

DRAGĂ PUBLIC, CINE EȘTI TU?

AUTOR: Dina Pokrajac, Manager Dokukino KIC (Restart, Croația)



- > Dragă public, cine ești tu?
- > Alegerea Curatorului
- > Cinematograful ca o Sufragerie
- > Nu ajunge doar să proiectați filme,
oferiți o experiență
- > Găsește-ți aliații
- > 7 Sfaturi practice pentru a ține
publicul aproape

„Publicul tău țintă este toată lumea, și cu cât îți dai seama de asta mai repede, cu atât vei deveni mai de succes.” **Nikica**

**KINOKLUB ŠIBENIK
(CROAȚIA)**

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

Dragă public, cine ești tu?

Capitolul următor va rezuma experiența în ceea ce privește proiecțiile comunitare destinate unor tipuri diverse de public pe care o are **DOKUKINO**, din Croația. Programul nostru este definit în primul rând de evenimentele sociale care se întâmplă în prezent. Acesta constă în filme care abordează teme relevante din punct de vedere social și politic (de exemplu, gentrificarea, descreșterea, ecologia, migrația, moștenirea colonială, apărarea bunurilor comune, egalitatea de sex și de gen, schimbarea socială, aspecte legate de democratizare și participare, mass-media și sfera publică sau modele economice alternative) într-un mod inovator și desăvârșit la nivel artistic. Îmbrățișăm subiectele controversate și delicate și încurajăm dialogul prin proiecții de filme documentare urmate de discuții moderate — opiniile diferite sunt binevenite și stimulăm gândirea critică deschisă.

Arta e întotdeauna politică

Colaborăm în mod extins cu organizații ale societății civile și experți din diverse domenii, inclusiv științe politice, sociologie, filozofie, ecologie, antropologie, istorie și economie. Dorim, astfel, să contextualizăm temele pe care le acoperă anumite documentare într-un sens interdisciplinar mai larg. Primim adesea reacții negative pe rețelele de socializare de la membri ai spectrului politic opus, iscate de anumite filme pe care le proiectăm, în special cele care se preocupă de Iugoslavia și fostul regim socialist sau de evenimente istorice disputate. Acestea sunt încă subiecte dureroase în societatea noastră, și, din păcate, memoria colectivă este constant ștearsă și rescrisă. Cu toate acestea, pentru noi, arta este întotdeauna politică și este datoria noastră să inițiem dezbateri despre subiecte controversate. Documentarele ajută oamenii să-și deschidă mintea și să dezvolte empatie și înțelegere.

Alegerea Curatorului

„Nu o să spun că este ușor pentru că nu este. Necesită mult efort, și este suficient un singur film (care ai crezut că va fi interesant) pentru a-ți pierde publicul pentru totdeauna. Cred că trebuie să menții un program bun, să aduci mereu lucruri noi și să dai tot ce ai mai bun. Cele mai pline de satisfacții experiențe sunt atunci când, după ce au văzut filmul, oamenii vin, încă afectați de acesta, să îți mulțumească. Acela este momentul în care vedem un scop și un sens în tot ceea ce facem.”

Ana

**SHPEENADOX - LABIN
(CROAȚIA)**

<http://www.shpeenadox.com/>

Primul lucru pe care trebuie să-l facă un curator de filme este să-și definească publicul căruia i se adresează. Uneori, când vrem să ajungem la toată lumea, ni se relevă în mod dureros că nu ajungem la nimeni. Niciodată nu vei putea să mulțumești pe toată lumea, și este OK ca primul spectator pe care încerci să-l mulțumești să fii tu însuși. Curatorul se confruntă cu două abordări conflictuale. Pe de-o parte, vrem să cultivăm un public larg și divers. Pe de altă parte, anumite filme și subiecte se vor adresa unor segmente specifice de public specifice și gusturilor de nișă. Curatorii de filme vor fi respectați de cinefili pentru cunoștințele lor cinematografice și gustul excepțional, dar în același timp, ei trebuie să rămână accesibili pentru un public mai puțin sofisticat, care are un interes sporadic pentru filmele documentare. Aceștia din urmă vin la proiecție doar pentru că sunt interesați de un anumit subiect sau deoarece campania ta de PR a dat succes și le-a stârnit curiozitatea. Scopul tău este să faci din proiecție o experiență plăcută, astfel încât publicul să se întoarcă la locația sau evenimentele tale. Bineînțeles, documentarele biografice și muzicale sunt întotdeauna foarte populare. Spectatorii filmelor documentare sunt

încă predominant orientată tematic și nu percep neapărat un documentar ca pe o formă de artă legitimă – este sarcina noastră să le schimbăm această percepție.

