



How to Set Up a Screening Venue

2024

ANI FIKCIA, ANI REPORTÁŽ

AUTOR: František eF. Horvát, Producent (Česko)



- > Ani fikcia, ani reportáž
- > Čo je to “dokument”?
- > Cudzí život cudzími očami
- > Kolektívna záležitosť
- > Zdieľaný zážitok
- > Influenceri, sledovanie filmov a zdieľanie
- > Nie ste v tom sami
- > Skutočný svet

Ani fikcia, ani reportáž

“Sloveso “dokumentovať” sa vzťahuje na úkon zaznamenávania, opisovania alebo zachytávania informácií, udalostí alebo detailov systematickým a organizovaným spôsobom. Dokumentácia môže mať rôzne formy, napríklad písaný text, fotografie, audio nahrávky alebo videá a slúži na uchovávanie informácií pre referenčné, komunikačné, analytické alebo právne účely. Dokumentovanie zahŕňa tvorbu záznamu, ktorý sa môže použiť na vyjadrenie, vysvetlenie alebo poskytnutie dôkazu o niečom. Bežne sa využíva v rôznych oblastiach, vrátane oblasti obchodu, výskumu, vzdelávania a technickej dokumentácie.”

Chat GPT 3.5, 7. januára 2024

Dokument verus dokumentovať

Pre úvod do tejto kapitoly som si zvolil slovníkovú definíciu slovesa “dokumentovať”, ktorú mi poskytla umelá inteligencia. Hoci podstatné meno a sloveso sú samozrejme príbuzné slová, znamenajú vôbec to isté? Čím dlhšie sa pracovne pohybujem v oblasti audiovizuálnych médií, tým viac cítim, že pri danom slove a jeho konotáciách sa ocitáme v nekonečnom kolobehu. Sú dokumenty naozaj “dôkazy” alebo “záznamy”?

Niektoré dokumentárne filmy z úplných počiatkov kinematografie zachytávali krátke časové úseky – v dnešnom jazyku sú známe ako “filmové týždenníky”. Podobnú nálepku dostal v roku 1922 aj film *Nanuk, človek primitívny* režiséra Roberta Flahertyho, priekopníka dokumentárneho žánru. Flaherty nám sprostredkoval nielen niekoľko výjavov zo života Eskimákov za polárnym kruhom, ale do filmu vniesol aj súvislú naratívnu štruktúru a predstrel pohľad na život rodiny Inuitov. Napokon však vysvitlo, že Flaherty vybral len tých členov kmeňa, ktorí najviac zodpovedali zaužívaným stereotypom a že niektoré ich mená zmenil, aby si ich západné publikum ľahšie pamätalo.[1] Aj napriek tomu, že *Nanuk* nie je verným “záznamom”, ani “dôkazom”, stále je to “dokument”.

Čo je to “dokument”?

Áká by teda bola výstižná definícia slova “dokument”? Je to film, ktorý vypovedá o skutočných udalostiach? V tom prípade by sme za dokument museli považovať aj *Titanic* (1997), a predsa ním nie je. Alebo je to film s príbehom o skutočných ľuďoch? Tým je aj seriál *Koruna* (2016–2023). Škótsky režisér John Grierson označil dokumentárne filmy za “*tvorivé spracovanie skutočnosti*”. Tento výraz asi najlepšie vystihuje to, čo si predstavujeme pod pojmom “dokument”. Väčšinou si uvedomujeme, že sa dívame na skutočné udalosti a na príbehy skutočných ľudí, ale vidíme ich cez optiku daného filmového tvorca, a herci pritom zároveň vnímajú prítomnosť kamery.

Bill Nichols vo svojej slávnej knihe *Úvod do dokumentárneho filmu* dopĺňa tie najvšeobecnejšie definície dokumentu a prechádza do tézy, že “*dokumentárne filmy vypovedajú o reálnych situáciách alebo udalostiach, rešpektujú známe fakty a nezavádzajú nové, neoveriteľné fakty. Vypovedajú priamo o historickom svete, nie o tom alegorickom.*” Tvrdí, že “*dokumenty sú o skutočných ľuďoch, ktorí nehrajú, ani nevystupujú*”. Nichols ďalej uvádza, že “*dokument rozpráva príbeh tak, aby bol dôveryhodnou reprezentáciou toho, čo sa stalo, skôr ako obraznou interpretáciou toho, čo sa mohlo stať*”.

Cudzí život cudzími očami

Prečo teda natáčame a pozeráme dokumentárne filmy? Prečo toto teraz čítate? Prečo existujú projekty a iniciatívy ako KineDok? Pravdepodobne preto, že dokumentárne filmy nám dávajú to, čo už trochu poznáme z hraných filmov – berú nás na exkurziu do iného sveta a odhaľujú nám kúsok zo života iných ľudí. Vďaka nim cestujeme do inej reality – takej, ktorá je často nepríjemná, komplexná, a ktorá neservíruje žiadne jednoduché, ani jednoznačné odpovede.

Ponárame sa do cudzích životov s vedomím, že natrafíme na krátke momenty fikcie, vybrané uhly pohľadu, špecifické rámovanie kamery, štylizované editovanie, či poprodukčné úpravy

zvuku. Keď však pozeráme tieto príbehy, zároveň pevne veríme, že daný dokument predstavuje kúsok vybranej reality v tej najneotesanejšej forme s čo najmenšou možnou mierou podobných zásahov.

Každý dokument nám ponúka unikátnu možnosť vnímať svet cez optiku autorov, členov štábu a umelcov, ktorí prenášajú na plátno a do televíznych obrazoviek sebe vlastný štýl, svoju osobnosť a dokonca aj vlastné sociálne pomery a politické názory.

PONUKA FILMOV

Svoje lekcie filmovej produkcie vždy začínam slovami *“film je kolektívna práca”*. Všetci vieme, aké veľké bývajú filmové štáby pri niektorých filmoch a koľko ľudí stojí za zdanlivo malými a jednoduchými projektami.

Komunitný aspekt je však súčasťou filmu aj po jeho dokončení, t. j. keď je v distribúcii. O každom verejnom premietaní sa dá povedať, že je kolektívnou záležitosťou – miestom pre spoločné rozjímanie, úvahu, inšpiráciu a predovšetkým diskusiu. Či už sa stretnete v kine, kaviarni, galérii, alebo hoci aj na lodi, čas pred premietaním, počas neho a po ňom nám dáva jedinečnú možnosť zdieľať veci s inými ľuďmi.

Zdieľaný zážitok KineDok by sa v istom zmysle dal považovať za sociálnu sieť – spája filmárov s tými, pre ktorých svoje dielo vytvorili, teda s divákmi a s fanúšikmi dokumentárnych filmov. V online priestore by ste boli odkázaní na reakcie vo forme komentárov či srdiečkových emotikonov, KineDok však stiera tieto hranice anonymity a vytvára priestor pre živú, otvorenú diskusiu vyvolanú témami dokumentárnych filmov.

Na nasledujúcich stranách sa vám bližšie predstaví KineDok ako platforma pre zdieľané zážitky. Naši kolegovia vás prevedú komunitnými otázkami, technickými stránkami, výberom programu, prácou s publikom a uchopením politických a etických tém, ktoré dokumenty vo svojej podstate musia otvárať. Potom to bude už len na vás, či sa rozhodnete stať jedným z *influencerov* či *influenceriek* tejto výnimočnej platformy.

Influenceri, sledovanie filmov a zdieľanie

Ak ešte ostaneme pri metafore o sociálnej sieti, KineDok je miesto otvorené pre nových influencerov – aktívnych jednotlivcov hľadajúcich podnetné diskusie, ktoré ich obohatia o nové názory a pohľady na svet. A ako ľahšie sa k nim človek dostane, než prostredníctvom pohľadu na život očami človeka, ktorý ho žije?

Projekcie KineDoku sa už konali na všetkých možných miestach – ako príklad uvedieme spomínanú loď, kluby dôchodcov, dokonca aj väznice. Na premietacom mieste divákovi veľmi nezáležalo – podľa organizátorov videli hlavný zmysel v tom, že sa stretnú a odnesú si z toho spoločný zážitok.

Aj bežnejšie miesta, ako sú napríklad kaviarne, galérie, či knižnice, si však našli svoje publikum. Každoročný výber filmov mu ponúka toľko vyhľadávanú alternatívu k často stereotypnému programu štandardných kín.

Zo skúseností manažérov premietacích miest, teda "influencerov" KineDoku, vyplýva, že ľudia chcú niečo iné, než bezhlavé a zbytočne agresívne online debaty a radšej by sa zapojili do zmysluplného a otvoreného dialógu.

Nie ste v tom sami

Keďže som producent, moje dvere sú otvorené pre každého, kto sa pokladá za tvorca, a nezáleží na tom, či má v danej oblasti vyššie vzdelanie, alebo či má bohaté, priemerné, dokonca aj nulové skúsenosti. Pre mňa je dôležitá téma, ktorú chce človek otvoriť a analyzovať. KineDok je postavený na rovnakých princípoch. Je jedno, či ste študent strednej školy alebo člen klubu dôchodcov – dôležité je to, že chcete odovzdávať príbehy a kultivovať a rozvíjať vaše schopnosti.

Či už je vašim cieľom vyvolať diskusiu, prilákať na premietania dokumentárnych filmov nových divákov, zmysluplne konverzovať, alebo len "pozerať dobré filmy", môžete sa stať súčasťou tejto platformy. Nebudete v tom sami – na premietaniach často stretnete tvorcov hostí, či moderátorov. K dispozícii budete mať aj túto komplexnú príručku KineDoku. Asi vám nedokážeme sprostredkovať celý záber, keďže určité veci sa nenaučíte inak, než cez vlastnú skúsenosť. S dokumentami to funguje rovnako.

Skutočný svet

V závere tejto úvahy som sa ešte raz obrátil na umelú inteligenciu a opýtal som sa:

Keby si mal nahradit termín dokumentárny film niečím vhodnejším, čo by to bolo?

Odpoveď znela: *Keby som mal nahradit termín dokumentárny film nejakým vhodnejším termínom tak, aby sa zachovala podstata tohto žánru, vybral by som výraz “skutočný film” alebo “film zo skutočného sveta.”*

Som rád, že KineDok prináša *skutočné filmy* do skutočného sveta. A najviac zo všetkého by ma potešilo, keby ste sa po prečítaní týchto riadkov rozhodli robiť to tiež.



OPENAI. Chat GPT - 4 [AI program]. OpenAI, 2023 [cit. 2023-11-23]. Dostupný

z: <https://openai.com/blog/chatgpt>

<https://openai.com/blog/chatgpt>

Základy dokumentárneho filmu, 2012. Človek v tísni. ISBN 978-80-87456-24-8.

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

NICHOLS, Bill, 2022. Úvod do dokumentárního filmu. Vydání druhé. V Praze: Akademie múzických umění v Nakladatelství AMU. ISBN 978-80-7331-606-8.

FOTOGRAFIE:

GLISNÍKOVÁ Lenka; PISKAČOVÁ Radka a Barbora TRNKOVÁ
I Miss You, Marius (film still)

ZÁKLADNÉ PILIERE VAŠEJ KOMUNITY

AUTORKA: Veronika Hanáková, filmová kurátorka (Kampus Hybernská, Česko)



- > Základné piliere vašej komunity
- > Začiatok: Analyzujte
- > Druhá fáza: Urobte si prieskum
- > Tretia fáza: Plánujte
- > Nepanikárte a požiadajte o pomoc

Základné piliere vašej komunity

Keď organizujete kultúrne podujatie s projekciou dokumentárneho filmu, robíte to preto, aby si ho ľudia pozreli, užili a aby ich to podnietilo k diskusii. Chcete, aby ten dokumentárny film diváci zdieľali, rozoberali ho a dokonca spochybňovali. Len tak dokážu filmy spájať nielen rôzne témy a javy, ale aj ľudí z rozličných prostredí. Byť súčasťou siete KineDok znamená vytvárať a upevňovať komunitu ľudí, ktorí majú radi dokumentárne filmy, lebo sa v nich odrážajú ich vlastné životy, pomáhajú im rozširovať si vedomosti o svete, vyvolávajú diskusie o komplexných témach a vytvárajú priestor pre spoločné zdieľanie, spojenie a smiech. V tejto kapitole sa z pohľadu premietania filmov budeme sústrediť na aspekt budovania komunity, lebo komunita nevzniká spontánne, ale musí byť postupne budovaná. Tak poďme na to.

“Dokumentárne filmy majú ten najsilnejší vplyv – dokážu zmeniť váš pohľad a dokonca postoj ohľadom rôznych tém.”

Ana



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

Začiatok: Analyzujte

ANALÝZA

Lokalita miesta konania:

V rámci komunity KineDok pripadá do úvahy ako miesto konania jedna z týchto 3 možností:

1. úplne nový kultúrny priestor, t. j. bez existujúcej komunity,
2. zabehnutý priestor, ktorý ešte potrebuje komunitu so záujmom o dokumentárne filmy,
3. zabehnutý priestor s históriou premietania hraného filmu a existujúcou komunitou.

Či už začínate od nuly, alebo ste skúsený premietací priestor, nasledujúce kroky vás budú inšpirovať kosloveniu novej komunity, prípadne kutuženiu tej, ktorú už máte.

Obsah a účel: Aký je účel vašich podujatí? Čo chcete dosiahnuť premietaním dokumentárnych filmov? Tieto otázky vám pomôžu pochopiť, prečo ste súčasťou KineDoku a čo chcete urobiť pre svoje miesto konania, lokalitu a komunitu. Vyberajte tie dokumenty, ktoré na vaše miesto prinesú niečo iné, nové a zábavné.

Publikum: Vždy myslite na to, pre aké publikum sú premietania určené. Chcete premietat filmy, aby ste vašu komunitu posilnili? Chcete ju vzdelávať alebo zabaviť? Alebo sa snažite vytvoriť

program pre skupiny divákov, ktoré sú prehliadané (seniori, rodiny s deťmi a pod.)? V prvom rade by bolo vhodné určiť si jednu primárnu cieľovú skupinu pre vaše premietania, sprievodný program a propagáciu. Je lepšie začať pomaly. Neodhryznite si príliš veľké sústo!

