



# How to Set Up a Screening Venue

2024



# ŠTO DOKUMENTARCI DOKUMENTIRAJU

Autor: František eF. Horvát, producent, Češka



- > Dokument ili dokumentiranje
- > Definiranje dokumentarca
- > Doživjeti život iz tuđe perspektive
- > Kolektivni poduhvat
- > Zajednički doživljaj
- > Gledanje i dijeljenje
- > Niste sami
- > Stvarni svijet

## Dokument ili dokumentiranje

„Glagol 'dokumentirati' označava čin zapisivanja, bilježenja, opisivanja i snimanja informacija, događaja, procesa ili drugih pojedinosti na sustavan i organiziran način. Dokumentiranje može poprimiti različite oblike, poput pisanog teksta, fotografija, audio-zapisa ili video-materijala, a služi očuvanju informacija za potrebe referenciranja, komunikacije, analize ili u pravne svrhe. Dokumentiranje uključuje stvaranje zapisa koji se može koristiti za prijenos, objašnjenje ili pružanje dokaza o nečemu. Učestalo se koristi u raznim područjima, kao što su istraživanje, poslovanje, obrazovanje i tehnička dokumentacija.”

Chat GPT 3.5, 7. siječnja 2024.

Za potrebe uvoda u ovo poglavlje pitao sam AI za rječničku definiciju glagola *dokumentirati*. Iako su imenica i glagol očito povezani, označavaju li zaista istu stvar? Što dulje radim u području audiovizualnih medija, sve više osjećam da nas sporna riječ i njezine konotacije vode u začarani krug. Jesu li dokumentarci doista „dokazi” ili „zapisi”?

Određeni dokumentarni filmovi sa samih početaka kinematografije zabilježili su trenutak u vremenu – danas ih nazivamo *filmskim žurnalima*. Godine 1922. film *Nanook sa sjevera* (*Nanook of the North*) pionira dokumentarnog roda Roberta Flahertyja dobio je sličnu oznaku. Flaherty nam nije samo predstavio nekoliko scena iz života Inuita van Arktičkog kruga, već je filmu dao

koherentnu narativnu strukturu te pružio uvid u život inuitske obitelji. Međutim, publika je vremenom saznala da je Flaherty odabrao samo članove plemena koji su najviše odgovarali ustaljenim stereotipima te da je promijenio neka njihova imena kako bi ih zapadna publika lakše pamtila. Unatoč tome što *Nanook* nije vjeran „zapis” ili „dokaz”, nastavljamo ga nazivati „dokumentarnim filmom”.

## Definiranje dokumentarca

Koja bi bila ispravna definicija *dokumentarnog filma*? Je li to film koji pruža dokaze o stvarnim događajima? U tom bi slučaju *Titanic* (1997) isto mogao proći pod tu kategoriju, što ipak nije slučaj. Radi li se o filmu koji priča priču o stvarnim ljudima? I serija *Kruna* (*The Crown*, 2016–2023) to radi.

„*Kreativna obrada stvarnost*”. Tim je riječima škotski redatelj John Grierson definirao dokumentarne filmove, što je vjerojatno najbliža aproksimacija onoga što zamišljamo kad spominjemo „dokumentarce”. Obično smo svjesni da gledamo stvarne događaje i priče stvarnih ljudi, no znamo da sve gledamo iz perspektive određenog redatelja te uz znanje i pristanak glumaca da ih se snima.

U svojoj kultnoj knjizi *Uvod u dokumentarni film* (*Introduction to Documentary*) Bill Nichols proširuje i nadopunjuje najopćenitije definicije dokumentarnog filma i formira tezu: „*Dokumentarni filmovi bave se stvarnim situacijama ili događajima i poštuju poznate činjenice; ne uvode nove činjenice koje nije moguće dokazati. Tiču se izravno povijesnog svijeta, a ne alegorijskog svijeta*”. Tvrdi da se „*dokumentarci bave stvarnim ljudima koji ne glume ili izvode uloge*”. Nichols nadodaje da „*dokumentarci donose priču koja predstavlja vjerodostojan prikaz onoga što se dogodilo, umjesto da na maštovit način interpretira što se možda dogodilo*”.

## Doživjeti život iz tuđe perspektive

Zašto onda stvaramo i gledamo dokumentarce? Zašto upravo čitate ovaj tekst? Zašto postoje projekti i inicijative poput KineDoka? Najvjerojatnije zato što nam dokumentarni filmovi pružaju nešto što smo možda već dobro naučili iz igranih filmova; uvode nas u drugi svijet i pružaju nam uvid u živote drugih, vode nas na putovanje u drugu stvarnost, često neugodnu i kompleksnu, bez jednostavnih ili jasno definiranih odgovora.

Ulazimo u život nepoznatih nam ljudi, svjesni da će biti kratkih izleta u fikciju, biranih perspektiva, specifičnog kadriranja, stilizirane montaže ili postproduksijske izmjene zvuka. No, istovremeno gledamo takve narative s čvrstim uvjerenjem da dokumentarci prikazuju aspekt odabrane stvarnosti u njezinom najsirovijem obliku, sa što manje intervencija.

Svaki dokumentarac pruža nam jedinstvenu priliku da doživimo svijet kroz oči redatelja, članova filmske ekipe i raznih umjetnika koji na filmska platna i televizore donose svoj jedinstveni stil, osobnost, interese, pa čak i društvene prilike i politička stajališta.

**KATALOG**

<https://kinedok.net/selection/film-catalogue>

Svoje predavanje o filmskoj produkciji uvijek započinjem tvrdnjom da je „*film rezultat rada kolektiva*“. Svi znamo koliko brojne ekipe nekih filmova mogu biti i koliko ljudi sudjeluje čak i u naizgled malenim i jednostavnim projektima. Aspekt zajedništva i zajednice važan je za film čak i nakon njegova završetka, prilikom distribucije. Svako javno prikazivanje može se opisati kao kolektivni poduhvat, kao mjesto za zajedničku kontemplaciju, razmišljanje, nadahnuće te, prije svega, razgovor. Bez obzira nalazili li se u kinu, kafiću, galeriji ili čak na brodu, vrijeme prije, tijekom i nakon projekcije pruža nam jedinstvenu priliku da razmijenimo ideje s drugima.

KineDok bismo mogli shvatiti kao oblik društvene mreže – povezuje filmaše s onima zbog kojih stvaraju, odnosno s gledateljima i obožavateljima dokumentaraca. Na internetu možete objavljivati komentare i slati emotikone srca, ali uz KineDok nema barijere anonimnosti i imate priliku za živu, otvorenu raspravu potaknutu dokumentarcima.

Na stranicama koje slijede detaljnije ćemo predstaviti KineDok kao platformu za dijeljeno iskustvo . Naši kolege provest će vas kroz probleme zajednice, tehničke aspekte, selekciju programa, rad s publikom te suočavanje s političkim i etičkim temama koje dokumentarci inherentno otvaraju. Nakon svega toga, isključivo je na vama hoćete li odlučiti postati jedan od *influensera* na ovoj jedinstvenoj platformi.

## Gledanje i dijeljenje

Zadržimo li se na metafori društvene mreže, KineDok predstavlja otvoreno mjesto za nove *influensere*, aktivne pojedince koji traže stimulativne rasprave kako bi istraživali nova mišljenja i poglede na svijet. A postoji li bolji način postizanja toga nego tako da doživite život drugih kroz njihove oči?

KineDok projekcije održavaju se na raznim lokacijama, primjerice na već spomenutom brodu, u domovima za starije, pa čak i u zatvorima. Publika se ne zamara previše lokacijom. Kako organizatori navode, cilj je bio susresti se i podijeliti iskustvo s drugima. No, naravno, projekcije su pronašle svoju publiku i na poznatijim lokacijama, poput kafića, galerija ili knjižnica. Godišnja selekcija filmova gledateljima nudi željenu alternativu često stereotipnim programima redovitih kina.

Prema iskustvu voditelja lokacija, KineDok *influensera*, jasno je da ljudi traže alternativu besmislenim i nepotrebno agresivnim raspravama na internetu, željni smislenog i otvorenog dijaloga.

Kao producentu moja su vrata otvorena svima koji vjeruju da su kreatori, neovisno o tome imaju li visoko obrazovanje u tom području, imaju li bogato ili malo, odnosno nikakvo iskustvo. Meni je važna tema koju žele otvoriti i o kojoj žele raspravljati. KineDok se pridržava istih principa. Nije bitno jeste li srednjoškolac ili član kluba za starije – bitno je da želite prenositi priče i razvijati sebe i svoje vještine.

Bilo da je vaš cilj potaknuti raspravu, privući novu publiku na projekcije dokumentaraca, sudjelovati u smislenim razgovorima ili „samo gledati dobre filmove”, možete postati član naše platforme. Nećete biti sami – kreatori i autori, gosti i moderatori često će vam se pridružiti na projekcijama. Također ćete imati ovaj sveobuhvatni vodič za KineDok na raspolaganju. Vjerojatno vam nećemo moći pokazati apsolutno sve što je potrebno, ali to je naprosto zato što se dio toga ne može prenijeti ni na koji drugi način osim da sami iskusite. Isto vrijedi i za dokumentarce.

# Stvarni svijet

Da bih priveo svoje misli kraju, ponovno sam se obratio AI-u i upitao:

*Kada bi morao pronaći prikladniji pojam za dokumentarni film, što bi to bilo?*

*Odgovor je glasio:*

*Kada bih morao zamijeniti pojam „dokumentarni film” nekim prikladnijim izrazom koji zadržava bit tog filmskog roda, odabrao bih izraz „stvarni film” ili „film o stvarnom svijetu”.*

Raduje me što KineDok može donositi *stvarne filmove* u stvarni svijet. I bit ću presretan ako nam se, nakon što ovo pročitate, odlučite pridružiti i vi.

**PRIDRUŽI SE**

<https://kinedok.net/hr/join-us>

Autor: František eF. Horvát, producent, Češka

GRIERSON, Herbert John Clifford, 1946. Grierson on Documentary. London: Collins. ISBN 978-0571113675.

NICHOLS, Bill, 2022. Introduction to Documentary. Second Edition. Bloomington, Indiana: Indiana University Press ISBN 978-0253222602.

OPENAI. ChatGPT-4 [AI program]. OpenAI, 2023 [cit. 2024-1-7]. <https://openai.com/blog/chatgpt>

Základy dokumentárního filmu, 2012. Člověk v tísni. ISBN 978-80-87456-24-8.

FOTOGRAFIJE:

GLISNÍKOVÁ Lenka; PISKAČOVÁ Radka a Barbora TRNKOVÁ

I Miss You, Marius (film still)

# POSTAVLJANJE TEMELJA ZA VAŠU ZAJEDNICU

Autorica: Veronika Hanáková, filmska kustosica u Kampusu Hybernská, Češka



- > Uvod
- > Početna analiza
- > Druga faza: Istraživanje
- > Treća faza: Planiranje
- > Bez panike, zatražite pomoć

Kada odlučite organizirati kulturni događaj koji uključuje projekciju dokumentarnog filma, to činite da bi ga ljudi pogledali, uživali u njemu i da biste potaknuli raspravu. Želite da publika dokumentarni film doživi i podijeli s drugima, da razgovara o njemu, čak i da ga preispituje. Samo na taj način filmovi uspijevaju povezivati različite teme i fenomene, ali i ljude različitih pozadina. Biti dio KineDok mreže znači stvarati i jačati zajednicu ljudi koji uživaju u dokumentarnim filmovima zato što u njima prepoznaju vlastite živote, zato što im proširuju znanje o svijetu, potiču rasprave o složenim pitanjima te stvaraju prostor za dijeljenje, povezivanje i smijeh u društvu. U ovom poglavlju fokusirat ćemo se na to kako se zajednica gradi prikazivanjem filmova – zajednice ipak ne nastaju spontano već se moraju postupno graditi. Stoga krenimo!



*„Dokumentarni filmovi imaju iznimno snažan utjecaj – oni mogu promijeniti vašu perspektivu te čak stavove na različite teme.“*

**Ana**

**ART HOUSE GORI  
(GRUZIJA)**

<https://www.instagram.com/arthousegori/>

## Početna analiza

LOKACIJA

SVRHA

PUBLIKA

MOTIV

## Prvi korak: Analiza

Profil vaše lokacije: U KineDok zajednici vaša lokacija može pripadati jednoj od navedenih kategorija:

1. potpuno novo kulturno mjesto, tj. bez povezane zajednice,
2. postojeća lokacija koja još uvijek traži zajednicu zainteresiranu za dokumentarne filmove,
3. postojeća lokacija na kojoj su se prikazivali filmovi i za koju već postoji povezana zajednica.

Nije važno krećete li od nule ili vodite već uhodani (kino)prikazivački prostor, sljedeći koraci potaknut će vas da se povežete sa svojom novom zajednicom ili ojačate postojeću.

Sadržaj i cilj: Koji je ci vaših događaja? Što želite postići prikazivanjem dokumentarnih filmova? Ova pitanja pomažu vam razumjeti zašto ste dio KineDok mreže i što želite postići za svoj prostor, lokaciju i zajednicu. Odaberite dokumentarce koji u vaš prostor unose nešto drugačije, novo i zabavno.

Publika: Potrebno je uvijek razmišljati o publici kojoj su projekcije namijenjene. Prikazujete li filmove jer želite osnažiti svoju zajednicu? Želite li ih educirati ili zabaviti? Želite li stvoriti program za zanemarene skupine (za starije, obitelji s djecom, itd.)? Za početak je preporučljivo odrediti jednu primarnu ciljnu skupinu za vaše projekcije, popratni program te promidžbu. Bolje je započeti polako. Pazite da ne uzmete preveliki zalogaj!

Prvi korak: Prve projekcije mogu biti stresne, zasigurno ćete osjećati dozu nesigurnosti oko toga koliko će se ljudi pojaviti. Čak i ako se pojavi relativno malen broj ljudi, nemojte paničariti – nije sve u brojkama! U ovom trenutku kulturne događaje organizirate radi stvaranja ugodne i dobrodošle atmosfere. Budite srdačni, ljubazni i razgovorljivi.

*„Na jednu od naših prvih projekcija s KineDokom došlo je samo pet ljudi. No, nakon projekcije proveli smo sat vremena u diskusiji, što je bilo zaista nezaboravno.”*

**Natali**

**CUBE IN CONTEXT,  
GRUZIJA**

*<https://www.instagram.com/cubeincontext/>*

Motivacija: Što želite postići u organizacijskom smislu? Graditi zajednicu zna biti zamorno – budite svjesni svojih motiva i ciljeva. Vaši ciljevi mogu uključivati djelovanje u lokalnoj zajednici, pružanje podrške lokalnoj kulturnoj sceni ili izgradnju novog kulturnog centra. Mogućnosti su beskrajne.

*„Članovi zajednice međusobno se poznaju, pozdravljaju se kad se sretnu u gradu ili dolaze zajedno na druga događanja.”*

**GALAȚI, RUMUNJSKA**

<https://kinedok.net/ro/venue/muzeul-de-arta-vizuala-galati>

## Druga faza: Istraživanje

### IDENTIFICIRAJ PUBLIKU

## Istraživanje

Razumijevanje lokalne publike: Pronaći publiku za projekcije dokumentarnih filmova u zajednici može biti izazovno. Ponekad se zajednica prirodno formira već nakon prve projekcije, no zna se dogoditi da na projekciju dođe samo nekoliko ljudi. Tada je potrebno ponovo razmisliti o izvornoj ciljnoj publici za vaša kulturna događanja. Možda je u sukobu s već postojećom ponudom kulturnih događaja u lokalnoj zajednici.