Acum, identificați teme importante și urgente în comunitatea voastră (pe care alte evenimente culturale adesea le omit) și încercați să găsiți documentare care să le abordeze într-un mod relevant și care stimulează din punct de vedere artistic. Puteți să vă gândiți la un subiect de unii singuri, să-l discutați cu echipa voastră, să întrebați oamenii din jur, sau să urmăriți evenimentele curente din media și pe rețelele de socializare. **CATALOGUL**KineDok este un bun punct de plecare. De exemplu, **GRĂDINA DOMESTICĂ** (*Taming the Garden*) este unul dintre favoritele mele personale din 2021 și un exemplu care să combine toate cele trei audiențe cu un film provocator. Acest poem cinematografic vizual uluitor atrage pe cinefili, dar și un public mai larg, pe care îl orientează tematic povestea sa edificatoare despre reziliența naturii și lăcomia umană (în ultimii ani, spectatorii noștri au fost deosebit de interesați de subiecte ecologice, mai ales cei mai tineri). Nu vă subestimați publicul și nu le răsfățați fiecare capriciu, dar nu fiți nici niște snobi pretențioși. Recunoașteți situațiile când e nevoie jucați la sigur sau mai potolit și să programați un film care să facă bine la suflet, un favorit al festivalurilor, sau chiar un film mediocru realizat de un blogger de călătorii local foarte popular. Totuși, programul vostru trebuie să aibă o amprentă recognoscibilă, așa că nu ezitați să faceți alegeri creative, îndrăznețe și curajoase în selecția filmelor. Acestea fiind spuse, ar trebui să vă străduiți să fiți incluzivi și deschiși la sugestiile comunității (spectatorii noștri ne contactează prin emailuri, comentarii pe rețelele de socializare sau răspunsuri la chestionarele ocazionale pe care le distribuim după proiecții).

Cinematograful ca o Sufragerie

Țineți întotdeauna minte că a veni pentru a urmări documentare este un eveniment social. La Dokukino, ambiția noastră principală este să proiectăm documentare actuale într-o atmosferă confortabilă și intimă și să transformăm cinematograful nostru într-o sufragerie — scaune confortabile și facilitarea unui contact direct cu cineștii și echipa creativă din spatele proiectului. Comunicăm cu vizitatorii noștri în mod regulat și răspundem cu promptitudine la toate comentariile și sugestiile lor. Primim adesea mesaje de la membrii publicului care spun „Ar trebui să proiectați asta” sau „A fost o seară fantastică”. S-ar putea să sune ca un clișeu, dar oamenii își pot da seama când iubești ceea ce faci, iar dacă nu îți place locul unde lucrezi toți ceilalți vor simți asta și nu va veni nimeni. Este important pentru noi ca oamenii să vină cu bucurie la cinematograful nostru, să pună întrebări echipei noastre și să participe la evenimente.

Uneori, gesturile mici îi fac să se simtă bineveniți și în largul lor; de exemplu, ne încurajăm spectatorii să intre cu băuturi de la bar sau să vină cu gustăril în sala de proiecție. Deoarece suntem un cinematograful prietenos cu câinii, avem întotdeauna câteva boluri umplute cu apă și mici bunătăți pe ici pe colo, astfel încât animalele de companie să se bucure și ele de vizita la cinema. De asemenea, asigurați-vă că personalul vorbește cu spectatorii și îi implică în conversații aprofundate și bine argumentate în tot ceea ce ține de film. Și nu deveniți defensivi când vă confrunțați cu criticile - chiar și „Karen”-ele acestei lumi au ceva valoros de împărtășit.

DOKUKINO (CROAȚIA)

Nu ajunge doar să proiectați filme, oferiți o experiență

CUM SĂ STÂRNEȘTI CURIOSITATEA PUBLICULUI?

„Promovarea de succes este orice fel de promovare care nu este percepută de publicul țintă ca și cum ar veni din partea unei corporații.”

Nikica

**KINOKLUB ŠIBENIK
(CROAȚIA)**

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

Cea mai mare provocare rămâne cum să stârnim curiozitatea publicului.. Să fim sinceri: un film de o calitate superbă și de mare actualitate adesea nu este suficient pentru a capta atenția acestuia. Nu ajunge doar să proiectăm filme; trebuie să oferim o experiență. Premierile de filme la Dokukino sunt aproape întotdeauna însoțite de discuții cu echipa de filmare, mese rotunde pe subiectul filmului sau alte evenimente speciale. Pentru fiecare film nou, vizăm în mod specific un anumit public; pe lângă publicitatea și promovarea regulată, din fiecare lună, organizăm campanii promoționale specifice, în care folosim tocmai acele canale de comunicare și instrumente promoționale care să atragă exact publicul vizat. Avem în vizor comunitatea de cinefili, dar, în aceeași măsură, construim pentru fiecare film o rețea de informare și contactăm ONG-uri, asociații, branduri și organizații de presă care au o legătură directă și particulară cu tema pe care o explorează documentarul.