Prvý krok: Prvé premietania môžu byť stresujúce, budete sa obávať toho, koľko ľudí príde. Aj keď sa objaví len pomerne malá skupina ľudí, nepanikárte! Nejde o čísla! V tejto chvíli je organizovanie kultúrnych podujatí o vytváraní príjemnej a srdečnej atmosféry. Divákov privítajte, buďte milí a zhovorčiví. Počet divákov bude postupne rásť. Bude to však závisieť od toho, či je to váš zámer a či dokážete svojím programom prilákať divákov (nielen filmom, ale aj sprievodnými podujatiami, diskusiou, hosťami, atď.). Zloženie a veľkosť vášho publika stoja len na vás (a na možnostiach miesta a konania).

“Rozhodnutia o filmoch robíme s pomocou koordinátora KineDoku. V súčasnosti premietame kvôli politickej situácii v krajine viac gruzínskych filmov. Vo všeobecnosti vyberáme filmy zaujímavé pre odborníkov v oblasti umenia, fotografov, atď. Väčšinou vieme o voľných termínoch na premietania pár mesiacov vopred a týždeň predtým sa rozhodujeme, ktorý konkrétny film sa bude premietat’.”

Natalie

**CUBE IN CONTEXT,
GRUZÍNSKO**

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

Motivácia: Čo z toho chcete ako organizátor mať? Budovanie komunity môže byť únavný proces, budte si vedomí svojej motivácie a cieľov. Vaším cieľom môže byť aktivita v miestnej komunite, podpora miestnej kultúrnej scény, alebo budovanie nového kultúrneho centra. Možnosti sú bez hraníc.

“Členovia komunity poznajú jeden druhého, zdravia sa na ulici alebo spolu chodia na iné podujatia.”

GALATI, RUMUNSKO

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

Druhá fáza: Urobte si prieskum

Urobte si prieskum

Pochopte miestnych divákov: Nájsť komunitné publikum pre vaše premietania dokumentárnych filmov môže byť náročné. Niekedy sa komunita sformuje prirodzene po prvom premietaní, Inokedy sa na premietaní zúčastní len pár ľudí – pôvodné cieľové publikum pre vaše kultúrne podujatia treba opätovne zvážiť, keďže môže kolidovať s už existujúcou miestnou ponukou kultúrnych akcií. Treba si pamätať, že okrem vášho miesta konania existujú aj iní kultúrni či komunitní hráči. Uistite sa, že ste preskúmali, ktoré ďalšie organizácie ponúkajú kultúrny program (môžete sa zamerať konkrétne na premietania filmov), na aké komunity sa zameriavajú a s akým obsahom. Tento krok vám možno pomôže pochopiť miestnu kultúrnu scénu a zistiť, aké kultúrne aktivity chýbajú a na ktoré komunity sa zabúda. Takisto porozmýšľajte, či a ako môže pravidelné premietanie dokumentárnych filmov túto medzeru vyplniť.

Skúmajte:

1. urobte si základný prieskum ohľadom kultúrnych aktivít ponúkaných rôznym skupinám, čo je dostupné a prečo,
2. naštudujte si katalóg KineDok, nájdite si recenzie a reakcie divákov a analyzujte, čo sa im páčilo, čo nie a prečo.

Pýtajte sa:

1. opýtajte sa svojho miestneho KineDokkoordinátora na možnosti a rady,

2. spojte sa s inými KineDok lokalitami,
3. zistite vo vašej miestnej komunite (v školách, kluboch, zariadeniach pre seniorov, atď.), o aké témy sa zaujímajú,
4. pýtajte sa online.

Zúčastňujte sa:

1. na miestnych festivaloch a stretnutiach,
2. na klubových stretnutiach,
3. na kultúrnych, športových, folklórnych podujatiach v okolí.

Môžete sa sústrediť na jednu komunitu, vytvárať program pre viac komunit, alebo sa snažiť usporiadať program “pre všetkých”, tieto komunity však môžu mať rôzne požiadavky a očakávania a na tie by ste nemali zabúdať.

Identifikujte svoju komunitu: V každom meste či obci existuje množstvo komunit. Vytvoriť premietací program a následnú diskusiu, prípadne workshop tak, aby naplnil potreby všetkých ľudí, je veľmi ťažké. Sústreďte sa teda radšej na menšie skupiny – pomôže vám to nielen pri výbere filmov a sprievodného programu, ale zjednoduší to aj propagáciu podujatia.

Najlepšie je začať pomaly, zamerať sa na konkrétnu skupinu divákov (možno na vaše pravidelné publikum alebo na najviac zanedbávané skupiny vo vašom meste či obci) a postupne ju rozširovať o ďalšie skupiny. Napríklad, ak premietate filmy každé 2 týždne, jedno premietanie môže byť zamerané na rodiny a ďalšie na tých, ktorých zaujímajú spoločenské otázky. Táto pravidelnosť umožní vytvoriť kultúrny program pre špecifické skupiny, ktoré o plánovaných premietaniach budú vedieť. Postupom času môžete pridať viac filmových premietaní, zmeniť svoje cieľové publikum alebo skúsiť prepojiť jednotlivé komunity.

“Naším cieľovým publikom je každý, koho zaujímajú dokumentárne filmy. Snažíme sa vymýšľať rôznorodý program zaujímavý pre všetky vekové kategórie.”

Ana

**SHPEENADOX LABIN,
CHORVÁTSKO**

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

Tretia fáza: Plánujte

Plánujte

Dostupnosť: V prvom rade musíte poznať svoje miesto konania, jeho potenciál a nedostatky (napr. priveľa schodov bez výtahu, malé toalety, dostupnosť/nedostupnosť verejnej dopravy, pešia dostupnosť na dané miesto a späť, príp. blízkosť ihriska). Na to, aby ste dokázali zacieliť na konkrétne komunity, musíte na ich potreby myslieť včas. Keď ľudia prídu, chcete, aby sa cítili vítaní a nie ako nečakaní hostia. Rešpektovanie odlišnosti je na rozdiel od tichého pozorovania aktívny prístup k veci.

“Rešpektovanie odlišností v rámci publika je tiež žiaduce.”

Nikica, Šibenik, Chorvátsko

V nasledujúcej tabuľke nájdete otázky, ktoré si môžete položiť, pokiaľ sa snažíte osloviť istú skupinu a zistiť, či má miesto konania pre danú skupinu dostatočnú kapacitu.



“Premietania mávame vonku a sústredíme sa na rodičov s malými deťmi, ktoré nemôžu ostať doma samé. Program pre deti prebieha v čase premietania vnútri – deti niečo vytvárajú, majú k dispozícii jedlo a je tam s nimi dospelý sprievod. Našou novou cieľovou skupinou sú starší ľudia, tento rok sa k nám pridajú na vianočné workshopy. Ocenila by som aj mladšie publikum, napríklad tínedžerov, tí však radšej chodia na iné miesta vhodnejšie pre nich.” (Ivana, RDMKV, Česká republika)

“Vždy sa snažíme mať niečo pre deti, premietame vážne aj menej vážne filmy, aby sme vyhoveli vkusu širšieho publika. Organizujeme workshopy filmovej produkcie pre deti a filmy potom premietame pred oficiálnym programom. Kombinujeme teda mladších divákov s ich rodičmi. Keďže premietania sú zadarmo, náhodní turisti môžu vojsť, sadnúť si k filmu na 10-15 minút a pohnúť sa ďalej. Atmosféra býva veľmi uvoľnená.”

Ana

**SHPEENADOX LABIN,
CHORVÁTSKO**

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

Nepanikárte a požiadajte o pomoc

Pokiaľ však niečo nevyjde podľa plánu alebo sa k vám dostane negatívna odozva, nepanikárte – skúste problém odstrániť hneď a komunikujte o tom so svojimi divákmi. Pravidelná práca s odozvou od divákov a hostí môže vylepšiť váš program a váš dosah na veci. Pokojne požiadajte o pomoc v rámci vašej komunity, môžete ju zapojiť do výberu filmov, prípravy sprievodného programu, atď.



PHOTOS:

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

O RÔZNORODOSTI PREMIETACÍCH MIEST

Autori: Szabolcs Szirony, Zsombor Szabolcs Pál, KineDok Maďarsko



- > O rôznorodosti premietacích miest
- > Prečo je organizátor dôležitý?
- > Komunitné centrá
- > Kultúrne centrá
- > Múzeá a galérie umenia
- > Organizácie a mimovládne organizácie
- > Kaviarne a iné stravovacie zariadenia
- > Školy a univerzity
- > Knižnice
- > Mobilné priestory
- > „Urob si sám”
- > Útulné miesta

O rôznorodosti premietacích miest

Rozmanitosť KineDoku sa odráža v škále miest, kde prebieha jeho činnosť. Dokumentárne filmy KineDoku sa premietajú v šiestich krajinách, každá z nich má vlastný jazyk a kultúru. Naše premietacie miesta sa nachádzajú v ekokomunitách a priemyselných mestách, v turistických destináciách, ktoré sú mimo sezóny opustené, a v živých hlavných mestách, v dedinkách, ktoré zasiahla emigrácia a kde dnes žijú len starší ľudia, a v univerzitných mestách. Neexistujú zlé lokality. Plátno sa môže umiestniť na plot záhrady, do haly múzea moderného umenia, do strednej školy, či domova dôchodcov, alebo dokonca na hudobný festival.

“Svoj filmový klub nikdy nikomu neodporúčam, keďže svoje premietania organizujem vo väzení.”

Zsolt

Ľudí motivujú k premietaniu dokumentárnych filmov pre verejnosť rôzne dôvody. Niektorí organizátori sa sústredia na popularizáciu filmovej kultúry a k dokumentárnym prácam pristupujú z pohľadu ich vizuálnej umeleckej hodnoty. Iní organizujú projekcie dokumentov a sprievodné akcie, lebo chcú poukázať na problémy, ktoré sa v nich prezentujú, a primárne sa zameriavajú na obsah a pocity, ktoré dokumentárne filmy vyvolávajú. Veľmi často vidia tieto filmy ako podnet na diskusiu.

Prečo je organizátor dôležitý?

Úspech premietacieho miesta veľmi často závisí od osobných kvalít a organizačných schopností organizátora/organizátorov. Ich úlohou je zabezpečiť plynulý priebeh pravidelných premietaní, komunikovať s publikom, hosťami a filmármi, a vytvárať kvalitný sprievodný program. Títo organizátori sú zameraní ľudia, ktorí sa snažia prispievať k verejnému blahu a pozitívne vplývať na ich komunitu. Ich spoločným cieľom je vytvárať v rámci komunity zážitky a budovať v nej väzby. Neuspokoja sa s bežným hotovým zážitkom - uplatňujú prístup „urob si sám“ a vkladajú do toho sami seba – preto je každé miesto KineDoku iné. Zabezpečujú, aby sa hostia cítili vítaní a rešpektovaní a vytvárajú bezpečný priestor pre vyjadrenie rôznych názorov. Filmy vyberajú na základe vlastnej motivácie a záujmu, ako aj na základe očakávaní a potrieb svojich divákov, a každé podujatie pripravujú starostlivo a pozorne.

„Našou najväčšou motiváciou je to, že žijeme v Orlovej, ak mám byť úprimná, program robíme aj sami pre seba. Chceme si užiť život v našom meste, zúčastňujeme sa na našich podujatiach a naozaj mám pocit, že po rokoch sa nám s mestom komunikuje oveľa lepšie, berú nás vážne, ako dôležité miesto v meste. Zástupcovia mesta nám niekedy píšu milé komentáre o našich podujatiach, o tom, aké sú zaujímavé. Je to úžasná odozva... Verím, že mesto sa môže zmeniť, je to samozrejme štrukturálna výzva, takže to bude chvíľu trvať. Mesto ako také je naozaj pekné a ozaj verím, že situácia sa jedného dňa zmení a sami to vidíte už teraz.“

Blanka

**FUTRA, ORLOVÁ, ČESKÁ
REPUBLIKA**

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

Komunitné centrá ideálnym spôsobom dopĺňajú kluby dokumentárnych filmov. V rôznych štvrtiach pribúdajú spoločenské priestory s cieľom preklenúť medzeru, ktorú v modernom živote zanechal úpadok tradičných spoločenských aktivít. Mnohé z týchto centier sa osviežujúco nesú v duchu myšlienky „urob si sám“ a môžu sa pochváliť motivovaným a skúseným personálom, ktorý sa v rámci komunity stará o rôzne vekové skupiny. Tieto centrá napomáhajú vzniku osobných a autentických vzťahov s obyvateľmi a ponúkajú širokú škálu aktivít. Základným kameňom ich podujatí je dôvera.

„Organizátori v našom meste vyhľadávajú priestory, ktoré sú nové a iné, ako tie naše. Do priestorov našej Prádelne sa zmestí aj 100 osôb. Našou výhodou je to, že okrem kultúrneho centra sme aj komunitným centrom pre ľudí z nášho mesta. Vybuodovali sme teda komunitu ľudí z nášho mesta.“

(Martin, Prádelna, Česká republika)

Kultúrne centrá sú dobre fungujúce zriadenia s dlhodobejšou skúsenosťou v organizovaní rôznych kultúrnych podujatí. Majú silnú a rôznorodú základňu divákov všetkých vekových kategórií. Ich nabitý rozvrh a výkonné organizačné nastavenie je však niekedy skôr na škodu. Osobný prístup, ktorý je pre filmové kluby kľúčový, sa v týchto centrách môže dostať do úzadia. Ich podujatia vnímajú diváci podobne ako tie v kinách alebo divadlách, čo znamená, že prídu na premietanie a odídu, keď sa skončí. Na druhej strane, kultúrne centrá ťažia zo svojej pevnej infraštruktúry, vďaka ktorej dokážu sprostredkovať rovnaký zážitok ako kino.