Dobro je imati na umu da vaša lokacija nije jedina s kulturnom ponudom u zajednici. Obavezno istražite kulturne programe drugih organizacija (možete se posebno usredotočiti na filmske projekcije), koje zajednice ciljaju i s kojim sadržajem. Taj korak može vam pomoći da se bolje upoznate s lokalnom kulturnom scenom i otkrijete koje kulturne aktivnosti nedostaju i koje su skupine i zajednice zanemarene. Također razmislite o tome može li redovito prikazivanje dokumentarnih filmova popuniti tu prazninu te na koji način.

Ne postoji samo jedna zajednica: Pronaći što veću publiku za dokumentarne filmove primarni je cilj mnogih KineDok lokacija, ali za to je potrebno mnogo truda. Ne postoji samo jedna zajednica. Naprotiv, mnogi gledatelji dolaze iz različitih društvenih, kulturnih i ekonomskih sfera, različite su dobi, s različitim interesima za određene teme, te postavljaju jedinstvena i raznolika pitanja.

Zapitajte se kako možete osigurati da kulturni program na vašoj lokaciji uključi različite dijelove publike te time privuče raznolike skupine u zajednici?

Istražite:

- istražite kulturne aktivnosti koje se nude različitim skupinama, što im je dostupno i zašto,
- proučite KineDok katalog, potražite recenzije i reakcije publike, proučite što im se sviđelo i što im se nije sviđelo, te zašto

Pitajte:

- obratite se lokalnom KineDok koordinatorskom osoblju da biste saznali više o raznim mogućnostima ili pitajte za savjet
- povežite se s drugim KineDok lokacijama
- pitajte lokalnu zajednicu (škole, udruge, klubove, domove za starije itd.) o temama koje ih zanimaju
- pitajte na internetu

Sudjelujte:

- na lokalnim festivalima i sastancima
- na sastancima raznih udruga i drugih aktera
- na kulturnim, sportskim, folklornim i kvartovskim događanjima

Upoznajte svoju zajednicu: U svakom gradu i selu postoje razne zajednice. Iznimno je izazovno stvoriti filmski program te dogovoriti popratne rasprave ili radionice koje će odgovarati potrebama svih pojedinaca. Stoga se slobodno usredotočite na samo dio zajednice. Time ćete olakšati proces odabira filmova i popratnog programa, te pojednostaviti promidžbu događaja. Pametno je krenuti polako, usredotočiti se na određenu skupinu gledatelja (možda vašu redovnu publiku ili skupinu koja je zanemarena u vašem gradu/mjestu) i polagano uključivati druge skupine. Na primjer, ako prikazujete filmove svaka dva tjedna, jedna projekcija može biti usmjerena obiteljima, a druga publici zainteresiranoj za društvene probleme. S takvom redovitosti u programu lakše ćete razvijati kulturni sadržaj za određene zajednice i pojedinci će znati kada se održavaju filmske projekcije za njih. Vremenom ćete moći dodavati više filmskih projekcija, prilagođavati ciljnu publiku ili pokušati povezivati zajednice.





*„Naša ciljna publika su svi s interesom za dokumentarce.  
Trudimo se kreirati raznovrstan program za sve dobne  
skupine.”*

**Ana**

**SHPEENA DOX LABIN,  
HRVATSKA**

<https://www.facebook.com/shpeenadox>

## Treća faza: Planiranje

**PRIPREMITE SE**

**PLANIRAJTE**

**KOMUNICIRAJTE**

### Plan

Pristupačnost: Prvi je korak dobro upoznati svoju lokaciju. Utvrdite potencijal te izazove vašeg prostora (npr. previše stepenica bez dizala, maleni zahodi, pristupačnost/nepristupačnost u vidu javnog prijevoza ili dolaska pješke, igralište u blizini). Za određene zajednice potrebno je unaprijed razmišljati o njihovim potrebama. Kada ljudi stignu na vašu lokaciju, želite da se osjećaju dobrodošlo, a ne kao neočekivani posjetitelji. Aktivni pristup uključuje poštivanje raznolikosti, a ne samo tiho promatranje.

*„Poželjno je i poštovati raznolikosti u publici.”*

**Nikica, Šibenik, Hrvatska**

U sljedećoj tablici navode se moguća pitanja koja je potrebno postaviti ako želite doprijeti do određene skupine i saznati ima li vaša lokacija kapacitet primiti takvu skupinu bez problema.

**PREUZMI TABLICU**

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/e/2PACX-1vRFuG8O-QB2xa4\\_EcB4cbEXtXh44XvV7As7RVKUyfeBuFxeedU5pgIxINbgse62YpeCzlQk0TsTNZ2f/pub?gid=0&single=true&output=pdf](https://docs.google.com/spreadsheets/d/e/2PACX-1vRFuG8O-QB2xa4_EcB4cbEXtXh44XvV7As7RVKUyfeBuFxeedU5pgIxINbgse62YpeCzlQk0TsTNZ2f/pub?gid=0&single=true&output=pdf)

Mogući scenariji za različite skupine:

*„Filmove prikazujemo na otvorenom i ciljamo roditelje s malom djecom koja ne mogu ostati sama kod kuće. Zato djeci osiguravamo paralelni program na lokaciji gdje mogu biti kreativna, pružamo im grickalice i uvijek je s njima odgovorna odrasla osoba. Naša nova ciljna skupina su i stariji ljudi; pridružiti će nam se ovog Božića na radionicama. Željela bih da imamo i mlađu publiku, poput tinejdžera, ali oni radije idu na druga mjesta koja su više za njih.”*

**Ivana, RDMKV, Češka**

*„Uvijek pokušavamo nuditi nešto i za djecu, i ozbiljne i manje ozbiljne filmove, kako bismo zadovoljili ukus šire publike. Organiziramo filmske radionice za djecu, a zatim nastale filmove prikazujemo prije službenog programa. Time kombiniramo mlađu publiku s njihovim roditeljima. Budući da su projekcije besplatne, slučajni turisti mogu ući, sjesti i gledati 10-15 minuta, a zatim nastaviti dalje. Atmosfera je vrlo opuštena.”*

**Ana**

**SHPEENADOX LABIN,  
HRVATSKA**

<https://www.facebook.com/shpeenadox>

Budite spremni, planirajte i komunicirajte: Organizirati filmsku projekciju posao je koji zahtijeva puno vremena. Bitno je imati raspored programa te osigurane tehničke zahtjeve, te se pobrinuti da su film i popratni program spremni.

*„Svaki film pogledamo prije projekcije i pripremimo cijeli događaj; imamo svoje grupe u kojima dijelimo ideje.”* **Ana Barjadze, Art House Gori, Gruzija**

## Bez panike, zatražite pomoć

Međutim, ako nešto krene po zlu ili dobijete negativne komentare, nemojte paničariti. Pokušajte odmah riješiti nastali problem te ga iskomunicirati publici. Kada redovito primate povratne informacije od publike i gostiju, vaš program i vaš utjecaj mogu samo postajati bolji. Slobodno zatražite pomoć u zajednici. Čak ih možete uključiti u odabir filmova, pripremu popratnih programa, itd.

**PRIDRUŽI SE**

*<https://kinedok.net/hr/join-us>*

FOTOGRAFIJE:

GLISNÍKOVÁ, Lenka; JASNÝ, Michal; MRÁČEK, Adam; PATYCKI, Michał and Ivana TVRDÁ  
Archive of our screening venues (Prádelna, Rabenštejnská 2020)



# O RAZNOLIKOSTI LOKACIJA

Autori: Szabolcs Szirony, Zsombor Szabolcs Pál



- > O raznolikosti lokacija
- > Uloga organizatora
- > Društveni centri
- > Kulturni centri
- > Muzeji i galerije
- > Nevladine organizacije (NGO)
- > Kafići i barovi
- > Škole i sveučilišta
- > Knjižnice
- > Pop up lokacije
- > Uradi sam
- > Udobna mjesta

## O raznolikosti lokacija

Raznolikost KineDoka ogleda se u raznolikosti uključenih mjesta i prikazivačkih lokacija. Dokumentarni filmovi iz KineDok kataloga prikazuju se u šest zemalja, svaki sa svojim jezikom i kulturom. Naše lokacije nalaze se posvuda, od eko-zajednica do industrijskih gradova, na turističkim destinacijama napuštenima izvan sezone te u živahnim prijestolnicama, u malim iseljenim selima sa starijim stanovništvom i u studentskim gradovima. Ne postoji pogrešna lokacija. Platno se može postaviti na ogradu vrta ili u dvoranu muzeja moderne umjetnosti, u srednjim školama ili domovima za umirovljenike, pa čak i na glazbenim festivalima.

*„Nikad nikome ne preporučujem svoj filmski klub, s obzirom da filmove prikazujemo u zatvoru.”*

**Zsolt, Dunaújváros, Mađarska**

Mnogo je razloga i motivacija zašto ljudi odlučuju početi prikazivati dokumentarne filmove za širu javnost. Dio organizatora potaknut je željom da populariziraju kino-kulturu. Oni dokumentarnim ostvarenjima pristupaju prema njihovoj vizualnoj umjetničkoj vrijednosti. Drugi organiziraju projekcije dokumentarnih filmova i popratne događaje jer žele istaknuti problematiku koja se u filmovima obrađuju; njihov je primarni fokus na sadržaju i emocijama koje dokumentarni filmovi stvaraju. Vrlo često dokumentarne filmove uzimaju kao polazište za razgovor.

## Uloga organizatora

Prikazivačke lokacije KineDoka značajno se razlikuju po svojim ciljanim skupinama, lokalnim mogućnostima i pristupu dokumentarnim filmovima. Međutim, svim je lokacijama jedan aspekt zajednički: pojedinac ili tim koji organizira projekcije.

Uspjeh lokacije često ovisi o osobnim kvalitetama i organizacijskim vještinama organizatora. Oni se brinu da redovite projekcije teku glatko, komuniciraju s publikom, gostima i filmašima te stvaraju nezaboravne popratne događaje. Ti organizatori (ili voditelji lokacija, kako ih zovemo u KineDoku) strastveni su pojedinci koji žele djelovati za opće dobro i ostaviti pozitivan utjecaj na svoje zajednice. Oni dijele misiju stvaranja zajedničkih iskustava i izgradnje veza unutar zajednice. Ne zadovoljavaju se gotovim srednjestrujaškim iskustvima: imaju tzv. *DIY* stav, žele stvari obaviti samostalno i ostaviti svoj pečat, tako da je svaka KineDok lokacija drugačija. Organizatori se brinu da se njihovi gosti osjećaju dobrodošlo i poštovano te stvaraju siguran prostor na kojem mogu izražavati različita mišljenja. Filmove biraju prema vlastitoj motivaciji i interesima, kao i očekivanjima te potrebama svoje publike. Svaki događaj osmišljavaju brižno i pažljivo.

*„Naša najveća motivacija je to što živimo u Orlovi, a iskreno, djelomično krojimo program za sebe. Želimo uživati u životu u našem gradu i prisustvujemo našim događanjima. Zaista osjećam da je tijekom godina naša komunikacija s gradom postala puno bolja; ozbiljno nas se doživljava kao važnu lokaciju u našem gradu. Predstavnici grada znaju pisati lijepe komentare o našim događajima, o tome koliko su zanimljivi. To su sjajne povratne informacije. Vjerujem da još uvijek ima prostora za napredak. Naravno, riječ je o strukturnom izazovu za koji će trebati vremena. Ovo je stvarno lijepo mjesto za život i jednog dana bit će još bolje. Stvari se već mijenjaju.“*

**Blanka**

**FUTRA, ORLOVÁ, ČEŠKA**

<https://www.futra.cz/>

Bilo tko može započeti s prikazivanjem dokumentarnih filmova. U nastavku donosimo raznovrsni niz najtipičnijih lokacija na kojima se prikazuju KineDok filmovi:

Društveni centri idealna su nadopuna filmskim klubovima za dokumentarne filmove. Prostori okupljanja nastavljaju se pojavljivati u različitim susjedstvima, s ciljem da premoste suvremeni nedostatak koji je nastao uslijed opadanja tradicionalnih aktivnosti zajednice. Veliki dio tih centara vode se osvježavajućim stavom uradi-sam, a njihovo entuzijastično i iskusno osoblje brine se o raznolikim dobnoj skupinama u zajednici. Centri razvijaju iskrene osobne veze s lokalnim stanovništvom, nudeći širokspektar aktivnosti. Povjerenje čini temelj njihovih događanja.

*„Kulturno-sportski centar Hrubínka nalazi se usred stambenog kompleksa, zelene oaze među stambenim blokovima. Sastoji se od ureda i velikog vrta u kojem organiziramo razne aktivnosti za djecu. Tijekom cijele godine održavamo događaje, radionice, ljetne kampove i zabave s temom praznika. Želimo stvoriti živahno okruženje. U blizini je dom za umirovljenike, pa nastojimo i kreirati aktivnosti koje bi stariji građani mogli posjetiti ili samo popiti kavu, što vrlo dobro funkcionira. Vole posjećivati naš prostor. I trudim se motivirati sve te ljude da dođu gledati dokumentarne filmove koje prikazujemo.”*

**Ivana**

**RDMKV, ČEŠKA**

<https://www.rdmkv.cz/>

Kulturni centri dobro su organizirane institucije sa značajnim iskustvom u organiziranju različitih kulturnih događaja. Njihova baza publike solidna je i raznolika te obuhvaća sve dobne skupine. Međutim, njihovi zauzeti rasporedi i učinkovita pozadina u organizaciji ponekad im mogu ići na štetu. U takvim centrima ponekad nedostaje osobnosti, što je ključno za filmske klubove. Gledatelji često doživljavaju njihove događaje kao vrlo slične iskustvu u kinima i kazalištima; došli su na projekciju koju napuštaju odmah po završetku. S druge strane, kulturnim centrima u prilog ide njihova solidna infrastruktura, zahvaljujući čemu mogu pružiti iskustvo slično kinu.

*„Želimo obogatiti kulturni život u Opavi. Imamo kino s 55 sjedala u kojem prikazujemo sve filmove. KUPE je prostor za kulturu i umjetnost s galerijom, kino-prostorom i kafićem. Naš program uključuje i razne glazbene događaje, koncerte, stand-up nastupe, itd. Sve se to događa u prostoru koji je nekoć bio vodotoranj s tri kata, a sada je prenamijenjen u ovaj kulturni prostor koji već šest godina uspješno djeluje.“*

**Terezie**

**KUPE, ČEŠKA**

<https://www.kupecko.cz>

Muzeji i galerije nisu samo estetske institucije, već služe i kao društveni i edukativni centri, sa zbirka dostupnima javnosti. Prikazivanje filmova u tim „hramovima kulture“ izvanredna je prilika za uspostavljanje veza s raznolikim i lokalnim zajednicama. Zajedničko iskustvo projekcije dokumentarnih filmova ima poseban značaj za znatan broj posjetitelja umjetničkih galerija. Takva društvena okupljanja suptilno mijenjaju rašireno shvaćanje muzeja i galerija u okviru tradicionalno shvaćenog vlasništva i kustoskog autoriteta, te ih čine mjestima otvorenog dijaloga među sudionicima. Umjetnički pristup stručnjaka koji predstavljaju filmove nudi jedinstveni pogled na dokumentarni rod.