De exemplu, pentru filmul *Regele Skate* (**KING SKATE**), am contactat skateri și scena punk (am contactat cluburi locale de skate și cluburi alternative ca **MOCHVARA**; am aflat inclusiv că există **FESTIVALUL VLADIMIR DE FILM SKATE**, care se organizează la Istria în fiecare an).

Pe de altă parte, pentru *Palatul poporului* (**PALACE FOR THE PEOPLE**), am contactat arhitecți locali, antropologi urbani, planificatori urbani și studenți la design și arhitectură. Am construit un întreg program în jurul acestuia numit **ARHITECTURĂ ȘI MEMORIE**, compus dintr-o masă rotundă cu experți și din alte titluri de filme. Când am proiectat **SOLO**, am organizat o conversație cu profesoara de pian și tânăra speranță Virna Kljaković și cu psihiatrul Hrvoje Handl,

care și-au împărtășit din propriile experiențe, oferind publicului nostru un eveniment valoros și unic. Am contactat, de asemenea, școli de muzică și Spitalul Universitar de Psihiatrie din Vrapče, care organizează, în colaborare cu Societatea Croată a Criticilor de Film un program discursiv de film intitulat **FILM ȘI PSIHIATRIE** și destinat studenților și stagiarilor lor.

Căutăm să sărbătorim ceea ce înseamnă cultura cinematografică, dar și să promovăm o cultură a vizionării filmelor. Pentru a ne atinge acest obiectiv, organizăm un program variat de evenimente, dar încercăm și să ne folosim la maxim spațiile, precum și să creăm încăperi adiacente sălii de cinema - o cafenea care să găzduiască discuții după proiecție, ateliere și colocvii, o librărie de unde se pot cumpăra reviste de film și alte publicații, un spațiu de expoziție pentru instalații video, postere de film și fotografii, sesiuni de „microfon deschis” în care se recenzează filmele sau se discută filme noi și multe altele.

**DOKUKINO, ZAGREB
(CROAȚIA)**

<https://dokukino.net>

Găsește-ți aliații

Prezența publicului începe de obicei să scadă în iunie — de aceea, de la începutul lunii iulie până în a doua jumătate a lunii septembrie, organizăm proiecții în aer liber la **ART PARK ZAGREB**, o oază verde din centrul orașului Zagreb și locul perfect pentru a te relaxa în timpul lunilor calde de vară. În 2023, am realizat **DOKSI UKLETI**, o serie de proiecții foarte reușite la Klet, un spațiu revitalizat ocupat de artiști locali emergenți și profesioniști din domeniul cultural. Pentru a atrage atenția publicului asupra documentarelor creative și a subiectelor pe care dorim să le abordăm, ne găsim aliații în artiști locali, activiști, artizani și inițiative *grassroots*, iar proiecțiile de filme devin parte a unei game mai largi de evenimente (concerte, ateliere, artă stradală, piețe de vechituri). De exemplu, o inițiativă grozavă este *Iulie fără Plastic (Plastic Free July)*, care ne ajută să proiectăm documentare despre mediu în colaborare cu ONG-ul local **ZELENA AKCIJA**.

7 Sfaturi practice pentru a ține publicul aproape

1. Urmărește evenimentele curente, identifică subiecte relevante din punct de vedere social și politic și încurajează dezbaterea.

2. Ia decizii curatoriale îndrăznețe și creative și nu îți subestima niciodată publicul.

3. Implică comunitatea și fii deschis la sugestiile lor—diversifică-ți programul și încurajează-i să participe. 4. Fă gesturi mici pentru, care să ajute publicul să se simtă confortabil, astfel încât să se întoarcă la locația sau proiecțiile tale.

5. Nu proiecta doar filme; oferă publicului tău o experiență memorabilă și plăcută. 6. Construiește o rețea extinsă de promovare și țintește publicul cu o campanie gândită special pentru fiecare nou film, apelând la formule de marketing digital personalizat și original.

7. Oferă publicului tău activități conexe (ateliere, spectacole, expoziții, concerte etc.).

FOTOGRAFII:

BISTRIČIĆ, Sanja; ŠARLIJA, Zoe; MAGZAN, Anto; PLANINC, Borut, BERDAIS, Klara and Leonardo
KLANCIR

Archive of our screening venue (Dokukino)