



Vann. © Arthaus.

En filmens Arundhati Roy

FILM: En enke har ifølge hinduenes hellige skrifter tre valg. Hun kan la seg brenne sammen med sin avdøde ektemann, hun kan, hvis dette godkjennes av familiene, gifte seg med mennens yngre bror, eller hun kan vie sitt liv til asketisk selvfornektelse. Da Deepa Mehtas skulle begynne å filme *Vann* i den hellige byen Varanasi i 2000, ble hun møtt av to tusen demonstranter som stormet og satte fyr på settet før de kastet det i Ganges. Filmens kjærlighetsintrige balanserer hårfint mellom å være et politisk-religiøst frigjøringsprosjekt og et Bollywoodsk melodrama.

EIRIK BØ

Filmkritiker i norske Le Monde diplomatique

– Husker du at du ble gift?, spør faren den åtte år gamle Chuyia som svarer benektende.

– Din mann er død. Du er enke nå,

fortsetter faren. – Hvor lenge, far?, spør Chuyia, og får ikke annet enn et skjevnet uttrykk til svar. Slik faller de første ordene i Deepa Mehtas Oscar-nominerte film *Vann*. Chuyia som var for liten til å huske at voksenalivet begynte, har uten å skjønne det fått beskjed om at livet allerede er slutt.

Det blir klart at de religiøse påbudene har pekuniære motiver

En enke har ifølge hinduenes hellige skrifter tre valg. Hun kan la seg brenne sammen med sin avdøde ektemann, hun kan, hvis dette godkjennes av familiene, gifte seg med mennens yngre bror, eller hun kan vie sitt liv til asketisk selvfornektelse. Det sistnevnte begrepet er vel en heller tendensløs omskriving av hvordan livet arter seg når du frarøves omgang med din egen familie, mulighet til å arbeide, og mulighet til å gifte seg på nytt. Slik arter det seg i hvert fall for kvinnene den lille Chuyia møter i «enkehuset». Utlevret til tigging og almsisser barberes de på hodet og kles i ett hvitt enkelt klede som for å understreke at de nå bare er halvt levende, halve kvinner som kun eksisterer som deres avdøde ektemenns ennå ikke forsvunne skygge.

HENSATT TIL SLUTTEN av 1930-tallet og det britisk kolonialiserte India følger vi tre kvinner på forskjellige stadier av deres enkeltliv. Chuyia er det opprørske elementet som ikke kan eller vil finne seg til rette. Hun er på alle måter den nye tid, eller i det minste håpet om en ny tid. Den middelaldrende Shakuntala på sin side prøver å gi tilværelsen mening gjennom religiøse ritualer og de hellige skrifter. Hennes stoiske ro og sterke tro skiller henne ut fra kvinnene ellers, men i møte med Chuyias skjebne begynner også Shakuntala å vakle. Unntaket i enkehuset er imidlertid den unge og vakre Kalyani. Hun er husets juvel som bestyrerinnen uttrykker det, men ikke i mindre bokstave-

lig forstand enn at hun har fått beholde sitt lange hår for å kunne framstå som salgbar vare. Hun er husets inntektskilde. Om kvelden, og i en ganske så symboltongt setting, blir Kalyani rodd over den hellige elven for å møte sine klienter med en hasj-røykende evnukk i kvinnelær som hallik og ferjemann.

Vannet i filmens tittel er elven Styx som fører Kalyani mot fortapelsen, og Lethe som hyller disse kvinnene inn i en ikkeeksistens utenfor samfunnets hukommelse. Det er vannet fra den hellige floden Ganges som Shakuntala bruker i sine tradisjonelle ritualer. Det bør ikke komme som en overraskelse at dette er vann man lett kan drukne i, og kvinnene drukner i dette vannet også i den forstand at vannet her er bundet til den hellige tradisjonen som har beseglet deres skjebner. Når Kalyani likevel sendes over elven for å sikre enkehushets økonomi, blir dette en påminnelse om at de hellige skriftene ikke rekker lenger enn eksistensen til, og det blir samtidig klart at de religiøse påbudene har pekuniære motiver. Stuet sammen i enkehuset er kvinnene en

munn mindre å mette og en ekstra seng for familien.