*„Kao institucija navikli smo na događaje svih vrsta, tako da je sve što se tiče vizualnih umjetnosti dio našeg cilja.*

*Dokumentarni medij daje nam priliku za rasprave te stvara osjećaj KineDok zajednice koja se formira tijekom vremena.*

*Njezini se članovi poznaju i druže nakon filma (ne odlaze odmah po završetku, kao na drugim događanjima). Članovi zajednice prepoznaju jedni druge, pozdravljaju se na ulici ili zajedno posjećuju druge događaje.”*

**Simona**

**MUZEUL DE ARTA  
VIZUALA GALATI,  
RUMUNJSKA**

<https://kinedok.net/ro/venue/muzeul-de-arta-vizuala-galati>

Nevladine organizacije često se oslanjaju na elemente *mainstream* kulture ili umjetnosti u svrhu podizanja svijesti u široj zajednici ili osnaživanja uključenosti u svojoj zajednici, čime se trude nadahnuti svoje članove. Određeni filmovi iz godišnjeg KineDok kataloga mogu zadovoljiti tu potrebu. Stoga određene nevladine organizacije redovito organiziraju projekcije, dok druge odabiru pojedinačni film relevantan za njihovo djelovanje, koji prikazuju na društvenim događanjima koje organiziraju. Te organizacije obuhvaćaju različita područja, uključujući zagovaranje zaštite okoliša, pokrete za prava žena, LGBTQ+ organizacije i socijalni rad u različitim područjima.

Kafići i ostali ugostiteljski objekti često odvajaju vrijeme i prostor čak u izuzetno prometno doba kako bi organizirali projekcije u zajednici. Ti objekti time stvaraju dojam kulturnog i društvenog angažmana, što pozitivno utječe i na njihov ugled. Međutim, filmski klubovi koji djeluju unutar takvih prostora suočavaju se s jedinstvenim izazovima. Primorani su snalaziti se u često bučnom okruženju (uključujući dosadne zvukove čaša i aparata za kavu), suočeni su s podijeljenom

pažnjom publike i gostima u prolazu. Kako bi ublažili ove poteškoće, voditelji lokacija pametno biraju koncizne i značajne filmove za širu publiku.

*„Za lokaciju je to od velike važnosti s obzirom da nismo ranije imali filmske projekcije u pubovima. Zadovoljstvo nam je moći dovesti dokumentarce u takav prostor. Želimo donijeti malo filmske ozbiljnosti u atmosferu kafića. Na ovaj način, osim što pijete pivo, možete također voditi fokusiranu raspravu o filmovima.“*

**Boglarika**

**TELEP, BUDIMPEŠTA,  
MAĐARSKA**

<https://kinedok.net/hu/venue/telep>

Škole i sveučilišta mogu iskoristiti projekcije dokumentarnih filmova u obrazovne svrhe na praktičan i prikladan način. Filmovi se mogu prikazivati ili u učionici ili u zajedničkom prostoru. Publika se uglavnom sastoji od učenika. Nadalje, u takvim prostorima često je ograničen pristup drugima, što pomaže očuvati čaroliju unutar tih zidova obrazovne institucije. No, nažalost, ako projekcija nije obavezna, to često ima za posljedicu da u filmu uživa tek nekolicina entuzijastičnih učenika i nastavnika, jer im nedostaje potpora iz šire okoline.

Knjižnice su dobro organizirani prostori zajednice sa stručnom radnom snagom, pristupačnim tehničkim sadržajima koje osigurava odgovarajuća općina te dalekosežnim marketinškim platformama (*online* i *offline*). Redoviti posjetitelji takvih prostora zainteresirani su za znanje i umjetnost. Prema tome postaje očito da su knjižnice savršeno mjesto za kulturne događaje poput filmskih projekcija. Jedan od jedinstvenih izazova s kojima se knjižnice suočavaju je veličina titlova na filmovima, posebno zato što je njihova prosječna publika često starija. Međutim, knjižnice su također odlična mjesta za prikazivanje filmova starijoj publici koja duboko cijeni takve kulturne ponude.

*„Uvijek se trudimo vidjeti postoji li poveznica između teme u filmu i lokalnih problema u našem gradu. Ako postoji, pokušavamo istaknuti problem u lokalnoj zajednici i uključiti one koji su njime pogođeni ili imaju uvid u situaciju. Kada je moguće, volimo pozvati filmaše da nam pomognu u kreiranju filmskog iskustva. Tematika čak može odrediti naš izbor lokacije kako bi pojačalo atmosferu samog filma.“*

### **Levente**

**KINODOMINO, MISKOLC,  
MAĐARSKA**

<https://kinedok.net/hu/venue/kinodomino>

Pop up su one projekcije su one čiji organizatori redovito biraju različita mjesta na određenom području za prikazivanje filmova u skladu s tematikom filma. Ovaj pristup im omogućuje kontinuiranu interakciju s novim potencijalnim publikama i organiziranje jedinstvenih događaja u suradnji s objektima na svakoj odabranoj lokaciji. Obično se oslanjaju na snažne platforme društvenih medija kako bi svojim posvećenim gledateljima učinkovito komunicirali svoje „improvizirane“ planove.

Pristup *uradi sam* imaju voditelji lokacija koji ne žele čekati gotova, pripremljena iskustva; oni ih žele stvoriti. KineDok im nudi da slobodno odaberu iz sve većeg kataloga i samostalno i autonomno vode svoje kino u zajednici, prilagođavajući ga različitim lokalnim mogućnostima i zahtjevima. Spremnost na samostalan rad, *DIY*, je pozitivna; čak i kada se suoče s određenim problemom, instinktivno istražuju mogućnosti kako bi pronašli rješenje. Ako netko posjeduje snažne organizacijske vještine i teži stvaranju kulturnih i umjetničkih iskustava, izgradnji zajednice, razvijanju otvorene publike koja voli razmišljati, ili jednostavno želi stvoriti kino putem projekcija dokumentarnih filmova, spomenute lokacije treba potražiti u svom susjedstvu.

Kada pronađu mjesto koje je u skladu s njihovom vizijom, mogu organizirati projekcije za skupine s kojima se žele povezati. Nadalje, potrebno je kontaktirati ta udobna mjesta, doći im osobno i pokazati entuzijazam i osobno uvjerenje da je vrijedno ono što rade. Takva predanost nedvojbeno će dovesti do uspješnog pothvata.

"Prije sedam godina preselila sam se u Braşov. Tada nitko nije prikazivao dokumentarne filmove i osjećala sam da je to potrebno. Napisala sam svim prijateljima koji se bave dokumentarcima da mi daju svoje filmove za prikazivanje; to sam radila iz vlastite strasti, a i primijetila sam da su ljudi ostajali na raspravama i bili zainteresirani za te teme. Shvatila sam da žele više informacija iz svijeta i nastavila."

Laura, Braşov, Rumunjska)

"Kada sam se preselila u ovo malo selo iz glavnog grada, nedostajala su mi dobra filmska događanja koja sam nekoć pohađala. Budući da nitko drugi ovdje nije organizirao nešto slično, odlučila sam pokrenuti svoje vlastito kino."

Dóra, Bakonybél, Mađarska

FOTOGRAFIJE:

Archive of our screening venues (Café Rouge)



# SAVLADAVANJE TEHNIČKIH PREPREKA

Autorica: Mariam Jachvadze, voditeljica produkcije, Chai Khana Media, Gruzija



- > Oživljavanje kinematografije:  
gruzijska studija slučaja
- > Četrnaest ključnih tehničkih pitanja  
za savršenu filmsku projekciju
- > Novi život za kino u Bolnisiju
- > Zajednica filmskih entuzijasta u  
Goriju
- > Projekcije u planinskom području  
Racha
- > Pripreme za projekcije u Tetrtskaru

## Oživljavanje kinematografije

Sada kada su online VOD platforme i kućni kino-sustavi izrazito lako dostupni, važnije je nego ikad da stvaramo nešto što publika ne može doživjeti kod kuće. Zaljubljenicima u kino često se savjetuje da idu korak dalje i smisle događaj koji će publika teško zaboraviti. Međutim, stvarnost može biti potpuno drugačija za zemlje poput Gruzije, koja možda nema standardne neovisne kinodvorane, ali zato ima mnogo starih kulturnih centara u selima i gradovima koji su nekoć, u sovjetsko doba, služili kao kino-dvorane. Mladi gruzijski entuzijasti koji žele udahnuti novi život i nove ideje u nekadašnje sovjetske kulturne institucije u svojim rodним mjestima suočavaju se s brojnim tehničkim izazovima.

U mnogim gruzijskim regijama postoje mladi filmski entuzijasti koji pokušavaju oživjeti napuštene zgrade, organizirati filmske projekcije te vjerovati u čaroliju kina. Međutim, njihov ambiciozni cilj ima svoje prepreke – pred njima je neprestana borba i puno teškog rada. Dok organizatori u razvijenijim zemljama mogu uzeti zdravo za gotovo dostupnost potpuno opremljenih kinodvorana i prostora u zajednici koji imaju osnovne tehničke mogućnosti (projektor, ozvučenje i projekcijski zaslona) i stručne tehničare, u Gruziji postoje mjesta na kojima se grijanje, struja i internet još uvijek ne podrazumijevaju. U sljedećem poglavlju opisat ćemo nekoliko slučajeva iz Gruzije koji pokazuju koliko je izazovno postaviti tehničku opremu za projekcije u zajednici na različitim lokacijama. No prije toga, odgovorimo zajedno na sljedeća pitanja.



Kako biste film prikazali na najbolji mogući način, nužno je osigurati kvalitetnu opremu za projekciju i zvuk. No to nije sve – postoji više prilično neobičnih problema koje je također potrebno riješiti prije same projekcije. Primjerice:

- *Imate li osnovnu tehničku opremu, tj. projektor, ozvučenje i projekcijsko platno?*
- *Može li se prostor dovoljno zamračiti?*
- *Je li platno dovoljno visoko postavljeno da se jasno vidi sa svih sjedala?*
- *Je li oprema za ozvučenje prikladna za otvorene prostore?*

- *Ako prikazujete na otvorenom, jeste li provjerili vremenske uvjete i osigurali platno? Ne bi smjelo biti vjetrovito ili kišovito.*
- *Jesu li sjedala udobna čak i za starije osobe? Osim taburea i jastuka, bolje je imati dostupne stolice.*
- *Možete li unaprijed odraditi probnu projekciju?*
- *Mogu li se zvučnici i projektor sinkronizirati s određenim prijenosnim računalom?*
- *Imate li dovoljno utičnica/kabela?*
- *Ako koristite zid umjesto projekcijskog platna, temeljito ga provjerite. Je li oštećen? Ima li mrlja?*
- *Jeste li preuzeli filmsku datoteku na svoje računalo?*
- *Jeste li provjerili zvuk?*
- *Jeste li prethodno pogledali film i razmislili o njemu u kontekstu vaše regije i zajednice?*
- *Tko u vašem timu odgovara za tehničku stranu projekcije? Je li ta osoba prisutna tijekom cijele projekcije?*
- *Ako se pojave tehnički problemi tijekom projekcije, ostanite smireni i obavijestite publiku o tome što ćete poduzeti. Ljudi cijene iskrenost.*

Ovaj popis može poslužiti kao koristan vodič koji bi potencijalno mogao puno značiti.

## **Novi život za kino u Bolnisiju**

U nekoliko manjih gradova u Gruziji filmske projekcije postupno su postale dio svakodnevnog života, barem za mlađe generacije. Bolnisi, mjesto u središnjem dijelu regije Kvemo Kartli na jugoistoku Gruzije, među prvim je gradovima u kojima su se lokalni ljudi zauzeli i zalagali za kino te uspješno uvjerali gradske vlasti da obnove stari kino-prostor. Pred njima je dug proces, ali zahvaljujući timu od troje mlada kino-zaljubljenika u jednoj staroj zgradi filmovi se prikazuju od 2020. godine. U svoj grad pozivaju gruzijske filmaše, zajedno gledaju filmove i organiziraju razgovore nakon projekcija. Međutim, gotovo im je nemoguće sjetiti se dana kada je projekcija prošla glatko i bez tehničkih poteškoća.

*„Prvi korak bio je dovesti struju u zgradu. Isprva smo mislili da je niska glasnoća uzrokovana našim audio-sustavom loše kvalitete. No ispostavilo se da je razlog tomu to što se radi o velikoj dvorani s visokim stropom, što predstavlja izazov za akustiku, pa zvuk ne putuje pravilno. Ozvučenje mora biti prilagođeno za dvoranu i kinoprikazivanje.*

*Što se tiče projektora, bolje ga je uvijek postaviti na isto mjesto, tako da ne morate svaki put prilagođavati zoom i fokus. Kupili smo željeznu konstrukciju za platno te ga napravili od materijala koji se koristi za reklamne transparente. Ne propušta svjetlo; pozadina je crna, tako da zrake projektora ne prolaze kroz nju. Imamo prilično veliko platno. Počeli smo ga rastezati na rubovima kako bi se pravilno rastegnuo bez linija.”*

**Vano, Bolnisi, Gruzija**

*„Objesite tamnu zavjesu na vrata. Razmak između vrata i zavjese spriječit će ulazak svjetla u tamnu dvoranu kada ljudi izlaze ili ulaze tijekom projekcije.”*

**Lazare**

**BOLNISI, GRUZIJA**

## **Zajednica filmskih entuzijasta u Goriju**

Art House, koji su utemeljili članovi Fotografskog kluba Gori, predstavlja još jedan živopisan i kreativan prostor u istočnom predjelu Gruzije. Organiziraju filmske projekcije dokumentarnih filmova kako bi potaknuli publiku na razmišljanje. Ipak, stvaranje zajednice filmskih entuzijasta sa sobom nosi svoj dio tehničkih izazova.

Velika okrugla dvorana koja je projektirana kao izložbeni prostor pokazala se akustički izazovnom za filmske projekcije zbog izobličenja zvuka i odjeka. Međutim, tim je problem riješio prekrivanjem podova tepisima i popunjavanjem praznih zidova. Kvaliteta zvuka značajno se poboljšala.

*„Iskustvo puno znači, pogotovo kada ste loše opremljeni. Sjećam se kada smo jednom imali problem s AUX kabelom, što je ometalo prijenos zvuka s prijenosnog računala na zvučnik. Morali smo ga zamijeniti. Od tada uvijek držimo veliku kutiju s različitim vrstama kablova na lokaciji. Priključci između zvučnika i prijenosnog računala s kojeg se reproducira film iznimno su važni. Ponekad se uređaji ne sinkroniziraju s određenim prijenosnim računalom, pa je važno da se sve testira unaprijed.”*

**Ana**

**ART HOUSE, GORI**

<https://www.instagram.com/arthousegori/>

## **Projekcije u planinskom području Racha**

Iskustvo je posebno značajno za Eter Arsanidze, koja živi u Rachi, planinskom predjelu u zapadnoj Gruziji. Ona je mlada aktivistkinja koja je osnovala organizaciju u zajednici u Rachi tako što je okupila mlade ljude iz različitih sela, nabavila projektor, platno i 15 stolica, te putuje iz jednog sela u drugo ne bi li kino-iskustvo omogućila lokalnom stanovništvu. S obzirom na to da nema kvalitetne opreme za projekciju i ozvučenje te nema prostorne fleksibilnosti, sa svakom projekcijom javljaju se određeni tehnički izazovi.

Zbog ograničenog iskustva u organiziranju projekcija, Eter i njezini suradnici shvatili su malo prekasno da su trebali unaprijed zamračiti prostor. Prisjeća se dana kada su planirali prikazati dokumentarni film Salome Jashi, koja je sama uvidjela problem i donijela tamne crne zavjese da prekriju sve prozore i spriječe ulazak svjetla.