„Chceme obohatiť kultúrny život v Opave. V našom kine je 55 sedadiel a všetky filmy premietame tam. Náš priestor sa volá KUPE (kultúrno-umelecký priestor) – máme galériu umenia, kino, kaviareň, takisto zaradujeme do nášho programu veľa hudby, mávame koncerty, stand-up výstupenia, atď. Všetko sa koná v našich priestoroch bývalej vodárenskej veže, kde sa 3 poschodia zrekonštruovali na toto kultúrne miesto. Sme otvorení už 6 rokov.“

Terezie



Múzeá a galérie umenia nie sú iba estetickými zariadeniami, ale aj spoločenskými a vzdelávacími centrami so zbierkami prístupnými verejnosti. Projekcie filmov na týchto „posvätných miestach“ ponúkajú zaujímavú príležitosť na utuženie vzťahov s rozličnými a miestnymi komunitami. Spoločný zážitok z projekcie dokumentu má mimoriadny význam pre značný počet návštevníkov umeleckých galérií. Tieto spoločenské stretnutia menia zaužívané vnímanie od tradičných predstáv o kurátorskej autorite smerom k obojstrannému dialógu medzi účastníkmi. Umelecký prístup odborníkov na vizuálne umenie, ktorí tieto filmy uvádzajú, ponúka jedinečný pohľad na žáner dokumentu.

„Ako inštitúcia sme zvyknutí na usporadúvanie všetkých druhov podujatí, takže čokoľvek spojené s vizuálnym umením je súčasťou nášho cieľa, ale dokument so sebou prináša niečo navyše – tie diskusie a komunitu KineDoku, ktorá sa časom vytvorila, navzájom sa pozná a po premietaní ostáva v priestoroch (neodchádza preč, ako to býva pri iných podujatiach). Členovia komunity sa navzájom poznajú, zdravia sa na ulici alebo spolu chodia na iné akcie.“

Simona



Organizácie a mimovládne organizácie často chcú, aby bežné kultúrne či umelecké prvky zvýšili povedomie v širšej spoločnosti alebo posilnili angažovanosť ich podporovateľov, a tak inšpirovali ich členov. Niektoré filmy z ročného katalógu KineDoku môžu túto potrebu riešiť. Niektoré mimovládne organizácie preto pravidelne usporadúvajú premietania, kým iné si vyberú jeden film súvisiaci s ich prácou na prezentáciu počas spoločenských podujatí, ktoré organizujú. Tieto organizácie pokrývajú rôzne témy vrátane ochrany životného prostredia, hnutí za práva žien, organizácií LGBTQ+ a sociálnych pracovníkov v rôznych oblastiach.

Kaviarne a iné stravovacie zariadenia si často vyhradžia čas alebo priestor na premietanie pre verejnosť počas rušných častí dňa. Toto úsilie ich naplňa zmyslom pre kultúrnu a spoločenskú angažovanosť, čím si budujú dobrú reputáciu. Filmové kluby fungujúce v takýchto priestoroch však narážajú na špecifické problémy. Musia strpieť často hlučné prostredie (vrátane toho otravného pískania kávovarov), rozptýlenú pozornosť publika a nestálu prítomnosť návštevníkov

baru. Tieto prekážky je možné s ohľadom na divákov zmierniť rozumným výberom kratších a pôsobivých filmových titulov.

„Pre toto miesto to znamená veľa, lebo predtým sa v krčme žiadne filmové premietania nekonali. A nám robí radosť, že môžeme prinášať dokumenty na takéto miesta... Chceme vnieť do krčmovej atmosféry trochu kinematografickej vážnosti. Tak môžete pri pive viesť aj sústredenú konverzáciu o filmoch.“

Boglárka



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

Školy a univerzity môžu prostredníctvom premietania dokumentov vylepšiť vzdelávací proces, a to praktickým a pohodlným spôsobom. Projekcie sa môžu konať buď v triede, alebo v spoločenskej miestnosti danej inštitúcie. Publikum tvoria primárne študenti. Prístup do týchto priestorov je však obmedzený pre ľudí zvonku, čím sa v tichých stenách alma mater uchováva jej kúzlo. To však často vyústi do jednoduchej reality – akje účasť na premietaní nepovinná, stáva sa zdrojom radosti len pre pár nadšených študentov a učiteľov, keďže tu chýba podpora zo širšieho prostredia.

Knižnice sú dobre organizované komunitné priestory s kvalifikovaným personálom, dostupnými technickými prostriedkami poskytnutými príslušnou samosprávou a živými marketingovými platformami (online, aj offline). Tieto priestory často navštevujú pravidelne tí, ktorí sem prichádzajú za vedomosťami a umením. Je teda zjavné, že knižnice by sa mali využiť na kultúrne podujatia ako sú projekcie filmov. Jednou z vecí, ktorým knižnice čelia, je veľkosť titulok vo filmoch, keďže ich priemerné publikum je väčšinou staršie. Knižnice sú však skvelým miestom, kde sa film môže prepojiť so staršími divákmi, ktorí takúto kultúrnu ponuku veľmi oceňujú.

Quote Levente (ch3, no translation)

„Vždy sa snažíme zistiť, či existuje nejaké spojenie medzi témou a nejakou miestnou otázkou v našom meste. Ak existuje, snažíme sa na tú miestnu otázku poukázať a zapojiť tých, ktorí sú ňou ovplyvnení alebo o nej vedia niečo viac. Keď je to možné, radi pozývame filmárov, aby nám pomohli spracovať zážitky z filmov. Téma môže dokonca definovať zvolené miesto, čo obohacuje atmosféru filmu.“

Levente



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

Mobilné priestory sú lokality, v ktorých organizátori účelovo zvolia pár bodov v rámci mesta súvisiacich s témou filmu. Vďaka tomu môžu neustále nadväzovať kontakty s novým potenciálnym publikom a usporadúvať podujatia v spolupráci so zriadeniami na daných vybraných miestach. Zvyčajne využívajú väčšie sociálne siete na efektívne informovanie oddaných divákov o ich spontánnych akciách.

„Vždy sme si vybrali nové a menej známe lokality, ktoré by mohli poskytnúť nový zážitok. Hoci máme radi fontánu, kde to všetko začalo, sme otvorení novým miestam, vďaka ktorým by sme mohli mať k divákom ešte bližšie.“

(Ana, ShpeenaDox Labin, Chorvátsko)

„Urob si sám“

„Keď som sa z hlavného mesta presťahovala do malej dedinky, chýbali mi tie dobré filmové podujatia, na ktoré som chodievala. Keďže tu nikto nič podobné neorganizoval, rozhodla som sa rozbehnúť svoje vlastné kino.“

Dóra



<https://kinedok.net/hu/venue/kinedok-bakonybel-kozossegi-mozi>

Organizátori nečakajú, že prídu „na hotové“, veci si vytvárajú sami. KineDok im umožňuje samostatne si vybrať z neustále sa rozširujúceho katalógu a spravovať ich komunitné kino tak, ako sa im páči, pričom sa prispôbujú rôznym miestnym možnostiam a potrebám. Prístup „urob si sám“ je žiaduci, keď sa zjaví problém, inštinktívne sa hľadajú možnosti riešenia. Ak má niekto dobré organizačné schopnosti a chce zdieľať kultúrne a umelecké zážitky, budovať komunitu, udržiavať mysliace a otvorené publikum, alebo len vytvoriť kino prostredníctvom premietania dokumentov, mal by začať vyhľadávať vyššie uvedené miesta vo svojej blízkosti.

Ak nájde miesto, s ktorým sa stotožní, môže zorganizovať premietanie pre skupinu, v ktorej sa cíti komfortne. Zároveň by mal tie útulné miesta osloviť, zaklopať im na dvere s nadšením a osobným presvedčením, že to, čo robí, má význam. Taká oddanosť zaručene povedie k úspechu. *„Do Brašova som sa presťahovala pred 7 rokmi. V tom čase nikto nepremietal dokumentárne filmy a ja som cítila, že je to potrebné... Ozvala som sa všetkým svojim kamarátom z branže, aby mi na premietanie poskytli svoje filmy, robila som to z vlastného nadšenia... Ale videla som, že ľudia ostávali diskutovať a tie témy ich zaujímali, bolo teda zjavné, že chcú toho o svete vedieť viac, a tak som v tom pokračovala.“*

Laura, Brašov, Rumunsko

FOTOGRAFIE:

Archiv našeho promítacího místa (Café Rouge)

TECHNICKÉ PREKÁŽKY A AKO ICH PREKONÁVAŤ

AUTORKA: Mariam Jachvadze, Production Manager (Chai Khana Media, Georgia)



- > Oživenie kín: Prípadová štúdia o Gruzínsku
- > Komunita filmových fanúšikov v Gori
- > 14 povinných technických otázok pre hladký priebeh premietania filmu
- > Nová šanca pre kino v Bolnisi
- > Premietania v hornatej Rači
- > Prípravy na premietanie v Tetrtskaro

Oživenie kín

Vytvoriť niečo, čo diváci doma nezažijú, je pri dnešnej dostupnosti VOD platforiem a systémov domácich kín dôležitejšie, než kedykoľvek predtým. Kinovým fanúšikom sa často odporúča byť o krok vpred a zorganizovať podujatie, na ktoré publikum len tak ľahko nezabudne. V krajine ako je Gruzínsko však môže byť realita úplne iná, keďže trpí nedostatkom bežných nezávislých kín, no v jej mestách a obciach nájdete množstvo starých kultúrnych centier, v ktorých počas existencie Sovietskeho zväzu sídlili kiná. Mladí gruzínski zanietenci sa snažia vniesť do bývalých sovietskych kultúrnych zariadení v ich mestách nový život a myšlienky, na tejto ceste však čelia mnohým technickým ťažkostiam.

Komunita filmových fanúšikov v Gori

Dom umenia, založený členmi Klubu fotografov v Gori, je ďalším príkladom živého a kreatívneho priestoru vo východnom Gruzínsku. Projekcie filmov sa organizujú s cieľom donútiť publikum zamyslieť sa nad aktuálnymi témami prostredníctvom dokumentov. Budovanie komunity filmových fanúšikov však so sebou prináša istý podiel technických prekážok.

Ukázalo sa, že veľká okrúhla sála navrhnutá ako výstavný priestor nezvláda počas premietaní akustiku kvôli skreslenému zvuku a ozvenám. Tím sa však vynašiel - dal na podlahy koberec a

zaplnil prázdne steny. Kvalita zvuku sa výrazne zvýšila.

Na to, aby sa film odprezentoval čo najlepšie, je nutné zabezpečiť kvalitnú projekciu a zvukové zariadenie, to však samo o sebe nestačí. Zdá sa, že pred premietaním je potrebné zodpovedať aj pár ďalších, trochu nezvyčajných otázok. Ide o nasledovné:

- *Máte k dispozícii základné technické vybavenie, t. j. projektor, zvukový systém a premietacie plátno?*
- *Dá sa priestor dostatočne zatemniť?*
- *Je plátno umiestnené v takej výške, aby naň videl zo svojho sedadla každý?*
- *Je zvukový systém vhodný na použitie vo vonkajších priestoroch?*
- *Ak premietate vonku, pozreli ste si predpoveď počasia a zabezpečili ste plátno? Nemali by ste premietiť film, ak sa chystá dážď alebo vietor.*
- *Sú sedadlá pohodlné aj pre seniorov? Okrem pufov a vankúšov je vhodné mať k dispozícii aj stoličky.*
- *Môžete si premietanie skontrolovať vopred?*

- *Sú reproduktory a projektor kompatibilné s konkrétnym laptopom?*
- *Máte dostatok zásuviek a káblov?*
- *Ak namiesto projekčného plátna chcete použiť stenu, poriadne si ju prezrite. Nie je poškodená? Nie sú na nej škvrny?*
- *Stiahli ste si súbor s filmom do svojho počítača?*
- *Skontrolovali ste zvuk?*
- *Pozreli ste si film pred premietaním a zvážili ste jeho obsah pre váš región a komunitu?*
- *Kto z vášho tímu je zodpovedný za technickú stránku premietania? Bude tam ten človek po celú dobu premietania?*
- *Ak sa počas premietania vyskytnú technické problémy, hlavne si zachovajte chladnú hlavu a informujte divákov o tom, ako ich budete riešiť. Ľudia si úprimnosť naozaj vážia.*

Snáď tento zoznam posluží ako užitočná pomôcka, ktorá môže veľa zmeniť.

Nová šanca pre kino v Bolnisi

V Gruzínsku je niekoľko malých miest, kde sa (aspoň u mladšej generácie) filmové premietania postupom času stali súčasťou každodenného života. Mesto Bolnisi sa nachádza v strednej časti kraja Kvemo Kartli na juhovýchode Gruzínska a ide o jedno z prvých miest, kde miestni obyvatelia začali presadzovať myšlienku kina a úspešne presvedčili radnicu, aby zrekonštruovala staré kino. Bude na ňom ešte veľa práce, ale tím troch mladých filmových nadšencov premietajú v tejto starej

budove filmy už od roku 2020. Pozývajú do ich mesta gruzínskych filmárov, pozerajú spolu filmy a po premietaniach vyčleňujú priestor na otázky a odpovede. Ťažko si však vedia spomenúť na deň, kedy by premietanie prebehlo hladko bez akýchkoľvek technických komplikácií.

“Ako prvé sme do budovy dali zaviesť elektrinu. Najprv sme si mysleli, že za nízku hlasitosť môže náš audiosystém biednej kvality. Pravdou však je, že ide o veľkú sálu s vysokými stropmi, čo neprospieva akustike, takže zvuk sa nerozlieha poriadne. Zvukový systém musí byť prispôsobený sále a filmovému premietaniu.

Čo sa týka projektora, najlepšie je dať ho vždy na jedno miesto, aby ste nemuseli zakaždým nastavovať priblíženie a zaostrenie. Na uchytenie plátna sme zakúpili železnú konštrukciu a vyrobili sme ho z materiálu určeného na reklamné bannery. Neprepúšťa svetlo, pozadie je čierne, takže lúče z projektora cez neho neprejdú. Plátno máme dosť veľké. Natahovať sme ho začali od rohov, aby bolo poriadne napnuté bez akýchkoľvek záhybov.”

(Vano, Bolnisi, Gruzínsko)

“Na dvere umiestnite tmavý záves. Vzďialenosť medzi dverami a závesom zabráni tomu, aby sa do zatemnenej sály dostalo svetlo, keď ľudia odchádzajú alebo prichádzajú počas premietania.”

