

# AKTIVISTICKÝ DOKUMENT AKO NÁSTROJ NA PODPORU SOCIÁLNEJ ZMENY



*PhDr. Alexander Plencner, PhD.*



# AKTIVISTICKÝ DOKUMENT AKO NÁSTROJ NA PODPORU SOCIÁLNEJ ZMENY

OZ Človek v ohrození  
Svoradova 5, 811 03 Bratislava, Slovenská republika  
[www.clovekvohrozeni.sk](http://www.clovekvohrozeni.sk)  
e-mail: [info@clovekvohrozeni.sk](mailto:info@clovekvohrozeni.sk)

Autori:  
Konceptia a dohľad nad projektom: *Tomáš Janeček*  
Autor textov: *Alexander Plencner*  
Jazyková úprava: *Dana Guričanová*  
Grafický dizajn: *Miroslav Lukačovič*

Tlač: *POLYGRAFICKÉ CENTRUM, [www.polygrafcentrum.sk](http://www.polygrafcentrum.sk)*

Náklad: *200 ks*

Rok vydania: *2013*

© OZ Človek v ohrození

ISBN: *978-80-970900-7-4*

*Všetky práva vyhradené*



# Obsah

<b>1. Čo je to dokumentárny film?</b>	<b>6</b>
Aktivistický dokument ako druh dokumentárneho filmu	6
Dokument ako tvorivá interpretácia	7
Aké žánre dokumentárneho filmu existujú?	8
Manipulácia versus svedectvo	10
Filmový štáb v dokumentárnom filme	11
Proces výroby aktivistického dokumentu	13
<b>2. Prvky filmovej reči</b>	<b>15</b>
Čo je to filmová reč?	15
<b>3. Príprava na nakrúcanie aktivistického dokumentu</b>	<b>20</b>
Hľadanie témy a voľba žánru	20
Vytváranie osnovy/pracovného scenára	22
Výber techniky	23
Desať otázok predtým, než začnete nakrúcať film	25
Stanovenie SMARTových cieľov	25
Príprava vlastného akčného plánu (VAP)	26
<b>4. Nakrúcanie dokumentárneho filmu</b>	<b>56</b>
Ako sa pripraviť na nakrúcanie: základné zásady	56
Tipy a techniky pri nakrúcaní	56
Ako vytvoriť pútavý príbeh v dokumente	60
Umenie rozhovoru	63
<b>5. Po nakrútení dokumentárneho filmu</b>	<b>65</b>
Strih a jeho význam	65
Zverejnenie dokumentárneho filmu na internete	69
<b>6. Sila dokumentárneho filmu</b>	<b>71</b>

# Čo je to dokumentárny film?

Od počiatku vzniku kinematografie funguje dokumentárny film ako dôležitý svedok spoločenskej skutočnosti, ako jej kritický a angažovaný komentátor, ako pozorovateľ sveta. S príchodom digitálnych médií sa možnosti fotografickej alebo filmovej tvorby výrazne rozširujú aj na tie skupiny publika, ktoré predtým nemali k záznamovým technológiám prístup. Videotvorba má, podobne ako fotografia, podstate väčší potenciál, nemusí byť len záznamovým médiom pre rodinné udalosti. Dobrý dokumentárny film dokáže vtiahnuť do deja aj pôvodne nezainteresovaného diváka a v prípade aktivistického dokumentu ho dokonca môže podnietiť ku konaniu, k zmene.

## / **Aktivistický dokument ako druh dokumentárneho filmu**

Túto príručku pravdepodobne držíte v rukách preto, lebo sa chcete dozvedieť niečo o metodike tvorby aktivistického dokumentu, videa. Na nasledujúcich stránkach vás budeme sprevádzať a oslovovať ako potenciálnych tvorcov hodnotného audiovizuálneho diela. Naša príručka vychádza z postupov, ktoré vyvinula medzinárodná nezisková organizácia Witness. Jej texty sme prevzali, preložili a spracovali, aby sme aj aktivistom na Slovensku ponúkli prakticky zameraný materiál. Jednotlivé kapitoly vychádzajú z webových

stránok [www.witness.org](http://www.witness.org) a z manuálu *Video for Change*. Sekundárny zdroj predstavovali časti online učebnice *Behind the Camera*, ktorý pre potenciálnych tvorcov pripravila inštitúcia National Film Board of Canada. Pre potreby našej príručky sme doplnili kapitolu Prvky filmovej reči.

Možno sa na tomto mieste pýtate: Čo je to vlastne aktivistický dokument? Čo je jeho cieľom?

Tvorba takéhoto dokumentu je proces, v ktorom sa snažíte integrovať dokumentárny film do vášho aktivistického úsilia a jeho cieľom je zvýšiť povedomie o nejakom probléme. Takejto činnosti budeme pre účely tejto príručky hovoriť *kampaň*. Náplň kampane spočíva v tom, že pracujete na tom, aby ste dosiahli určitý stav, vytvorili nejakú situáciu, aby ste podporili žiaducu zmenu alebo presadili určité riešenie. Ak sa pohybujete v environmentálnom kontexte, vaším cieľom napríklad môže byť zamedzenie výstavby skládky alebo zariadenia na spracovanie odpadu v zanedbanej štvrti, ktoré ešte väčšmi znehodnotí ľuďom ich bývanie. V oblasti ľudských práv sa môžete zasadiť za ochranu diskriminovaných osôb (prejavu rasizmu a národnostnej neznášanlivosti), upozorniť na nejaký kriminálny problém alebo porušovanie zákona (mafie zneužívajúce ľudí na žobranie). Môžete tiež presadzovať pozitívnu zmenu v rámci nejakého miestneho spoločenstva – napríklad

výstavbu detského ihriska, zriadenie školy. Každá z týchto aktivít si vyžiada iný prístup, inú strategickú kampaň a úspech každej z nich bude závisieť od iných faktorov. Skúste už od začiatku premýšľať nad týmito otázkami: Kto je tým najvhodnejším človekom, skupinou alebo organizáciou, ktorá pomôže presadiť to, o čo sa usilujete? Ako čo najlepšie zapôsobiť na túto cieľovú skupinu? Aké argumenty, príbehy alebo dôkazy jej predostriete? Kedy a kde to chcete urobiť?<sup>1</sup>

V tejto príručke niekedy odkazujeme na *komunitu*. Je to pojem, ktorý sa väčšmi udomácnil v zahraničí (najmä v USA), kde existuje dlhšia tradícia občianskej spoločnosti. Nemyslíme tým nič iné než obyvateľov, ktorých združuje spoločné miesto bydliska, alebo skupinu ľudí, ktorých spájajú podobné ciele či rovnaká profesia (neziskový sektor, žurnalistická komunita a pod.).

Pre účely tejto príručky zároveň predpokladáme, že tvoríte skupinu, ktorá sa bude snažiť presadiť nejaký cieľ alebo určitú zmenu.

Ak si, naopak, jednotlivec, identifikoval si občiansky problém a chceš sa zapojiť do jeho riešenia formou aktivistického videa, pokús sa nájsť si spojencov!