*„Zvučnik koji smo kupili dobro funkcionira u zatvorenom, ali nije dovoljno snažan za otvorene prostore. Kada smo prikazivali animirani film za djecu, zvuk je bio toliko loš da djeca gotovo ništa nisu mogla čuti. Zbog toga su se jako približila platnu, praktički sjedeći na pozornici.“*

**Eter**

**RACHA**

## **Pripreme za projekcije u Tetrtskaru**

Osvjetljenje je jedan od glavnih izazova s kojima se suočavaju mnoge prikazivačke lokacije. Pati Shavadze, koja radi u Centru za mlade u Tetrtskaru (grad na jugu Gruzije), prisjeća se kako nikada nisu održali nijednu projekciju tijekom dana, već su uvijek čekali da padne mrak. Osim toga, nestabilna internetska veza ponekad ozbiljno ometa prikazivanja.

*Šest organizacija u zajednici stvorilo je mrežu **KSELI**, koja okuplja mlade zaljubljenike u film kako bi razmijenili iskustva i pružali podršku jedni drugima u poboljšanju pristupa kulturi u regijama Gruzije.*

**KNOW-HOW**

*„Nikad se ne pouzdajemo u internet. Uvijek preuzimamo film unaprijed, po mogućnosti dan prije prikazivanja. Ponekad preuzimanje može trajati predugo, 3–4 sata. Također je važno provjeriti je li preuzimanje bilo uspješno. Bilo je slučajeva gdje smo mislili da smo preuzeli film, ali se preuzimanje prekinulo u posljednji trenutak. Dakle, definitivno je vrijedno provjeriti unaprijed. Također bih vam savetovala da se ne oslanjate na vanjski hard disk; uvijek preuzmite datoteku na računalo.”*

**Pati**

**CENTAR ZA MLADE,  
TETRITSKARO**

<https://www.facebook.com/tycgeorgia/>

FOTOGRAFIJE:

ADAMIA, Levan; ARSANIDZE, Eter; CHKHART ISHVILI, Nat ali; KOŘÍNKOVÁ, Eva; PHALAVANDISHVILI, Lasha and Tato TSIKARIDZE



# KAKO ODABRATI PRAVE FILMOVE

Autorica: Andreea Bratosin, One World Romania, Rumunjska



- > Selektiranje filmova za katalog
- > Kvaliteta i tematika
- > Tip lokacije
- > Ciljana publika
- > Osobni ukus
- > Vrijeme (godišnje doba, praznici)
- > Lokalni kulturni događaji
- > Veća društveno-politička pitanja
- > Sažetak

## Selektiranje filmova za katalog

Svake sezone članovi organizacijskog tima iz partnerskih zemalja odabiru katalog filmova za KineDok. Predstavnici svake zemlje predlažu dva najbolja suvremena dokumentarna filma (ko)producirana u njihovim zemljama. Glavni kriteriji pri odabiru filmova uključuju filmsku kvalitetu, raznolikost tema i društveno-političku uključenost. Stoga svake godine na izbor imate 12–16 dokumentarnih filmova. Zatim kreće rasprava o filmskom katalogu te se šalje voditeljima svake lokacije kako bi se stvorio specifičan program za to mjesto.

Osobe ili organizacije koje prikazuju KineDok filmove mogu biti vrlo raznolike – razne kulturne udruge, javne ustanove, građanske udruge ili pojedinci iz svih društvenih skupina. Filmovi koje odabiru uvijek su usklađeni s etičkim ili kulturnim vrijednostima te identitetom samog prikazivačkog mjesta. Svaki film iz KineDok kolekcije na neki se način može povezati s lokalnom kulturom.

Prilikom odabira dokumentarnih filmova za prikazivanje u obzir je potrebno uzeti više različitih kriterija:

KineDok katalog sadrži dokumentarce umjetničke kvalitete koji se dotiču širokog spektra društvenih i političkih pitanja, kao što su pravda, sloboda govora, fizičko i mentalno zdravlje,

migracije, institucionalna korupcija, starenje i starije osobe u društvu, zlostavljanje i obiteljske traume, kolektivne traume, pitanja manjina, socijalna nejednakost, okoliš i klimatske promjene, uz mnoga druga.

*„O filmovima odlučujemo uz pomoć koordinatora KineDoka. Trenutno prikazujemo više gruzijskih filmova zbog političke situacije u zemlji, a općenito biramo filmska ostvarenja koja su zanimljiva profesionalcima iz područja umjetnosti, fotografima, itd. Obično znamo dostupne termine za filmske projekcije nekoliko mjeseci unaprijed, a tjedan dana prije odlučujemo koji ćemo film prikazati.“*

**Natalie**

**CUBE IN CONTEXT,  
GRUZIJA**

<https://www.instagram.com/cubeincontext/?hl=cs>

## Tip lokacije

Projekcije je potrebno prilagoditi vrsti lokacije (u zatvorenom ili na otvorenom) i ugođaju koju organizatori žele stvoriti. Primjerice, popularni, *mainstream* filmovi prilagođeni široj publici bolji su za prikazivanje na otvorenom, u barovima i pubovima, dok umjetnički filmovi za filmofile bolje funkcioniraju u muzejima, knjižnicama ili galerijama. U konačnici je na vama što ćete prikazivati i za kakvu publiku.

*„Cilj nam je tijekom sezone prikazati sve filmove iz kataloga. Pokušavamo prikazati što više filmova na otvorenom dok je vrijeme dobro te koristiti prostore zajednice samo tijekom hladnih jesenskih i zimskih mjeseci. To značajno utječe na planiranje projekcija jer se laganiji filmovi planiraju za prikazivanje na otvorenom, dok se tematski teži filmovi prikazuju u zatvorenim prostorima tijekom zime.“*

**Zsuzsi Béres-Malter, AKE-Debrecen, Mađarska**

Ključno je prepoznati potencijalnu publiku za određenu temu koja se obrađuje u filmu i pozvati ih na projekciju. Primjerice, možete pozvati članove udruga za starije osobe i nevladinih organizacija koje rade sa starijim ljudima na projekcije filmova koji se bave položajem starijih građana u društvu. Svi organizatori imaju svoje određene ciljeve; dok neki žele izgraditi vjernu i pouzdanu zajednicu ljubitelja dokumentarnih filmova, drugi već imaju takvu publiku ili projekcije specifične za određenu zajednicu, pa se žele usredotočiti na rasprave o prikazanim temama koje se odnose na život u zajednici.

*„Obično planiramo projekcije otprilike svaka četiri tjedna. Shvatili smo da naprosto ne funkcionira kada pokušavamo češće prikazivati filmove, uglavnom zato što su članovi našeg tima često nedostupni. Ponekad to ovisi o samom prostoru. Jednom smo prilikom dva dana imali pristup određenom prostoru, pa smo organizirali dva događanja na ta dva uzastopna dana, pazeći da se ne preklapaju s drugima. Tematski su bili bliski, tako da je prošlo savršeno. Radnim danima filmske projekcije održavamo u 19 sati za događaje u zatvorenom, što dobro funkcionira u Aradu. Ljudi ne ostaju tako kasno u gradu. Pogledaju film, pridruže se razgovoru i kući su do 10 sati navečer. Ljeti, ovisno kada je zalazak sunca, prikazujemo filmove na otvorenom, a ljudi također duže ostaju vani.”*

**Ioana**

**UDRUGA CITIZENIT,  
RUMUNJSKA**

<https://www.citizenit.ro>

## Osobni ukus

Kao organizator kulturnih događanja, važno je da izgradite vlastitu kustosku viziju, ali istovremeno imate na umu da filmove prikazujete za publiku, a ne za sebe. Potrebno je pogoditi ravnotežu između osobnog ukusa i jasnog osjećaja za ono što bi vaša publika željela gledati.

**VAŠA KUSTOSKA VIZIJA**

*„Biranje filmova kreativan je proces, iako se možda ne čini takvim. Pregledavam popis filmova iz KineDok kataloga i razmišljam o više stvari: prvo, koje su teme najbolje za moj grad; drugo, koji bi filmovi dobro išli uz druge događaje/festivale; treće, koji od filmova prate trenutna svjetska ili lokalna događanja; te četvrto, koji film privlači određenu publiku koju želimo uključiti. Zatim uzimam u obzir svoje osobne preferencije i filmske recenzije (ozbiljno i temeljito pristupam tom dijelu procesa). Trenutno planiram program samo 2–3 tjedna unaprijed, ali volio bih planirati više unaprijed i imati posebne KineDok projekcije, poput mini festivala ili filmskog kluba. Znam da je izbor još uvijek prilično subjektivan, ali dajem sve od sebe.”*

**Simion**

**PALATUL CULTURII,  
RUMUNJSKA**

<https://kinedok.net/ro/venue/palatul-culturii-bistrita>

## **Vrijeme (godišnje doba, praznici)**

Određeni dokumentarci i teme mogu privući više pažnje ako se prikazu u određenom godišnjem dobu. Razmislite o tome koji filmovi mogu biti povezani s ljetnim ili zimskim ugođajem. Na primjer, filmovi o putovanjima, sportu i obiteljski filmovi mogu imati izraženiji ljetni ugođaj.

## **Lokalni kulturni događaji**

Razmislite o važnim kulturnim događajima na vašem području s kojima možete povezati određene projekcije (npr. filmski ili glazbeni festivali, lokalna proljetna/ljetna slavlja, Noć muzeja, galerija ili knjižnica, Dani grada, itd.). Popratan događaj može imati veći učinak na projekciju i povećati odaziv ljudi.

*„Kalendar obično provjeravam da vidim postoji li neki poseban datum ili nešto zanimljivo što bi se moglo upariti s nekim KineDok filmom. Zatim tražim potencijalne goste za rasprave nakon projekcije. Na primjer, objavim na FB-u da tražim određene stručnjake, a ponekad mi ljudi šalju savjete, ili se javim ljudima za koje znam da su dobro umreženi. Naravno, sve to mora biti prilagođeno manjem budžetu jer nemamo novca za slavne osobe.”*

**Blanka, Futra, Češka**

Pokušajte surađivati s lokalnim udrugama koje se bave pitanjima od kritične važnosti u vašoj zemlji, npr. LGBTQ+ film privukao bi više pažnje ako se prikaže uoči Povorke ponosa ili nekog drugog događaja za *queer* zajednicu; film o romskoj zajednici može se prikazati na Svjetski dan Roma, itd. Pripazite da određena pitanja mogu biti politički osjetljiva u nekim zemljama, stoga budite spremni na kritike ili žustre rasprave s publikom.

## Sažetak

*Svake sezone KineDok donosi katalog od 12–16 filmova iz kojeg lokalni partneri mogu odabrati filmove za prikazivanje na svojim lokacijama. Filmovi se biraju u skladu s kulturnim vrijednostima i identitetom prikazivačkog mjesta.*

*Pri odabiru dokumentarnih filmova za prikazivanje potrebno je uzeti u obzir više kriterija:*

- *Kvaliteta i tematika filma: KineDok katalog donosi dokumentarce umjetničke kvalitete koji se dotiču raznih društvenih i političkih problema.*
- *Vrsta lokacije: Projekcije je potrebno prilagoditi različitim vrstama lokacijama (u zatvorenom, na otvorenom) i ugođaju koje lokacija i organizatori žele stvoriti.*
- *Ciljana publika: Važno je utvrditi potencijalnu publiku za određenu tematiku filma i pozvati ih na projekciju.*
- *Osobni ukus: Potrebno je pogoditi ravnotežu između osobnog ukusa i razumijevanja preferencija publike.*
- *Vrijeme (godišnje doba, praznici): Određeni dokumentarci i određene teme mogu biti uspješnije ako se prikažu u određenom godišnjem dobu.*

- *Redovita i ad hoc kulturna događanja: Razmislite o važnim lokalnim kulturnim događajima s kojima možete povezati projekciju.*
- *Veća društveno-politička pitanja: Suradujte s lokalnim organizacijama koje se bave značajnim društveno-političkim problemima u vašoj zemlji.*

#### FOTOGRAFIJE:

Film stills (Apparatgeist; White on White)

Archive of our screening venues (Muzeul Amintirilor din Comunism Art Burg; Muzeul Cineastului Amator; Muzeul Literaturii Romane; Rezidenta Scena 9 – Bucharest Romania)



# KONTINUIRANA KOMUNIKACIJA S PUBLIKOM

Autorica: Mária Hejtmánková, PR i kulturni menadžment, Slovačka



- > Sve se svodi na komunikaciju
- > Budžet
- > Direktni marketing
- > Pravodobnost
- > Tko je vaša publika?
- > Istražite nove narative i aktualne teme
- > Društvene mreže
- > Vizualni identitet

## Sve se svodi na komunikaciju

Jednom kada odlučite prikazivati filmove iz KineDok kataloga, vaša lokacija postaje prepoznatljivo mjesto u zajednici na kojem vaša publika može popratiti najbolje dokumentarne filmove iz Srednje i Istočne Europe. Vi ipak nudite nešto više od samih filmova – vi pružate iskustva! No, svemu tomu usprkos, možda ćete se ipak zateći u situaciji da ne uspijevate privući publiku. Sve se svodi na komunikaciju; ona ima ključnu ulogu u našem svakodnevnom životu, kao sredstvo za povezivanje s drugima te za razmjenu informacija. Učinkovita komunikacija s publikom, popraćena dobro osmišljenim marketingom i PR-om, presudna je za privlačenje gledatelja.

## Budžet

Budžet za PR često se podcjenjuje, posebice kod kulturnih i neprofitnih prostora koji prioritet daju financijskim ulaganjima u njihove programe, pri čemu zanemaruju potrebu za učinkovitom komunikacijom s javnošću. Pri sastavljanju proračuna ključno je odrediti specifične proračunske stavke, kako za odnose s javnošću, tako i za marketing. Adekvatna komunikacija bitna je za svaki kulturni događaj u programu i za promociju svakog filma koji se prikazuje. Prije nego što

finalizirate proračun, razmislite o tome kako namjeravate pridobiti svoju publiku – definirajte publiku, odredite najbolji način kako doći do nje i dodijelite sredstva u tu svrhu. Budite realni i dobro promislite o svemu. Kakav je učinak programskih plakata a kakav plakata samih filmova? Koliko ih zaista trebate i gdje je najbolje mjesto za njihovo postavljanje?

Kakav je doseg plaćenog oglašavanja na društvenim mrežama? Je li dobro podešen? Izbjegavate li plaćeno oglašavanje? O tome je dobro razmisliti ako želite postići širi doseg pojedinih objava i vaše stranice na društvenim mrežama. Uložite dodatan trud te pokušajte stvarati videozapise i *reelove*, priče (*stories*) itd. Tko je odgovoran za vaš PR? Kod odnosa s javnošću uloga PR menadžera često se podcjenjuje. Ta se pozicija ili kombinira s drugim odgovornostima ili podrazumijeva nisku zaradu, što od pojedinca zahtijeva rad na dodatnim projektima. Idealna je situacija kada je jedna osoba zaposlena na puno radno vrijeme odgovorna za komunikaciju s medijima, stvaranje sadržaja za društvene mreže ili web-stranicu, kao i smišljanje drugih aktivnosti povezanih s unaprjeđenjem vidljivosti programa.

Održavanje stalne komunikacije s publikom korisno je čak i izvan društvenih mreža. Komunikacija e-mailom ili *newsletterima* jednostavna je i povoljna opcija. No, pazite na to da je ponekad manje zapravo više. Odredite sadržaj i učestalost svoje komunikacije e-poštom kako ne biste doveli do zamora kod publike te pazite da sadržaj bude koncizan i zanimljiv.

Direktni marketing može poslužiti kao moćan alat pri određivanju ciljane publike i osmišljavanju učinkovitih strategija komunikacije. Također predstavlja ekonomičniju alternativu konvencionalnim metodama oglašavanja. Ako nemate *mailing listu* za slanje obavijesti vašim gledateljima, razmislite o tome da ih upitate žele li primati obavijesti o vašem programu kada dođu na projekcije. Drugi način izravne osobne komunikacije može uključivati grupe na WhatsAppu ili Signalu, što bi vam omogućilo da dijelite obavijesti o nadolazećim raspravama i projekcijama.