Lazare



“Skúsenosti znamenajú veľa, a to najmä vtedy, ak máte chabú výbavu. Pamätám si, že raz sme mali problém s AUX káblom, ktorý bránil prenosu zvuku z počítača do reproduktora. Museli sme ho vymeniť. Odvtedy máme na mieste premietania veľkú krabicu plnú všelijakých káblov. Konektory medzi reproduktorom a počítačom, z ktorého sa film prehráva, sú veľmi dôležité. Zariadenia sa niekedy nedokážu zosynchronizovať s konkrétnym počítačom, takže je potrebné všetko vopred otestovať.”

Ana

DOMUMENIA, GORI

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

Premietania v hornatej Rači

Skúsenosti majú veľkú hodnotu aj pre Eter Arsanidze žijúcu v Rači, vysokohorskej oblasti na západe Gruzínska. Táto mladá aktivistka založila v Rači komunitnú organizáciu, podarilo sa jej spojiť mladých ľudí z rôznych obcí, obstarala projektor, plátno a cca 15 stoličiek. Cestuje z jednej dediny do druhej, aby miestnym obyvateľom priniesla kino. Vzhľadom na absenciu vysokokvalitnej projekcie, zvukového vybavenia a priestorových možností, technické problémy sa objavujú na každom premietaní.

Keďže Eter a jej kolegovia nemajú s organizovaním projekcií filmov bohaté skúseností, až neskoro si uvedomili, že treba vopred myslieť na zatemnenie sály. Spomína si na deň, kedy mali premietť dokument režisérky Salome Jashi, ktorá si problém uvedomila a priniesla tmavé, čierne závesy, aby nimi zakryli okná a zabránili tak prenikaniu svetla.

“Reproduktor, ktorý sme si kúpili, funguje vnútri dobre, jeho výkon však nie je dostatočný pre vonkajšie priestory. Keď sme deťom premietali rozprávky, zvuk bol tak slabý, že deti takmer nič nepočuli. Natlačili sa teda tak blízko k plátnu, ako sa len dalo, v podstate sedeli na pódiu.”

Eter



Prípravy na premietanie v Tetrtskaro

Jedným z najväčších problémov, ktorým čelia mnohé projekčné miesta, býva osvetlenie. Podľa Pati Šavadze, ktorá pracuje v Centre mládeže v meste Tetrtskaro (na juhu Gruzínska), sa u nich premietania nikdy nekonali za bieleho dňa, vždy čakali, kým sa zotmie. Okrem toho niekedy spôsobuje závažné komplikácie s premietaním aj nestálosť internetu.

Približne 6 komunitných organizácií vytvorilo sieť **KSELI**, ktorá združuje mladých filmových nadšencov, aby si medzi sebou vymieňali skúsenosti a navzájom sa podporovali v snahe propagovať kultúru v regiónoch Gruzínska.

“Internetu vôbec neveríme. Súbor s filmom sťahujeme vždy vopred, ideálne deň pred premietaním. Stáva sa, že sťahovanie trvá príliš dlho, aj 3-4 hodiny. Je potrebné skontrolovať aj to, či sa súbor stiahol úspešne. Raz sa nám stalo, že jeden súbor bol už zdanlivo stiahnutý, ale v poslednej minúte sa to zaseklo. Takže určite sa oplatí to riešiť v predstihu. Rovnako vám odporúčam nespoliehať sa na externé disky, vždy si stiahnite súbor priamo do notebooku alebo počítača.”

Pati



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

FOTOGRAFIE:

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

AKO SPRÁVNE VYBERAŤ FILMY

Andreea Bratosin, asociácia One World Romania, Rumunsko



- > Výber katalógu
- > Kvalita a hlavná pointa
- > Typ premietacieho miesta
- > Cieľové publikum
- > Osobný vkus
- > Načasovanie (sezóna, prázdniny)
- > Hlavné spoločensko-politické otázky
- > Zhrnutie

Výber katalógu

KineDok vydáva každú sezónu katalóg filmov, ktorých kurátormi sú členovia organizačného tímu z príslušných partnerských krajín. Zástupca každej z nich navrhne dva najlepšie súčasné dokumenty z produkcie alebo koprodukcie svojej rodnej zeme. Pri výbere filmov sa prihliada najmä na kritériá ako kvalita filmu, rôznorodosť tém a spoločensko-politická angažovanosť. V rámci jedného roka si teda môžete vybrať z 12-16 dokumentov. Obsah filmového katalógu sa potom ešte prehodnocuje a následne sa posúva všetkým manažérom premietacích miest, aby mohli vo svojich priestoroch organizovať konkrétny program. Ľudia, resp. organizácie, ktoré premietajú filmy KineDoku, môžu byť rôzne – kultúrne asociácie, verejné inštitúcie, občianske skupiny alebo jednotlivci zo všetkých sfér života. Ich výber filmov ide vždy ruka v ruku s etickými či kultúrnymi hodnotami a s identitou premietacieho miesta. V ktoromkoľvek filme z ponuky KineDoku sa nájde spojitosť s vašou miestnou kultúrou. Pri výbere filmov, ktoré plánujete premietiť, by ste mali vziať do úvahy niekoľko kritérií:

Kvalita a hlavná pointa

Katalóg KineDoku obsahuje dokumenty umeleckej kvality pokrývajúce širokú škálu spoločenských a politických tém, napr. spravodlivosť, sloboda slova, zdravie a mentálne zdravie,

migrácia, inštitucionálna korupcia, starnutie a seniori v spoločnosti, zneužívanie a rodinné traumy, kolektívna trauma, menšiny, nerovnosť príležitostí, zmeny klímy a prostredia, a mnoho iných.

“Rozhodnutia o filmoch robíme s pomocou koordinátora KineDoku. V súčasnosti premietame kvôli politickej situácii v krajine viac gruzínskych filmov. Vo všeobecnosti vyberáme filmy zaujímavé pre odborníkov v oblasti umenia, fotografov, atď. Väčšinou vieme o voľných termínoch na premietania pár mesiacov vopred a týždeň predtým sa rozhodujeme, ktorý konkrétny film sa bude premietat’.”

Natalie

**CUBE IN CONTEXT,
GRUZÍNSKO**

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

Typ premietacieho miesta

Premietania musia byť prispôsobené typu lokality (vonkajšie alebo vnútorné priestory) a atmosfére, ktorú majú organizátori v úmysle vytvoriť. Napríklad mainstreamové, ľahšie filmy je vhodnejšie premietat’ vonku, v baroch alebo krčmách, kým umelecké filmy pre kinofilov sa hodia skôr do múzeí, knižníc alebo galérií umenia. Koniec koncov, je na vás, čo chcete premietat’ a pre aké publikum.

“Počas sezóny sa snažíme odpremietať všetky položky z katalógu. Chceme stihnúť čo najviac premietaní vonku, kým je pekné počasie, a komunitné priestory využívame len počas chladných jesenných a zimných mesiacov. Veľmi to ovplyvňuje plánovanie projekcií, keďže ľahšie filmy sú vyhradené pre vonkajšie premietania a náročnejšie filmy sa premietajú vnútri počas zimy.” (Zsuzsi Béres-Malter, AKE-Debrecín, Maďarsko)

Cielové publikum: je veľmi dôležité identifikovať potenciálne publikum pre konkrétnu tému prezentovanú vo filme a pozvať dané publikum na premietanie. Na film, ktorý sa zaoberá

postavením seniorov v spoločnosti, môžete pozvať napríklad členov centier pre seniorov a mimovládne organizácie, ktoré pracujú so staršími ľuďmi. Rôzni organizátori si kladú rôzne ciele – niektorí si chcú vybudovať lojálnu a spoľahlivú komunitu pre dokumentárne filmy. Tí, čo takúto komunitu už majú alebo organizujú premietania pre špecifické skupiny, sa zas chcú zamerať na diskusie o prezentovaných témach a o tom, ako zasahujú do života komunity.

“Premietania väčšinou uskutočňujeme cca so štvortýždňovým odstupom. Zistili sme, že keď ich organizujeme častejšie, nefunguje to, a to hlavne kvôli časovej nedostupnosti členov nášho tímu. Niekedy to závisí aj od priestoru. Raz sme získali jeden priestor na 2 dni, zorganizovali sme teda 2 podujatia 2 dni po sebe, pričom sme zabezpečili, abysa neprekrývali s niečím iným. Mali spoločnú tému, takže to dopadlo super. Počas týždňa máme premietania vnútri pravidelne o 19:00, čo je pre mesto Arad v pohode. Ľudia neostávajú v meste do neskorých hodín. Pozrú si film, pridajú sa na diskusiu a do desiatej večer sú doma. V lete premietame vonku podľa toho, kedy sa začína stmievať, vtedy ľudia ostanú aj dlhšie.”

Ioana

**ASOCIÁCIA CITIZENIT,
RUMUNSKO**

<https://www.citizenit.ro>

Osobný vkus

Ako organizátor kultúrnych podujatí si musíte vybudovať vlastný kurátorský náhľad. Zároveň však nesmiete zabúdať na to, že filmy premietate pre divákov, nie pre seba. Medzi vašim osobným vkusom a jasnou predstavou toho, čo by pozerali vaši diváci, musí byť rovnováha.

BUILD YOUR OWN CURATORIAL VISION

“Výber filmov je tvorivý proces, aj keď to tak možno nevyzerá. Keď si pozerám zoznam filmov v katalógu KineDoku, uvažujem takto – po prvé, ktoré témy sú najvhodnejšie pre toto mesto, po druhé, ktoré filmy sa hodia k iným podujatiam alebo festivalom, po tretie, ktoré filmy vypovedajú o súčasných svetových alebo miestnych otázkach, a po štvrté, ktorý film osloví to konkrétne publikum, ktoré do toho chceme zapojiť. A potom vezmem do úvahy svoje vlastné preferencie a tiež recenzie filmov (v tejto oblasti si robím hlbší prieskum). Potom môžem plánovať program tak 2-3 týždne vopred, hoci by som chcel mať plán hotový o niečo skôr a vytvoriť niečo ako KineDok sériu, mini festival alebo filmový klub. Ja viem, že môj výber je aj tak dosť subjektívny, ale robím, čo môžem.”

Simion

**PALÁC KULTÚRY,
RUMUNSKO**

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

Načasovanie (sezóna, prázdniny)

Isté dokumenty, resp. témy, môžu pritiahnúť väčší záujem, ak sa premietajú v konkrétnom ročnom období. Porozmýšľajte, ktoré filmy majú skôr letnú alebo zimnú atmosféru. Napríklad filmy o cestovaní, športe a rodinných vzťahoch sa hodia skôr k letu.

Hlavné spoločensko-politické otázky: skúste nadviazať spoluprácu s miestnymi organizáciami, ktoré riešia kritické otázky vo vašej krajine. Napríklad film o LGBTQ+ zaujme viac, ak sa bude

premietaj počas festivalu PRIDE, alebo počas iného podujatia zameraného na queer skupiny. Film o rómskych komunitách môžete premietaj na Medzinárodný deň Rómov, atď. Nezabudnite, že niektoré témy sa v istých krajinách vnímajú politicky citlivo, buďte teda pripravení na ostrejšie ohlasy a vyhrotené diskusie s vašimi divákmi.

Zhrnutie

Každú sezónu KineDok vydáva katalóg 12-16 filmov. Z nich si miestni partneri vyberajú tie, ktoré chcú premietaj na zvolených miestach. Výber filmov ide vždy ruka v ruku s kultúrnymi hodnotami a s identitou premietacieho miesta.

Pri výbere filmov, ktoré plánujete premietaj, by ste mali vziať do úvahy niekoľko kritérií:

- **Kvalita a hlavná pointa filmu:** Katalóg KineDoku obsahuje dokumenty umeleckej kvality pokrývajúce širokú škálu spoločenských a politických tém.

- **Typ premietacieho miesta:** Premietania musia byť prispôsobené rôznym typom lokalít (vonkajšie alebo vnútorné priestory) a atmosfére, ktorú daná lokalita a organizátori dokážu vytvoriť.

- **Cieľové publikum:** Je dôležité identifikovať potenciálne publikum pre konkrétnu tému prezentovanú vo filme a pozvať dané publikum na premietanie.

- **Osobný vkus:** Medzi vašim osobným vkusom a jasnou predstavou toho, čo by pozerali vaši diváci, musí byť rovnováha.

- **Správne načasovanie (sezóna, prázdniny):** S určitými filmami alebo témami to dotiahnete ďalej, ak ich budete premietaj v istom ročnom období.

- **Pravidelné alebo ad hoc miestne kultúrne podujatia:** Vezmite do úvahy veľké miestne kultúrne podujatia, s ktorými by ste mohli spojiť svoje premietanie.

- **Hlavné spoločensko-politické otázky:** Máte možnosť spolupracovať aj s miestnymi organizáciami, ktoré sa sústredia na hlavné spoločensko-politické otázky vo vašej krajine.

FOTOGRAFIE:

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)

NEPRETRŽITÁ KOMUNIKÁCIA S PUBLIKOM

AUTORKA: Mária Hejtmánková, PR a kultúrna manažérka (Slovensko)



- > Všetko závisí na správnej komunikácii
- > Rozpočet
- > Priamy marketing
- > Načasovanie (Timing)
- > Kto je vaším divákom?
- > Pracujte s filmovým príbehom alebo témou
- > Sociálne siete
- > Identita

Všetko závisí na správnej komunikácii

Budú sa u vás premietajú filmy z ponuky Kinedok? To znamená, že ste jedinečný priestor, lebo presne na také miesta prináša Kinedok tie najlepšie filmy zo strednej a východnej Európy. A okrem filmov prináša aj zážitky! Aj napriek tomu máte problém prilákať divákov? Komunikácia je jedným z najdôležitejších prostriedkov v našom každodennom živote. Vďaka nej sa môžeme vzájomne spájať a podávať či prijímať informácie. Na to, aby ste mohli prilákať divákov, potrebujete mať dobre nastavenú komunikáciu s nimi – dobre nastavený marketing a PR.

