribution and Exhibition Platforms in the Formal Economy*. [mrežno] Dostupno na: https://doi.org/10.1007/978-3-030-03608-9_6 , Pristupljeno: 12. srpnja 2025.
 99. Lim, M.K. (2019). *Emerging Film Distribution and Exhibition Platforms in the Formal Economy*. In: *Philippine Cinema and the Cultural Economy of Distribution*. Palgrave Macmillan, Cham. [mrežno] Dostupno na: https://doi.org/10.1007/978-3-030-03608-9_7 , Pristupljeno: 2. kolovoza 2025.
 100. Lim, M.K. (2019). *Now Showing: The State of Philippine Cinema*. In: *Philippine Cinema and the Cultural Economy of Distribution*. Palgrave Macmillan, Cham. [mrežno] Dostupno na: https://doi.org/10.1007/978-3-030-03608-9_4 , Pristupljeno: 2. kolovoza 2025.
 101. Loist, S. (2016). *Transnational Queer Film Festivals: An Activist History of LGBT Film Culture*. Amsterdam University Press.
 102. Lord, R. M. (2011). *A Gaffer's Perspective on Independent Filmmaking: Practices, Techniques and Tricks of Trade Revealed*. Universal Publishers.
 103. Macklin, S. (1995). *Independent filmmaking: Projecting a screen of Particularity with Integration* (Master's thesis). Institute for Christian Studies

- [mrežno] Dostupno na: <http://hdl.handle.net/10756/291144> , Pristupljeno: 2. lipnja 2025.
104. Maher, S., & Kerrigan, S. (2019). *Digital Disruption and Innovation in Distribution: Opportunities for Research-Based Filmmaking in the New Global Screen Ecology*; [mrežno] Dostupno na: https://doi.org/10.1007/978-3-030-21744-0_27 , Pristupljeno: 6. srpnja 2025.
 105. Mak, M. (2007). *Digital Cinematic Technology and the Democratization of Independent Cinema*. McGill University.
 106. Malgorzata Kotlinska (2024). *The Influence of Digital Transformation on the Evolution of the Audiovisual Industry*, European Research Studies Journal Volume XXVII Special Issue A, 429-443 [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.35808/ersj/3702> , Pristupljeno: 6. srpnja 2025.
 107. Mandić, A., Petrić, L., & Pivčević, S. (2017). Film as a creative industry constituent and its impacts on tourism development: Evidence from Croatia. *ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe*, pp. 335–348.
 108. Marković, D. (2006.). *Glasovi s margine: uspon i pad američkog nezavisnog filma*. Hrvatski filmski ljetopis 48/2006, Zagreb
 109. Marpe, K. (2022). *The Digital Art House: Independent Film Distribution in the Online Era*. [mrežno] Dostupno na: <https://escholarship.org/uc/item/1bt8n90m> , Pristupljeno: 1. srpnja 2025.
 110. McKenzie, J., Crosby, P., Collins, A., & Chmura, T. (2024). *No such thing as a free movie? Cross-country evidence on the potential impact of AVOD streaming services*. Journal of Cultural Economics. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1007/s10824-024-09505-1> , Pristupljeno: 15. srpnja 2025.
 111. Meir, C., & Smits, R. (2024). *European Cinema in the Streaming Era – Policy, Platforms and Production*. Palgrave Macmillan.
 112. Meissner, N. (2016). *New indies in old skins: The mrežno audience building for The hunt for gollum*. Journal of Media Practice, 17 (1), 69–85. [mrežno]

- Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/14682753.2016.1159436> , Pristupljeno: 19. srpnja 2025.
113. Meißner, N. (2015). *Opinion leaders as intermediaries in audience building for independent films in the Internet age*. *Convergence*, 21 (4), 450–473 [mrežno]
Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/1354856514546095> , Pristupljeno: 19. srpnja 2025.
 114. Miner, K. (2021). *Narratives of Crisis and Independent Cinema: Production, Aesthetics and Ideology in the Films of Ramin Bahrani* (Doctoral dissertation). University of Wisconsin-Milwaukee.
 115. Mirvish, D. (2016). *The Cheerful Subversive's Guide to Independent Filmmaking*. Routledge.
 116. Mitkus, T., & Nedzinskaitė-Mitkė, V. (2016). The impact of globalization on creative industries: Analysis of film industries in Central and Eastern Europe. *Creativity Studies*, 9(1), 64–74.
 117. Mitric, P. (2025). *Architects of Collaboration: The Role of Public Film Funds in European Co-productions*. In: *The Co-production Landscape in Europe*. Palgrave European Film and Media Studies. Palgrave Macmillan, Cham. [mrežno]
Dostupno na: https://doi.org/10.1007/978-3-031-92341-8_4 , Pristupljeno: 21. srpnja 2025.
 118. Mitric, P. (2025). Navigating the labyrinth of European co-production: Voices from film practitioners. https://doi.org/10.1007/978-3-031-92341-8_5
 119. Naficy, H. (2001). *An Accented Cinema: Exilic and Diasporic Filmmaking*. Princeton University Press.
 120. Nagib, L. (2020). *Realist Cinema as World Cinema: Non-cinema, Intermedial Passages, Total Cinema*. Amsterdam University Press. [mrežno]
Dostupno na: <https://doi.org/10.2307/j.ctv1b0fvq4> , Pristupljeno: 15. lipnja
 121. Newman, M. Z. (2011). *Indie: An American Film Culture*. Columbia University Press. [mrežno] Dostupno na: <https://cup.columbia.edu/book/indie/9780231144643/> , Pristupljeno: 15. lipnja 2025.

122. Nichols, B. (1985). *Movies and Methods (Vol. II)*. University of California Press.
123. Nikdel, E. (2017). *Mrežno distribution and the relocation of specialised film*.
124. Nikolychuk, L., Kerrigan, F., & Abbott, P. (2009) *UK Independent Television & Film Production Sectors: Exploring New Collaborative (Business) Models*. London: School of Humanities, King's College London [mrežno]
Dostupno na: <https://www.scribd.com/document/106116793/Uk-Independent-Television-Film-Production-Sectors> , Pristupljeno: 15. lipnja 2025.
125. Noonan, C., & Brock, M. (2022). Screen agencies as cultural intermediaries: Delivering gender equality in film and television sectors. *European Journal of Cultural Studies*, 26(3), 408–427.
126. Odabaşı, E. (2018). *A Multi-Method Analysis of the Berlin International Film Festival and the World Cinema Fund*. University of Massachusetts Amherst.
127. Odabaşı, E. (2021). Funds associated with film festivals: Supporting filmmaking in the Global South. *Loisir et Société / Society and Leisure*, 44(1), 66–82. <https://doi.org/10.1080/07053436.2021.1899397>
128. O'Falt, C. (2017), *The Craft of „Moonlight“: How \$1.5 Milion Indie Landed Eight Oscar Nominations*; [mrežno] Dostupno na: <https://www.indiewire.com/awards/industry/moonlight-oscar-nominations-indie-film-best-picture-1201779770/> , Pristupljeno: 1. kolovoza 2025.
129. O'Shaughnessy, M. (2007). *The New Face of Political Cinema: Commitment in French Film Since 1995*. Berghahn Books.
130. Owen, R. (2016). *Motion Picture Production: A Micro-Budget Model*. CORE.
131. Paris, Thomas. (2015). *New approaches for greater diversity of cinema in Europe? Analyses of experiments launched in the context of the preparatory action "Circulation of European films in the digital era"* (European Commission, MEDIA programme). [mrežno] Dostupno na: <https://www.researchgate.net/publication/282020763> , Pristupljeno: 26. kolovoza 2025.