Spoločne vytvorte pracovnú skupinu, neformálne združenie, tím alebo organizáciu. Môžete byť členmi zabehanej neziskovej organizácie, susedmi, ktorých trápi spoločný problém, alebo len skupinou spolužiakov, ktorí sa túžia aktivizovať, súčasný stav vecí im nie je ľahostajný a chcú presadiť dobrú vec. Čím viac ľudí bude vo vašej skupine, tým viac dobrých nápadov vygenerujete, budete sa môcť navzájom motivovať a spojíte svoje tvorivé sily a kapacity. Nastane synergický efekt. Zmena je možná! V poslednej kapitole tejto príručky uvádzame niekoľko príkladov úspešného použitia aktivistického dokumentu vo svete.

## / Dokument ako tvorivá interpretácia

Podme sa teraz spoločne pozrieť na podstatu dokumentárneho filmu. Čo to vlastne je? Ide o druh filmu, ktorý divákovi neprezentuje vymyslený príbeh, ale zameriava sa na skutočné udalosti a komentuje ich. Názov vznikol z latinského slova *documentatio* – dokazovanie, dôkazový materiál. Pojem použil režisér John Grierson, keď hodnotil unikátnu snímku Roberta Flahertyho *Moana* (1926). Film *Moana* zachytával život polynézskych obyvateľov z ostrova Savai'i.

Podstatou dokumentárneho filmu je záznam faktov reality. Mal by zobrazovať skutočnosť takým spôsobom, aby bolo možné výsledný materiál overiť. Musí mať vlastnosť nesporného svedectva, argumentu.<sup>2</sup> Dokumentárny film sa nazýva aj „non-fiction“, čím sa jasne naznačuje jeho odlišnosť od hraného (fiction) filmu. Námetom dokumentárneho filmu môže byť každodenný život, problémy v modernej spoločnosti, ale napríklad aj život členov rôznych exotických kultúr alebo bohatosť a rozmanitosť prírodného života. Vo všeobecnosti by sa dalo povedať, že predmetom záujmu dokumentaristov je buď ľudský život, alebo svet prírody. V centre záujmu väčšiny dokumentov je človek a jeho miesto vo svete a v spoločnosti. Dokument spravidla skúma politické, morálne a sociálne problémy.<sup>3</sup>

Dokumentárny film nie je záznam reality takej, aká naozaj je, ale takej, ako ju chápe režisér – dokumentarista. John Grierson definoval dokumentárny film ako „tvorivú interpretáciu aktuálnej reality“.<sup>4</sup> Tento druh filmu buď vyjadruje skutočnosť prostredníctvom konkrétnych faktov, alebo prostredníctvom ich presnej rekonštrukcie. Hodnota dokumentu potom závisí od toho, do akej miery sa tvorcovi podarilo verne zachytiť skutočnosť.

Dokumentárny film sa vyznačuje niekoľkými charakteristickými znakmi. Žiaden z nich nemožno považovať za určujúci a definitívny. Odborníci sa zhodujú v tom, že dokument je vlastne otvorený koncept a jeho

chápanie sa časom mení, pretože tvorcovia vymýšľajú nové postupy, mení sa aj technika a divácke očakávania. Niektoré znaky, spoločné veľkému množstvu filmov, však predsa len existujú: v dokumentárnom filme vidíme predmety, javy, udalosti, scény, ľudí a ich konanie, ktoré by sme s najväčšou pravdepodobnosťou mohli uvidieť aj sami, keby sme sa vyskytovali na príslušnom mieste – mohli by sme byť ich osobnými svedkami. Väčšinou v ňom vystupujú skutoční ľudia, ktorí predstavujú samých seba. Nie sú to teda herci, ktorí stvárňujú fiktívne postavy. Títo ľudia na rozdiel od hercov nevyjadrujú svoje emócie umeleckým spôsobom, ale prirodzene, tak ako ich prežívajú, cítia a ako sú navyknutí ich vyjadrovať. Často sa rozprávajú s reportérom (ktorého v zábere môžeme, ale i nemusíme vidieť).

Takmer všetky dokumenty sa zameriavajú na nejaký závažný a aktuálny problém.<sup>5</sup> Ak aj dokumentárny film zobrazuje nejaký životný príbeh (osud konkrétneho žijúceho človeka), tento príbeh musí byť skutočný (čiže naozaj sa stal) a býva aj komentovaný jeho predstaviteľom priamo počas deja. Protagonista jednoducho rozpráva o svojom živote. Dokumentárny film môže ukazovať udalosti priamo v okamihu, keď sa odohrávajú, napríklad autentické zábery z nejakého konfliktu. To je jedna z jeho silných stránok.

## / Aké žánre dokumentárneho filmu existujú?

V dokumentárnom filme existuje viacero žánrov, napríklad filmová správa, filmová reportáž, archívny film, filmový cestopis, populárno-vedecký film (náučný film), propagandistický film, strihový film (pozostáva zo záberov z rôznych zdrojov), prírodopisný dokument, životopisný dokument o významnej osobnosti (tzv. medailón), politický dokument, sociálny dokument, poetický dokument.

Kuriozitou je žáner s názvom *dokumentárna mystifikácia* (po anglicky *mockumentary*; zo slova *mock* – imitovať a *documentary*).

V takomto filme sú dokumentárnym spôsobom nakrúcané vymyslené, fiktívne udalosti (napríklad český film *Rok ďábla*, 2002, r. Petr Zelenka; americko-novozélandský sci-fi film *District 9*, 2009, r. Neill Blomkamp).

Osobitným, mimoriadne populárnym žánrom je tzv. *docuganda*. Názov je zloženinou dvoch slov: *documentary* a *propaganda*. Ide o kombináciu dokumentárneho štýlu nakrúcania a propagandistického obsahu. Režisér nerešpektuje zásadu overiteľnosti a nesporného svedectva nakrúteného materiálu. Vyberá a skladá fakty tak, aby vyjadril svoj politický postoj a čo najúčinnšie zapôsobil na publikum. Sled týchto faktov nespĺňa kritérium pravdivosti, fakty sú niekedy vytrhnuté z kontextu alebo použité vyslovene manipulatívnym spôsobom. Režisér si oveľa výraznejšie než pri klasickom dokumente presadzuje právo zasahovať do nakrúteného materiálu a narábať s ním podľa svojej vôle. Preto takéto snímky nie sú propagandistickým dokumentom (tým je vlastne propagandistický film), ale skôr „dokumentárnou propagandou“. Dokumentarizmus je tu iba formou. Neslávne známym príkladom takýchto dokumentárno-propagandistických diel je trilógia *Zeitgeist* režiséra Petra Josepha: *Zeitgeist* (2007), *Zeitgeist: Addendum* (2008) a *Zeitgeist: Moving Forward* (2011). Podľa niektorých kritikov je otázne, či sa filmy žánru docuganda ešte dajú považovať za dokumenty.