Rozpočet

Rozpočet na PR je väčšinou podhodnotený. Mnohé kultúrne a neziskové priestory uprednostňujú investovanie finančných prostriedkov do programu, avšak zabúdajú na to, že ho musia efektívne komunikovať verejnosti. Pri jeho vytváraní je dôležité nastaviť si aj rozpočet na PR a marketing. Každé kultúrne podujatie v programe by malo byť primerane komunikované. Každý film, ktorý premietnete, by mal mať adekvátne promo. Pred vytvorením rozpočtu si premyslite, ako chcete osloviť svoje publikum. Kto je vaše publikum? Koľko potrebujete

finančných prostriedkov a na aký účel? Budte realistickí. Zamyslite sa nad detailmi. Aký efekt majú len programové plagáty? Aký efekt majú filmové plagáty? Koľko ich reálne potrebujete? Kde je ich najlepšie vylepiť?

Aký dosah má platená reklama na sociálnych sieťach? Je správne nastavená? Máte platenú reklamu? Ak chcete, aby mali jednotlivé posty a vaša stránka na sociálnych sieťach dosah, je dobré nevyhýbať sa jej. Myslite aj na detaily, akými sú tvorba videí, reels, stories a pod. Kto má na starosti PR? Funkcia PR manažéra*ky je väčšinou podhodnotená. Často je kumulovaná s ďalšími prácami alebo PR manažér*ka má nízku odmenu a musí kvôli tomu pracovať aj na iných projektoch. Komunikáciu s médiami, vytváranie obsahu na sociálnych sieťach či internetovej stránke a ďalšie aktivity spojené so starostlivosťou o viditeľnosť programovej ponuky by mala robiť ideálne jedna osoba na plný úväzok.

S publikom je dobré komunikovať nepretržite aj mimo sociálnych sietí. Jednoduchou a lacnou formou komunikácie je tzv. direct mail alebo newsletter. Menej je niekedy viac. Nastavte si obsah, ale aj frekvenciu mailovej komunikácie tak, aby ste neboli „otravní“ a prinášali stručný obsah, ktorý si ľudia so záujmom pozrú. Pri správnej identifikácii cieľovej skupiny a spôsobu komunikácie s ňou dokáže byť direct marketing veľmi účinný a navyše vychádza podstatne lacnejšie ako klasické formy reklamy. Nemáte mailové adresy vašich divákov? Pri vstupe na akékoľvek podujatie sa ich pýtajte, či majú záujem dostávať od vás informácie o programe. Ďalšou formou osobnej komunikácie môže byť aj skupina cez WhatsApp alebo Signal, prostredníctvom ktorej viete informovať o najbližšej téme diskusie a projekcii filmu. Výborným marketingovým nástrojom, s ktorým už máte skúsenosti, sú aj pozitívne referencie, čiže WOM - word of mouth (tzv. šuška alebo šírené ústnym podaním). Ako ho čo najlepšie dosiahnuť?

Ako ho čo najlepšie dosiahnuť? Zamyslite sa nad tým, kedy vy odporúčate svojim známym, aby išli do niektorej reštaurácie, hotela alebo výnimočného priestoru. Akú pridanú hodnotu ponúkate vy? Kde a kedy sa môže začať WOM? Po každej diskusii či projekcii pozvite svojich divákov na ďalšie filmy, ktoré máte v programe, takako to robia napríklad v gruzínskom **ART HOUSE GORI** alebo v maďarskom **TELEP**. Predstavte im hlavnú myšlienku filmu a aj hostí, ktorých ste pozvali na diskusiu. **ALTERNATÍV KÖZÖSSÉGEKEGYESÜLETE** má vždy zverejnený aj plagát ďalšieho filmu, ktorý budú premietiť.

Pokiaľ to vaše priestory a technické podmienky dovoľujú, môže byť pre vás inšpiratívne **DOKUKINO**, ktoré propaguje svoj program aj prostredníctvom vlastných videí. Diskusie, ktoré realizujete v rámci projekcií, môžete neskôr odvysielať na vašej webovej stránke či sociálnych sieťach. Alebo len vybrané úryvky z nich.

Načasovanie

Správne načasovanie je základ. Stačí dať post na sociálne siete deň pred projekciou? Spoliehate sa len na plagáty s vašim mesačným programom vylepené v meste? Kultúrne priestory ponúkajú veľmi pestrý program. A ten je ako bonboniéra. Každý má inú príchuť. Preto je dobré zvlášť informovať o filmovom programe a distribuovať aj filmové plagáty.

Kedy by ste mali začať hovoriť o konkrétnej projekcii? A ako? Filmový plagát vylepte najneskôr 2 týždne pred projekciou na miestach, kde sa vyskytujú jeho potenciálni diváci. Nezapudnite na ňom viditeľne uviesť informáciu, kedy bude film vo vašom priestore premietaný.

O projekcii je prirodzene dobré včas komunikovať aj prostredníctvom sociálnych sietí, v miestnych médiách, formou direct mailu a pod.

Spoj sa so zástupcami médií

Je dôležité uvedomiť si, že premietnutie filmu u vás je jedinečné, pretože ho napr. nie je možné vidieť v bežnej kinodistribúcii, v TV alebo súčasťou projekcie je aj diskusia či iný program so zaujímavými hosťami.

V obľúbenom slovenskom kultúrnom centre **STANICA ŽILINA-ZÁRIEČIE** alebo v rumunskom **MA HUB** majú najviac divákov počas letných outdoorových projekcií. Ako je to u vás?

Je dôležité budovať si vzťah so zástupcami médií. Informujte ich pravidelne o vašom programe a pozvite ich osobne na projekciu. Aj tu platí, menej je viac.

Pokiaľ chcete, aby zástupcovia médií čítali vaše správy, píšete ich jasne, stručne a nie často. A nezabudnite byť vďační za akúkoľvek zmienku o vašom programe. Vytvorte si marketingový kalendár (napr. v excelovej tabuľke zdieľanej na google disku alebo na nástenke), v ktorom máte zadané, v aký deň čo komunikujete a akou formou. Bez prehľadného plánovania sa nedá robiť efektívny marketing.

Dôležitý je nielen čas, kedy o projekcii informujete svojich divákov, ale aj čas, kedy je projekcia filmu. Ktorý deň je najlepší? Aká hodina? Je v meste podujatie, ktoré má podobné filmy v programe? Alebo veľký event, vďaka ktorému môžete mať veľmi nízku návštevnosť?

Kto je vašim divákom?

Ak si myslíte, že film, ktorý chcete premietnuť, je pre každého, mýlite sa. Je dôležité, aby ste identifikovali cieľové publikum. Kto si ho chce naozaj pozrieť? Kto by ho mal vidieť? Vaši návštevníci zvyčajne nemajú rovnaké záujmy a myslenie ako vy, i napriek tomu, že sa stretávate u vás na podujatiach. Kde sa vyskytujú mimo vášho priestoru? Aké sú ich záujmy? Pracujú alebo sú ešte študenti či už v dôchodkovom veku? Aké formy komunikácie uprednostňujú? Facebook? Instagram? Direct mail? Plagáty? Rádio? Podcast...? Pokiaľ neviete odpovedať na tieto otázky, je načas urobiť prieskum formou dotazníka, ktorý môžete zverejniť na sociálnych sieťach ako platený post a zároveň oslovovať ľudí aj priamo na podujatí. Aj tu platí – menej je viac. Dotazník by mal byť krátky, otázky jasné a stručné. Nezabudnite sa v ňom spýtať, či majú respondenti záujem dostávať od vás newsletter.

Ako udržiavať svoju komunitu?

Pokiaľ sídlite v meste, kde sú stredné alebo vysoké školy, spolupracujte s nimi. Oslovte pedagógov (ideálne tých, ktorí učia odbor blízky téme filmu), zapojte študentov, snažte sa zvelaďovať a udržiavať komunitu. Ak vás odrádza fakt, že mladí ľudia, s ktorými ste pracovali, časom prestanú k vám chodiť, pretože si nájdu prácu v odlišnom meste, odídu kvôli štúdiu alebo si založia rodinu, nezabudnite, že u vás zažili dôležitú časť života a svoje pocity a zážitky budú zdieľať ďalej.

Komunitu môžete udržiavať aj tým, že sa vo svojom programe a spôsobe komunikácie prispôbíte návštevníkom, ktorí starnú a zároveň nezabudnete na nových divákov. Vyskúšajte premietania pre rodičov s deťmi, aké realizuje napríklad **CENTRUM VOLNÉHO ČASU HRUBÍNKA**. Kým dospelí pozerajú vonku film, deti majú pripravený program vo vnútri. Niečo si vytvorila, majú zabezpečené jedlo, ktoré keď zvýši, tak si ho zoberú domov. Vytvára to veľmi príjemnú atmosféru.

Klub **FUTRA** zas posielal pozvánky na film **JEDNOTKA INTENZIVNÍHO ŽIVOTA** okrem pravidelných divákov aj ľuďom na oddelení sociálnych služieb miestnej radnice. Máte vo vašom meste veľa seniorov? Zoznámte sa s nimi! Napríklad prostredníctvom organizácií, ktoré ich spájajú. Väčšinou do nich chodia veľmi aktívni seniori*ky, ktorí/é sa radi zapoja do nových aktivít, aj artových. Spolupracujete s mestom alebo mestskou časťou? Spriatelili ste sa s majiteľmi okolitých obchodov, kaviarní, zmrzlinárne a pod.? Aj tam môžete mať filmový plagát a stretnúť svojich divákov. Spájanie komunít je nesmierne dôležité.

Ako príklad uvádzam kino v malom slovenskom meste Stupava, kde sú plagáty vyvesené v obchodoch, ZUŠ, zmrzlinárni, reštaurácii a pod. Tvoria základnú formu komunikácie s divákmi. U obyvateľov mesta to vyvoláva pocit: „Toto kino je naše!“ Sídli v kultúrnom dome. Vstupenky si môžete zakúpiť v kaviarni, ktorá je jeho súčasťou a vo svojej ponuke má okrem nápojov aj pukance a umelecky hodnotné knihy pre dospelých či deti. Komunikácia s divákmi je nielen o tom, aké informácie im posúvate, ale aj o pridaných hodnotách, ktoré im ponúkate.



Pracujte s filmovým príbehom alebo témou

O čom je film, ktorý bude u vás premietnutý? Na aké problémy sa zameriava? Pred tým, než začnete o snímke komunikovať, odpovedzte si na tieto otázky. Nepozývajte ľudí na výborný alebo krásny dokument, ale na jeho príbeh. Vyzdvihnite jeho nosnú tému.

Napríklad pri filme ***DILEMA SVÄTÝCH***. Zamysleli ste sa niekedy nad tým, aké je to byť rímsko-katolíckym kňazom? Aké následky má celibát? Je nutný? Porušil vo vašom okolí nejaký kňaz celibát? Ako sa k nemu zachovali ľudia? Nebojte sa im to citlivo pripomenúť. Tak ako v diskusiách aj v komunikácii o filme môžete otvoriť otázky, ktoré sú aktuálne či už vo svete alebo priamo vo vašom regióne.

Prostredníctvom témy filmu môžete upozorniť na aktuálne spoločenské udalosti. Ako príklad uvádzam post k projekcii dokumentu ***SIEBEN WINTER IN TEHERAN***: „Dnes je svetový deň

proti trestu smrti. V kine sa práve hrá dokument *Sedem zím v Teheráne* Steffi Niederzollovej. Je o životnom príbehu iránskej študentky Reyhaneh Jabbari, ktorá zabila svojho násilníka – **A BOLA ZA TO POPRAVENÁ.**“

Maďarské **KINODOMINO** vytvorilo na propagáciu filmu **HECHO EN MEXICO** letenky ako pozvánky na cestu do Mexika. Originálnym vizuálom pritiahli pozornosť k dokumentárnemu filmu, ktorý prostredníctvom hudby rozpráva o súčasnej i dávnej mexickej kultúre. Súčasťou podujatia bolo mexické jedlo, hudba a aj vďaka výzdobe sa diváci cítili ako v Mexiku. Namiesto obvyčajnej projekcie vytvorili happening, aký chcete opäť zažiť.

Ďalšou dôležitou pridanou hodnotou Kinedok projekcií sú diskusie. Zo skúseností viete, že ľudia sa radi prídu pozrieť na niekoho, kto je vo vašom meste obľúbený. Pozvite ho ako hosťa do diskusie, ktorá nemusí byť len s tvorcami. Každý dokument z ponuky Kinedok prináša témy, o ktorých je potrebné hovoriť. Každý získal nejaké ocenenie a bol premietnutý na významných festivaloch. Aj to je informácia, na ktorú ľudia zvyknú reagovať. Skvelým lákadlom je aj príťažlivo rozprávajúci filmový kurátor. Ak má napríklad budapeštiansky pub **GÓLYA** hostí z iných mimovládnych organizácií, tie informujú o podujatí na svojich sociálnych sieťach. Čím viac sa budete spájať s ďalšími organizáciami a komunitami, tým viac potenciálnych divákov oslovíte.

Sociálne siete

Ľudia ich nemajú radi, a predsa na nich trávia množstvo času. Ktorú sociálnu sieť uprednostňuje vaše publikum? Aký je najlepší termín na zverejnenie pozvánky? Nositeľ Nobelovej ceny Daniel Kahneman vo svojej knihe **THINKING, FAST AND SLOW** rozlišuje dva systémy, ktoré riadia naše myslenie. Prvý je rýchly, intuitívny a emocionálny. Druhý systém myslenia je pomalší, cielavedomejší a logickejší. V komunikácii na sociálnych sieťach by sme mali využívať výhody oboch systémov myslenia. Obrovské množstvo informácií, ktoré sa na nás valí z každej strany, oslabuje pozornosť ľudí, predovšetkým na sociálnych sieťach. Na to, aby ste ich upúťali, je dobré publikovať vizuál (fotografiu, video), ktorý pri rýchlom prechádzaní jednotlivých postov zaujme. Váš divák chce zároveň vidieť hodnotný a stručný obsah, aký ho priláka a motivuje k tomu, aby si klikol na odkaz s ďalšími informáciami a následne si prišiel pozrieť film. Pozvánky zverejnené na poslednú chvíľu a so žiadnou pridanou hodnotou vám divákov neprinesú. Používajte jednoduchý zrozumiteľný jazyk a nepíšte do postov celé synopsisy. Ako príklad uvádzam **POST** k filmu Nisha Pahuja **TO KILL A TIGER**:

Identita

Kinedok je značka, ktorá prináša hodnotné dokumentárne filmy. Ak použijete fotografie a propagačné materiály s logom Kinedok, automaticky na ne zareagujú ľudia, ktorých už v minulosti uchvátil niektorý z ponúkaných programov. Vizuálna identita zaujme na prvý pohľad. Spája sa s ňou nielen logo, ale aj hodnoty, ktoré prinášame. Keď sa implementuje správne a dôsledne, filmy z kolekcie Kinedok budú rozpoznateľné na prvý pohľad. Publikum si značku Kinedok zapamätá. Na to, aby sme to dosiahli, je dôležité, aby bola identita komunikovaná dôsledne. Nezabúdajte na sociálnych sieťach používať aj #kinedok, ktorý spája vaše výnimočné priestory.