132. Pauletta, D., Lekić, R., & Dabo, K. (2022). Dobra praksa razvoja publike u Hrvatskoj i uspješnosti kulturnih manifestacija. *Studia Polensia*, 11(1), 75–116.
133. Paunović, J. I. (2019). *From Low Budget to Big Business: Releasing Strategies for Independent Films and Industry Division*. Stockholm University.
134. Peruško, Z., & Čuvalo, A. (2014). *Comparing socialist and post-socialist television culture*. Fifty Years of Television in Croatia. MediaRep. [mrežno] Dostupno na: <https://mediarep.org/entities/article/ea41cfc8-cdc0-4593-97fb-328a8a96dfe3> , Pristupljeno: 6. rujna 2025.
135. Petkovic, Dusan. (2017). *Weathering the Maelstrom: The effect of digital workflows on craft identity in independent cinema* Dušan Petković. Pristupljeno: [mrežno] Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/335175045_Weathering_the_Maelstrom_The_effect_of_digital_workflows_on_craft_identity_in_independent_cinema_Dusan_Petkovic , Pristupljeno: 19. srpnja 2025.
136. *Pokrenuta službena stranica filmske pismenosti* (2023) HAVC; [mrežno] Dostupno na: <https://havic.hr/infocentar/novosti/pokrenuta-sluzbena-stranica-filmske-pismenosti> , Pristupljeno: 12. kolovoza 2025.
137. Peterlić, A. (2010). *Filmska čitanka Ante Peterlića – Žanrovi, autori, glumci*. Hrvatski filmski savez, Zagreb.
138. Primorac, J., Obuljen Koržinek, N., & Uzelac, A. (2015). *Access to culture in Croatian cultural policy: moving towards explicit policies*. International Journal of Cultural Policy, 23(5), 562–580. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/10286632.2015.1102906> , Pristupljeno: 19. kolovoza 2025.
139. Psaltidis, N. (2024). *American indie cinema between DIY cultures and global Hollywood: Exploring the paradigm of Slacker*. DIY, Alternative Cultures & Society, 2(2), 129–142. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/27538702241229379> , Pristupljeno: 29. lipnja 2025.
140. Puccia A, Cabeza-Ramírez LJ, de los Santos MM, González-Mohino M. (2025.) *Bridging Cultural Capital: Youth-Driven Communication as a Catalyst for Well-Being in Film Festival Participation*. Social Sciences. 14(1):26. [mrežno]

- Dostupno na: <https://doi.org/10.3390/socsci14010026> , Pristupljeno: 19. kolovoza 2025.
141. *Pula PRO*; [mrežno] Dostupno na: <https://pulafilmfestival.hr/wp-content/uploads/2025/07/PULAPRO-objedinjena-72.pdf> , Pristupljeno: 1. rujna 2025.
 142. *Pulica*; [mrežno] Dostupno na: <https://pulafilmfestival.hr/pulica-2/> , Pristupljeno: 1. rujna 2025.
 143. Puspitasari, L., & Permana, R. S. M. (2018). *Marketing Communication Strategy Of National Indie Movies: A Case Study Of Yogyakarta Indie Movies* 1(1) [mrežno] Dostupno na: <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/icoss/article/view/2337> , Pristupljeno: 19. kolovoza 2025.
 144. Rabiger, M., & Hurbis-Cherier, M. (2013). *Directing: Film Techniques and Aesthetics*. Routledge.
 145. Ramirez, G. (2022). *The American Film Institute and the Cultural Politics of Experimental and Independent Cinema*. Lexington Books.
 146. Reeck, L. (2018). From alienation to activism: Banlieue film as political practice. In M. Gott & T. Schilt (Eds.), *Cinéma-Monde: Decentred Perspectives on Global Filmmaking* (pp. 63–84). Edinburgh University Press.
 147. Reeck, L. (2018). *Gender and Genre in Banlieue Film, and the Guerrilla Film Brooklyn*. Romance Studies, 36(1–2), 76–90. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/02639904.2018.1457829> , Pristupljeno: 9. srpnja 2025.
 148. Rose, Sven-Erik. (2007). *Mathieu Kassovitz's La Haine and the Ambivalence of French Jewish Identity*; French Studies. 61(4), 476-491 [mrežno] Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/249274293_Mathieu_Kassovitz's_La_Haine_and_the_Ambivalence_of_French_Jewish_Identity , Pristupljeno: 9. kolovoza 2025.
 149. Ryan, M. D. (2015). From Aussiewood movies to guerilla filmmaking. In *Independent Filmmaking around the Globe*. University of Toronto Press.
 150. Sadlowska, K. M., Karlsson, P., & Brown, S. C. (2019). *Independent Cinema in the Digital Age: Is Digital Transformation the Only W the Only Way to*

