როგორ ვიკრებთ აუდიტორიას

ვერონიკა ჰანაკოვა, ფილმების კურატორი კამპუს ჰიბერნსკაში, ჩეხეთი

- შესავალი
- პირველი ეტაპი: გაანალიზე
- მეორე ეტაპი: მოიკვლიე
- მესამე ეტაპი: დაგეგმე
- არ შეშინდეთ და ითხოვეთ დახმარება

როგორ ვიკრებთ აუდიტორიას

როცა კულტურულ ღონისძიებას გეგმავ და დოკუმენტურ ფილმს აჩვენებ, გინდა, რომ ადამიანებმა ნახონ, ისიამოვნონ და ამასთან ერთად, დისკუსიის იმპულსი გააჩინო. ამ ადამიანებმა სხვებსაც რომ გაუზიარონ ეს ფილმი, იკამათონ, ეჭქვეშ დააყენონ რაღაცები. მხოლოდ ამ გზით არის შესაძლებელი, ფილმებმა არა მხოლოდ განსხვავებული მოსაზრებები დაახლოვოს, არამედ სხვადასხვა სოციალური ფენის მაყურებელიც. KineDok-ის ქსელის წევრობა ნიშნავს დოკუმენტური კინოს მოყვარულების გაძლიერებას, რადგან ეს ფილმები მათ ცხოვრებას ასახავს, მათ თვალსაწიერს აფართოებს სამყაროზე, კომპლექსურ საკითხებზე, დისკუსიებს ახალისებს და ქმნის სივრცეს გაზიარებისთვის და რეფლექსიისთვის. ამ თავში ჩვენი ფოკუსი აუდიტორიის მოზიდვაზე იქნება. ის სპონტანურად არ იქმნება, ამისთვის ყოველდღიური შრომაა საჭირო. დავიწყოთ!

,,დოკუმენტურ ფილმებს დიდი გავლენა აქვთ. მათ ადამიანებში ხედვისა და დამოკიდებულების შეცვლა შეუძლია“

ანა

ART HOUSE GORI
(საქართველო)

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

პირველი ეტაპი: გაანალიზე

გაანალიზე

სად შეიძლება კინოჩვენება მოეწყოს? KineDok-ის შემთხვევაში, კინოჩვენების ადგილი შეიძლება იყოს:

1. სრულიად ახალი კულტურული სივრცე, რომელსაც ჯერ არ ჰყავს თავისი აუდიტორია.
2. უკვე არსებული სივრცე, რომელსაც მაინც სჭირდება დოკუმენტური კინოთი დაინტერესებული მაყურებლის მოზიდვა.
3. ცნობილი სივრცე, რომელსაც მხატვრული ფილმების ჩვენების გამოცდილება უკვე აქვს და თავისი ლოიალური მაყურებელიც ჰყავს.

მაყურებელი: ყოველთვის იფიქრეთ აუდიტორიაზე, რომელსაც ამ ფილმებს აჩვენებთ. იმიტომ აჩვენებთ ფილმებს, რომ თქვენი საზოგადოება გააძლიეროთ? შემეცნებითი ფუნქციაც აქვს ამ ჩვენებებს თუ მხოლოდ გასართობი? ცალკე პროგრამის შედგენა ხომ არ გინდათ აუდიტორიის სხვადასხვა ჯგუფისთვის: მაგალითად, უფროსებისთვის? ოჯახებისთვის? ბავშვებისთვის? უმჯობესია, თუ დასაწყისში ერთ სამიზნე ჯგუფს განსაზღვრავთ. კონკრეტულად მისთვის შეადგენთ პროგრამას და დაგეგმავთ პრომოუშენს. არ იჩქაროთ. იმაზე მეტი არ აიღოთ საკუთარ თავზე, ვიდრე შეგიძლიათ.

