

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 miest a 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 snažíte 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 pritiahnúť divákov (nielen filmom, ale aj sprievodnými podujatiami, diskusiou, hosťami, atď.). Zloženie a veľkosť vášho publika stoja len na vás (a na možnostiach miesta 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 premietiť.”

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, buďte 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 KineDoklokalitami,
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)