- Survival?* 21(3), Article 5 [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.15458/EBR.88>, Pristupljeno: 5. kolovoza 2025.
151. Schleser, M. (2023). *Can web 3.0 shape cinema 3.0? Towards community engaged independent film development and distribution*. Media Practice and Education, 24(1), 88–103. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/25741136.2022.2162803>, Pristupljeno: 15. srpnja 2025.
 152. Sinwell, S. E. S. (2020) *Indie Cinema Online*, Ithaca, NY: Rutgers University Press, 2020. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.36019/9781978814738>, Pristupljeno: 15. lipnja 2025.
 153. Slatinšek, P. (2020). *Applying Alain Bergala's 'three-phase' model to the history and development of film education in Slovenia*; Film Education Journal, 3(1). [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.14324/fej.03.1.06>, Pristupljeno: 13. kolovoza 2025.
 154. Smets, K., & Akkaya, A. H. (2015). Media and violent conflict: Halil Dağ, Kurdish insurgency and the hybridity of vernacular cinema of conflict. *Media, War & Conflict*, 1–17.
 155. Soto-Sanfiel, M. (2018). Youngsters and cinema in the European Union: A cross-cultural study. *International Communication Gazette*, 80. <https://doi.org/10.1177/1748048518759171>
 156. Stachowiak, K., & Strykiewicz, T. (2018). *The rise of film production locations and specialised film services in European semi-peripheries*. Hungarian Geographical Bulletin, 67(1), 23–37. , Pristupljeno: 20. srpnja 2025. [mrežno] Dostupno na: <https://ojs3.mtak.hu/index.php/hungeobull/article/view/1098>
 157. Staiger, J. (2012). *Individualism Versus Collectivism: The Shift to Independent Production in the US Film Industry*. Routledge. Pristupljeno: 12. srpnja 2025. [mrežno] Dostupno na: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203720813-24/individualism-versus-collectivism-shift-independent-production-us-film-industry-janet-staiger>
 158. Steiff, J. (2005). *The Complete Idiot's Guide to Independent Filmmaking*. Alpha Books.