Den som påpeker dette er filmens tapre ridder. Han kommer ikke ridende til hest, men likevel som en frelsende korsfarer med ikoner av frelseren og loven i hånd. Vandrende med et bilde av Gandhi og sin nyavlagte jusseksamen møter den unge, vakre, liberale og politisk oppvåkne Narayan den vel så vakre Kalyani ved elvebredden utenfor enkehuset. Sammen utgjør de filmens kjærlighetsintrige som hele tiden balanserer hårfint mellom å være et politisk-religiøst frigjøringsprosjekt og et Bollywoodsk melodrama. Nå det først er sagt så er de ingen tvil om at balansekunstneren Deepa Mehta sørger for at vi får det beste fra begge leire.

I Deepa Mehtas regi blir Gandhi en feminist

GANDHIS STIGENDE STJERNE inn i det siste tiåret med britisk styre i India er denne filmen historiske bakteppe. Det kanskje mest interessante ved denne historiske plasseringen er at vi møter en Gandhi totalt løst fra nasjonalisme og koloniproblematikk. Når Narayan siterer sin læremester er dette som en hinduistisk reformator som taler enkes sak mot religiøs tradisjonisme. I Deepa Mehtas regi blir Gandhi en feminist som gjennom sin posisjon som landsfader kan kaste sin skygge inn i vår tid fra sitt ståsted i den Indiske frigjøringskampen på 1930- og 1940-tallet.

For den problematikken Mehta tar opp evner absolutt å sette sinnene i kok fremdeles. Da hun skulle begynne å filme *Vann* i den hellige byen Varanasi i 2000, ble hun møtt av to tusen demonstranter som stormet og satte fyr på settet før de kastet det i (den hellige) Ganges. Mehta flyttet derfor produksjonen til Sri Lanka og fikk gjenopptatt filmingen i Colombo i 2004. Dette var imidlertid ikke første gang Mehta ble tvunget på flukt. *Vann* er den tredje i Mehtas element-trilogi som startet med filmen *Ild* (1996). Her beskriver Mehta et kjærlighetsforhold mellom to kvinner som har strandet i et kjærlighetsløst ekteskap. Demonstranter gikk til slutt så langt at de til slutt brant ned den kinoen filmen første gang ble vist. Mehta har siden den gang

forlatt India for Canada, og derfor er *Vann* en kanadisk film som, noe uvanlig for dette landet kanskje, har gitt dem en Oscar-nominasjon for beste fremmedspråklig film, ikke på grunn av fransk, men hindi.

Om filmens historiske setting er Gandhis, så er det altså nåtidens hinduistiske høyrefundamentalisme den står i opposisjon til. Det bør i denne sammenheng nevnes at Bal Thackeray, lederen av den høyrevridde hinduistiske fundamentalistgruppen Shiv Sena, som bla. skal ha vært provokatøren bak Bombay-opp-tøyene i 1992 der 1200 mennesker døde da hindugjenger angrep muslimske hjem og forretninger, har utpekt Deepa Mehta til den personen han hater mest i hele verden. Når Mehta har gjort seg fortjent til en slik rolle i denne mannens skrekkelig kabinet er det ikke bare fordi hun stiller spørsmål om religiøse skrifter og tolkningene av de hellige skrifter. Men også fordi, dessverre, hun avdekker forhold som ikke bare hører historien til, men som derimot er en del av dagens hinduistiske India.

Disse forholdene gjør at Mehta gjerne blir kommentert som en filmens Arundhati Roy. Om en slik sammenlikning kanskje helst spiller på deres roller som intellektuelle indiske kvinner med tydelige meninger, kunne man vel også framheve dem som store esteter og fortellere. For opplevelsen av filmen *Vann* er ikke først og fremst styrt av den politiske tematikken, men heller av Mehtas vakre billedfortelling og sterke skildring av de kvinnelige karakterene. Filmen flyter som vann i et rolig tempo og med utsøkte billedtabeller som gjør oss ekstra vare for dramatikken som ligger under.