პირველი ნაბიჯი: პირველი კინოჩვენება სტრესული შეიძლება იყოს: ვერ იქნებით დარწმუნებული, რამდენი ადამიანი მოვა. მაშინაც კი, თუ ძალიან ცოტა მაყურებელი მოვიდა, არ ინერვიულოთ! რაოდენობას მნიშვნელობა არ აქვს! ამ შემთხვევაში მთავარი სასიამოვნო და დასამახსოვრებელი ატმოსფეროს შექმნაა. იყავით გულისხმიერი და კომუნიკაბელური.

,,როცა პირველი კინოჩვენება კუბ კონტექსტში გვქონდა, მხოლოდ 5 ადამიანი მოვიდა. მაგრამ ჩვენება ერთსაათიანი დისკუსიით გაგრძელდა. ძალიან საინტერესო გამოვიდა" (ნატალი ჩხარტიშვილი, კუბი კონტექსტი, საქართველო).

მაყურებლის რაოდენობა ნელ-ნელა გაიზრდება. ეს დამოკიდებულია იმაზეც, ამას მიზნად დაისახავთ, თუ – არა. დააინტერესებს, თუ არა თქვენი შერჩეული პროგრამა აუდიტორიას (მხოლოდ კონკრეტული ფილმი არ იგულისხმება, თანმდევი ღონისძიებაც, დისკუსიაც, მოწვეული სტუმრებიც). თქვენი აუდიტორიის რაოდენობა მთლიანად თქვენზეა დამოკიდებული და ცხადია, სივრცის შესაძლებლობებზეც.

,,როცა პირველი კინოჩვენება კუბ კონტექსტში გვქონდა, მხოლოდ 5 ადამიანი მოვიდა. მაგრამ ჩვენება ერთსაათიანი დისკუსიით გაგრძელდა. ძალიან საინტერესო გამოვიდა”

(ნატალი ჩხარტიშვილი, კუბი კონტექსტი, KineDok საქართველო).

მოტივაცია: თქვენ, როგორც კინოჩვენების ორგანიზატორს, რა გსურთ? აუდიტორიის შემოკრება დამღლელი პროცესია: ზუსტად უნდა იცოდეთ, რა მიზანი გაქვთ. თქვენი სურვილი შეიძლება იყოს ადგილობრივ თემში აქტიურობა, ადგილობრივი კულტურული სცენის მხარდაჭერა, ან სულაც ახალი კულტურული ცენტრის შექმნა. შესაძლებლობები ნამდვილად უსასრულოა.

,,ფილმის სანახავად მოსული მაყურებელი ერთმანეთს იცნობს უკვე, ქალაქში თუ სადმე შეხვდნენ, ერთმანეთს ესალმებიან, ან სხვა ღონისძიებაზეც ერთად მიდიან.”
გალათი, რუმინეთი.

GALATI, ROMANIA

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

მეორე ეტაპი: მოიკვლიე

აუდიტორიის იდენტიფიცირება

მხოლოდ ერთი ტიპის აუდიტორიაზე ნუ ფოკუსირდებით: KineDok-ის ალტერნატიული სივრცეების მთავარი მიზანია დოკუმენტური კინოთი რაც შეიძლება ფართო აუდიტორია დააინტერესოს. თუმცა, ამ მიზნის მიღწევას დიდი შრომა სჭირდება.
ერთგვაროვანი აუდიტორია არ არსებობს. პირიქით, ჩვენს ჩვენებებზე სულ სხვადასხვა სოციალური, კულტურული და ეკონომიკური ფენიდან მოდის მაყურებელი. განსხვავებული ასაკით და ინტერესებით. ეს მათ დასმულ შეკითხვებშიც კარგად ჩანს ხოლმე. თქვენ თავს ჰკითხეთ: მოიზიდავს შეთავაზებული პროგრამა მრავალფეროვან აუდიტორიას?

იკვლიეთ:
მოიძიეთ ინფორმაცია, რა კულტურული ღონისძიებები და აქტივობებია თქვენს ქალაქში სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფისთვის. რა არის მათთვის ხელმისაწვდომი;
შეისწავლეთ KineDok-ის კატალოგი. წაიკითხეთ ფილმებზე მიმოხილვები და ნახეთ მაყურებლის შეფასებები. რა მოეწონათ? რა არ მოეწონათ და რატომ?