159. *Struktura*, HAVC, [mrežno]; raspoloživo na: , Pristupljeno: 4. rujna 2025.
[mrežno] Dostupno na: <https://havic.hr/o-nama/struktura/odjeli-centra>
160. *Study on audience development : how to place audiences at the centre of cultural organisations : final report*. (2017) Publications Office of the European Union. [mrežno] Dostupno na: <https://data.europa.eu/doi/10.2766/711682> , Pristupljeno: 14. listopada 2025.
161. *Sundance Institute*, [mrežno] Dostupno na: <https://www.sundance.org/about/us> , Pristupljeno: 14. srpnja 2025.
162. Szczepanik, P. (2018). Breaking through the East-European ceiling: Minority co-production and the new symbolic economy of small-market cinemas. https://doi.org/10.1007/978-3-319-97157-5_9
163. Škrabalo, I. (2008). *Hrvatska filmska povijest – ukratko (1896–2006)*. V.B.Z. d.o.o., Zagreb.
164. *Što i kako financiramo?*; Pristupljeno: 4. rujna 2025. [mrežno] Dostupno na: <https://havic.hr/o-nama/javni-pozivi> , Pristupljeno: 4. rujna 2025.
165. *Treća najuspješnija godina od osnutka HAVC-a: hrvatski film u 2023. pogledalo više od 278 tisuća gledatelja*; (2024) HAVC [mrežno] Dostupno na: <https://havic.hr/infocentar/novosti/trecja-najuspjesnija-godina-od-osnutka-havc-a-hrvatski-film-u-2023-pogledalo-vise-od-278-tisuca-gledatelja>, Pristupljeno: 12. listopada 2025.
166. Tribout-Joseph, S. (2019), *Updating Victor Hugo for the Twenty-First Century: Addressing Entrenched Inequality, Discrimination and Police Violence in Ladj Ly's Banlieue Film, Les Misérables*, Forum for Modern Language Studies, Volume 60, Issue 4, October 2024, Pages 447–468 [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1093/fmls/cqae080> , Pristupljeno: 9. srpnja 2025
167. Taleb, N. N. (2018). *Skin in the Game: Hidden Asymmetries in Daily Life (Incerto)*. Random House.
168. Tarr, C. (2019). *Reframing Difference: Beur and Banlieue Filmmaking in France*. Torrossa.

169. Tonković, Ž., Marcelić, S., & Krolo, K. (2021). *Between engagement and disengagement in contemporary global culture. Types of cultural consumers among youth in Adriatic Croatia*. Cultural Trends, 31(5), 490–510. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/09548963.2021.2018912> , Pristupljeno: 24. rujna 2025.
170. Tosatto, J., Cox, J., & Nguyen, T. (2018). An overview of crowdfunding in the creative and cultural industries. <https://doi.org/10.4337/9781788117210.00018>
171. Tzioumakis, Y. (2012). *Hollywood's Indies: Classics Divisions, Specialty Labels and American Independent Cinema*. Edinburgh University Press.
172. Tzioumakis, Y. (2012). *Reclaiming Independence: American Independent Cinema Distribution and Exhibition Practices beyond Indiewood* [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.4000/MAP.585> , Pristupljeno: 11. lipnja 2025.
173. Tzioumakis, Y. (2016). 'Indie doc': documentary film and American 'independent', 'indie' and 'indiewood' filmmaking. Studies in Documentary Film, 10(1), 1–21. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/17503280.2016.1171688> , Pristupljeno: 10. lipnja 2025.
174. Tzioumakis, Y. (2017). *American Independent Cinema* (2nd ed.). Edinburgh University Press.
175. Tzioumakis, Y. (2023). *After the "Great Studio Pullback of '08": Late Indiewood and American Independent Film Theatrical Distribution in the Age of Streaming* (2008–2019) 10(1) [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.3998/mij.1482> , Pristupljeno: 10. lipnja 2025.
176. Tryon, C. (2013). *On-Demand Culture: Digital Delivery and the Future of Movies*. Rutgers University Press.
177. Vallejo, A. (2020). *IDFA's Industry Model: Fostering Global Documentary Production and Distribution*. In: Vallejo, A., Winton, E. (eds) *Documentary Film Festivals Vol. 2. Framing Film Festivals*. Palgrave Macmillan, Cham. [mrežno] Dostupno na: https://doi.org/10.1007/978-3-030-17324-1_3 , Pristupljeno: 27. kolovoza 2025.
178. Vincendeau, G. (2005). *La Haine*. Torrossa.