Prijateľnou formou dokumentárneho filmu je tzv. *inscenovaný dokument*. Pri tvorbe dokumentu tohto typu režisér z rôznych dôvodov nemôže nakrúcať udalosti vtedy, keď sa reálne dejú, preto požiada osoby, ktoré sú ich protagonistami, aby mu ich „zahrali“ – teda inscenovali. Robia teda pred kamerou to, čo zvyčajne robia aj bez prítomnosti filmového štábu. Inou možnosťou je, že sa do dokumentárneho filmu „inscenujú“ hrané scény. Napríklad súčasťou moderných dokumentov o histórii bývajú výjavy, v ktorých vidíme hercov, ako znázorňujú život ľudí v minulosti. Prvým známym inscenovaným

dokumentom bola snímka *Nanuk, človek primitívny* (1922) režiséra Roberta Flahertyho. Flaherty nakrúcal život Eskimáka. Dával mu pokyny, aby mu pred kamerou ukázal, ako si stavia iglu, alebo akým spôsobom loví.<sup>6</sup>

Podľa prístupu k téme možno žánre dokumentárneho filmu deliť ešte iným spôsobom:<sup>7</sup>

> **Dokument vo funkcii výkladu:** Väčšina divákov si pri pojme „dokument“ predstaví práve tento typ filmu, ktorý sa priamo obracia na divákov a predstavuje im realitu. Často sa využíva komentátor, ktorý publikum filmom sprevádza a vysvetľuje mu, na čo sa díva. Dokument vo funkcii výkladu pripomína esej: ponúka divákovi informácie a snaží sa dokazovať svoju hlavnú myšlienku alebo presvedčiť publikum o správnosti svojej interpretácie udalosti alebo náhľadu na súčasný stav. Hlavnú myšlienku nastoľuje buď otvorene, alebo ju aspoň naznačuje. V *Nanukovi* je hlavnou myšlienkou ľudskosť a odvaha eskimáckeho lovca v nehostinnej prírode. Dokumenty vo funkcii výkladu sa zvyčajne zaoberajú udalosťami, ktoré sa už stali. Zábery z miesta udalosti môžu dopĺňať už spomínané hrané scény (inscenované zábery), ktorých úlohou je dokresliť určité konanie alebo poskytnúť úplný pohľad na udalosti. Podľa názoru kritikov tieto postupy narúšajú akúsi „zmluvu“ medzi dokumentom a publikom o prezentovaní skutočnosti. Tvorcovia sa zase obhajujú tým, že dramatizácie nemajú diváka oklamať, ale slúžia na *zdôraznenie reality*. Režisér Paul Cowan využíva tzv. faktor hodnovernosti. Ide o nakrútenie rekonštrukcie udalosti presne tak, aby každá drobnosť zodpovedala tomu, čo by kamera nasnímala, keby sa nachádzala na mieste v čase konania danej udalosti. V tomto type dokumentu sa často využíva archívny a spravodajský záznam.

> **Dokument ako pozorovanie:** Niektorí tvorcovia v šesťdesiatych rokoch minulého storočia boli rozčarovaní z výkladových

funkcií dokumentu. Nepáčil sa im komentátor, zvyčajne muž, ktorého hlasný prejav posmešne nazývali „božím hlasom“. Títo režiséri hľadali taký dokumentárny štýl, ktorý by medzi obsahom filmu a publikom nevyžadoval sprostredkujúcu úlohu komentátora. Chceli, aby dokumenty väčšmi hovorili samy za seba, aby témy prehovárali k publiku vlastnými slovami a s menšou mierou interpretácie. Objavili sa dva prístupy k dokumentu ako k pozorovaniu: *direct cinema* a *cinema vérité*. Režiséri filmov typu *direct cinema* využívali výhody prenosných kamier a zvukových nahrávacích zariadení, ktoré používali na miestach, kde často vznikali spoločenské konflikty. Nahrávali rozhovory s ľuďmi, vypočuli si všetky strany konfliktu a čakali na udalosti, ktoré im zabezpečia dostatočne dramatický materiál. Do stopáže priamo nezasahovali, svoje subjektívne názory vyjadrovali skôr prostredníctvom voľby témy, osôb, ktoré nakrúcali, a záverečným zostrihom filmu. Tvorcovia *cinema vérité* sa snažili zvýšiť mieru vlastnej aktivity. Kameru vnímali ako katalyzátor zmien: podnecovali situácie, ktoré vyvolávajú naliehavé konflikty, čím si chceli vynútiť ich riešenia. Ide o aktivistický prístup k myšlienke Johna Griersona o filme ako nástroji spoločenského dobra. Príkladom môže byť snímka *Most cez Wadi* (*Bridge over Wadi*, 2006, r. Barak Heymann, Tomer Heymann).

> **Dokument ako reflexia:** Povedali sme si, že dokumentárny film je umeleckou formou a bez ohľadu na to, aký reálny sa môže zdať, vždy ide o umelý produkt. Dokument vo funkcii výkladu sa snaží skryť prítomnosť kamery, aby navonok vytvoril ilúziu realizmu. Dokument ako pozorovanie niekedy odhaľuje skutočnosť, že za kamerou stojí osoba, ktorá kladie otázky, a filmový štáb v podstate narúša súkromie svojho respondenta. Dokument v zmysle reflexie však predpokladá, že publikum vie, ako sa pri nakrúcaní manipuluje ilúziou skutočnosti,

preto dokumentaristu, jeho charakter a názory, dokonca aj samotný proces snímania odhaľuje. Film „reflektuje“ proces filmovania. Tieto dokumenty často obsahujú aj zábery „dokumentujúce“ proces jeho vzniku. Stávajú sa teda akosi kronikou tvorivého procesu hľadania pravdy a predkladania dôkazov. Vynikajúcim príkladom tohto dokumentu je *Barmský VJ* (Burma VJ, 2008) režiséra Andersa Østergaarda, nominovaný na Oscara.

> **Dokument v prvej osobe:** Dokumenty v prvej osobe majú prevažne videoformát a väčšinou sa objavujú v televízii. Tvorca využíva dokumentárnu formu na skúmanie svojej vlastnej situácie, ako nástroj objavovania a skúmania vlastného ja. Príkladom môže byť snímka *Tarnation* (2003, r. Jonathan Caouette) o hľadaní identity mladého umelca. Takéto využívanie dokumentu vo funkcii „liečebného nástroja“ ukazuje, ako tomuto médiu pomohli nové technológie a vzostup záujmu širokej verejnosti o dokumentárny film a online video. V určitom zmysle je dokument v prvej osobe kombináciou reflexívneho dokumentu a domáceho videa; v rukách citlivého a kritického filmára sa však môže stať nástrojom silnej osobnej výpovede.

> **Poetický dokument:** V poetickom dokumente nie je hlavným cieľom prezentovať nejaký argument alebo myšlienku, ale skôr ukázať svet objavným spôsobom. Pre poetického dokumentaristu sú najdôležitejšími umeleckými nástrojmi kamera a strih. Tvorca umožňuje publiku dívať sa na svet novými očami: ukazuje mu veci z iného uhla, perspektívy, veľkosti, alebo strihá obraz v nezvyčajnom rytme. Príkladmi môžu byť filmy *Koyaanisqatsi: Life Out of Balance* (1982), *Powaqqatsi: Life in Transformation* (1988) režiséra Godfrey Reggia s hudbou Philipa Glassa, *Mikrokozmos* (1996, r. Claude Nuridsany, Marie Pérennou), *Baraka*

(1992) a *Samsára* (2011) režiséra Rona Frickeho alebo snímka *Home* (2009, r. Yann Arthur-Bertrand).