იკითხეთ:
რჩევისთვის KineDok-ის ადგილობრივ კოორდინატორს მიმართეთ;

დაუკავშირდით KineDok-ის სხვა სივრცეებს;
ჰკითხეთ საზოგადოების წევრებს, რა თემები აღელვებთ და აინტერესებთ.

მონაწილეობა მიიღეთ:
ადგილობრივ ფესტივალებსა და შეხვედრებში;
კლუბის შეხვედრებში;
კულტურულ, სპორტულ, ფოლკლორულ, სამეზობლო ღონისძიებებში.

ვინ არის შენი საზოგადოება: ყველა ქალაქსა და სოფელში ბევრი თემია. ძალიან რთულია ისეთი პროგრამის შექმნა, ან ისეთი სემინარის ჩატარება, რომელიც ყველას ინტერესს და საჭიროებას მოერგება. ამიტომ მხოლოდ რამდენიმე მათგანზე ფოკუსირების არ შეგეშინდეთ. ეს ფოკუსი არა მხოლოდ ფილმების შერჩევის პროცესში დაგეხმარებათ, არამედ გაგიმარტივებთ ღონისძიების პრომოუშენსაც.

არ აჩქარდეთ. მაყურებლის ერთ კონკრეტულ ჯგუფზე კონცენტრირდით (ეს შეიძლება თქვენი ერთგული მაყურებელი იყოს, ან პირიქით, ყველაზე მივიწყებული/უგულებელყოფილი ჯგუფი თქვენს ქალაქსა თუ სოფელში). წრე ნელ-ნელა გააფართოვეთ. მაგალითად, თუ ყოველ ორ კვირაში ერთხელ გაქვთ კინოჩვენება, ერთი შეიძლება ოჯახებისთვის დაგეგმოთ, მეორე სოციალური საკითხებით დაინტერესებული მაყურებლისთვის. ეს თანამიმდევრულობა მნიშვნელოვანია. მაყურებელმა იცის, როდის იმართება ჩვენება და ეჩვევა. დროთა განმავლობაში, ჩვენებების რაოდენობა შეგიძლიათ გაზარდოთ და სამიზნე აუდიტორიაც შეცვალოთ. ან, სხვადასხვა აუდიტორია ერთმანეთთან დააკავშიროთ.

,,ჩვენი აუდიტორიაა ყველა, ვისაც დოკუმენტური/საავტორო კინო აინტერესებს. ვცდილობთ, პროგრამა მრავალფეროვანი იყოს, რომ სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფი მოვიცვათ.“ (ანა, ShpeenaDox Labin, ხორვატია)

https://www.facebook.com/shpeenadox

მესამე ეტაპი: დაგეგმე

დაგეგმვა **კომუნიკაცია**

დაგეგმვა

წვდომა: ყველაზე მნიშვნელოვანია თქვენი სივრცის კარგად ცოდნა: როგორც მისი პოტენციალის, ისე გამოწვევების (მაგალითად, ბევრი კიბე ლიფტის გარეშე; პატარა საპირფარეშოები; საზოგადოებრივი ტრანსპორტით ადვილად ხელმისაწვდომია, თუ არა; ცენტრიდან ფეხით სავალ მანძილზეა, თუ არა. სათამაშო მოედანთან ახლოს არის, თუ არა). წინასწარ უნდა იფიქროთ სამიზნე აუდიტორიის საჭიროებებზე. თქვენთან დაუპატიჟებელი სტუმარივით არ უნდა იგრძნონ თავი. სასიამოვნო გარემო უნდა დაახვედროთ. მხოლოდ ჩუმი დამკვირვებელი არ უნდა იყოთ.

ამ ცხრილში მოცემული კითხვები დაგეხმარებათ აუდიტორიის პოვნაში და იმის გარკვევაში, აქვს თუ არა თქვენს სივრცეს შესაძლებლობა, სხვადასხვა ჯგუფს უმასპინძლოს.