Kinedok vám okrem základných informácií k jednotlivým filmom poskytuje:

- plagáty
- synopsu
- fotografie s logom Kinedok
- trailer
- press kit

Slúžia vám na to, aby ste mohli komunikovať o vašom programe a prinášať nevšedné zážitky čo najväčšiemu počtu divákov. Na kreatívnom procese vymýšľania komunikačných nástrojov a ich jednotlivých fázach sa podieľajte spoločne všetci členovia vašej organizácie. Čím viac hláv, tým viac nápadov!



Daniel Kahneman: 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>

FOTOGRAFIE:

GLISNÍKOVÁ, Lenka; MRÁČEK, Adam a Radka PISKAČOVÁ

Archiv našich promítacích miest (Kinodomino, Futra)

Fotografie z filmu (Svaté dilema)

Instagram (@sakhinyc)

MILÍ DIVÁCI, KTO STE?

Dina Pokrajac, manažérka, Dokukino KIC, Restart, Chorvátsko



- > Milí diváci, kto ste?
- > Kurátorov výber
- > Obývačka v kine
- > Nepremietajte len filmy, ponúknite zážitok
- > Nájdite svojich spojencov
- > Sedem hlavných pravidiel

Milí diváci, kto ste?

Nasledujúca kapitola bude súhrnom skúseností s komunitnou projekciou pre rôzne publikum v **DOKUKINE** v Chorvátsku. Náš program primárne určuje aktuálne spoločenské dianie. Tvorí ho filmy, ktoré umeleckým a inovatívnym spôsobom prezentujú spoločensky a politicky relevantné témy (ako napr. džentrifikácia, ekonomický nerast, ekológia, migrácia, koloniálna minulosť, ochrana spoločne zdieľaných zdrojov, rodová rovnosť a rovnosť pohlaví, spoločenská zmena, otázky demokratizácie a účasti, mediálna a verejná sféra a alternatívne hospodárske modely). Víťame kontroverzné a citlivé témy a podporujeme dialóg prostredníctvom premietania dokumentárnych filmov a následných moderovaných diskusií – radi si vypočujeme rôzne názory a povzbudzujeme kotvorenému kritickému mysleniu.

Umenie je vždy politické

Intenzívne spolupracujeme s organizáciami občianskej spoločnosti a s odborníkmi z rôznych oblastí, vrátane politických vied, sociológie, filozofie, ekológie, antropológie, histórie a ekonómie. Chceme tak uviesť do kontextu tie témy, ktoré sú v určitých dokumentoch poňaté širším interdisciplinárnym spôsobom. Na sociálnych sieťach sa často stretávame s ostrými ohlasmi od prívržencov opačného politického spektra na určité filmy, ktoré premietame, a to najmä tie o Juhoslávii, bývalom socialistickom režime, či sporných historických udalostiach. V našej spoločnosti sú to stále bolestivé témy a, bohužiaľ, kolektívna pamäť sa neustále premazáva a prepisuje. Pre nás je však umenie vždy politické a je našou povinnosťou iniciovať

debaty o kontroverzných témach. Dokumenty pomáhajú ľuďom otvoriť ich myseľ a rozvíjať v sebe empatiu a pochopenie.

Kurátorov výber

“Nebudem tvrdiť, že je to ľahké, lebo nie je. Vyžaduje si to veľa úsilia a len jeden jediný film (o ktorom ste si mysleli, že bude zaujímavý) vás môže navždy pripraviť o divákov. Myslím, že človek by si mal udržiavať dobrý program, sústavne prichádzať s novými vecami a snažiť sa, koľko vládze. Najviac uspokojenia prinášajú tie chvíle, keď za vami po premietaní ľudia prídu ešte pod vplyvom dojmov a ďakujú vám. Vtedy vidíme účel a zmysel vo všetkom, čo robíme.”

Ana



Obývačka v kine

Nikdy nezabudnite na to, že ak si niekto príde pozrieť dokument, je to preňho spoločenská udalosť. V Dokukine sa pri premietaní aktuálnych dokumentov primárne snažíme vytvoriť útulnú a intímnu atmosféru a premeniť naše kino na obývačku – máme pohodlné kreslá a umožňujeme priamy kontakt s filmármi a kreatívnym tímom, ktorý stojí za projektom.

S našimi návštevníkmi pravidelne komunikujeme a promptne reagujeme na všetky ich komentáre a návrhy. Od divákov často dostávame správy typu “Mali by ste premietat toto” alebo “To bol úžasný večer”. Znie to ako kliše, ale ľudia vnímajú, ak milujete to, čo robíte, a pokiaľ miesto, kde pracujete, nemáte radi, každý to vycíti a nikto nepríde. Pre nás je dôležité to, aby do nášho kina ľudia chodili radi, kládli nášmu tímu otázky a zúčastňovali sa na podujatiach.

Niekedy stačí malé gesto na to, aby sa cítili vítaní a v pohode – naši hostia si, napríklad, do kinosály môžu nosiť nápoje z baru, či vlastné občerstvenie. Keďže sme kino priateľské voči zvieratám, vždy máme pre psov pripravené misky s vodou a pochúťky, aby si pobyt v kine užili aj domáci miláčikovia. Takisto zabezpečte, aby váš personál s divákmi komunikoval a zapájal ich do komplexnej a zmysluplnej konverzácie o všetkých témach týkajúcich sa filmu. A nebuďte defenzívni, keď budete čeliť kritike – aj protivný, nepríjemný človek môže prísť s niečím užitočným.



Kvôli filmu **KING SKATE** sme sa, napríklad, obrátili na skejterov a punkovú scénu (kontaktovali sme miestne skejterské kluby a alternatívne kluby ako **MOCHVARA** a dokonca sme zistili, že existuje aj skejterský **VLADIMIR FILM FESTIVAL**, organizovaný každý rok v Istrii). Na druhej strane, pri filme **PALÁC L'UĎOM** sme sa spojili s miestnymi architektmi, mestskými antropológmi, urbanistami a študentami dizajnu a architektúry. Vytvorili sme okolo neho celý program pod názvom **ARCHITEKTÚRA A pamäť**, spolu s panelovou diskusiou, súčasťou ktorej boli odborníci a iné filmové tituly. Keď sme premietali **SÓLO**, zorganizovali sme diskusiu s učiteľkou klavíru a zázračným dieťaťom Virnou Kljaković a psychiatrom Hrvojem Handlom, ktorí sa s nami podelili o ich skúsenosti a tak poskytli našim divákovi pridanú hodnotu. Rovnako sme oslovili aj hudobné školy a Univerzitnú psychiatrickú nemocnicu Vrapče, ktorá v spolupráci s Chorvátskou spoločnosťou filmových kritikov organizuje pre svojich študentov a stážistov program zameraný na film pod názvom **FILM A PSYCHIATRIA**.

Nepremietajte len filmy, ponúknite zážitok

HOW TO SPARK THE PUBLIC'S CURIOSITY?

“Úspešná propagácia je tá, pri ktorej cieľové publikum nemá pocit, že sa mu prihovára korporácia.”

Nikica



Vzbudíť zvedavosť verejnosti je stále tá najväčšia výzva. Povedzme si pravdu – vysokokvalitný a dobre načasovaný film často nie je zárukou upútania pozornosti. Nemôžeme len premietat filmy, musíme poskytnúť zážitok. Premiéry filmov v Dokukine sa konajú takmer výhradne s účasťou filmového štábu, prebiehajú panelové diskusie ohľadom témy filmu, alebo iné špeciálne podujatia. S každým novým filmom sa konkrétne zameriavame na našich divákov. Okrem pravidelnej reklamy a marketingu organizujeme každý mesiac propagačné kampane s využitím komunikačných kanálov a reklamných nástrojov, ktoré zapôsobia na želané publikum. Sústreďíme sa na kinofilov, ale pri každom filme si budujeme aj podpornú sieť a kontaktujeme mimovládne organizácie, asociácie, značky a médiá, ktoré konkrétne súvisia s témou obsiahnutou vo vybranom dokumente.

Snažíme sa oslavovať filmovú kultúru, ale aj podnietiť ľudí k návšteve kín. Pre tento účel organizujeme program plný rozmanitých podujatí, ale skúšame aj rozširovať priestor a vytvárať ďalšie miestnosti okrem kinosály – kaviareň, kde sa po projekcii konajú diskusie, workshopy a príhovory, kníhkupectvo s časopismi a publikáciami o filme, výstavný priestor na videoinštalácie, filmové plagáty a fotografie, “open mic” stretnutia, kde posudzujeme filmy, diskutujeme o nových vydaniach a iné.



Nájdite svojich spojencov

Návštevnosť publika väčšinou začína v júni klesať – preto od začiatku júla do druhej polovice septembra organizujeme premietania pod holým nebom v **ART PARKU ZAGREB**, zelenej oáze v centre Záhrebu, ktorá je dokonalá na relax počas horúcich letných mesiacov. V roku 2023 sme zorganizovali tzv. **DOKSIUKLETI**, sériu veľmi úspešných premietaní v obnovených priestoroch Klet, kde sa koncentrujú nádejní miestni umelci a kultúrni odborníci. Snažíme sa upriamiť pozornosť publika na kreatívne dokumenty a témy, ktoré chceme prezentovať, a tak hľadáme spojencov v miestnych umelcoch, aktivistoch, remeselníkoch a miestnych iniciatívach, zatiaľ čo projekcie filmov sa stávajú súčasťou širšej škály podujatí (koncerty, workshopy, street art, blšie trhy). Napríklad, *Júl bez plastov* je skvelá iniciatíva, vďaka ktorej môžeme premietiť environmentálne dokumenty v spolupráci s miestnou mimovládnu organizáciou **ZELENA AKCIJA**.

- sledujte aktuálne dianie, nájdite spoločensky a politicky relevantné témy a iniciujte diskusie

- v rámci svojho programu robte odvážne a kreatívne rozhodnutia a nikdy nepodceňujte svoje publikum
- zapájajte komunitu a prijímajte jej návrhy – majte rôznorodý program a podporujte jej účasť
- robte malé gestá, aby sa diváci cítili príjemne a vracali sa na vaše premietania
- nepremietajte len filmy, poskytnite vašim divákovi pamätný a radostný zážitok
- vybudujte si rozsiahlu podpornú sieť a pri každom novom filme sa zamerajte na svoje publikum personalizovaným a originálnym digitálnym marketingom
- sprostredkujte vašim divákovi dodatočné aktivity (workshopy, vystúpenia, výstavy, koncerty, atď.)

FOTOGRAFIE:

BISTRČIĆ, Sanja; ŠARLIJA, Zoe; MAGZAN, Anto; PLANINC, Borut, BERDAIS, Klara a Leonardo
KLANCIR

Archiv našeho promítacího místa (Dokukino)

PREMIETANIA FILMOV POD TLAKOM

AUTORKA: Mariam Jachvadze, Produkčná manažérka (Chai Khana Media, Gruzínsko)



- > Boj za demokraciu
- > Citlivý obsah v malých mestách
- > Spolupráca s občianskou spoločnosťou
- > Nepredvídateľné závery diskusií
- > Prekonávanie potenciálnych prekážok
- > Ako dokáže pamäť vyvolať konflikt
- > Filmy pod politickým tlakom
- > Sedem hlavných pravidiel

Boj za demokraciu

V časoch, kedy sa boj za demokraciu približuje ku kritickému bodu, sa sloboda prejavu a sloboda slova ocitajú pod tlakom. Navyše, podľa správy **SLOBODA VO SVETE 2023** v priebehu rokov upadla aj sloboda sebvýjadrenia v dôsledku závažných zásahov do súkromia, zastrašovania a popudov na online aj offline autocenzúru. A toto sa týka aj východnej Európy. Vojná medzi Arménskom a Azerbajdžanom, rozsiahla vojna na Ukrajine a protesty v Gruzínsku spôsobili to, že život v regiónoch je nestály a neistý. Ľudia, ktorí tvoria umenie, čelia v krehkej demokracii výzvam rôzneho rozmeru. Politický tlak nie je jediným problémom, lebo ultranacionalistické hnutia a ultrakonzervatívne skupiny majú priamy vplyv aj na niektoré kultúrne podujatia a proces distribúcie filmu.

Tieto skupiny naberajú na sile vtedy, keď sú ľudské práva, a to najmä práva menších, nedostatočne chránené. Okrem toho, v tradičnejších spoločnostiach zvykne publikum brať témy o homosexualite či láske medzi gaymi citlivo. Z tohto dôvodu filmy o takýchto vzťahoch nie sú veľmi vítané a uznávané. Filmári a organizátori premietaní, vrátane manažérov premietacích miest, musia v krajinách ako je Gruzínsko, Azerbajdžan, Maďarsko alebo Rumunsko zvážiť všetky možné komplikácie.

V nasledujúcej kapitole si na niekoľkých príkladoch ukážeme, ako sa filmári a organizátori filmových podujatí vysporiadávajú s politickým a spoločenským tlakom, ktorému čelia. Snáď vám to dodá nádej, že filmy sa môžu premietť aj v problematickom kontexte:

Citlivý obsah v malých mestách

Zdá sa, že takáto nebýva prax len v Gruzínsku, podobne je to aj v iných krajinách, napríklad v Rumunsku, kde sa každý film vyberá veľmi opatrne. Tento proces je ešte zložitejší v menších mestách, kde je počet divákov obmedzený. Zástupcovia kultúrnych centier v týchto oblastiach vynakladajú veľké úsilie, aby rozšírili rady svojho publika a iniciovali diskusie o témach, ktoré sú pre ich spoločnosť relevantné. Ich cieľom je zapojiť divákov a nadviazať s nimi spojenie.