> **Televízne hybridy:** Dokumentárne metódy ovplyvnili aj celovečerné filmy a televíziu. Keď sa režiséri kinofilmu alebo televízneho filmu pokúšajú o vytvorenie ilúzie neprikrášlenej skutočnosti, často využívajú ručnú kameru a nestabilný pohyb simulujúci pozorovateľa deja. Na televíznom trhu sa objavili nové formy pseudo-dokumentárneho spracovania – reality show. Často sa v nich stiera rozdiel medzi „skutočným“ a inscenovaným materiálom, pričom tento postup je pre väčšinu dokumentaristov neprípustný. V súčasných reality show sa využíva dokumentárna štylizácia, ktorá je v podstate typická pre televízne súťaže. Angažujú sa neherci, zdanlivo sa zaznamenáva skutočnosť, je to však len simulovaná realita s hranými scénami a umelo vytváranými krízovými situáciami. Pri strihu sa v štúdiu vytvoria konflikty medzi „zlými a dobrými postavami“ a vyfabrikované krízové situácie. Takáto „realita“ televízie je, pochopiteľne, nereálna. Oblúbenosť týchto formátov však predurčuje aktivistov a dokumentaristov, aby divákovi ponúkli hodnotnú alternatívu, v ktorej pôjde o autentickú výpoveď

## / **Manipulácia verzus svedectvo**

Naznačili sme, že dokumentárna forma zobrazovania nemusí mať vôbec nič spoločné s dokumentovaním autentickej skutočnosti. Tvorcovia môžu mať aj manipulatívne úmysly. Čo je to teda manipulácia? Ako sa prejavuje v dokumentárnom filme? Manipulácia je rafinované úsilie o ovládanie alebo ovplyvňovanie niekoho bez toho, aby si to uvedomil. Podstatou manipulácie je obchádzanie vôle človeka, ktorý má byť manipulovaný. Manipulátor totiž buď predpokladá, že keby svoje úmysly vyjaval, bude neúspešný, prípadne ne-



bude úspešný v takej miere, akú si predstavuje. Manipulovaná osoba má konať v súlade s cieľmi manipulátora bez ohľadu na vlastné názory, presvedčenie a potreby, niekedy dokonca proti nim.

V dokumentárnom filme môže ísť o nepriznané ovplyvňovanie vedomia divákov s cieľom systematického a cieľavedomého formovania ich myšlienok a pocitov. Deje sa to skresľovaním, zamlčovaním, neadekvátnym dopĺňaním alebo usúvzťažňovaním faktov.<sup>8</sup> Manipulatívne postupy sa často využívajú v dokumentárnej propagande.

Pod propagandou sa bežne chápe taká manipulácia, ktorej cieľom je spoločenská kontrola. Odborníci o nej hovorili ako o „manipulácii verejnou mienkou prostredníctvom politických symbolov“ alebo o „ovládaní kolektívnych postojov pomocou manipulácie dôležitými symbolmi“. Propaganda sa snaží formovať svetový názor, vytvoriť taký skupinový postoj alebo vzor správania, ktorý bude vyhovovať propagandistom.<sup>9</sup> *Ideologická propaganda* sa usiluje o šírenie celých systémov ideí alebo náboženskej viery. Zneužíva emócie a nadšenie ľudí na násilnú zmenu ich názorov alebo presvedčenia.

Dokumentárna propaganda môže byť jedným z nástrojov skupín alebo jednotlivcov, usilujúcich sa o propagandistický cieľ – napríklad o spoločenskú kontrolu. Aktivistický dokument môže byť silnou alternatívou dokumentárnej a spravodajskej propagandy, alebo aj konzumnému obsahu komerčných médií, ktoré nemajú záujem na riešení problému, ale záleží im len na vysokej sledovanosti.

Ako odlíšiť aktivistické dielo od propagandistického? Aby sa aktivistický dokument nespreneveril svojmu cieľu, dbajte na to, aby ste mali vnútornú istotu, že vo svojom diele prezentujete vierohodný a autentický pohľad na spoločenskú skutočnosť. Podstatou propagandy je lož alebo deformácia obrazu skutočnosti z politických dôvodov. Cieľ aktivistického diela je opačný: poukázať na reálnu spoločenskú prax, rozptýliť ilúzie. Nesnažte sa využívať žiadne manipulatívne prostried-

ky (manipulácia strihom) ani nekorektné prostriedky (strihanie výpovedí respondentov tak, že výsledný význam nezodpovedá tomu, čo povedali v neskrátenom prejave), aby ste pretlačili svoj subjektívny uhol pohľadu aj navzdory realite. Nie je dôležité, *kto* má pravdu, ale *kde* je pravda. Nenechajte sa ovládnuť túžbou presvedčiť svoje publikum za každú cenu. Ak diváci získajú podozrenie, že ich manipulujete, čelíte veľkému riziku, že neuveria ani vašej kampani a aktivistickému zámeru. V konečnom dôsledku by ste mohli ľuďom, ktorým ste chceli pôvodne pomôcť, dokonca uškodiť. Usilujte sa preto o pravdivé svedectvo, za ktorým si budete stáť, aby sa váš dokument stal cenným nástrojom v presadzovaní sociálnej spravodlivosti a spoločenského dobra.

## / **Filmový štáb v dokumentárnom filme<sup>10</sup>**

Od filmovej teórie postupne prechádzame k praxi, k samotnej tvorbe dokumentu. Aktivistický dokument môže vznikať v amatérskych, poloprofesionálnych i profesionálnych podmienkach. Aj amatérom však pomôže, ak si jednotlivé úlohy pri výrobe dokumentu rozdelia a každý bude mať jasne definované kompetencie. Ak nebudete mať jasno v tom, kto má akú úlohu, len ťažko sa vám podarí naplánovať výrobu: nebudete vedieť odhadnúť čas výroby, naplánovať logistiku a využiť plný potenciál svojej organizácie alebo tímu. Štáby dokumentov mávajú rôznu podobu, my uvádzame najbežnejšie funkcie.

> V dokumentaristickej tradícii sa pod pojmom **režisér** myslí človek, ktorý vytvorí koncepciu dokumentu, vizualizuje osnovu, vykoná prieskum (niekedy mu pomáhajú asistenti) a dozerá na nakrúcanie. Ak sa v dokumente nachádzajú rozhovory, režisér je zvyčajne ten, kto kladie otázky (či už pred kamerou alebo mimo nej). Plní teda aj funkciu reportéra. Režisér dozerá aj na postprodukčné práce. Môže zastávať aj funkcie kameramana

a strihača. Prvý prípad komplikuje kladenie otázok. Na obraze vyzerá lepšie, ak respondent odpovedá reportérovi, ktorý nie je totožný s pohľadom kamery (nemusí však byť v zábere). Toto je štandardný postup aj v spravodajstve (príspevky vyrába reportér s kameramanom). Aj strih je lepšie zveriť strihačovi, ktorého osobitné schopnosti dokážu nakrútený materiál využiť a spracovať čo najlepšie.

> **Asistent režiséra:** Pri väčších filmových projektoch môže byť nápomocná funkcia asistenta režiséra. Je to človek, ktorý má za úlohu udržiavať poriadok na mieste nakrúcania a zabezpečuje prítomnosť hercov v prípade hraných rekonštrukcií (inscenačné zábery) alebo iných dramatizácií. Asistent režiséra v sebe spája funkcie produkčného a koordinátora scenára. V spolupráci s režisérom pripravuje osnovu a zabezpečuje priebeh rôznych fáz výroby filmu, od stravy a technického vybavenia až po prenájom štúdia.