Moćan marketinški alat za koji ste vjerojatno čuli jest utjecaj pozitivnih preporuka, odnosno ono što nazivamo marketingom „od usta do usta“ ili *word of mouth*.

Kako biste to mogli optimizirati? Razmislite kako prijateljima dajete preporuke za restoran, hotel ili druga mjesta. Kakvu dodanu vrijednost pružate u tim situacijama te kada i gdje točno obično započinje takav direktni marketing?

Nakon svake rasprave i projekcije potaknite svoju publiku na istraživanje drugih filmova u vašem kuriranom programu, baš kao što to rade mjesta poput gruzijskog Art House Gori ili mađarskog Telep. Predstavite im glavnu temu filma i goste pozvane na raspravu. Budite kao Alternativ Közösségek Egyesülete i uvijek izložite plakat sljedećeg filma koji prikazujete.

Ako vam to prostor i tehničke mogućnosti dozvoljavaju, inspirirajte se Dokukinom, koje svoj program promovira putem originalnih videozapisa. Kasnije možete rasprave održane nakon

projekcija podijeliti na svojoj web-stranici ili društvenim mrežama ili istaknuti određene zanimljive trenutke s tih razgovora.

## Pravodobnost

Vrijeme je od presudnog značaja. Je li dovoljno objaviti na društvenim mrežama dan prije projekcije? Možete li se osloniti samo na plakate s vašim mjesečnim programom postavljene po gradu? Kulturni prostori nude raznovrsne programe, stoga je preporučljivo da sustavno pružate sveobuhvatne informacije o filmskom programu unaprijed i distribuirate plakate za filmove. Kada je idealan trenutak za početak oglašavanja određene projekcije i kako tome pristupiti? Postavite plakat filma na lokacije koje često posjećuju potencijalni gledatelji barem dva tjedna prije projekcije, uz navedene datume i vrijeme. Nadalje, krenite rano promovirati film na društvenim mrežama, putem lokalnih medija, izravne e-pošte i drugim kanalima. Ne zaboravite spomenuti što filmske projekcije na vašoj lokaciji čini posebnima.

## Povežite se s medijima

Na primjer, film možda nije dostupan putem redovite distribucije u kinima ili na televiziji, ili vaš događaj uključuje raspravu ili drugi program s uzbudljivim gostima. Od iznimne je važnosti da prepoznate te jedinstvene aspekte. Istaknuti kulturni centri poput Stanice Žilina-Záriečie u Slovačkoj i rumunjskog MA hub-a privlače najveći broj gledatelja, posebno tijekom ljetnih projekcija na otvorenom. Kakva su vaša iskustva?

Povežite se s predstavnicima medija, redovito ih obavještavajte o svom programu i pozivajte ih da sudjeluju na projekcijama. I u tom je kontekstu manje – više. Da biste osigurali da vaše poruke rezoniraju s predstavnicima medija, iskomunicirajte ih jasno, sažeto i umjereno. Zahvalite za svako spominjanje vašeg programa. Izradite kalendar za marketing s pomoću aplikacije Sheets na Google Driveu ili digitalne nadzorne ploče, na kojem ćete označavati dane za komunikaciju i odgovarajuće formate. Učinkovit marketing temelji se na jasnom planiranju.

Naposlijetku, potrebno je uzeti u obzir i vrijeme filmske projekcije. Odaberite optimalan dan i vrijeme u skladu s lokalnom sredinom, npr. proučite druge događaje u gradu sa sličnim filmovima ili veće manifestacije zbog kojih bi posjećenost mogla biti manja.

## Tko je vaša publika?

Očekivati da će film koji planirate prikazati odgovarati svima može biti kontraproduktivno. Trebali biste to pobliže odrediti i odrediti ciljanu publiku. Tko zaista želi vidjeti taj film i tko bi ga trebao vidjeti? Iako dolaze na vaša događanja, vaši posjetitelji vjerojatno imaju drugačije interese i perspektive od vaših. Gdje provode vrijeme kada nisu na vašoj lokaciji? Koji su im interesi? Jesu li

zaposleni, u školi ili na fakultetu ili su umirovljeni? Koje komunikacijske kanale preferiraju – Facebook, Instagram, izravnu e-poštu, plakate, radio, podcaste ili nešto drugo? Ako ne znate ili ne možete odgovoriti na ova pitanja, razmislite o provođenju ankete. Upitnik možete podijeliti kao sponzoriranu objavu na društvenim mrežama ili izravno posjetiteljima vaših događanja. Time se vraćamo zlatnom pravilu da manje znači više. Upitnik treba biti kratak, s jasnim i sažetim pitanjima. Ne zaboravite pitati ispitanike jesu li zainteresirani za primanje vašeg newslettera.

## Kako održati vjernu publiku?

Ako se nalazite u mjestu sa srednjim školama ili sveučilištima, razmislite o surađivanju s njima. Obratite se nastavnicima, posebno onima koji predaju predmete povezane s filmom, stupite u kontakt sa studentima i radite na razvoju i podupiranju te zajednice. Ako vas zabrinjava što se mladi vremenom odluče seliti zbog poslovnih prilika, daljnjeg školovanja ili osnivanja obitelji, nemojte smetnuti s uma da su s vama podijelili značajan dio svog života i da će vjerojatno nastaviti dijeliti svoje osjećaje i iskustva.

Za održavanje zajednice potrebno je prilagoditi program i metode komunikacije prema demografiji postojećih posjetitelja, a koja se uvijek mijenja, te istovremeno raditi na tome da privlačite novu publiku. Razmislite o tome da organizirate projekcije za roditelje s djecom. Dok odrasli uživaju u filmu na otvorenom, za djecu je organiziran poseban program s kreativnim aktivnostima u zatvorenom. Djeca također dobiju grickalice koje kasnije mogu ponijeti kući ako što ostane. Na taj se način stvara šarmantna atmosfera.

Osim redovitih gledatelja, FUTRA Club na filmove zove i mnoge druge, uključujući predstavnike lokalnih službi za društvene djelatnosti. Živi li značajan broj starijih osoba u vašem gradu? Uzmite ih u obzir prilikom sastavljanja programa, primjerice tako da se povežete s organizacijama i udrugama u kojima se okupljaju. Takva mjesta često posjećuju aktivni umirovljenici koji uživaju sudjelovati u novim aktivnostima, posebno onima povezanim s umjetnosti.

Surađujete li s gradom ili općinom? Imate li dobre odnose s vlasnicima obližnjih trgovina, kafića, slastičarnica, itd.? Možete izložiti filmske plakate na tim lokacijama i komunicirati s vašom publikom. Od najveće je važnosti da uspostavite veze između zajednica.

Izvrstan primjer ovog pristupa je kino u malom slovačkom gradu Stupava. Filmski plakati nalaze se po cijelom gradu, postavljeni su na razna mjesta poput trgovina, umjetničkih škola, slastičarnica ili restorana. Plakati služe kao temeljno sredstvo komunikacije s publikom, čime se potiče osjećaj pripadnosti među građanima – kino doživljavaju kao „svoje”.

Njihov prostor nalazi se u kulturnom centru. Ulaznice se mogu jednostavno kupiti u kafiću kina, koje usput nudi pića, kokice, te čak i knjige umjetničke tematike prikladne za djecu i odrasle. Da biste potaknuli svoju publiku, potrebno je puno više od običnog informiranja; nužno je ponuditi dodanu vrijednost cjelokupnom iskustvu.

**STUPAVA (SLOVAKIA)**

## **Istražite nove narative i aktualne teme**

Kojom se tematikom bavi film koji ćete prikazati na vašoj lokaciji? Koje probleme obrađuje? Prije nego što započnete komunikaciju o filmu, odgovorite na ta pitanja – opišite radnju filma, istaknite njegovu središnju temu i zainteresirajte publiku na osobnoj razini.

Uzmite primjerice film Sveta dilema. Jeste li se ikada zapitali kako je to biti rimokatolički svećenik? Kakve su posljedice celibata i je li on zaista nužan? Poznajete li svećenika koji se nije pridržavao celibata? Kako su ga ljudi tretirali? Pristupite tim pitanjima s puno obzira i razumijevanja. U komunikaciji i na raspravama povezanima s filmom možete otvarati relevantna pitanja, bilo da su od globalnog značaja ili specifična za vaše područje.

Prema temama obrađenima u filmu možete se dotaknuti i aktualnih društvenih zbivanja. Za primjer uzmite ovu objavu o projekciji dokumentarnog filma *Sedam zima u Teheranu*. „Danas je Svjetski dan borbe protiv smrtne kazne. Dokumentarni film *Sedam zima u Teheranu* redateljice Steffi Niederzoll trenutno se prikazuje u kinu i donosi životnu priču o Reyhaneh Jabbari, iranskoj studentici koja je u obrani ubila svog silovatelja i zbog toga osuđena na smrt.”

Na projekciju filma *Hecho en México* u mađarskom Kinodomino dizajnirali su pozivnice kao avionske karte za virtualno putovanje u Meksiko. Originalni vizuali privukli su pažnju na dokumentarni film koji se bavi povijesti meksičke kulture kroz glazbu. Događaj je pružio istinski meksičko iskustvo, uz meksičku hranu, glazbu i ukrase. Organizatori su nadišli samu filmsku projekciju i stvorili događaj koji biste željeli ponovno doživjeti.

KineDok projekcije imaju još jedan privlačan aspekt – rasprave. Kako je iskustvo pokazalo, ljudi uživaju prisustvovati događanjima na koje će doći poznate osobe u vašem gradu. Pozovite ih kao goste na raspravu nakon projekcije. Svaki KineDok dokumentarni film bavi se temama o kojima treba raspravljati. Svaki je film osvojio nagrade i prikazivani su na velikim festivalima. Takve informacije rezoniraju s publikom. Posebno zanimljiva i atraktivna može biti i uvodna riječ kustosa filmskog programa. Na primjer, kada gosti iz drugih nevladinih organizacija dobiju pozivnicu na događaj u budimpeštanski kafić **GÓLYA**, aktivno ga promoviraju na svojim društvenim platformama. Što su snažnije veze s drugim organizacijama i zajednicama, to je šira vaša potencijalna publika.

## Društvene mreže

Ljudi ih ne vole, a ipak na njima provode puno vremena. Koju društvenu mrežu preferira vaša publika? Koji je najbolji trenutak za objavu poziva na događaj? U svojoj knjizi nobelovac Daniel Kahneman opisuje dva sustava koji pokreću naše mišljenje. Prvi je brz, intuitivan i emocionalan, dok je drugi sporiji, usmjereniji prema cilju i logičniji. Balansiranje obaju sustava u našoj komunikaciji na društvenim mrežama od presudne je važnosti. Prevelika količina informacija koja pristiže sa svih strana skraćuje pozornost ljudima, posebno na društvenim mrežama.

Da biste privukli pažnju, dijelite vizualno privlačan sadržaj (fotografije, videozapise) koji će ljudima zapeti za oko dok brzo pregledavaju objave. Korisnici također žele vrijedan i sažet sadržaj koji će ih privući i motivirati da kliknu na poveznicu za više informacija i, konačno, prisustvovati projekciji filma. Pozivnice u zadnji trenutak bez „dodane vrijednosti” vjerojatno neće privući gledatelje. Koristite se jednostavnim, razumljivim jezikom i izbjegavajte pisanje čitavih sinopsisa u svojim objavama. Za primjer uzmite objavu za film *Ubojstvo tigra (To Kill a Tiger)* Nishe Pahuje.

KineDok je *brand* poznat po snažnim dokumentarnim filmovima. Uključite li fotografije i promotivne materijale s logotipom KineDoka, gledatelji koji su već uživali na prethodno organiziranim događajima zasigurno će se aktivirati. Vizualni identitet privlači pažnju već na prvi pogled. Povezan je s logotipom, ali i s vrijednostima koje njegujemo. Kada se pravilno i dosljedno primjenjuje, filmovi iz KineDok kataloga postaju trenutačno prepoznatljivi, čime se razvija trajna percepcija branda KineDok među publikom. Važno je dosljedno komunicirati taj identitet. Ne zaboravite koristiti #kinedok na društvenim mrežama kako biste povezali sve jedinstvene prostore KineDoka.

Osim osnovnih informacija o svakom filmu, KineDok vam osigurava plakate, sinopsise, fotografije s logotipom KineDoka, foršpane, *press kit*.

Svi resursi osmišljeni su kako bi vam pomogli u učinkovitoj komunikaciji vašeg programa i stvaranju iznimnih iskustava za široku publiku. Svaki član vaše organizacije aktivno doprinosi kreativnom procesu razvoja komunikacijskih alata u različitim fazama. Ipak smo zajedno jači!



Daniel Kahneman: Thinking, Fast and Slow <https://www.goodreads.com/book/show/11468377-thinking-fast-and-slow>

Clarke L. Caywood: Public Relations

KineDok survey ☺

<https://www.facebook.com/zuendfunk>

<https://www.instagram.com/sakhinyc/>

<https://www.facebook.com/documentaryscreenings>

PHOTOS:

GLISNÍKOVÁ, Lenka; MRÁČEK, Adam and Radka PISKAČOVÁ

Archive of our screening venues (Kinodomino, Futra)

Film still (Holy Dilemma)

Instagram (@sakhinyc)



# DRAGA PUBLIKO, TKO SI?

Autorica: Dina Pokrajac, voditeljica Dokukina KIC, Restart, Hrvatska



- > Draga publiko, tko si?
- > Kustoski odabir
- > Kino kao dnevni boravak
- > Ne samo filmske projekcije –  
ponudite iskustvo
- > Pronađi saveznike
- > Sedam ključnih stvari

*“Vaša ciljna publika uključuje sve, a što prije to shvatite, prije ćete postati uspješni.”*

**Nikica**

**KINOKLUB ŠIBENIK,  
HRVATSKA**

<http://kinomreza.hr/kinoklub-sibenik/>

Naredno poglavlje sažima iskustvo s prikazivanjem filmova za različite publike u hrvatskom **DOKUKINU**. Naš program primarno je usmjeren na trenutačna društvena događanja. Prikazujemo filmove koji obrađuju društveno i politički relevantne teme (npr. gentrifikacija, tzv. *odrastili degrowth*, ekologija, migracije, naslijeđa kolonijalizma, obrana zajedničkih dobara, spolna i rodna ravnopravnost, društvene promjene, pitanja demokratizacije i sudjelovanja, mediji i javna sfera, alternativni ekonomski modeli) na umjetnički produktivan i inovativan način. Bavimo se kontroverznim i osjetljivim temama te potičemo dijalog u okviru projekcija dokumentarnih filmova uz moderirane rasprave – sva su različita mišljenja dobrodošla, te potičemo otvoreno kritičko razmišljanje.

Dosta surađujemo s organizacijama civilnog društva i stručnjacima iz različitih područja, uključujući političke znanosti, sociologiju, filozofiju, ekologiju, antropologiju, povijest i ekonomiju. Time želimo kontekstualizirati teme koje određeni dokumentarci obrađuju na šire interdisciplinarni način. Često se susrećemo s kritikama na društvenim mrežama (koje uglavnom šalju pojedinci sa suprotnog dijela političkog spektra) na određene filmove koje prikazujemo, posebno one koji se bave Jugoslavijom i bivšim socijalističkim režimom ili osporavanim povijesnim događajima. Te su teme još uvijek bolne u našem društvu, a nažalost, kolektivno sjećanje neprestano se briše i ponovno ispisuje. Međutim, za nas je umjetnost uvijek politična i naša je dužnost pokrenuti rasprave o kontroverznim temama. Dokumentarci pomažu ljudima da otvore oči, razvijaju empatiju te bolje razumiju.