Simion Pop, ktorý momentálne pracuje v bistriskom Paláci kultúry v Rumunsku, si uvedomuje, že existujú citlivé témy a že ich prípadný účinok na divákov je ťažké predvídať. V menších mestách je podstatné nájsť tú tenkú hranicu tak, aby prilákanie väčšieho publika nevyústilo do odcudzenia.

“Existujú citlivé témy a my netušíme, ako ich máme zakomponovať a či sa ich prezentovaním naše publikum zväčší alebo zredukuje – sme v malom meste a nechceme si našich divákov znepriatelieť. Nie sme v New Yorku, kde je jedno, komu čo ukazuješ, lebo tam bude vždy špecifické publikum. Ja musím zohľadňovať každého citlivú stránku, aj keď je iná, než tá moja.”

Simion

**BISTRITSKÝ PALÁC
KULTÚRY, RUMUNSKO**

<http://www.palatulculturiiibistrita.ro>

Spolupráca s občianskou spoločnosťou

V Chorvátsku je poukazovanie na aktuálne spoločenské a politické otázky prostredníctvom dokumentov veľmi dôležitou misiou. Miestni zástupcovia KineDoku aktívne podporujú zdieľanie rôznych názorov a kritické myslenie. Ich filmové projekcie vznikajú v intenzívnej spolupráci s rôznymi organizáciami občianskej spoločnosti, ako aj odborníkmi na rôzne témy, napr. politické vedy, sociológiu, filozofiu, ekológiu, antropológiu, históriu a ekonómiu. Chcú tak uvádzať do kontextu tie témy, ktoré sú v určitých filmoch poňaté širším interdisciplinárnym spôsobom.

Česká republika je ďalším dobrým príkladom krajiny, kde KineDok prispieva k výmene nápadov a myšlienok v rámci rôznorodého publika. V katalógu KineDoku na rok 2022 bol film s názvom *Tobi vo farbách dúhy*. V dokumente sa nám predstavuje Éva, ktorá žije so svojou rodinou v malej maďarskej obci. Évino 16-ročné dieťa sa nedávno priznalo, že je transrodové, a teraz žije so zvoleným menom Tobi. V popise filmu sa uvádza, že ide o *“emočný príbeh o oslobodení a prijatí”*

– na ten si spomína Ivana z Centra voľného času Hrubínka. Vraví, že reakcia publika na tento film ju prekvapila.

Aj Gruzínsko je dôkazom, že pokiaľ si vyberiete premietacie miesto s ohľadom na divákov a na skutočnosti vo vašej krajine, podujatie zaručene zožne úspech. Aj keď je riskantné premietiť filmy s LGBTQI tematikou v Gruzínsku, kde aktívne ultrapravicové skupiny predstavujú potenciálnu hrozbu, gruzínskemu KineDoku sa podarilo zorganizovať 2 verejné premietania filmu *Tobi vo farbách dúhy* bez akýchkoľvek komplikácií.

“Keď sme premietali Tobi vo farbách dúhy, všimla som si medzi divákmi skupinku takých veľkých mačov a čakala som, že z premietania odídu. Oni však ostali a veľmi ich ohromilo, ako Tobi zvláda život a ako vlastne vyzerá hľadanie tej pravej identity.”

Ivana

**CENTRUM VOLNÉHO
ČASU HRUBÍNKA, ČESKÁ
REPUBLIKA**

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

Prekonávanie potenciálnych prekážok

Tento úspech znamenal mimoriadne veľa pre Natali Čchartišvili, gruzínsku koordinátorku KineDoku. To, že sa film predstavil verejnosti a zdolali sa možné prekážky, malo veľký význam. Projekcie úspešne vyvolali diskusie a vzbudili empatiu, čím sa zdôrazňuje sila premysleného výberu premietacích miest pri narábaní s citlivými témami v konkrétnom kultúrnom kontexte.

“Dostali sme príležitosť urobiť jedno súkromné premietanie pre novinárov z južného Kaukazu - účastníkov školenia “Ako podávať správy o queer témach?”, ktoré organizovala Chai Khana Media, a ešte jedno premietanie v galérii Untitled. Šlo o zámerný výber, keďže je to miesto, ktoré často organizuje akcie pre queer komunitu a v spolupráci s ňou. Preto sme si boli istí, že nevzniknú žiadne problémy a pokladali sme ju za bezpečné územie pre naše diskusie.”

Natali, Chai Khana Media, Gruzínsko

Ako dokáže pamäť vyvolať konflikt

Ľudí dokáže rozdeliť veľa vecí. Aj pamäť môže vyvolať konflikt a odpor, najmä pokiaľ ide o premietanie filmu o historických udalostiach. To však zároveň môže vo veľkej miere priviesť ľudí k úvahe a dialógu.

V Chorvátsku sú filmy o Juhoslávii a bývalom socialistickom režime stále problematické a je potrebné k nim pristupovať opatrne, pokiaľ nechcete medzi ľuďmi spôsobiť napätie. Najlepším cieľovým publikom pre tento typ dokumentu sú študenti a ich učitelia. Dina Pokrajac, zástupkyňa KineDoku zo Záhrebu, chápe, že premietanie filmov týkajúcich sa sporných historických udalostí prináša so sebou výzvy.

“Sporné historické udalosti sú pre našu spoločnosť stále boľavým miestom a, bohužiaľ, kolektívna pamäť sa neustále premazáva a prepisuje. Určité filmy sme chceli premietiť pre stredoškolákov a maloletých. Mali sme problémy so získavaním povolenia zo strany ich rodičov a riaditeľov škôl, napokon sme ich však presvedčili. Vždy sa usilujeme ponúknuť širšiu perspektívu prostredníctvom kvalitne moderovaných diskusií a dôveryhodných odborníkov.”

Filmy pod politickým tlakom

Oveľa ťažšie je zvládať politický tlak, hlavne ak ide o záujmy nejakého oligarchu alebo o najvplyvnejšie osoby v krajine. **SKROTENÁ ZÁHRADA**, posledný film Salomé Jashi, je jedným z pozoruhodných úspechov gruzínskej kinematografie, na medzinárodných festivaloch získal ocenenia a na festivale Sundance nomináciu. Doma sa však z neho stal najkontroverznejší film v krajine, a to kvôli nepriamej narážke na Bidzina Ivanišviliho, zakladateľa vládnucej politickej strany Gruzínsky sen.

V lete roku 2021 Jashi oslovila Caveu, jediný reťazec kín v Gruzínsku, aby premietali jej film miestnym divákom. Po niekoľkých mesiacoch vyjednávania dostala Jashi oficiálne zamietnutie s odôvodnením: “Nemáme vo zvyku sprístupňovať na výpožičku dokumentárne filmy.” Šlo o nepresvedčivú odpoveď, keďže Cavea bežne berie hrané a dokumentárne filmy od filmových produkčných spoločností, sprístupňuje ich na svojej platforme (len pre predplatiteľov) a premietajú ich vo svojich kinách. V tom istom roku odmietli premietiť tento film mnohí manažéri premietacích miest v rôznych regiónoch Gruzínska, vrátane regiónov Kvemo Kartli, Ozurgeti a Batumi, lebo sa nechceli dostať do konfliktu s miestnou vládou.

Podobným obavám podľahol aj Mindia Esadze, nový riaditeľ Gruzínskej filmovej akadémie v Tbilisi, nezávislej nekomerčnej organizácie, ktorá podporuje rozvoj a popularizáciu gruzínskej kinematografie. Najprv schválili 7 premietaní *Skrotenej záhrady* v Cinema House, sľub však nedodržali a projekcie filmu v Cinema House v Tbilisi boli **NEČAKANE ZRUŠENÉ**. Jashi si spomína, akú odpoveď dostala od riaditeľa:

“On (Mindia Esadze) mi povedal, že nebude premietiť film, ktorý vyvoláva toľko rôznych názorov a rozdeľuje spoločnosť na báze politiky. Ďalej vravel, že nechce, aby sa z neho stala obeť.”

Tento vývoj udalostí vyvolal v spoločnosti veľký záujem a podnietil rôzne organizácie ktomu, aby nabrali odvahu a film premietali. Boli medzi nimi divadlo Haraki, Goetheho inštitút v Gruzínsku, Café Ezo, Café Mziuri, a iné. Všetky projekcie prebehli bez problémov.

Dokument *Skrotená záhrada* šiel ďalej svojou cestou, opäť nadobudol dôležitosť, zatiaľ čo sa kvôli reorganizácii Gruzínskeho národného filmového centra konali filmové protesty. V júni roku 2023 líder vládnucej strany Irakli Kobachidze verejne kritizoval režisérku Salomé Jashi a jej film označil za “hanebný” a “absurdný”. **KRITIZOVAL** aj Gruzínske národné filmové centrum za to, že podporuje existenciu takýchto projektov (napr. tým, že ich financuje). Jeho vyjadrenie pre médiá z 19. júna 2023 znelo: *“Film s takýmto hanebným obsahom by vôbec nemal vzniknúť, namiesto toho by sa mali robiť filmy s tým správnym obsahom.”*

Na nasledujúci deň KineDok v Gruzínsku preukázal svoju odolnosť a rozhodnosť okamžitým zorganizovaním dvoch projekcií *Skrotenej záhrady*. Zišlo sa tam približne 100 ľudí, ktorí aktívne prispievali aj do diskusie po premietaní. Tí, čo nemohli prísť, si vyžiadali prístup k filmu prostredníctvom VOD platformy.

“V priebehu týždňa sme dostávali desiatky správ každý jeden deň. V takomto nestabilnom prostredí sa prístup cez VOD stáva veľmi realizovateľným spôsobom ako rýchlo rozšíriť film na všetky možné strany.”

(Natali Čchartišvili, koordinátorka KineDoku, Gruzínsko)

Cenzúra a politický tlak motivujú odborníkov filmového priemyslu a filmových nadšencov, aby zakladali nové hnutia. **GRUZÍNSKY FILM JE V OHROZENÍ** je reakciou na netransparentné rozhodnutia zo strany gruzínskeho Ministerstva kultúry. Výsledkom práce tohto protestného hnutia je nová vlna filmových premietaní s názvom *Gruzínsky film pre gruzínske publikum*. Táto iniciatíva umožňuje občanom pozerať a oceňovať moderné gruzínske filmy v ich vlastných záhradách po celej krajine. Kým mestá trpia nedostatkom vlastných kín, filmy si samé nachádzajú cestu k tomu, aby oslovili svojich divákov.

Sedem hlavných pravidiel

Z týchto rozličných skúseností vyplýva, že nádejní koordinátori premietaní a manažéri premietacích miest môžu byť veľmi úspešní, pokiaľ budú brať do úvahy tieto rady:

- *Pochopte politický, kultúrny a sociálny kontext príznačný pre vašu krajinu a spoločnosť. Svoj prístup prispôbte tak, aby bol v súlade so slabými miestami a preferenciami vašich divákov.*
- *Na diskusie po premietaní pozvite hostí, rečníkov a odborníkov. Vytvoríte tak priateľskú a bezpečnú atmosféru, čo umocní celkový zážitok a poskytne publiku dodatočný náhľad.*
- *Umožnite publiku diskutovať a reagovať na témy prezentované vo filmoch.*

- *Dbajte na jazyk a celkovú stratégiu reklamy, predovšetkým pri filmoch, ktoré sa zaoberajú citlivými témami.*
- *Povzbudzujte k otvorenej komunikácii, ktorá bude šíriť pochopenie a preklenie priepasti, aby z toho ľudia mali inkluzívnejší a obohacujúcejší zážitok.*
- *Zvážte alternatívne premietacie priestory (alebo súkromné priestory len na základe pozvánky), kde bude bezpečnosť zaručená.*
- *Porozmýšľajte nad kreatívnymi spôsobmi protestných a podporných iniciatív.*

Môžeš sa dozvedieť viac

<https://civil.ge/archives/491900>

<https://civil.ge/archives/491900>

<https://eurasianet.org/georgian-culture-vs-georgian-culture-minister>

<https://eurasianet.org/georgian-culture-vs-georgian-culture-minister>
<https://civil.ge/archives/556457>

<https://civil.ge/archives/556457> <https://civil.ge/archives/548248>

FOTOGRAFIE:

CHKHARTISHVILI, Nat ali

Fotografie z filmů (Zkročená zahrada, Tobi v barvách duhy, Tenkrát v mládí)

AKO BUDOVAŤ MLADÉ PUBLIKUM

AUTORKA: Dina Pokrajac, Dokukino KIC Manager (Restart, Chorvatsko)



- > Ako budovať mladé publikum
- > Nepatronizuj
- > Základy filmu – láska k filmom začína v útlom veku
- > Dokukino v éteri – účasť je kľúčová
- > Osem hlavných pravidiel:

“Náš program sa primárne sústreďí na mladých divákov, najmä na študentov, ktorých sa snažíme podporovať v tom, aby v sebe rozvíjali otvorené kritické myslenie a zúčastňovali sa na interaktívnych diskusiách. Zároveň chceme propagovať umelecky spracované dokumenty zaoberajúce sa spoločenskými témami. Pevne veríme v budúcnosť kina a cítime, že nič sa nevyrovná čaru filmového podujatia, starostlivo vybranému filmovému programu a spoločnému zážitku z pozerania a analýzy týchto filmov.”

Dina



Ako budovať mladé publikum

V Chorvátsku nenavštevuje kino na pravidelnej báze až 40% ľudí vo veku 16-29 rokov. Zároveň treba poukázať na fakt, že podľa počtu predaných lístkov väčšina mladých návštevníkov kina patrí k skupine, ktorá sleduje americkú produkciu, teda hollywoodske franšízy a trháky. Naopak, nezávislá európska produkcia výrazne zaostáva (americké filmy pripadajú na 82% divákov). Tí, ktorých považujeme za “prirodzene digitálne zručných”, vyrastali už s internetom a komunikujú prevažne prostredníctvom sociálnych sietí a digitálnych technológií. Kríza spôsobená pandémiou COVID-19 ešte umocnila dopyt mladej generácie po online obsahu a navyše prispela k tomu, že ľudia pozerajú filmy všelijakými individuálnymi a cudzími spôsobmi na rôznych digitálnych obrazovkách. Tieto čísla sú alarmujúce a len podčiarkujú to, že dlhodobé prežitie nezávislých kín je neisté.