I registolen kan vel Mehta sies å være nettopp guden for små ting. Hun vet å bruke enkle virkemidler som kontraster mellom sterke farger og enkens fargeløse hverdag for å formidle sitt budskap. *Vann* er historien om den lille jenta Chuyia, det er historien om tre kvinner som i mindre eller større grad blir løst fra tradisjonens grep. Det er historien om Indias enker, indiske kvinner underlagt maskulint-religiøse dogmer – og derfor i en viss forstand, en historie om alle kvinner. *Vann* er en rørende og sterk historie som våger å gå veien om melodramatet for å problematisere. En ubetinget styrke.

© norske Diplo



Internasjonale suksesser som *Dogville* av Lars von Trier, *Goodbye Lenin* av Wolfgang Becker, *March of the Penguins* av Luc Jacquet, *Sophie Scholl* av Marc Rohemund, *The Pianist* av Michael Haneke og *Volver* av Pedro Almodovar har alle blitt muliggjort gjennom EU-subsidier.

6 milliarder til film

EUROPA: Fra 2007 til 2013 skal EU satse 755 millioner euro på europeisk filmproduksjon. Målet med initiativet er å la Europas kulturelle identitet og kulturarv gjenspeile seg i filmproduksjonen. EU skal nå konkurrere med Hollywoods sterke grep på det europeiske filmmarkedet.

KIM BREDESEN

Journalist for norske Le Monde diplomatique

Det er ofte blitt hevdet at Hollywood har et sterkt grep om filmindustriens sjon i Europa, og at europeiske filmindustrier har lite å stille opp med for å erobre publikum. Hovedårsaken til dette er trolig at amerikanske filmselskaper har dominert verdensmarkedet siden 1920-årene, da to verdenskriger førte til at både britisk, fransk og tysk filmindustri mistet viktige ressurser. Siden har Hollywood beholdt grepet over markedet med dyre produksjoner produsert på kort tid – og distribuert hurtig til kinosaler verden over.

Men nå kan dette endre seg. Fra 2007 til 2013 skal EU satse 755 millioner euro (ca. 6 milliarder kroner) på europeisk filmproduksjon gjennom programmet MEDIA 2007. Det årlige beløpet vil først være 75 millioner euro og kan økes maksimalt til 107 millioner hvis omfang og aktivitet øker som et resultat av satsingen. Målet med initiativet er å styrke den audiovisuelle sektoren i Europa, og la Europas kulturelle identitet og kulturarv gjenspeile seg i filmproduksjonen. For å klare dette, må det skapes en sterkere sirkulasjon av audiovisuelle produkter innen EU og utenfor. På sikt vil dette kanskje føre til en mer konkurransedyktig audiovisuell sektor gjennom lettere tilgang til finansiering, spesielt for små og mellomstore bedrifter og økt bruk av digital teknologi.

DENNE MÅLSETTINGEN har eksistert i flere år. EU har i perioden 2001-2006 satt over 500 millioner euro (ca. fire milliarder kroner) på hele 8000 prosjekter i Europa, relatert til filmproduksjon gjennom de fire forutgående programmene Media I, II, Plus og Training. Hitil er det på fem områder program-

mene har hatt som funksjon å bedre vilkårene for europeisk filmproduksjon. Dette gjelder trening (teknikker for manuskriving, økonomisk/finansiell styring og digitale teknologier), utvikling (enkeltprosjekter, kataloger, nye talenter, samproduksjon eller annen finansiering), distribusjon (distributører, salgsagenter, kringkastere, kinoiere, digitalisering av produksjoner), promotering (markedstilgang, festivaler, vanlige arrangementer og kulturarv) og til sist pilotprosjekter.

Internasjonale suksesser som *Dogville* av Lars von Trier, *Goodbye Lenin* av Wolfgang Becker, *March of the Penguins* av Luc Jacquet, *Sophie Scholl* av Marc Rohemund, *The Pianist* av Michael Haneke og *Volver* av Pedro Almodovar har alle blitt muliggjort gjennom EU-subsidier.