> **Produkčný (manažér produkcie)** vypracúva podrobný rozpočet, harmonogram výroby a riadi výrobu počas celého nakrúcania. Pre účely tejto príručky môžeme jeho funkciu zlúčiť s asistentom režiséra. Pokiaľ nemáte skúsenosti s tvorbou rozpočtu, je dobré zabezpečiť si externého poradcu, facilitátora alebo supervízora. Produkčný alebo asistent režiséra môže dostať na starosť aj komunikáciu so spolupracujúcimi organizáciami, médiami a kontaktnými osobami z cieľového publika.

> **Kameraman** sníma zábery a nastavuje ich podľa pokynov režiséra. Musí s ním veľmi dobre spolupracovať a chápať účel každého záberu. Kameraman je profesia najnáročnejšia na profesijné zručnosti, estetické vnímanie a intuíciu. Od kameramana bude závisieť celkové vyznenie filmu, teda či bude pôsobiť amatérsky, alebo profesionálne. Kameraman by si mal osvojiť prv-

ky filmovej reči, mal by mať skúsenosti s nakrúcaním alebo fotografovaním. Nesmie sa dopustiť tzv. školáckych chýb (nedodržanie pravidla 180 stupňov a podobne). Režisér môže rukou signalizovať, že treba začať nakrúcať, alebo dotykmi usmerňovať kameramana pri pohyboch kamery s cieľom zmeniť kompozíciu záberu, aby bolo možné zachytiť emócie hovoriaceho. Ručná kamera kladie na kameramana nové nároky: musí byť schopný intuitívne vycítiť, kde sa odohráva akcia, a rýchlo reagovať, aby sa vedel prispôbiť zmenám scény. Na realizovanie režisérovej predstavy o filme je vzájomná dobrá spolupráca režiséra a kameramana alfou a omegou.

> **Zvukový technik:** Zmeny v technológii filmu a videa ovplyvnili aj spôsob zaznamenávania zvuku. Zvuk sa nahráva osobitne na samostatný nosič a synchronizuje a mixuje sa vo fáze strihu. Aj keď dnešné videokamery a digitálne kamery umožňujú priame zaznamenávanie zvuku, mikrofón v nich je väčšinou nedostatočný a citlivo reaguje na všetky ruchy prostredia. Ak kameraman v záujme kompozície sníma nejakú osobu z väčšej vzdialenosti, výrazne sa to odrazí na zvuku, ktorý so stúpajúcou vzdialenosťou nezriedka klesá na hranicu počuteľnosti. Výrazne preto odporúčame použiť externý mikrofón. Úlohou zvukového technika je nahrávať aj zaujímavé ruchy prostredia, ktoré sa potom zmixujú do záverečnej zvukovej stopy, čo filmu dodá na realistikosti. Zvukár môže dokonca nasnímať aj neutrálny zvuk pozadia, aby sa zabezpečila zvuková jednota pozadia pri strihu interview.

> **Osvetľovač:** Vo väčších dokumentárnych projektoch je dôležité dobre rozmiestniť svetlá, čo je úlohou osvetľovača. Pokyny mu zvyčajne dáva kameraman podľa kvality záberu, ktorú sa pokúša dosiahnuť. Osvetľovač môže prenášať a zapájať káble, v prípade potreby kladie koľajničky pre kameru.

> **Strihač** je najdôležitejšia osoba vo fáze postprodukcie filmu. Prezerá si všetok nakrútený materiál, dôkladne vyberá tie najlepšie zábery a skladá z nich film. Strihač vytvára rytmus a pohyb filmu, skladá scény do celistvého „príbehu“. Slávny ruský priekopník dokumentárneho filmu Dzigja Vertov povedal: „Nestačí len na plátne ukázať samostatné fragmenty pravdy, samostatné obrazy pravdy. Tieto obrazy treba tematicky usporiadať tak, aby pravda vyplynula z celku.“ Strihač je človek, ktorý dáva dokumentu záverečnú podobu tak, aby mal koncepcný tvar a emocionálne pôsobil na divákov.

> **Strihač zvuku** môže byť aj zvukový technik alebo ten, kto strihal obraz. Synchronizuje zvuk s akciou; tam, kde je to potrebné, pridáva zvukové efekty a dodáva hudbu a komentár. Jeho úlohou je skombinovať a vyhladiť všetky stopy do kompaktnej, dobre skombinovanej a vyváženej podoby.

> **Iné funkcie:** Môže k nim patriť **scenárista**, ktorý napíše osnovu/pracovný scenár, vypracúva otázky pre interview, píše synopsis. Scenárista, pochopiteľne, úzko spolupracuje s režisérom. Pre účely aktivistického dokumentu je možné funkciu režiséra a scenáristu zlúčiť. Na čítanie komentára môže byť najatý **komentátor**. Jeho výber je dôležitý, dotvára celkové vyznenie filmu, keďže diváci ho vnímajú ako „hlas filmu“. Dbajte na to, aby mal príjemné zafarbenie hlasu, dobre intonoval a mal čistú výslovnosť. Čo i len trochu neškolený hlas môže úplne zničiť účinok dokumentu a vyvolať nežiaduci efekt amaterizmu. Ak na to majú dispozície, mnohí filmári komentujú svoje príbehy sami (Michael Moore). Často je to účinné, pretože autor má k téme veľmi blízko. Rolu komentátora môžu v dokumente efektívne nahradiť titulky. Niekedy to býva vhodnejšie riešenie, lebo takýto postup pôsobí na diváka neutrálnejšie. V dokumentárnej produkcii môže pôsobiť aj **skladateľ**, ktorý

pre film napíše pôvodnú hudbu. Hudba spoluvytvára emocionálny rozmer dokumentu: stanovuje tón a tempo. Často býva lacnejšie niekoho poveriť zložením pôvodnej hudby ako platiť vysoké poplatky za autorské práva k už existujúcim nahrávkam. V menších štáboch môže funkciu skladateľa nahradiť niekto, kto má dobrý prehľad v hudbe a pomôže vybrať dobré sprievodné motívy. Ďalším odborníkom, ktorý môže byť potrebný, je **ruchár**. Je to expert, ktorý vytvára zvukové efekty v štúdiu pre všetky zvuky, ktoré sa nenahráli na mieste nakrúcania. Napríklad zvuk krokov v štúdiuom „snehu“ môže byť realistickejší ako skutočný zvuk nahratý v kašovitom teréne.

V aktivistickom kontexte nastáva situácia, keď je dokumentarista kameramanom, režisérom a strihačom v jednej osobe. Ideálny malý filmový štáb by však mal zahŕňať režiséra (autor, scenárista, reportér, komentátor), kameramana (okrem snímania má na starosti aj zvuk a plní tiež funkciu asistenta a produkčného) a strihača (strihá zvukovú a obrazovú stopu, pridáva hudbu, nahráva dokument na nosiče a umiestňuje ich na internet). Strihač by sa mal zúčastniť nakrúcania, aby už vopred poznal nakrútený materiál a nemusel ho prvýkrát vidieť až v strižni za počítačom!

## / **Proces výroby aktivistického dokumentu**

Vznik každého filmového diela prebieha v štyroch fázach: preprodukcia, produkcia, postprodukcia a distribúcia. Pre potreby tvorby aktivistického dokumentu sme tento proces upravili a doplnili, aby presne zapadal do metodiky tvorby dokumentu, ktorý vyrábate ako súčasť aktivistickej kampane.