179. Vukšić, M. (2017); *VODIČ ZA ZBUNJENE: HAVC, HFAD I PUK'O NAM JE FILM*; [mrežno] Dostupno na: <https://ziher.hr/vodic-za-zbunjene-havc/> , Pristupljeno: 15. listopada 2025.
180. Waldfogel, J. (2016). *Cinematic Explosion: New Products, Unpredictability and Realized Quality in the Digital Era*. The Journal of Industrial Economics, 64 (4), 755–772. [mrežno] Dostupno na: <https://doi.org/10.1111/JOIE.12117> , Pristupljeno: 19. rujna 2025.
181. *We are Colony*, [mrežno] Dostupno na: <https://theodi.org/organisations/profile/we-are-colony/> , Pristupljeno: 19. kolovoza 2025.
182. Wiese, M. (1998). *The Independent Film and Videomaker's Guide* (2nd ed.).
183. Winsor, J., & Paik, J. H. (2024). *Open Talent: Leveraging the Global Workforce to Solve Your Biggest Challenges*. HarperCollins Leadership.
184. Wu, L. D. (2022). *From Chinese independent cinema to art cinema: Convergence and divergence*. Asian Cinema, 33 (1), 3–19. Pristupljeno: 19. lipnja 2025. [mrežno] Dostupno na: https://doi.org/10.1386/ac_00044_1 , Pristupljeno: 19. kolovoza 2025.
185. *Za šole*, [mrežno] Dostupno na: <https://www.kinodvor.org/za-sole/> , Pristupljeno: 1. rujna 2025.
186. *ZAFRANOVIĆ, Lordan*. Filmska enciklopedija (1986-90), mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2025., [mrežno] Dostupno na: <https://filmska.lzmk.hr/clanak/zafranovic-lordan> , Pristupljeno 17. listopada 2025.
187. Çağlayan, Ö. E. (2014). *Screening boredom: The history and aesthetics of slow cinema (Doctoral dissertation)*. University of Kent. [mrežno] Dostupno na: <https://kar.kent.ac.uk/43155/1/Screening.Boredom.Caglayan.pdf>, Pristupljeno: 27. lipnja 2025.

11. PRILOZI

1. ANKETNI UPITNIK

Percepcija publike o hrvatskom nezavisnom filmu

Ovaj upitnik dio je znanstvenog istraživanja u okviru doktorske disertacije *Publika i hrvatski nezavisni film: Produkcija i distribucijski modeli*, doktorandice mag. art Iris Tomić, pri Doktorskoj školi Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.

Istraživanje je usmjereno na dugometražni igrani film, a nezavisnim filmovima se, u kontekstu ovog istraživanja, smatraju oni koji nisu ili su samo djelomično financirani od strane Hrvatskog audiovizualnog centra (HAVC).

Anketa je anonimna, a prikupljeni podaci koristit će se isključivo u znanstvene svrhe.

Hvala Vam na sudjelovanju!

PITANJA:

1. Koliko ste filmova pogledali u kinu u protekla dva mjeseca? (upišite broj)
2. Koliko ste hrvatskih filmova pogleda u kinu u protekla dva mjeseca? (upišite broj)
3. Gdje najčešće gledate hrvatske filmove? (moguće je označiti više odgovora)
 - U kinu
 - Na televiziji (HRT, NOVA TV, RTL, ...)
 - Na filmskim festivalima
 - Mrežno (HBO Max, Netflix...)
 - Ne gledam hrvatske filmove
4. Koje od sljedećih filmova ste pogledali u posljednjih deset godina? (označite sve koje ste gledali)
 - *Frka* (r. Svebor Mihael Jelić)
 - *Šlager* (r. Nevio Marasović)
 - *Adam* (r. Mario Šulina)

- *F20* (r. Arsen Anton Ostojić)
- *Zagrebački ekvinocij* (r. Svebor Mihael Jelić)
- Niti jedan od navedenih

5. Kako biste opisali hrvatski nezavisni film? (moguće vje označiti iše odgovora)

- Kreativan i drugačiji
- Umjetnički, ali težak
- Dosadan i nerazumljiv
- Kvalitetan, ali slabo promoviran
- Ne mogu procijeniti