MEDIA 2007 skal altså skjerpe denne filmsatsingen, og det er blitt hevdet at dette gjøres for å konkurrere med Hollywoods sterke grep på det europeiske filmmarkedet. Det er kanskje av en slik grunn at 65 prosent av budsjettet til MEDIA 2007 er satt av til distribusjon og promotering av europeisk film. Ifølge MEDIA vil hver euro investert fra det offentlige lede til seks nye euro i form av investeringer fra privat sektor.¹

IKKE BARE VIL EU-LAND motta disse midlene, Norge kvalifiserer til å være ett av de 31 mottakerlandene gjennom sitt medlemskap i EØS. Det er heller ikke et underskuddsprosjekt for Norge å delta da vi mottar mer støtte fra programmet enn vi betaler i bidrag.

I det norske statsbudsjettet for 2007 var det satt av 528 millioner kroner i subsidier til norsk filmindustri.² Norsk filmfond hadde for øvrig 267 millioner kroner disponibelt til ulike aspekter ved norsk filmproduksjon.³ Så hvor mye har EUs støttemidler å si for norsk filmproduksjon

sammenlignet med eksisterende nasjonale subsidier?

Le Monde diplomatique spør Sidsel Hellebø-Hansson på MEDIA-desk Norge ved Norsk Filmfond hva hun mener den nye satsingen vil medføre:

– Norge er heldigvis med gjennom EØS-avtalen, sier Hellebø-Hansson. Hun er opptatt av at norsk film trenger bedre kontakt med og tettere samarbeid med den øvrige europeiske bransjen.



«Det er på tide at den norske bransjen også tenker europeisk»

Sidsel Hellebø-Hansson

– Vi har mye å lære og også noe å bidra med. Den norske bransjen har hatt stort utbytte av å delta i MEDIA-programmet, både direkte i form av tilskuddspenger og på andre måter. Det kom totalt 8,3 millioner kroner fra MEDIA til den norske bransjen i fjor, 13,1 millioner i 2005, 19,6 millioner i 2004, 14,0 millioner i 2003 og 21,4 millioner kr i 2002. Vi har, foruten noe nordisk samarbeid gjennom årene, hatt en tendens til å isolere oss i nord. Kanskje av mangel på selvtillit? Det er på tide at den norske bransjen også tenker europeisk. Men prosjektene og filmene må gjerne ta utgangspunkt i de helt lokale historiene. Det er på ingen måte MEDIAs mål å produsere «euro-puddinger» – tvert imot. Gode norske filmer som har nådd langt med MEDIA er *Buddy*, *Elling*, *Hawaii-Oslo*, *Hefstig* og *begeistret* og *Salmer fra kjøkkenet*. Distribusjon er den prioriterte delen av MEDIA – også

budsjettmessig. 9 av 10 europeiske filmer som distribueres utenfor produksjonslandet, gjør det ved hjelp av støtte fra MEDIA. Årlig settes dessuten 20-30 europeiske filmer opp på norske kinoer med støtte fra MEDIA. Et hovedmål for MEDIA er at vi skal se mer av hverandres filmer på kino og TV i Europa.

– En viktig grunn til at MEDIA 2007 eksisterer, er at den skal motvirke en ensidig kommersiell filmkultur fra USA. Men hva skjer om MEDIA-programmet i seg selv kun oppfordrer til filmer skal selge godt og bli sett av mange for enhver pris? Vil ikke de uavhengige og smale filmene lide under dette?

– MEDIA henvender seg til uavhengige selskaper og såkalte SMEs. Det betyr små og medium sized companies. Men det er klart at små norske selskaper er mindre enn små tyske eller franske selskaper, og har mindre internasjonal erfaring og derfor ikke så mye å vise til. I den forstand krever en søknad kanskje mer fra Norge. Men MEDIA bygger gjennomgående på prinsippet om «positiv diskriminering» – det vil si at små land som Norge i alle sammenhenger får ekstra poeng. Det gjør også de nye medlemslandene i EU. Dette for å jevne ut noe av store lands fordelere. Noen ordninger bygger opp om suksess, som den automatiske distribusjonsordningen. Andre ivaretar den malere filmen, som den selektive distribusjonsordningen. Her gis det for eksempel ekstra poeng for dokumentarfilmer, barne- og ungdomsfilmene og for filmer fra førstegangs-regissører. For å motta utviklingsstøtte, kan en gjerne lage en smal film, bare den har kvalitet og potensiale til å treffe et nisjepublikum utenfor Norge. Men for all del – vi trenger også norske og europeiske suksessfilmer som kan konkurrere på markedet og fungere som lokomotiver.