V prvej fáze prebieha príprava, hľadanie témy, nadväzovanie spolupráce, písanie osnovy, vypracovanie vlastného akčného plánu, výber techniky, zostavovanie filmového štábu. V druhej fáze sa realizuje nakrúcanie

aktivistického dokumentu podľa osnovy (pracovného scenára). V tretej fáze nasleduje konečná úprava nakrúteného materiálu: vyhotovenie listu o zázname, prepis záznamu, príprava technického scenára s plánom konečného zostrihu, diskusia k plánu a samotný strih, ozvučenie, titulkovanie a zhudobnenie. V poslednej fáze dokument distribuujete a implementujete do vašej aktivistickej kampane.

### **1.Preprodukcja:**

- > hľadanie témy a prieskum problematiky
- > voľba žánru a voľba techniky
- > vytvorenie osnovy/pracovného scenára
- > premyslenie aktivistickej kampane (Aká spoločenská zmena je žiaduca?), voľba posolstva, cieľového publika, špecifikácia SMARTových cieľov a zhotovenie vlastného akčného plánu (podrobnejšie v tretej kapitole tejto príručky), vypracovanie otázok interview (pre respondentov, ktorí budú účinkovať v dokumente), písanie synopsy – stručného zhrnutia deja plánovaného dokumentu, vyhľadanie a oslovenie spolupracovníkov, plánovanie medializácie a distribúcie
- > fundraising: zháňanie finančných prostriedkov na produkciu, distribúciu filmu a na aktivistickú kampaň (s pomocou synopsy a vybraných častí vlastného akčného plánu)

### **2.Produkcja:**

- > nakrúcanie v jednotlivých lokalitách podľa osnovy/pracovného scenára

### **3.Postprodukcja:**

- > vyhotovenie listu o zázname (charakteristika obsahu stopáže na jednotlivých nosičoch) a prepis záznamu (prepis všetkých interview v dokumente do písomnej podoby)
- > príprava technického scenára s plánom konečného zostrihu (nepovinný krok)
- > diskusia k technickému scenáru s vašimi supervízormi, kolegami a spolupracovníkmi (nepovinný krok)
- > zostrih, ozvučenie, titulkovanie nakrúteného materiálu a výber hudby

### **4.Distribúcia a implementácia dokumentu do aktivistickej kampane:**

- > výroba fyzických kópií dokumentárneho filmu
- > umiestnenie dokumentu na internet
- > doručenie dokumentárneho filmu vybraným osobám, jeho prezentácia na súkromných alebo verejných premietaniach
- > kontaktovanie cieľového publika pomocou internetových nástrojov (blogy, sociálne siete, internetové fóra, online video kanály, váš vlastný web, e-maily alebo newslettery)
- > medializácia aktivistickej kampane pomocou dokumentu.

Získali ste rámcovú predstavu o tom, čo je to dokumentárny film a ako vzniká. Ale akým spôsobom naplniť dokument obsahom? Existujú nejaké pravidlá filmovej tvorby, ktorými sa treba riadiť? Na tieto otázky sa snaží odpovedať druhá kapitola. Na chvíľu sa prenesieme naspäť do filmovej teórie a pozrieme sa na prvky filmovej reči. Ich zvládnutie je nevyhnutným minimom, ktoré musí ovládať každý filmový tvorca, aby nakrútil použiteľný materiál.

## / Čo je to filmová reč?

Pojmom filmová reč sa označujú *vyjadrovacie prostriedky filmu*. Pomocou filmovej reči tvorcovia nakrúcajú a upravujú filmové dielo tak, aby bolo pre diváka zrozumiteľné. Filmová reč má dve funkcie: umožňuje vyjadriť tvorivý zámer autorov vo filmovom diele a umožňuje divákovi toto dielo vnímať, pochopiť a interpretovať. Pozostáva zo súboru postupov, pravidiel a konvencií, ktoré sa uplatnili pri tvorbe a skladbe obrazovej a zvukovej zložky filmového diela. Tieto postupy, pravidlá a konvencie sú sčasti pôvodné (opierajú sa o vlastnosti filmových materiálov a technológií) a sčasti prevzaté (vychádzajú z vyjadrovacích prostriedkov iných druhov umenia).

Keby filmová reč neexistovala, diváci filmu by nechápali, čo sa odohráva na plátne

a prečo. Tak ako ľudia musia poznať gramatiku, štylistiku a význam slov materinského jazyka, aby spolu mohli komunikovať, filmový divák si musí navyknúť na filmovú reč, aby mohol správne vnímať film a rozumieť mu. Filmová reč sú tie vizuálne a zvukové prvky vo filmovom diele, ktoré plnia funkciu znakov. *Sú to najmenšie jednotky filmového významu.*

Základnými prvkami filmovej reči sú: kompozícia obrazu, veľkosť záberu, uhol snímania, pohyby kamery, strihová skladba, filmová interpunkcia a zvuk. K ďalším patria napríklad osvetlenie, farebnosť, textúra, efekty, triky.

Filmové dielo samo osebe nemá zmysel, nadobúda ho až vtedy, ak je tu divák, ktorý ho dokáže čítať. Napríklad je známe, že deti si z filmu zapamätajú iba dominantné obrazy, až neskôr sa naučia chápať aj skladbu jednotlivých záberov. Základy filmovej reči sa utvárali tak, že tvorcovia zohľadňovali, ale zároveň stimulovali schopnosť vnímania publika. Mnohé vyjadrovacie prostriedky, ktoré nám dnes pripadajú samozrejme, vznikali spočiatku ako pokus. Výsledky týchto experimentov vnímalo vtedajšie publikum ako originálnu metaforu, až neskôr získali dohovorený význam. Film rozvíjal svoju reč v neustálej komunikácii s publikom. Ako každé umenie, aj film je komunikáciou.

### Kompozícia záberu

Vo filme prichádzajú do úvahy tri spôsoby kompozície filmového záberu:

- > plocha obrazu (pri jej komponovaní sa využívajú mnohé postupy a pravidlá známe z výtvarného umenia alebo fotografie, napríklad dvojtretinová kompozícia, pravidlo zlatého rezu, clonenie a podobne)
- > geografická štruktúra snímaného miesta
- > hĺbka ostrosti, kolmá na plochu obrazu a geografický plán.

### Uhol snímania

Uhol snímania označuje pozíciu kamery voči snímanému objektu. Podľa uhla snímania sa rozlišuje:

- > Nadhľad (tzv. vtáčia perspektíva): je to neosobný záber, využíva sa pri pohľade z výšky na mesto, ulicu a pod. Ak sú v zábere ľudia, pôsobia stratene, bezmocne.



Obr. 1: Nadhľad<sup>11</sup>

- > Z pohľadu očí (vodorovný): významovo neutrálny záber.



Obr. 2: Vodorovný pohľad<sup>12</sup>

- > Podhľad (tzv. žabí pohľad): často sa využíva vtedy, ak chcú tvorcovia monumentalizovať postavu v zábere.