## Kustoski odabir

*“Ne mogu reći da je lako jer nije – sve to zahtijeva puno truda, a dovoljan je samo jedan film (za koji ste mislili da će biti zanimljiv) da zauvijek izgubite svoju publiku. Potrebno je održavati dobar program, stalno unositi novosti i davati sve od sebe. Najveća nam je nagrada kada nam ljudi priđu nakon što pogledaju film te nam, još uvijek pod dojmom, zahvale. Tada vidimo svrhu i smisao u svemu što radimo.”*

**Ana**

**SHPEENADOX, LABIN,  
HRVATSKA**

<https://www.facebook.com/shpeenadox/>

Prva stvar koju filmski kustos treba učiniti jest odrediti publiku kojoj se obraća. Ponekad, kada želimo doprijeti do svih, dođemo do bolne spoznaje da ne uspijevamo doprijeti ni do koga. Nikada nećete moći zadovoljiti sve, a u redu je ako ste upravo vi prvi gledatelj kojeg želite zadovoljiti. Kustos se mora nositi s dva suprotstavljena pristupa. S jedne strane, želimo razvijati široku i raznoliku publiku, ali s druge strane, određeni filmovi i teme privlačit će određenu publiku i specifične ukuse.

Kustose će cijeliti filmofili zbog njihovog poznavanja filma i izvrsnog ukusa, no kustosi moraju ostati pristupačni i manje „s sofisticiranoj“ publici, s povremenim interesom za dokumentarne filmove. Potonji dolaze na projekciju samo zato što su zainteresirani za određenu temu ili je vaša uspješna marketinška kampanja u njima probudila znatiželju. Vaš je cilj projekciju učiniti ugodnim iskustvom kako bi se vraćali na vašu lokaciju ili događaje. Primjerice, biografski i glazbeni dokumentarci uvijek su iznimno popularni. Gledatelji dokumentarnih filmova još uvijek se

uglavnom vode određenim temama te ne doživljavaju nužno dokumentarce kao legitimni oblik umjetnosti – naš je zadatak promijeniti njihovo mišljenje.

A sada je na vama da utvrdite i prepoznate važne i neodgodive teme (često zanemarene na drugim kulturnim događanjima) u svojim zajednicama i pokušate pronaći dokumentarce koji ih obrađuju na relevantan i umjetnički poticajan način. Temu možete sami smisliti, *brainstormati* o njoj s vašim timom, pitati ljude oko sebe ili pratiti trenutna događanja u medijima i na društvenim mrežama. **KINEDOK KATALOG** dobar je početak.

Primjerice, ***KROĆENJE VRTA (TAMING THE GARDEN)*** jedan je od mojih osobnih favorita iz 2021. godine i primjer izazovnog filma koji kombinira sva tri segmenta publike. Ova vizualno impresivna filmska poema privlači i filmofile i širu tematski orijentiranu publiku zbog poučne priče o otpornosti prirode i ljudskoj pohlepi (posljednjih godina naši gledatelji posebno su zainteresirani za ekološke teme, posebno mlađi). Nemojte podcjenjivati svoju publiku, ali nemojte ni udovoljavati svakoj njihovoj želji, te nemojte biti pretenciozni snob. Prepoznajte trenutak kada trebate igrati na sigurno i odabrati lagani film, festivalskog miljenika ili film popularnog lokalnog putopisca. No vaš program mora imati prepoznatljiv potpis, stoga se ne ustručavajte donositi hrabre i odvažne kreativne odluke prilikom selekcije filmova. Također biste trebali težiti inkluzivnosti i biti otvoreni za prijedloge iz zajednice (naši nam se gledatelji javljaju putem e-maila, komentara putem društvenih mreža ili odgovora na povremene upitnike koje dijelimo nakon projekcija).

## Kino kao dnevni boravak

Uvijek imaj na umu da dolazak na projekcije dokumentarnih filmova predstavlja društveni događaj. U Dokukinu naša je glavna ambicija prikazivati aktualne dokumentarce u ugodnoj i intimnoj atmosferi te pretvoriti našu dvoranu u dnevni boravak, s udobnim stolicama i izravnim kontaktom s filmašima i kreativnim timom iza projekta. Redovito komuniciramo s našim posjetiteljima i rado odgovaramo na sve njihove komentare i prijedloge.

Često primamo poruke od članova publike koji kažu: „Trebali biste prikazati ovo“ ili „To je bila fantastična večer“. Iako zvuči kao kliše, ljudi primijete kada volite ono što radite; ako vam se ne sviđa mjesto gdje radite, to će osjetiti i nitko neće doći. Za nas je važno da ljudi uživaju doći u našu dvoranu, postavljati pitanja našem timu i sudjelovati u događanjima.

Ponekad su potrebne male geste da bi se osjećali dobrodošlima i opuštenima; na primjer, potičemo naše gledatelje da ponesu piće iz bara ili vlastite grickalice u dvoranu. Kako i volimo pse, uvijek imamo zdjele za vodu i poslastice kako bi i njihovi ljubimci uživali u posjetu kinu. Također, pobrinite se da vaš osoblje razgovara s gledateljima i uključuje ih u opsežne i argumentirane razgovore o temama povezanim s filmom. Nemojte biti defenzivni kada se suočite s kritikama – čak i ljutita gospoda i gospođe mogu dati vrijedan doprinos.



## Ne samo filmske projekcije – ponudite iskustvo

KAKO POBUDITI ZNATIŽELJU PUBLIKE?

*“Uspješna je svaka promidžba koja se ciljanoj publici ne čini kao da pristiže od strane korporacije.”*

**Nikica**

**KINOKLUB ŠIBENIK,  
HRVATSKA**

<https://kinomreza.hr/kinoklub-sibenik/>

Kako probuditi znatiželju kod publike i dalje je najveći izazov. Ruku na srce, film izvrsne kvalitete i aktualne tematike često nije dovoljan sam po sebi da bi privukao pažnju. Ne možemo samo prikazivati filmove; moramo pružiti iskustvo. Premijere filmova u Dokukinu gotovo su uvijek popraćene razgovorima s filmskom ekipom, panel-diskusijama na tematiku filma ili drugim posebnim događanjima.

Za svaki novi film ciljamo specifičnu publiku; osim redovite reklame i promocije, svaki mjesec organiziramo specifične promotivne kampanje u kojima koristimo komunikacijske kanale i promotivne alate privlačne određenoj publici. Ne ciljamo isključivo na filmofile, već se za svaki film trudimo izgraditi mrežu kontakata koje želimo informirati o njemu, uključujući nevladine organizacije, udruge, *brandove* i medije koji su specifično povezani s temom koju istražuje odabrani dokumentarni film.

Na primjer, za film **KING SKATE** obratili smo se skejterima i pojedincima na punk-sceni (kontaktirali smo lokalne skejterske klubove i alternativne klubove poput **MOCHVARE**; čak smo saznali da se svake godine u Istri održava **VLADIMIR SKATE FILM FESTIVAL**). S druge strane, povodom projekcije filma **PALAČA ZA NARODE (PALACE FOR THE PEOPLE)** obratili smo se lokalnim arhitektima, urbanim antropolozima, urbanistima i studentima dizajna i arhitekture. Smislili smo cjelokupni program oko spomenute tematike, **ARHITEKTURA I SJEĆANJE**, uz druge filmske naslove te panel-diskusiju na kojoj su sudjelovali stručnjaci.

Kada smo prikazali **SOLO**, organizirali smo razgovor s profesoricom klavira i iznimno talentiranom Virnom Kljaković te psihijatrom Hrvojem Handlom. Oni su rado podijelili svoja iskustva s nama, te time pružili dodanu vrijednost našoj publici. Također smo se obratili glazbenim školama i Kliničkoj bolnici Vrapče koja organizira filmsko-diskurzivni program pod nazivom **FILM I PSIHIJARIJA** za svoje studente i pripravnike u suradnji s Hrvatskim društvom filmskih kritičara.

Nastojimo slaviti filmsku kulturu te istovremeno promicati kulturu odlaska u kino. Kako bismo postigli taj cilj, organiziramo raznolik program događanja kojim se trudimo maksimalno iskoristiti dostupne prostore uz kinodvoranu – kafić za održavanje diskusija nakon projekcija, radionice i razgovore, knjižaru za kupovinu filmskih časopisa i publikacija, izložbeni prostor za video-instalacije, filmske plakate i fotografije, te otvorene večeri za davanje osvrta na filmove ili razgovor o novim filmovima, uz mnogo drugih stvari.

**DOKUKINO, ZAGREB**

*<https://dokukino.net>*

S obzirom da posjećenost obično počinje opadati u lipnju, od početka srpnja do druge polovice rujna organiziramo projekcije na otvorenom u **ART PARKU ZAGREB**, zelenoj oazi u centru Zagreba i savršenom mjestu za opuštanje tijekom vrućih ljetnih mjeseci. 2023. održali smo i program **DOKSI UKLETI**, seriju vrlo uspješnih projekcija u Kleti, revitaliziranom prostoru koji koriste lokalni umjetnici u usponu i kulturni profesionalci.

U našem cilju privlačenja publike za kreativne dokumentarce i teme koje želimo obraditi pronalazimo saveznike među lokalnim umjetnicima, aktivistima, obrtnicima i lokalnim inicijativama, dok filmske projekcije postaju dio šireg spektra događanja (koncerti, radionice, ulična umjetnost, buvljaci). Na primjer, *Srpanj bez plastike* sjajna je inicijativa koja nam pomaže prikazivati ekološke dokumentarce u suradnji s lokalnim udruženjem **ZELENA AKCIJA**.

- pratite trenutne događaje, prepoznajte društveno i politički relevantne teme te potičite raspravu



- donosite odvažne i kreativne odluke prilikom razvijanja programa i nikada nemojte podcjenjivati svoju publiku
- uključite zajednicu i budite otvoreni za prijedloge – učinite program raznolikijim i potaknite zajednicu na sudjelovanje
- učinite male geste kako bi se vaša publika osjećala ugodno te vraćala na vašu lokaciju ili projekcije
- nemojte se zadovoljiti samo prikazivanjem filmova; svojoj publici osigurajte nezaboravno i ugodno iskustvo
- izgradite široku mrežu kontakata i ciljajte svoju publiku posebno za svaki novi film s personaliziranom i originalnom digitalnom marketinškom strategijom
- osigurajte dodatne aktivnosti (radionice, performanse, izložbe, koncerte, itd.)

#### FOTOGRAFIJE:

BISTRČIĆ, Sanja; ŠARLIJA, Zoe; MAGZAN, Anto; PLANINC, Borut, BERDAIS, Klara and Leonardo  
KLANCIR  
Archive of our screening venue (Dokukino)

# FILMSKE PROJEKCIJE POD PRITISKOM

Autorica: Mariam Jachvadze, voditeljica produkcije, Chai Khana Media, Gruzija



- > Borba za demokraciju
- > Osjetljiv sadržaj u manjim mjestima
- > Suradnja s civilnim društvom
- > Nepredvidljivi ishodi rasprava
- > Prkositi potencijalnim preprekama
- > Sjećanje kao povod za sukobe
- > Filmovi pod političkim pritiskom
- > Sedam ključnih stvari

## Borba za demokraciju

U doba kada se borba za demokraciju približava prekretnici, sloboda govora nalazi se pod iznimnim pritiskom. Uslijed sve većeg narušavanja privatnosti, zastrašivanja i poticanja na samocenzuru kako *online*, tako i *offline*, sloboda samoizražavanja također vremenom slabi, prema izvještaju **FREEDOM IN THE WORLD** iz 2023. godine. Istočna Europa pritom ne čini nikakvu iznimku. Rat između Azerbajdžana i Armenije, rat u Ukrajini i prosvjedi u Gruziji učinili su život u regiji nestabilnim i nesigurnim. U krhkoj demokraciji ljudi koji se bave umjetničkim radom suočavaju se s izazovima na različitim razinama. Politički pritisak nije jedini problem – ultranacionalistički pokreti i ultrakonzervativne skupine imaju izravan utjecaj i na određene kulturne događaje i proces filmske distribucije. Ti pokreti jačaju kada ljudska prava, posebno prava manjina, nisu dovoljno zaštićena.

Nadalje, u tradicionalnijim društvima publika je često osjetljiva na *queer* teme ili tematiku istospolne ljubavi. Stoga filmovi koji prikazuju takve odnose nisu pretjerano dobrodošli i cijenjeni. Filmaši i organizatori projekcija, uključujući voditelje lokacija, moraju razmotriti sve moguće komplikacije u zemljama poput Gruzije, Azerbajdžana, Mađarske ili Rumunjske.

U narednom ćemo poglavlju ponuditi nekoliko primjera kako se filmaši i organizatori filmskih događanja nose s političkim i društvenim pritiscima na koje nailaze. Nadamo se da će vam to pokazati da je filmove moguće prikazivati čak i u izazovnim sredinama.

## Osjetljiv sadržaj u manjim mjestima

Čini se da ova praksa nije jedinstvena za gruzijski kontekst već se javlja i u drugim zemljama poput Rumunjske, gdje se svakom filmu odabranom za prikazivanje pristupa s oprezom. Sam proces odabira izazovniji je u manjim gradovima i mjestima s ograničenom publikom. Predstavnici kulturnih centara na tim područjima ulažu značajan trud kako bi proširili publiku i pokrenuli rasprave o temama relevantnima za njihovo društvo. Njihov je cilj uključiti publiku i povezati se s njom.

Simion Pop, trenutno zaposlen u Palači kulture u Bistriți u Rumunjskoj, potvrđuje da osjetljive teme postoje, kao i da postoji doza nesigurnosti oko njihovog mogućeg utjecaja na publiku. U manjim sredinama potrebno je postići delikatan balans između potrebe da privučete više gledatelja ali i želje da ih ne otuđite.

*„Postoje osjetljive teme za koje ne znamo kako ih uključiti i hoćemo li njima proširiti ili smanjiti publiku – malen je ovo grad i ne želimo se udaljiti od naše publike. Nismo New York, gdje se ne morate previše brinuti o tome što prikazujete jer će se za sve pronaći određena publika. Moram paziti na teme na koje su ljudi osjetljivi, čak i kada se s time ne slažem.“*

**Simion**

**PALAČA KULTURE  
BISTRITA, RUMUNJSKA**

<http://www.palatulculturiiibistrita.ro>

## Suradnja s civilnim društvom

U Hrvatskoj je iznimno važna misija dokumentarnim se filmovima dotaknuti trenutnih društvenih i političkih pitanja. Lokalni predstavnici KineDoka aktivno se trude prihvatiti različite stavove i poticati kritičko razmišljanje. Njihov pristup filmskim projekcijama uključuje široku suradnju s raznim organizacijama civilnog društva i stručnjacima iz različitih područja, uključujući političke znanosti, sociologiju, filozofiju, ekologiju, antropologiju, povijest i ekonomiju. Time nastoje kontekstualizirati teme koje se obrađuju u određenim dokumentarcima na šire interdisciplinarni način.

U Češkoj možemo pronaći još jedan pozitivan primjer poticanja na razmjenu ideja i misli među raznolikom publikom u okviru KineDoka. U KineDok katalogu za 2022. godinu nalazi se film **TOBI U BOJAMA DUGE**. Dokumentarni film prati Emu i njezinu obitelj u malenom selu u Mađarskoj. Emino 16-godišnje dijete nedavno je obznanilo da je transrodno te da odsad živi pod odabranim imenom Tobi. „*Emotivna priča o oslobađanju i prihvaćanju*“, kako se navodi u sinopsisu, impresionirao je Ivanu iz Kulturno-sportskog centra Hrubínka u Češkoj. Ona napominje da ju je iznenadila reakcija publike na film.