– I hvilken grad mener du at det er et problematisk at amerikanske filmer blir vist i så stort omfang de gjør i Europa?

– I og for seg er ikke den amerikanske filmen et problem – men det er dominansen av amerikansk film som er problemet. Det vises for få europeiske filmer. Og de ligger nærmere vår kulturelle identitet. Jeg er stor tilhenger av at vi skal se mer av

hverandres filmer i Europa – rett og slett fordi vi ellers går glipp av mye. Tenk på hva polsk, fransk, tysk og italiensk film har betydd gjennom filmhistorien. Jeg mener ikke at vi skal slutte å se filmer fra USA – men vi kan med fordel rydde kinoer for dårlige og middelmådige amerikanske filmer til fordel for gode europeiske – eller asiatiske for den saks skyld.

– Du mener ikke MEDIA representerer en form for ekskluderende eurosentrisme?

– Nei det er jeg ikke redd for, nettopp fordi europeisk film er så mye. Det er dette mangfoldet vi behøver å styrke. Det er det kulturelle mangfoldet i Europa MEDIA vektlegger. Innenfor MEDIA finns det dessuten ordninger som går utover Europas grenser – det er ikke dumt å løfte blikket en gang iblant.



«Erfaringsmessig er det gode kvalitetsfilmer med nasjonal suksess som også klarer å nå frem til et større internasjonalt publikum»

Leif Holst Jensen

DA LE MONDE DIPLOMATIQUE spurte Leif Holst Jensen, generalsekretær i foreningen for norske film- og TV-produsenter, mente han også det var viktig med virkemidler som stimulerer til distribusjon på tvers av landene i Europa:

Det kom totalt 8,3 millioner kroner fra MEDIA til den norske bransjen i fjor, 13,1 millioner i 2005, 19,6 millioner i 2004, 14,0 millioner i 2003 og 21,4 millioner kr i 2002.

– Europeisk filmbransje satser store summer, men har likevel svært sterk konkurranse fra USA. Norsk film er liten i sammenheng, og må stole på en kontinuerlig utvikling av kvalitet og historier for å nå ut over landegrensene. Vi anser distribusjonstøtten som viktig for oss, men Nordisk Film & TV Fond har også svært stor betydning for norsk og nordisk film.

– Hvor slags status mener du norsk film har i utlandet? Hvilke norske filmer har sjanse har for å nå ut til publikum internasjonalt, etter din mening?

– Norske filmer vil i hovedsak bli oppfattet som «art-house» filmer med større marked og appell i Europa, enn i massemarkedet i USA. Det er mer naturlig å søke allianser og felles politiske virkemidler innen Europa, enn å forsøke å gå alene videre ut i verden. Dette er først og fremst en god måte å profilere europeisk film, og norsk film er en liten del av dette.

– Erfaringsmessig er det gode kvalitetsfilmer med nasjonal suksess som også klarer å nå frem til et større internasjonalt publikum. De brede folkelige komediene som lykkes på hjemmemarkedet i Norge, Sverige og Danmark, når ikke ut over landegrensene. Det er ikke noen motsetning mellom filmer med bred publikumsappell og uavhengige filmer i denne sammenheng.

© norske Diplo

1 Se dokumentet « MEDIA 2007 (2007-2013) – A Big Push for Europe's Audiovisual Industry» http://ec.europa.eu/information_society/media/docs/overview/media-en.pdf
2 Se Stortingsproposisjon nr. 1 2006-2007 på <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kkd/okk/regpubl/stprp/20062007/Stprp-nr-1-2006-2007/-/8.html?id=213092>
3 Se <http://www.filmfondet.no/cm.aspx?agId=1007>