ამ ცხრილში მოცემული კითხვები დაგეხმარებათ აუდიტორიის პოვნაში და იმის გარკვევაში, აქვს თუ არა თქვენს სივრცეს შესაძლებლობა, სხვადასხვა ჯგუფს უმასპინძლოს.

გახსენით გეგმა

https://docs.google.com/spreadsheets/d/e/2PACX-1vRFuG8O-QB2xa4_EcB4cbEXtXh44XvV7As7RVKUyfeBuFxeedU5pglxlNbgse62YpeCzlQk0TsTNZ2f/pub?gid=0&single=true&output=pdf

შესაძლო სცენარები სხვადასხვა აუდიტორიისთვის:

„ჩვენ კინოჩვენებებს გარე სივრცეში ვაწყობთ და მშობლებს ვეპატიჟებით ბავშვებთან ერთად, რომლებსაც მარტო სახლში ვერ დატოვებენ. შიდა სივრცეში პატარებისთვის პარალელური პროგრამა გვაქვს. რაღაცას ვაკეთებინებთ აუცილებლად, საჭმელსაც ვახვედრებთ. ერთი უფროსიც სულ მათთან არის. ჩვენი ახალი სამიზნე აუდიტორია ხანდაზმულები არიან. შობას სემინარზე შემოგვიერთდებიან. ვისურვებდი, რომ ახალგაზრდებიც იყვნენ ჩვენს აუდიტორიაში, მაგალითად, თინეიჯერები, მაგრამ მათ მაინც სხვაგან წასვლა და გართობა ურჩევნიათ“ (ივანა, RDMKV, ჩეხეთი.

,,სულ ვცდილობთ, რაღაც შევთავაზოთ ბავშვებს. სერიოზული და ნაკლებად სერიოზული ფილმები, რომ ფართო აუდიტორიის გემოვნებას შეესაბამებოდეს. მოზარდებს ვასწავლით კინოს გადაღებას და ოფიციალურ პროგრამამდე მათ გადაღებულს ვაჩვენებთ ხოლმე. ჩვენებები უფასოა, გამვლელ ტურისტსაც შეუძლია შემოვიდეს, დაჯდეს, 10-15 წუთი უყუროს ფილმს და მერე გზა გააგრძელოს. ძალიან მშვიდი გარემოა ჩვენთან“ (ანა, ShpeenaDox Labin, ხორვატია).

SHPEENADOX LABIN (CROATIA)

https://www.facebook.com/shpeenadox

მოემზადეთ, დაგეგმეთ და დაელაპარაკეთ: ფილმის ჩვენების დაგეგმვა შრომატევადი საქმეა. პროგრამა უნდა შეიმუშაოთ, ტექნიკური ბაზა გამართოთ, კინოჩვენების შემდეგ დაგეგმილი ღონისძიებაც მოამზადოთ.

,,კინოჩვენებამდე თითოეულ ფილმს წინასწარ ვნახულობთ და მთელ ღონისძიებას ვგეგმავთ: ჩვენი შიდა ჯგუფები და საკომუნიკაციო არხები გვაქვს, სადაც მოსაზრებებს ვცვლით“ (ანა ბარჯაძე, ხელოვნების სახლი, გორი, საქართველო).

არ შეშინდეთ და ითხოვეთ დახმარება

ამის მიუხედავად, თუ რამე ისე არ გამოვიდა, ან უარყოფითი გამოხმაურება გექნებათ, არ ინერვიულოთ. ეცადეთ, გამოსავალი იპოვოთ და მაყურებელსაც გულწრფელად აუხსნათ. აუდიტორიის შეფასებების გათვალისწინება პროგრამის გაუმჯობესებაში დაგეხმარებათ. ეს თქვენს გავლენასაც გაზრდის. არც დახმარების თხოვნა მოგერიდოთ. აუდიტორიაც შეგიძლიათ ჩართოთ ფილმების შერჩევის პროცესში, ისევე, როგორც სხვა ღონისძიების დაგეგმვაში.

შემოგვიერთდით

https://kinedok.net/join-us

ფოტოები:

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