Gruzija je također uspjela pokazati da, ako odaberete prostor za projekciju s publikom na umu te uzmete u obzir kontekst svoje zemlje, uspjeh vašeg događaja je zajamčen. Čak i uz opasnosti povezane s prikazivanjem LGBTQI filmova u Gruziji, gdje aktivne skupine ekstremne desnice predstavljaju potencijalnu prijetnju, KineDok Gruzija uspješno je organizirao dvije javne projekcije *Tobija u bojama duge* bez ikakvih problema.

*„Kada smo prikazivali Tobija u bojama duge, primijetila sam nekoliko vrlo macho momaka u publici za koje sam očekivala da će napustiti projekciju. Ostali su i bili potpuno oduševljeni načinom na koji se Tobi nosi sa životom i kako izgleda potraga za pravim identitetom.“*

**Ivana**

**KULTURNO-SPORTSKI  
CENTAR HRUBÍNKA,  
ČEŠKA**

<https://www.facebook.com/hrubinka>

## **Prkositi potencijalnim preprekama**

Ovo postignuće posebno je značajno za Natali Chkhartishvili, koordinatoricu KineDoka u Gruziji. Javno prikazivanje filma i suprotstavljanje potencijalnim preprekama predstavlja veliki uspjeh. Projekcije su uspjele potaknuti rasprave i stvoriti empatiju, što je dokaz moći koliko je važno promišljeno odabrati prostor za prikazivanje filma kada se osjetljive teme obrađuju unutar određenog kulturnog konteksta.

*„Imali smo priliku organizirati zatvorenu projekciju za novinare iz Južnog Kavkaza koji su sudjelovali na radionici koju je organizirala Chai Khana Media pod nazivom Kako izvještavati o queer temama? te dodatnu projekciju u Galeriji Untitled To je bila naša namjerna i svjesna odluka jer se radi o lokaciji na kojoj se često organiziraju događaji za queer zajednicu i u suradnji s njom. Zbog toga smo bili sigurni da nećemo imati problema i smatrali smo ga sigurnim prostorom za raspravu.“*

**Natali, Chai Khana Media, Gruzija**

Mnogo je čimbenika koji mogu podijeliti ljude, među kojima je i sjećanje. Ono može poslužiti kao povod za sukobe i otpor, pogotovo kada se organiziraju projekcije filmova koji se bave povijesnim događajima. No, sjećanje također može poslužiti kao snažno sredstvo za razmišljanje i dijalog. U Hrvatskoj se filmovi koji se bave Jugoslavijom i bivšim socijalističkim režimom i dalje

smatraju problematičnima te je potreban oprez kako bi se izbjegle kontroverze među stanovništvom. Učenici i nastavnici najbolja su ciljana publika za tu vrstu dokumentarnih filmova.

Dina Pokrajac, iz zagrebačkog Dokukina, spominje izazove povezane s projekcijama filmova koji se odnose na osporavane povijesne događaje. Napominje:

*„Osporavani povijesni događaji još uvijek su bolna tema u našem društvu, a nažalost, kolektivno se sjećanje stalno briše i ponovo ispisuje. Određene filmove planirali smo prikazivati srednjoškolcima i maloljetnicima. Isprva smo imali problema s nabavljanjem pristanaka od njihovih roditelja i ravnatelja škole, ali smo ih na kraju uspjeli uvjeriti. Uvijek se trudimo osigurati širu perspektivu na teme s pomoću dobro moderiranih rasprava i pouzdanih stručnjaka.”*

## Filmovi pod političkim pritiskom

Puno je teže nositi se s političkim pritiskom, pogotovo kada uključuje interese oligarha ili najutjecajnijih osoba u zemlji. Posljednji dugometražni film Salomé Jashi, **KROĆENJE VRTA**, predstavlja značajan uspjeh za gruzijsku kinematografiju – osvojio je niz nagrada na međunarodnim festivalima te je prikazan i na Sundanceu u natjecateljskoj kategoriji. Međutim, u domovini je postao najkontroverzniji film zbog neizravnog pozivanja na Bidzina Ivanishvilija, osnivača vladajuće stranke Gruzijci san – Demokratska Gruzija.

U ljeto 2021. godine Jashi je ušla u pregovore s jedinim lancem kino-dvorana u Gruziji, Cavea, oko prikazivanja filma lokalnoj publici. Nakon više mjeseci razgovora Jashi je dobila službenu odbijenicu uz obrazloženje: „Nemamo praksu nuđenja dokumentarnih filmova.“ Takav odgovor djelovao je neuvjerljivo s obzirom da Cavea obično uzima igrane i dokumentarne filmove od filmskih produkcija, stavlja ih na svoju platformu (samo za pretplatnike) te ih prikazuje u kino-dvoranama. Iste godine mnogi voditelji lokacija u raznim regijama Gruzije, uključujući Kvemo Kartli, Ozurgeti i Batumi, suzdržali su se od prikazivanja filma kako bi izbjegli potencijalne sukobe s lokalnom vlašću.

Takav strah nije stran Mindia Esadzeu, novom direktoru Gruzijske filmske akademije u Tbilisiju, neovisnom, neprofitnom pravnom subjektu usmjerenom na razvoj i popularizaciju gruzijske kinematografije. *Kroćenje vrta* odobreno je za prikazivanje na lokaciji Cinema House sedam puta. Međutim, obećanje nije ispunjeno – planirane projekcije naglo su otkazane u tom kinu u Tbilisiju. Jashi se prisjeća direktorovog odgovora:

*"On [Mindia Esadze] mi je rekao da neće prikazivati film koji izaziva različita mišljenja i dijeli ljude po političkoj osnovi. Nadodao je i da ne želi biti žrtva."*

Takav razvoj događaja privukao je značajan interes društva i potaknuo razne udruge da se zauzmu za projekciju filma. Među njima su bili Haraki Theatre, Goethe-Institut Georgia, Cafe Ezo, Cafe Mziuri i drugi. Sve su projekcije prošle dobro.

Dokumentarni film *Kroćenje vrta* nastavio je svoje putovanje te dobio na važnosti usred trenutnih filmskih prosvjeda povodom reorganizacije Gruzijuskog nacionalnog filmskog centra. U lipnju 2023. Irakli Kobakhidze, lider vladajuće stranke, javno je kritizirao redateljicu Salomé Jashi i njezin film, nazivajući ga „sramotnim“ i „apsurdnim“. **KRITIZIRAO** je Gruzijuski nacionalni filmski centar što dopušta takvim projektima da napreduju (tj. uz financijsku podršku Nacionalnog filmskog centra): „*Film s takvim sramotnim sadržajem ne bi se smio producirati, umjesto toga bismo trebali raditi filmove s pravim sadržajem*“, izjavio je pred novinarima 19. lipnja 2023. godine.

Već sljedeći dan KineDok Gruzija pokazala je svoju ustrajnost i odlučnost te promptno organizirala dvije projekcije *Kroćenja vrta*. Oko 100 ljudi se okupilo i aktivno sudjelovalo u raspravi koja je uslijedila nakon projekcije. Oni koji nisu mogli prisustvovati zatražili su pristup filmu putem VOD platforme.

*„Primali smo na desetke poruka svaki dan tijekom cijelog tjedna. U tako nestabilnom okruženju VOD pristup održivo je rješenje za brzo širenje filma na svim frontama.“*

**Natali Chkhartishvili, koordinatorka KineDoka, Gruzija**

Cenzura i politički pritisak potaknuli su filmske profesionalce i zaljubljenike u kino na nove pokrete. **GRUZIJSKI FILM JE POD PRIJETNJOM** odgovor je na opake odluke Ministarstva kulture Gruzije. Kao dio njihovog prosvjednog pokreta, pokrenuta je nova serija projekcija pod nazivom *Gruzijuski film za gruzijusku publiku*. Ova inicijativa omogućava građanima da gledaju i uživaju u suvremenim gruzijuskim filmovima u vlastitim dvorištima diljem zemlje. U vrijeme kada gradskih kino-dvorana nema, sami filmovi uspijevaju doprijeti do svoje publike.

## Sedam ključnih stvari

Na temelju svih ovih različitih iskustava, novi koordinatori projekcija i voditelji lokacija mogu imati značajne koristi od sljedećih savjeta:

- *Potrebno je razumjeti jedinstveni politički, kulturni i društveni kontekst svoje zemlje i društva. Prilagodite svoj pristup kako biste ispoštovali osjetljive teme i preferencije vaše publike.*
- *Radite na razvoju prijateljske i sigurne atmosfere pozivanjem gostiju, predavača i stručnjaka za rasprave nakon projekcije. To može poboljšati ukupno iskustvo i pružiti dodatne uvide publici.*
- *Dopustite publici da raspravlja i razmišlja o temama prikazanim u filmovima.*



- Razmislite o jeziku i općoj strategiji promidžbe, posebno za filmove koji se bave osjetljivim temama.
- *Potičite otvorene razgovore koji promiču razumijevanje i ljude povezuju, te time stvorite inkluzivno i korisno iskustvo.*
- *Razmislite o alternativnim prostorima za prikazivanje filma (ili o privatnim projekcijama na pozivnice) na kojima je sigurnost zajamčena.*
- *Istražujte kreativne načine organiziranja prosvjeda i pružanja podrške.*

Pročitaj više:

[civil.ge/archives/491900](https://civil.ge/archives/491900)<https://civil.ge/archives/491900>

[eurasianet.org/georgian-culture-vs-georgian-culture-minister](https://eurasianet.org/georgian-culture-vs-georgian-culture-minister)<https://eurasianet.org/georgian-culture-vs-georgian-culture-minister>

[civil.ge/archives/556457](https://civil.ge/archives/556457)<https://civil.ge/archives/556457><https://civil.ge/archives/548248>

FOTOGRAFIJE:

CHKHARTISHVILI, Natali

Film stills (Taming the Garden, Colors of Tobi, Once Upon a Youth)

# MLADOST – LUDOST: RAZVOJ MLADE PUBLIKE

Autorica: Dina Pokrajac, voditeljica Dokukina KIC, Restart, Hrvatska



- > Razvoj mlade publike
- > Demokracija za početnike —  
Poticanje na otvoreni kritički dijalog
- > Bez dociranja
- > Filmska početnica — Ljubav prema  
filmu kreće od najranije dobi
- > Dokukino Eter — Sudjelovanje je  
ključ
- > Osam ključnih stvari

*„Naš program prvenstveno je usmjeren na mladu publiku, a posebno studente, koje se trudimo potaknuti da razvijaju sposobnosti kritičkog razmišljanja i sudjeluju u interaktivnim raspravama. Istovremeno želimo promovirati društveno angažirane i umjetnički snažne dokumentarce. Vjerujemo u budućnost kina i smatramo da ništa ne može nadomjestiti čaroliju filmske projekcije, pažljivo selektiranih programskih sadržaja i kolektivnog iskustva gledanja i promišljanja filmova.”*

**Dina**

**DOKUKINO, ZAGREB**

<https://dokukino.net>

## **Razvoj mlade publike**

U Hrvatskoj čak 40 % mladih u dobi od 16 do 29 godina ne posjećuje kino redovito. Treba istaknuti kako, prema broju prodanih ulaznica, većina mladih u kina odlaze zato što prate američku filmsku produkciju u vidu holivudskih franšiza i *blockbustera*. U usporedbi s time, europski nezavisni film značajno zaostaje (udio američkih filmova iznosi 82 % publike). Takozvani „digitalni domoroci“ (*digital natives*) odrasli su uz internet i uglavnom komuniciraju putem društvenih mreža i digitalnih tehnologija. Kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 dodatno je ojačala apetit mlađih generacija za *online* sadržajem i sve više individualiziranim i otuđenim načinima gledanja filmova putem raznih digitalnih ekrana. Ti su podaci alarmantni i ukazuju na neizvjesnost dugoročnog opstanka nezavisnih kina.

U Dokukinu u Zagrebu organiziramo više programa za djecu, adolescente i mlade osobe, kojima se želimo suprotstaviti tim negativnim trendovima, time što potičemo na sudjelovanje i demokratiziramo postupak selekcije, produkcije i distribucije filma. Čak i ako niste vlasnik kina, ovo vas poglavlje može nadahnuti da počnete raditi s mladom publikom koja vremenom može postati redovita.



## Demokracija za početnike — Poticanje na otvoreni kritički dijalog

*Demokracija za početnike* je ciklus projekcija dokumentarnih filmova popraćenih interaktivnim raspravama s namjerom osvještavanja djece osnovno- i srednjoškolske dobi o izazovima suvremenog društva, definiranja osnovnih pojmova i poticanja na otvoreno kritičko promišljanje. Tim posebnim programom, koji organiziramo u suradnji s **HRVATSKIM DEBATNIM DRUŠTVOM**, želimo stvoriti siguran prostor za raspravu, gdje srednjoškolci mogu pristupati ozbiljnim i osjetljivim temama, naučiti kako da izraze svoje stavove i mišljenja o filmu i njegovoj tematici te kako da argumentiraju na jasniji način. Filmovi se biraju prema temama koje se tiču aktualnih izazova s kojima se mladi suočavaju, širih društvenih problema općenito, indikacija prava i odgovornosti u društvu, moralnih odnosa i ponašanja prema vršnjacima, kao i odgovornosti prema sebi i širem okolišu.

Među filmovima koje smo nedavno prikazali iz KineDok kataloga su **TOBI U BOJAMA DUGE** (*Colors of Tobi*, 2021), koji se bavi transrodnim identitetom i borbom za prihvaćanje, te **LAKE LEKCIJE** (*Easy Lessons*, 2018), koji obrađuje migrantsko iskustvo u priči o Kafiji koja se

pokušava prilagoditi kulturi potpuno različitoj od one u kojoj je rođena. Oba filma pristupaju temama iz tinejdžerske perspektive, što ih čini pristupačnijima i razumljivijima. Potičemo djecu i mlade da verbaliziraju svoje nedoumice i neslaganja, postavljaju pitanja i izražavaju svoja mišljenja. Za određene smo filmove imali problema s dobivanjem pristanka od njihovih roditelja i nastavnika zbog osjetljivosti tema (npr. transrodni identitet, tinejdžerska trudnoća, konzumacija alkohola i droga), ali smo ih naposljetku ipak uspjeli uvjeriti u važnost toga. Pritom smo naglasili da ćemo pružiti uravnoteženu perspektivu s pomoću moderiranih rasprava i uvodima stručnjaka. U takvim vam situacijama pomaže ako imate pisanu preporuku određenih javnih institucija (u našem slučaju, Hrvatskog audiovizualnog centra ili Ministarstva znanosti i obrazovanja), jer time potvrđujete da je film pogodan za gledanje i maloljetnicima (dobne granice moraju biti naznačene).

