

# DRAGA PUBLIKO, TKO SI?

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



> Draga publiko, tko si?

> Kustoski odabir

> Kino kao dnevni boravak

> Ne samo filmske projekcije –  
ponudite iskustvo

> Pronađi saveznike

> Sedam ključnih stvari

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

**Nikica**

**KINOKLUB ŠIBENIK,  
HRVATSKA**

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

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

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

## Kustoski odabir

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

**Ana**

**SHPEENADOX, LABIN,  
HRVATSKA**

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

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

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

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

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

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

## Kino kao dnevni boravak

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

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

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



## Ne samo filmske projekcije – ponudite iskustvo

KAKO POBUDITI ZNATIŽELJU PUBLIKE?

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

**Nikica**

**KINOKLUB ŠIBENIK,  
HRVATSKA**

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

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

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

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

**ARHITEKTURA I SJEĆANJE**, uz druge filmske naslove te panel-diskusiju na kojoj su sudjelovali stručnjaci.

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

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

**DOKUKINO, ZAGREB**

*<https://dokukino.net>*

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

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

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



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

#### FOTOGRAFIJE:

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