6. U kojoj se mjeri slažete sa sljedećim tvrdnjama (ocijenite svaku tvrdnju na skali od 1 do 5)

- 1 – uopće se ne slažem
- 2 – donekle se ne slažem
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – donekle se slažem
- 5 – u potpunosti se slažem

Hrvatski nezavisni filmovi su profesionalno producirani. 1–5

Manji budžeti nezavisnih filmova utječu na njihovu kvalitetu. 1–5

Autori nezavisnih filmova imaju više slobode u izražavanju od autora u komercijalnim produkcijama. 1–5

Hrvatski nezavisni filmovi prikazuju autentičnu stvarnost. 1–5

Hrvatski nezavisni filmovi imaju visoku kvalitetu (gluma, režija, priča). 1–5

Hrvatski nezavisni filmovi imaju visoku tehničku izvedbu (kamera, montaža, zvuk). 1–5

Hrvatski nezavisni filmovi imaju prepoznatljiv stil ili poetiku. 1–5

Za hrvatski film saznajem tek nakon što osvoji nagradu na festivalu. 1–5

Lako mogu pronaći hrvatske nezavisne filmove mrežno (legalno). 1–5

Financijska potpora ključna je za kvalitetu hrvatskog nezavisnog filma. 1–5

7. Koje biste platforme voljeli koristiti za gledanje hrvatskih nezavisnih filmova?
(moguće je označiti više odgovora)

- ☐ Netflix
- ☐ HBO Max
- ☐ VOD platforme
- ☐ HRTi streaming platforma

8. Što bi vas potaknulo da češće gledate hrvatske nezavisne filmove? (označite sve što vrijedi za Vas)

- ☐ Bolja dostupnost (mrežno, kino)
- ☐ Više promocije i preporuka
- ☐ Poznati glumci
- ☐ Zanimljivije teme
- ☐ Niže cijene ulaznica
- ☐ Više informacija o samim filmovima
- ☐ Ostalo: _____

9. Imate li neki komentar ili prijedlog vezan uz hrvatske filmove ili njihovu vidljivost kod publike?

OPĆI PODACI O ISPITANIKU:

Rod:

- ☐ Muško
- ☐ Žensko
- ☐ Ne želim se izjasniti
- ☐ Ostalo: _____

Dob (upisati godinu rođenja):

Najviša razina obrazovanja:

- ☐ Završena osnovna škola
- ☐ Završena srednja škola
- ☐ Završen prijediplomski studij

- Završen diplomski studij
- Završen doktorski studij

Mjesto stanovanja (odabrati jednu opciju)

- Ruralno područje
- Grad do 10.000 stanovnika
- Grad od 10.001 do 25.000 stanovnika
- Grad od 25.001 do 50.000 stanovnika
- Grad s više od 50.000 stanovnika

2. PITANJA ZA DUBINSKI INTERVJU – REDATELJ

Dubinski intervjui: Nezavisni film u Hrvatskoj

Napomena: Intervjui su namijenjeni u okviru znanstvenog istraživanja za doktorsku disertaciju *Publika i hrvatski nezavisni film: Produkcija i distribucijski modeli*. Sudjelovanje je dobrovoljno i temelji se na informiranom pristanku sugovornika. Svi odgovori prikupljeni su uz prethodnu suglasnost te će se koristiti isključivo u znanstvene svrhe, uz poštivanje načela anonimnosti i povjerljivosti.

INTERVJU – REDATELJ

1. Možete li opisati svoj osobni proces rada na nezavisnom filmu – kako razvijate ideju, birate suradnike i oblikujete autorsku viziju u uvjetima ograničenih resursa?
2. Na koji način budžetska ograničenja utječu na Vaše kreativne odluke – dramaturški, vizualno i produkcijski?
3. Koliko slobode imate kao redatelj unutar nezavisne produkcije u Hrvatskoj? Smatrate li da je osjećaj nezavisnosti autorski oslobađajući ili dodatno opterećujući?
4. Kako doživljavate odnos s institucionalnim financijerima (npr. HAVC)? Imate li dojam da sustav prepoznaje i podržava redateljske vizije izvan mainstream estetike?
5. Kako osobno doživljavate hrvatsku publiku u odnosu na nezavisni film – kome se obraćate i kako razmišljate o recepciji vlastitog rada?