Da biste krenuli s filmskim projekcijama u školama, potrebno je prvo stvoriti vlastitu mrežu nastavnika, profesora i ostalih odgovornih osoba u obrazovanju koji su prema vama prijateljski nastrojeni i spremni poslušati vaše prijedloge filmova. To mogu biti vaši negdašnji nastavnici ili ljudi koje poznajete putem prijatelja i kolega. Oni su krajnji „čuvari” u tom procesu – prvo njih morate osvojiti kako biste doprli do djece i tinejdžera. Oni su ti koji će se zauzeti za vas kad se suočite s pretjerano zaštitnički nastrojenim i zabrinutim roditeljima ili nametljivim ravnateljima. U Hrvatskoj sve ovisi o pojedinoj školi – ponekad vam je potrebna suglasnost ravnatelja ili pedagoga, ali uglavnom je odluka na nastavnicima. Suglasnost roditelja obično nije potrebna, ali može doći do problema ako je tema kontroverzna ili ako kasnije za to čuju od svoje djece. Stoga je dobro biti pripremljen na eventualne kritike ili ih unaprijed obavijestiti. Ključno je imati povjerenje učitelja i nastavnika, a to se može postići samo putem osobnog kontakta. Ugled i povjerenje grade se godinama, a dovoljan je jedan štetna projekcija ili neprikladan film da uništi tu vezu. Zato se pobrinite da se prilikom odabira filmova za mladu publiku svakako konzultirate sa svim uključenim stranama.

Primjerice, kako biste stvorili ugodnu atmosferu, možete formirati savjetodavno vijeće tinejdžera ili se posavjetovati s učiteljima i stručnjacima za medijsku pismenost kako bi vam pomogli isplanirati i promovirati programe za mlade. Preporučljivo je i da razvijete dodatne edukativne materijale kako biste učiteljima i drugim suradnicima olakšali moderiranje rasprave s djecom. Obratite se stručnjacima i izradite digitalne ili tiskane brošure koje sadrže osnovne informacije o filmu, objašnjenja ključnih pojmova, smjernice i moguća pitanja za raspravu, prijedloge dodatnih aktivnosti ili popis preporuka za dodatno čitanje i gledanje. Također možete zamoliti redatelje da snime kratke video uvode za prikazivanje prije filma ili pozvati gostujuće predavače da pripreme informativne prezentacije u PowerPointu. Korisno je stvoriti vlastitu bazu podataka s imenima i kontaktima nastavnika te predmetima koje predaju. Iako je inicijalno uključivala tek nekoliko imena, naša je baza sada prilično opsežna. S njima redovito komuniciramo

te im šaljemo naš katalog na početku školskog semestra kako bi mogli isplanirati aktivnosti s učenicima na vrijeme.

## Bez dociranja

Prilikom biranja programa za mladu publiku važno je zapamtiti da im ne docirate. Postoje određene vrijednosti koje želimo da nauče, kao i umjetnička vrijednost određenih filmova koju želimo prenijeti, ali važno je da ih uključite u sam proces donošenja odluka – pitajte ih za povratne informacije o onome što gledaju i implementirajte to u svoj budući odabir. Važno je poučiti djecu o ekspresivnim mogućnostima dokumentarnog roda. Mnogi su se s dokumentarnim filmovima susreli isključivo u okviru tematike stvarnih zločina, prirode ili povijesnih tema na televiziji i mrežnim platformama, te ne razmišljaju o njima kao o umjetnosti. Pozovite redatelje i filmske profesionalce ili filmske kritičare koji mogu analizirati strukturu filma i objasniti kako film pristupa određenoj temi ili kako se protagonisti prikazuju u filmu.

### DOKUMENTARNI FILM KAO UMJETNIČKA FORMA

Nemojte ih podcjenjivati ili izbjegavati važne teme i kulturne filmove samo zato što ih je izazovno obrađivati. Za sve što vrijedi potreban je trud, a kada podučite djecu kako pristupati kompleksnom sadržaju, pomažete oblikovati njihov budući ukus. Učiti kako gledati film isto je kao što se uči kako čitati knjige; radi se o vještini koju usavršavamo kroz strpljenje, dijalog i razmjenu. Jednom smo prilikom organizirali projekciju **MEDENE ZEMLJE** za srednjoškolce u Dokukinu. Nastavnici su bili uvjereni da će im biti dosadno jer se radi o vrlo sporom, umjetničkom filmu, ali mladi su vrlo pozitivno reagirali. Bilo je sjajno vidjeti ih kako prepoznaju umjetničku stranu filma i komentirati kako misle da se radi o igranom, a ne dokumentarnom filmu. Također smo dobili priliku upustiti se u klasičnu raspravu o odnosu između dokumentarnog i stvarnog te o prividnoj objektivnosti kamere. Kako bismo temu filma približili djeci, u goste smo pozvali pčelara koji ih je podučavao o proizvodnji meda i predstavio umjetnost pčelarstva.

## Filmska početnica — Ljubav prema filmu kreće od najranije dobi

Važno je i organizirati praktične aktivnosti, poput radionica za izradu filmskog plakata, videoigre ili kratkog dokumentarnog filma. Naučite djecu kako upotrebljavati softver za video-produkciju i potaknite ih na istraživanje filmskih tema putem slika i zvuka. Na primjer, **FILMSKA POČETNICA** je edukativni program koji smo pokrenuli s namjerom da u praksi primjenjujemo inovativan i originalan pristup filmskom obrazovanju od najranije dobi. Program omogućuje djeci u predškolskoj i osnovnoškolskoj dobi da upoznaju osnovne elemente filmskog i medijskog stvaralaštva i ovladaju njima kroz različite tematske module: fotografija, montaža, pisanje scenarija i filmske priče, glazba u filmu, zvuk i zvučna slika, 3D modeliranje, eksperimentalne tehnike, interaktivna i stop-animacija, cijanotipija i razne druge tehnike.

**FILMSKA POČETNICA**

<https://filmskapocetnica.restarted.hr/abc-of-film-2-2/>

## Dokukino Eter

Godine 2023. pokrenuli smo novi mjesečni filmsko-diskurzivni program, *Dokukino Eter*. U sklopu projekta pomažemo studentima samostalno odabirati filmove, moderirati rasprave s gostima i smišljati te organizirati događanja. Kroz seriju susreta s filmskim umjetnicima pružamo im jedinstven uvid u naš kreativni proces, a istovremeno ih potičemo da se izraze kreativno kroz radionicu i digitalnu kampanju *Gledaj svijet, mijenjaj svijet*, na kojoj snimaju kratke tematske videozapise na svojim pametnim telefonima. Na taj način Dokukino postaje prostor za stvaranje i

otkrivanje novih talenata. Za projekte poput ovih važno je pronaći prave partnere kako biste doprli do ciljane publike.



Projekt nastaje u suradnji s  
**KLUBOM STUDENATA FAKULTETA POLITIČKIH ZNANOSTI  
SVEUČILIŠTA U ZAGREBU**  
i popularnom lokalnom studentskom radio postajom,  
**RADIO STUDENT**. U okviru te inicijative studenti imaju aktivnu i  
kreativnu ulogu u procesu filmske selekcije i organizaciji  
događaja; uče se brinuti o svim aspektima prikazivanja filma,  
od odabira do same promocije.

**DOKUKINO ETER**

*<https://dokukino.net/film/dokukino-eter-govori-da-bih-te-video-uz-razgovor/>*

## Osam ključnih stvari

- uključite rasprave u svoje projekcije: potaknite mladu publiku na postavljanje pitanja i izražavanje mišljenja
- izgradite osobnu mrežu nastavnika, profesora i drugih odgovornih osoba u obrazovanju
- organizirajte savjetodavno mladih tinejdžera ako biste unaprijedili svoj program za mlade i stvorili ugodnu atmosferu ili se posavjetujte s nastavnicima i stručnjacima za medijsku pismenost oko odabira filmova
- razvijte dodatne edukativne materijale (tiskane ili digitalne brošure, prezentacije, uvodne videozapise)
- ne izbjegavajte važne teme i kultne filmove samo zato što ih je teško obrađivati
- pozovite redatelje i druge filmske profesionalce, filmske kritičare ili druge zanimljive goste kako biste lakše obradili izazovni sadržaj

- organizirajte praktične aktivnosti, primjerice radionice izrade filmskog plakata, videoigre ili kratkog dokumentarnog filma
- sudjelovanje je ključno: uključite mladu publiku u sve aspekte prikazivanja filma, od odabira do promocije

#### FOTOGRAFIJE:

BISTRČIĆ, Sanja; CERIĆ KOVAČEVIĆ, Samir; MAGZAN, Anto and Zoe ŠARLIJA  
Archive of our screening venue (Dokukino)

# KAKO POSTATI DIO KINEDOK MREŽE

Autori: Szabolcs Szirony, Zsombor Szabolcs Pál



- > Motivacija
- > Vrijeme za učenje
- > Pripreme
- > Što očekivati od KineDoka
- > Dobrodošli

Razmislite o vlastitim interesima i oko čega ste strastveni. Postavite sebi sljedeća tri pitanja o svojoj motivaciji – to je najvažnija stvar koja vam je potrebna kako biste uspješno započeli ovu avanturu:

- Volim li dokumentarce?
- Je li mi stalo do svijeta oko mene?
- Uživam li u stvaranju zajednica?

Ako ste na barem dva od navedenih pitanja odgovorili potvrdno, onda ste prava osoba za KineDok.

## Vrijeme za učenje

Molimo vas da izdvojite vrijeme i pročitate sva poglavlja na našoj stranici Kako pokrenuti prikazivačku lokaciju: Priručnik dobrih praksi i KineDok studije slučaja koje smo sastavili za sve potencijalne KineDok organizatore.

**PRIRUČNIK**

<https://kinedok.net/hr/chapters>

Pokušajte razmisliti o savršenoj lokaciji na kojoj biste mogli prikazivati dokumentarce. Potražite mjesto u svom susjedstvu ili gradu koje dijeli iste vrijednosti kao i vi i koje može osigurati projektor i veliko platno. Možda takav prostor već postoji u vašoj organizaciji ili imate prijatelje koji su voljni s vama podijeliti svoj prostor, ili ćete otkriti savršenu novu lokaciju.

Kada pronađete savršeno mjesto, vrijeme je da izradite raspored. Ključno je da organizirate redovite projekcije kojima se vaša publika može veseliti. Također biste trebali proučiti kakva se događanja nude u susjedstvu te ih uzeti u obzir prilikom planiranja projekcija. Idealno bi bilo planirati događanja kada u blizini nema drugih događaja koji bi vam mogli konkurirati.

Ako ne volite raditi sami, potrudite se pronaći osobe sličnih interesa za suradnju (prijateljima, kolegama, susjedima). Bilo bi dobro da imate domaćina koji uživa razgovarati s ljudima, stručnjaka za tehniku koji zna postaviti svu opremu, fotografa koji može uslikati izvrsne slike za društvene mreže, kao i eksperta za društvene mreže koji se bavi stvaranjem privlačnog sadržaja za komunikaciju s vašim pratiteljima. Naravno, sjajno je ako sve te zadatke možete obavljati samostalno, ali rad u timu uvijek je jednostavniji i zabavniji, a najvažnije od svega, timski rad održivija je mogućnost ako vam je želja redovito prikazivati dokumentarce.

Već ste poduzeli velike korake, pokušajte razmisliti o tome zašto želite prikazivati dokumentarne filmove i tko bi činio vašu idealnu publiku. Tada je trenutak da se obratite KineDok koordinatoru za

vašu zemlju.

# Što očekivati od KineDoka

## Potpisivanje ugovora

Potrebno je potpisati ugovor između vas i KineDoka. To je pojednostavljeni ugovor u kojem KineDok tvrdi da će osigurati autorska prava za prikazivanje filmova, dok se vi obvezujete pažljivo postupati s našim kopijama/poveznicama.

**KONTAKTIRAJ NAS**

*<https://kinedok.net/hr/contacts>*

## Odabir filmova

Došao je trenutak da zaronite u KineDok katalog i odaberete omiljene filmove. Važno je odabrati filmove oko kojih ste strastveni, posebno zato što ćete se morati suočiti s publikom kada se svjetla upale na kraju projekcije. S dobro odabranim filmovima koje zaista volite moći ćete stvoriti autentično iskustvo koje angažira publiku.

## Promocija vaših događaja

Nakon potpisivanja ugovora i odabira filmova koje želite prikazati, dijelimo s vama filmove, titlove i marketinški materijal. U marketinškom paketu znaju se nalaziti i savjeti o tome kako promovirati događaj i što objaviti na društvenim mrežama, uz slike iz filma, logotipe, foršpane, plakate, dodatne tekstove i materijale za distribuciju. Sve to možete koristiti kako biste komunicirali s publikom i da ih zainteresirate za vaše planirane projekcije.

## Članstvo

Kao članovima mreže, nudimo pomoć u promociji vašeg događanja na našoj web stranici i društvenim mrežama te često osiguravamo goste za raspravu nakon projekcije (pokrivajući njihove troškove, smještaj i putovanje). Nadalje, često izrađujemo videozapise za promociju određenih lokacija, ne isključivo za potrebe KineDoka, već ih nudimo za daljnju upotrebu kako

biste privukli veću publiku. Također organiziramo godišnje radionice i sastanke za voditelje lokacija, ne samo na lokalnoj, već i na međunarodnoj razini. Stoga, zahvaljujući KineDoku, imate priliku povezati se sa zajednicom voditelja lokacija i filmskim profesionalcima koji su dio naše mreže.

## **Što je još bitno**

KineDok je neprofitni projekt koji se financira iz javnih izvora. Zato vas molimo da uključite logotipe naših financijera i učinite ih vidljivima pri promociji projekcija. Iako je većina projekcija KineDoka besplatna, na vama je odluka želite li tražiti dobrovoljne priloge. **Izveštaji nakon projekcije**

Molimo vas da nam nakon svake projekcije pošaljete izvještaj o gledanosti i nekoliko fotografija s događaja.

## **Zapamtite**

Nakon svakog događaja, možete biti ponosni. Zahvaljujući filmskoj čaroliji, vi imate priliku započinjati smislene rasprave i otvarati značajne teme, što je izvanredna stvar za zajednicu. Vjerujemo da je svaki događaj prilika da promijenimo stvari nabolje. Stvaranjem prostora za značajne razgovore i sudjelovanje zajednice pomažete izgradnji bolji svijet. Kino ima moć povezivanja ljudi i poticanja na promjene, a vi fantastično uprežete tu moć. Desetci naših dokumentarnih filmaša, stotine naših lokacija i desetci tisuća naših gledatelja to potvrđuju iz godine u godinu.

# Dobrodošli

Nemojte zaboraviti da je KineDok uvijek tu za vas. Ako se ikada nađete u nedoumici, sjetite se da smo uz vas. Vjerujemo da nijedan problem nije ni prevelik ni premalen. Uvijek smo tu da vam pomognemo pronaći rješenje koje vam je potrebno.

**PRIDRUŽI SE**

*<https://kinedok.net/hr/join-us?noredirect=1>*

FOTOGRAFIJE:

BENIDZE, Salome a Dániel ESZTER



## **How to Set up a Screening Venue**

A manual issued by Institute of Documentary Film

### **Editor:**

Hana Kulhánková

### **Content editors:**

Hana Kulhánková, Ivana Formanová

### **Authors:**

Andreea Bratosin, Veronika Hanáková, Mária Hejtmánková, František Horvát, Mariam Jachvadze, Zsombor Szabolcs Pál, Dina Pokrajac, Szabolcs Szirony

### **Regional partners:**

Lika Antadze, Petra Babić, Klara Berdais, Andreea Bratosin, Ivana Formanová, Jana Gombiková, Natali Chkhartishvili, Silvia Učňová Kapustová, Jana Šafáriková, Szabolcs Szirony, Dominik Vontor, Zsófia Zurbó

### **Translation and proofreading:**

Eva Mazalová, Jindřich Klimeš

### **Graphic design:**

Radim Měsíc

### **Author of the cover photo:**

Sven Čustović

### **KineDok**

#### **Institute of Documentary Film**

Štěpánská 14, 110 00 Prague 1

Czech Republic

films@kinedok.net

www.kinedok.net

www.dokweb.net