Postava snímaná podhľadom vyznieva autoritatívnejšie, sebavedomo. Všimnite si, že politici zvyčajne hovoria svoje verejné prejavy z vyvýšeného pultu; kamery ich snímajú zospodu, z mierneho podhľadu. Kolmý podhľad sa nakrúca výnimočne. Je to napríklad vtedy, ak chcú tvorcovia ukázať prostredie z nevšedného uhla a zobrazit zaujímavý priestor (stromy, výškové budovy).



Obr. 3: Podhľad<sup>13</sup>

### Veľkosť záberu

Vo filme sa využívajú rôzne veľkosti záberov: veľký detail (VD), detail (D), polodetail (PD), tzv. americký záber (AZ), polocelok (PC), celok (C) a veľký celok (VC). Kritériom typológie záberov podľa veľkosti je relatívna vzdialenosť kamery od snímaného objektu. Veľkosť záberu sa určuje na základe veľkosti ľudskej postavy v snímanom prostredí a na základe vzájomných vzťahov medzi postavou a prostredím.

- > Veľký detail: Kamera je maximálne priblížená k zobrazovanému predmetu, ktorého časť podrobne definuje obrazom (napr. veľký detail nejakého predmetu, napr. okuliare alebo pero na stole, prípadne časť tváre – ústa, oči...).



Obr. 4: Veľký detail<sup>14</sup>

> **Detail:** V zábere sa nachádza časť ľudského tela, ktorá býva zdôraznená rozostreným pozadím. Najčastejšie je to tvár človeka alebo celá hlava spolu s ramenami. V dokumentoch sa však často využívajú aj detailné zábery na ruky. Detail na tvár umožňuje psychologický ponor do snímanej postavy, je to najsugestívnejší typ záberu. Detailom sa snímajú aj predmety dôležité z hľadiska hlavnej myšlienky filmu.



Obr. 5: Detail<sup>15</sup>

> **Polodetail** obsahuje hlavu človeka a časť hrude približne po poprsie (vo výtvarnom umení polodetailu zodpovedá portrét), prostredie býva rovnako ako pri detaile neostré. Tento typ záberu sa v dokumentárnom filme využíva pri zázname výpovedí a vyjadrení nejakej dôležitej postavy.



Obr. 6: Polodetail<sup>16</sup>

> **Americký záber** sníma viaceré postavy od hlavy asi po kolena. Z hľadiska veľkosti sa nachádza medzi polocelkom a polodetailom. Využíval sa v širokouhlých hraných filmoch, napríklad pri dialógu viacerých osôb. V dokumentárnych filmoch sa objavuje v exteriérových záberoch, keď tvorcovia snímajú nejakú skupinku ľudí na ulici,

pričom chcú vyvolať dojem „sociologickej sondy“ (návštevníci pred bránou múzea, študenti opúšťajúci školu, zákazníci pred bránou obchodu, robotníci...).



Obr. 7: Americký záber<sup>17</sup>

> **Polocelok** zobrazuje celú ľudskú postavu s okolím v pozadí, vyniká v ňom gestikulácia. Týmto typom záberu je možné vnieť do dokumentárneho filmu akciu (napr. riaditeľ rozdáva pokyny zamestnancom). Všimnite si, že ide o prevládajúci typ záberu v televíznych reportážach, ktoré zachytávajú rôzne návštevy a výjazdy politikov.



Obr. 8: Polocelok<sup>18</sup>

> **Celok** zachytáva vzájomný vzťah človeka s prostredím, umožňuje prehľadne zobrazovať konanie postáv v určitom priestore (napríklad zábery z ulice).



Obr. 9: Celok<sup>19</sup>

> **Velký celok** najčastejšie sníma veľkú časť krajiny. Umožňuje orientáciu v prostredí. Postavy sa strácajú v okolí. Týmto typom záberu sa snímajú masové scény.



Obr. 10: Velký celok<sup>20</sup>

### **Pohyby kamery**

Pohyby kamery sú spolu s rozličnou veľkosťou záberov najviditeľnejším prvkom filmovej reči. Vo filme sa vyskytujú dva druhy pohybov: *vnútrozáberový* (teda pohyb objektov a postáv vnútri záberu) a *pohyb kamery*. Pohyb kamery obvyčajne prispieva k posilňovaniu dojmu hĺbky záberu (pretože sa mení perspektíva) alebo k väčšej dynamike deja. Tento pohyb môže byť pomalý alebo rýchly, plynulý alebo roztrášený. Pohyb kamery má zároveň popisnú funkciu (podobne ako veta), pretože postupne odkrýva v zábere celú scénu. Ukazuje to, čo sa deje, pomáha vytvárať napätie, akciu. Avšak priveľa pohybov kamery vo filme znižuje emotívnu účasť diváka na dej. Strháva totiž pozornosť publika na spôsob, formu samotného nakrúcania, čo je v konečnom dôsledku na úkor vnímania obsahu záberu. Naopak, nedostatok pohybov kamery film „spomaľuje“, ale zato zvyšuje emocionálnu zainteresovanosť na obsahu záberu.

K základným pohybom kamery patrí:

> **Panoráma:** Kamera sa otáča doprava alebo doľava v ose statívu. Panoráma má informatívnu funkciu, jej úlohou je oboznámiť diváka s prostredím, vtiahnuť ho do deja.

> **Jazda:** Kamera sa pohybuje plynulo dopredu alebo dozadu, sleduje objekt.

> **Nájazd-odjazd:** Kamera sa k predmetu približuje alebo sa od neho vzdaluje. Buď ide o mechanický pohyb (fyzické presunutie kamery), alebo o optický pohyb (s použitím transfokátora sa mení ohnisková vzdialenosť). Nájazdom sa podporuje napätie, odjazdom pocit opustenosti.

> **Spolujazda (travelling):** Kamera sa pohybuje súčasne s pohybujúcim sa objektom a sleduje ho z rôznych strán, napríklad z boku, spredu, zozadu, zvrchu; výnimočne, pri trikových záberoch alebo snímaní pod hladinou, aj zospodu.

> **Skľz („švenk“):** Kamera sklzom presúva pohľad z objektu A na objekt B.

> **Šmyk:** Kamera šmykom „stratí“ zo zorného uhla objekt nakrúcania, zmení polohu a uhol snímania (simulujú sa tak rôzne pády a pod).

> **Sklon/zdvih kamery:** Zdôrazňuje sa význam predmetu. Týmto záberom sa môžu snímať budovy a architektonické pamiatky.

### **Strih a jeho druhy**

Termín *strih* vyvoláva mylnú predstavu, že ide o odstrihnutie nepotrebných častí nakrúteného materiálu. V skutočnosti je to *tvorivé spájanie záberov, ktoré poskytuje nové významy*. Nejde iba o nepremyslené priradovanie záberov, ale o ich spájanie tak, aby splynuli do vyššieho logického celku. Divák by nemal vnímať prerušenie medzi jednotlivými zábermi, ale mal by ich čítať plynulo za sebou podobne ako slová textu. Strihová skladba je postup, ktorým sa skladá obrazová zložka filmu a zvuková zložka filmu.

Zábery možno spojiť tzv. *ostrým strihom* (zábery sa zlepujú bezprostredne za sebou) alebo pomocou filmovej interpunkcie (napríklad zatmievачka, roztmievачka, prelínačka).