3. PITANJA ZA DUBINSKI INTERVJU – PRODUCENT

Dubinski intervju: Nezavisni film u Hrvatskoj

Napomena: Intervjui su namijenjeni u okviru znanstvenog istraživanja za doktorsku disertaciju *Publika i hrvatski nezavisni film: Produkcija i distribucijski modeli*. Sudjelovanje je dobrovoljno i temelji se na informiranom pristanku sugovornika. Svi odgovori prikupljeni su uz prethodnu suglasnost te će se koristiti isključivo u znanstvene svrhe, uz poštivanje načela anonimnosti i povjerljivosti.

INTERVJU – PRODUCENT

1. Možete li opisati produkcijski model svojeg posljednjeg nezavisnog filma – kako ste sastavljali budžet, kombinirali izvore financiranja i definirali plan snimanja?
2. Koji su glavni izazovi u financiranju nezavisnih filmova u Hrvatskoj danas? U kojoj je mjeri moguće HAVC i slične institucije uključiti u stabilan financijski okvir?
3. Kako pristupate strategiji distribucije nezavisnog filma – razmišljate li unaprijed o festivalima, digitalnim kanalima i kinodistribuciji?
4. U kojoj mjeri nezavisna produkcija ovisi o osobnim kontaktima, međunarodnim koprodukcijama i neformalnim mrežama?
5. Kako ocjenjujete dugoročnu održivost nezavisne produkcije u Hrvatskoj? Što bi se, prema Vašem mišljenju, trebalo promijeniti kako bi nezavisni filmovi postali održiviji i vidljiviji?

4. DUBINSKI INTERVJU – DISTRIBUTERI

Dubinski intervjui: Nezavisni film u Hrvatskoj

Napomena: Intervjui su namijenjeni u okviru znanstvenog istraživanja za doktorsku disertaciju *Publika i hrvatski nezavisni film: Produkcija i distribucijski modeli*. Sudjelovanje je dobrovoljno i temelji se na informiranom pristanku sugovornika. Svi odgovori prikupljeni su uz prethodnu suglasnost te će se koristiti isključivo u znanstvene svrhe, uz poštivanje načela anonimnosti i povjerljivosti.

1. Kako biste opisali tržišni potencijal hrvatskog nezavisnog filma u kinima i na digitalnim platformama?
2. Koji su ključni izazovi u distribuciji nezavisnih filmova u Hrvatskoj (npr. broj kopija, kino dvorane, publika, marketing)?
3. Koje promotivne strategije smatrate najučinkovitijima za nezavisne filmove i kako pristupate razvoju publike za takav sadržaj?
4. Imate li iskustva s alternativnim distribucijskim modelima (npr. VOD, on-demand projekcije, partnerstva s kulturnim centrima)?
5. U kojoj mjeri surađujete s autorima i producentima na razvoju distribucijske strategije tijekom produkcijske faze filma (ako surađujete u toj fazi)?

12. POPIS TABLICA

Tablica 1: Usporedba američke mainstream produkcije, nezavisne produkcije i gerilske produkcije

Tablica 2: Usporedba američke i europske nezavisne produkcije

Tablica 3: Prikaz kategorija potpora koje dodjeljuje Hrvatski audiovizualni centar

Tablica 4: Kvantitativna analiza razlika između spolova

Tablica 5: Korelacije između tvrdnji (Pearsonov r)

Tablica 6: p-test prema pokazateljima

Tablica 7: Regresijski model predikcije autentičnosti