V Dokukine v Chorvátsku sme rozbehli niekoľko programov pre deti, mládež a mladých dospelých s cieľom čeliť týmto negatívnym tendenciám, a to tak, že podporujeme účasť a demokratizujeme výber filmov, produkciu a distribučný proces.

Aj keď nevladniete kino, možno vás táto kapitola bude inšpirovať k práci s mladými divákmi – s pribúdajúcim vekom sa z nich môžu stať pravidelní návštevníci.



Ak chcete začať premietiť filmy v školách, musíte si vytvoriť vlastnú sieť kontaktov medzi učiteľmi, profesormi a vychovávateľmi, s ktorými vychádzate dobre a ktorí si radi vypočujú vaše návrhy ohľadom filmov. Môžu to byť vaši bývalí učitelia alebo známi vašich priateľov, či kolegov. Títo pedagógovia sú kľúčom od brány – potrebujete si ich získať na svoju stranu, aby ste sa dostali k deťom a tínedžerom. To oni vás podržia, keď sa budete dohadovať s prehnane starostlivými a ustráchanými rodičmi, či s riaditeľmi, ktorí sa do všetkého miešajú. V Chorvátsku to závisí od školy – niekedy musíte získať povolenie od riaditeľa alebo školského poradcu, väčšinou však rozhodnutie stojí na učiteľoch. Povolenie zo strany rodičov sa zvyčajne nevyžaduje, ale pokiaľ ide o kontroverznú tému a dieťa im o nej neskôr rozpráva, môžu robiť problémy, takže odporúča sa byť pripravený na negatívnu reakciu, príp. informovať rodičov o veci vopred. Je mimoriadne dôležité získať si dôveru pedagógov - a to sa vám podarí jedine cez osobný kontakt. Povesť a dôvera sa budujú roky a len jeden zle vybraný alebo nevhodný film postačí na to, aby sa toto puto narušilo. Uistite sa teda, že ste výber filmu pre mládež odkonzultovali so všetkými príslušnými osobami.

Nepatronizuj

Pokiaľ organizujete program pre mladých divákov, pamätajte si, že sa netreba správať príliš protektorsky. Chceme im vštípiť určité hodnoty a chceme poukázať na umelecký prínos istých filmov, je však dôležité zahrnúť publikum do rozhodovacieho procesu – pýtajte sa, aký majú názor na to, čo pozerajú a berte to do úvahy pri budúcich výberoch. Je dôležité poučiť deti o možnostiach v rámci dokumentárneho žánru. Mnohé z nich už v televízii videli dokumenty o zločinoch, živote v divočine, či histórii, nezamýšľajú sa však nad nimi ako nad formou umenia. Pozvite filmárov alebo filmových kritikov, ktorí vedia analyzovať štruktúru filmu a priblížiť, ako film pristupuje k danej téme, či ako zobrazuje jeho hlavné postavy.

Nepodceňujte dôležité témy a prelomové filmy a nevyhýbajte sa im len preto, že je náročnejšie ich spracovať. Všetko, čo stojí za námahu, si vyžaduje isté úsilie, a ak naučíte deti chápať komplexnejší obsah, pomôžete im formovať ich budúci vkus – učiť sa pozeráť film je to isté, ako učiť sa čítať. Je to zručnosť, ktorú získavame trpezlivosťou, dialógom a výmenou. Raz sme v Dokukine premietali film pre stredoškolákov. Ich učitelia si mysleli, že sa študenti budú nudiť, lebo sme vybrali **KRAJINU MEDU** – veľmi pomalý, umelecký film, deti však naňho reagovali veľmi dobre. Bolo úžasné sledovať, ako si všimli jeho umeleckú jemnosť a ako sa vyjadrovali, že to vyzeralo skôr ako hraný film, než dokument. Pomohlo to tiež oživiť odvekú diskusiu o vzťahu medzi dokumentom a realitou a o zdanlivej objektivite kamery. Keďže sme túto tému chceli deťom priblížiť, pozvali sme k nám aj ozajstného včelára, aby ich naučil niečo o výrobe medu a porozprával o umení chovu včiel.

Láska k filmom začína v útlom veku

Dôležité je organizovať aj praktické aktivity, napríklad workshopy zamerané na výrobu filmových plagátov, videohier, či krátkych dokumentov. Naučte deti pracovať s programom na úpravu videa a spoznávajúte s nimi kinematografické témy prostredníctvom obrazu a zvuku. My sme, napríklad, prišli so vzdelávacím programom **FILMSKA POČETNICA (ZÁKLADY FILMU)**, ktorý by mal uplatňovať inovatívny a originálny prístup k filmovému vzdelaniu od raného veku. Tento program umožní deťom v predškolskom a školskom veku spoznať a zvládnuť základné princípy filmovej a mediálnej tvorby s pomocou rôznych tematických modulov – kamera, strih, písanie scenárov a príbehov, filmová hudba, zvuk a stereo zobrazovanie, 3D modelovanie, experimentálna filmová tvorba, interaktívna a stop-motion animácia, kyanotypia a rôzne iné techniky.



Účasť je kľúčová

V roku 2023 sme spustili *Dokukino Eter (Dokukino v éteri)*, nový program o filme, ktorý realizujeme na mesačnej báze. V rámci tohto projektu pomáhame študentom samostatne vyberať filmy, moderovať diskusie s hosťami, plánovať a organizovať podujatia. Séria stretnutí s filmovými umelcami nám umožňuje predostrieť im unikátny pohľad na tvorivý proces, ale aj podporiť ich kreatívne samovyjadrenie prostredníctvom workshopov a digitálnej kampane *Gledaj svijet, mijenjaj svijet (Vidieť svet, zmeniť svet)*. V nej natáčajú na svoje smartfóny krátke tematické

videá, čím sa Dokukino stáva miestom kreativity a objavovania nových talentov. Ak sa chceme dostať k cieľovej publiku, musíme si na takéto projekty vybrať tých správnych partnerov.

Projekt nadviazal spoluprácu so Študentským klubom
FAKULTY POLITICKÝCH VIED UNIVERZITY V ZÁHREBE a s
populárnym miestnym študentským rádiom **RADIO STUDENT**.
Vďaka tejto iniciatíve môžu študenti zohrávať aktívnu a tvorivú
úlohu v organizačnom procese a usporadúvať jednorazové
podujatia – učia sa byť zodpovední za všetky stránky
premietania, od výberu filmov až po ich propagovanie.



Osem hlavných pravidiel:

- zakomponujte do svojich premietaní diskusie – povzbudte mladé publikum k tomu, aby kládlo otázky a vyjadrovalo svoje názory
- vybudujte si vlastnú sieť kontaktov medzi učiteľmi, profesormi a vychovávateľmi
- založte tínedžerský poradný orgán – podporí to váš program pre mládež a prispeje k zábavnej atmosfére, prípadne konzultujte výber filmov s učiteľmi a odborníkmi na mediálnu gramotnosť
- zabezpečte doplnkový vzdelávací materiál (tlačené alebo elektronické brožúry, prezetácie, úvodné videá)
- nepodceňujte dôležité témy a prelomové filmy a nevyhýbajte sa im len preto, že je náročnejšie ich spracovať
- pozývajte filmárov, filmových kritikov, či iných zaujímavých hostí, aby uľahčili spracovanie náročnejšieho obsahu
- organizujte tvorivé aktivity, napr. workshopy tvorby filmových plagátov, videohier alebo krátkych dokumentov
- účasť je kľúčová – zapojte mladé publikum do všetkých stránok premietania, od výberu filmu až po jeho propagovanie

FOTOGRAFIE:

BISTRIČIĆ, Sanja; CERIĆ KOVAČEVIĆ, Samir; MAGZAN, Anto a Zoe ŠARLIJA
Archiv našeho promítacího místa (Dokukino)

AKO SA STAŤ SÚČASŤOU KINEDOKU

AUTORI: Szabolcs Szirony, Zsombor Szabolcs Pál



- > 1. Vaša motivácia
- > 2. Čas na štúdium
- > 3. Prípravy
- > 4. Čo očakávať od KineDoku
- > Vitajte na palube

1. Vaša motivácia

Pouvažujte na chvíľočku o svojich záujmoch a záľubách. Položte sami sebe tieto 3 otázky ohľadom svojej motivácie, lebo tú budete na tejto inšpiratívnej ceste potrebovať zo všetkého najviac:

- Mám rád/rada dokumenty?
- Zaujímam sa o svet okolo seba?
- Robí mi radosť budovať komunitu?

Ak ste odpovedali kladne aspoň na dve z týchto otázok, potom ste pre KineDok ten správny kandidát.

2. Čas na štúdium

Prosíme vás, aby ste si našli čas na štúdium všetkých kapitol na webovej stránke *How to set up a screening venue: Best practices and case studies of KineDok* (*Ako pripraviť premietacie miesto – osvedčené postupy a prípadové štúdie KineDoku*), ktoré sme zostavili pre potenciálnych organizátorov KineDoku.



Skúste popremýšľať nad perfektným miestom, kde by sa dali premietat dokumenty. Hľadajte vo svojej štvrti alebo vo svojom meste také priestory, ktoré sú v súlade s vašimi hodnotami a majú k dispozícii projektor a veľkú obrazovku. Možno sa taký priestor nachádza vo vašej organizácii, možno máte priateľov, ktorí vám ho poskytnú, alebo možno objavíte nejaké nové skvelé miesto. Akonáhle nájdete dokonalý priestor, vytvorte si časový rozvrh. Je dôležité organizovať pravidelné premietania, na ktoré sa vaše publikum bude tešiť. Oplatí sa tiež rozhliadnuť sa po okolí a mať pri plánovaní projekcií prehľad o miestnych kultúrnych akciách. Podľa možnosti by ste mali usporadúvať svoje podujatia v termínoch, kedy sa v danom okolí neorganizuje žiadne konkurenčné podujatie.

4. Čo očakávať od KineDoku

Podpis zmluvy

S KineDokom budete musieť uzavrieť zmluvný vzťah. Ide o zjednodušenú zmluvu, v ktorej sa KineDok zaväzuje zabezpečiť licencie na premietanie filmov a vy sa zaväzujete opatrne nakladať s kópiami filmov, resp. s odkazmi na nich. Znenie zmluvy si môžete pozrieť tu.



- Výber filmov

Teraz si môžete pozrieť katalóg KineDoku a zvoliť si svoje obľúbené filmy. Je dôležité vybrať tie, ktoré vás nadchli, a to najmä preto, že keď sa po premietaní opäť rozsvietia svetlá, ostanete stáť zoči-voči divákovi. Ak vyberiete filmy, ktoré sa vám naozaj páčia, podarí sa vám sprostredkovať podmanivý a autentický zážitok.

- Urobte svojmu podujatiu reklamu

Po podpise zmluvy a uskutočnení výberu filmov na premietania vám sprístupníme film, titulky a príslušné reklamné materiály na google drive priečinku. V reklamnom balíčku nájdete tipy, ako propagovať podujatie, čo zverejňovať na sociálnych sieťach, propagačné fotografie, video úvody od hostí/tvorcov filmu, logá, trailery, plagáty, doplnkové texty a distribučné materiály. To všetko môžete použiť na komunikáciu s divákmi a navadiť ich tak na plánované premietanie.

- Je to zadarmo

Ku KineDoku sa môžete pridať zadarmo. Navyše vám ponúkame pomoc s propagovaním vášho podujatia na našej webovej stránke a sociálnej sieti a často zabezpečujeme aj hostí na diskusie po premietaní (hradíme ich honorár, ubytovanie a cestovné náklady). Okrem toho, často robíme

promočné videá o jednotlivých premietacích miestach, a to nielen pre KineDok – môžete ich využiť aj vy na prilákanie väčšieho počtu divákov. Takisto organizujeme každý rok workshopy a stretnutia pre manažérov premietacích miest na miestnej, ale aj medzinárodnej úrovni. To znamená, že ak sa k nám pridáte, nadviažete kontakty s komunitou manažérov premietacích miest a filmárov, ktorí patria ku KineDoku.

- Dodatočné povinnosti

KineDok je neziskový projekt a všetka jeho podpora stojí na verejných zdrojoch. Preto potrebujeme, aby na podujatiach odoznili džingle našich sponzorov a aby bola zabezpečená viditeľnosť ich loga. Všetko podstatné k tejto veci nájdete v zložke „dôležité informácie k premietaniu“, ktorá bude súčasťou google drive priečinku spolu s filmom a reklamnými materiálmi. Aj keď je väčšina premietaní KineDoku zadarmo, je na vás, či budete chcieť vyberať dobrovoľné vstupné.

- Správy po premietaní

Po každom premietaní vás prosíme o zaslanie správy z premietania. Správa by mala obsahovať informácie o počte divákov, prípadnej diskusii (s kým a o čom bola), o sprievodnom programe a pod. Takisto vás prosíme o zaslanie minimálne 2 fotografií z podujatia.

Vitajte na palube

Pamätajte si, že KineDok je tu vždy pre vás. Ak sa niekedy ocitnete v tiesni, nezabudnite, že máte našu podporu. Sme presvedčení, že žiaden problém nie je príliš veľký, ani príliš malý. Vždy budeme tu, aby sme vám pomohli vyriešiť to, čo potrebujete.

VITAJTE NA PALUBE

- Nezabudnite

Po každom podujatí sa potľapkajte po pleci. Kino je čarovná vec a zmysluplná konverzácia o dôležitých témach je v komunite veľmi podstatná. Veríme, že každé podujatie je šancou na zmenu k lepšiemu. Ak vytvárate priestor pre zmyslupnú konverzáciu a angažovanosť spoločnosti, pomáhate budovať krajší svet. Kino má schopnosť spájať ľudí a inšpirovať k zmene a pokiaľ túto silu využívate, robíte veľmi dobre. Rok čo rok nám to potvrdzujú desiatky dokumentaristov, stovky priestorov a desaťtisíce divákov.

FOTOGRAFIE:

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