K základným druhom strihu patrí:

> **Strih** v reálnom čase znamená, že akcia, vybudovaná pomocou strihovej skladby,



trvá rovnako dlho ako v skutočnosti. Strih v reálnom čase je nevyhnutný na autentické, dokumentárne vyznenie scény a tiež pri zázname dialógových scén.

- > **Lineárny strih** spája zábery na základe jednoduchej chronologickej následnosti.
- > **Krížový strih** je spôsob strihu, pri ktorom sa jeden dejový prúd, odohrávajúci sa na rovnakom mieste a v rovnakom čase, rozdelí na dve zložky. Tie divák striedavo sleduje (napríklad snímanie nejakej výpravy dvoma kamerami, pričom sa každá venuje inej skupine ľudí, alebo snímanie rôznych aktivít v rámci jednej záchranej akcie). Krížový strih vnáša do dokumentu dynamiku, vytvára dojem „príbehu“.
- > **Paralelný strih** umožňuje postupné spájanie, zlučovanie dvoch samostatných dejových prúdov do jedného toku (napríklad zábery prírodných katastrof z rozličných častí sveta sa zlučujú do jednej emotívnej sekvencie).
- > **Rapidmontáž** je sekvencia rýchlo sa striedajúcich záberov, ktoré majú krátke trvanie. Zvyčajne majú rôzny obsah. Rapidmontáž využíva asociatívny princíp, preto má emotívny účinok. Vnáša do filmu výrazne poetický rozmer. Pomocou nej môžeme vytvoriť dojem akéhosi vizuálneho „mementa“.
- > **Retrospektívne zábery** (tzv. flashback) predstavujú spôsob strihovej skladby, ktorý ukazuje minulý dej. Často sa využívajú archívne zábery (materiál nakrútený pred určitým časom), napríklad televízne správy alebo zábery zo starších dokumentárnych filmov.
- > **Prospektívne zábery** (tzv. flashforward) ukazujú budúci dej. V hranom filme sa takto označujú možné následky konania hlavnej postavy. V dokumente tvorcovia takýmto spôsobom poukazujú na možné následky neriešených problémov. Tento postup sa využíva zriedka.

### **Zvuk vo filme a jeho druhy**

Zvuk je doplnkovým kanálom k obrazu, pomáha vytvárať pomyselný tretí rozmer k dvojrozmernej rovine záberu. Zvuk vo filme môže predstavovať ľudská reč, hudba, ruchy (čiže zvuky prostredia) a zvukové efekty. Zvukom možno modelovať emotívny účinok obrazu, pomocou neho možno obrazovú informáciu posilniť alebo, naopak, ironizovať.

Vo filme treba rozlišovať:

- > **Skutočný zvuk**, ktorý sa logicky viaže s obrazom (napr. reportážna výpoveď postavy na kameru).
- > **Komentujúci zvuk**, ktorý sa s obrazom priamo neviaže (napr. hlas komentátora mimo obrazu, tzv. voiceover, ktorý vysvetľuje význam scény alebo udalosti).

Z hľadiska strihovej skladby existujú dva druhy zvukov:

- > **Synchronný zvuk**, ktorý pochádza zo záberu a musí s ním byť synchronizovaný (napr. údery pneumatického kladiva).
- > **Asynchronný zvuk**, ktorý nepochádza zo záberu (napr. cinkanie mincí alebo pokladnice, ktoré ironicky sprevádza určité výroky vo filme).

Kombináciou týchto dvoch typov, skutočného a komentujúceho zvuku na jednej strane a synchronného a asynchronného na druhej strane, vzniká tretí typ: paralelný a kontrapunktický zvuk:

- > **Paralelný zvuk** je skutočný, synchronný a spojený s obrazom, posilňuje ho (napr. výkriky na ulici, výstrely, rinčanie skla v záberoch demonštrácie).
- > **Kontrapunktický zvuk** je komentujúci, asynchronný a protikladný k obrazu, vytvára voči nemu kontrast (napr. optimistický hlas z veselej televíznej reklamy sprevádza zábery biedy, chudoby, kriminality).

# Príprava na nakrúcanie aktivistického dokumentu

## / Hľadanie témy a voľba žánru<sup>21</sup>

Nakrúcanie aktivistického dokumentárneho filmu je proces, pri ktorom je potrebné neustále rozhodovanie. Je ľahké podľahnúť pokúšeniu, že stačí vyjsť von, niečo nakrútiť a nejaký význam sa tomu dodá v strižni, za počítačom. Takto však film nefunguje. Britský filmár Michael Grigsby vysvetľuje: „*To najdôležitejšie je jednoznačne sa rozhodnúť, čo chceme povedať, prečo to chceme povedať a potom vymyslieť spôsob, akým to povieme. Celkový dokument až z polovice tvorí váš prístup k téme, a nie téma samotná.*“<sup>22</sup>

Neskúseným scenáristom sa odporúča „písať o tom, čo poznajú“. Táto rada je dobrá aj pre dokumentaristov a aktivistov. Namiesť riešenia veľkých, neuchopiteľných tém by sa mali tvorcovia zamerať na témy, ktoré sú im blízke.

Keďže nakrúcanie dokumentárneho filmu je pomalý a zložitý proces, tvorcovia si vyberajú témy, ktoré pre nich majú osobný význam. Do takýchto tém sa oplatí investovať svoj čas a emócie. Najlepšie dokumenty vznikajú vtedy, keď zobrazujete výrečné ľudské konanie, keď je nakrúcanie výsledkom vzájomnej spolupráce medzi ľuďmi, a keď osoby,

ktoré nakrúcate, s kamerou spolupracujú. Diváci sa radi dívajú na ľudí, s ktorými sa môžu identifikovať. Až potom ich začnú zaujímať aj ich problémy. Režisér dokumentov Paul Cowan si vyberá subjekt, ktorým sa chystá v dokumente zaoberať, niekedy viac než dva roky. Magnusa Isacssona zase priťahujú dobré príbehy, ktoré nastolujú zásadné problémy.

Ďalším krokom pri hľadaní témy je koncentrácia na to, čo chcete povedať. Dobrý dokument má perspektívu. Tvorca odhaľuje myšlienku, vyjadruje rozporuplnosť situácie alebo odhaľuje emóciu osoby, ktorú nakrúca. Na začiatku procesu plánovania sa skúste sami seba opýtať, aký máte pocit z ľudí, ktorých chcete nakrútiť. Dokument by mal divákov donútiť zamyslieť sa nad váhou a relevanciou dôkazov ponúkaných vo filme a vytvoriť si o nich určitý úsudok. Tvorca nemusí priamo prezentovať svoj subjektívny uhol pohľadu. V niektorých situáciách je lepšie snažiť sa podať tému nestrannejšie. Dokument totiž môže byť didaktický (t. j. ponúkať vybrané argumenty), alebo môže zobrazovať určitú situáciu z rôznych uhlov pohľadu, pričom nestratí svoju účinnosť. Často sa stáva, že ak je film príliš zaujatý, stráca publikum. Doku-

mentarista vždy bude mať svoj názor. To, ako ho vyjadrí smerom k publiku, bude mať veľký vplyv na úspech dokumentu. Kľúčová je vyváženosť, citlivosť k publiku a férový postoj k zobrazovanému problému, k téme.

Špecifikácia témy si nezriedka vyžaduje rozsiahly výskum. Je potrebné čo najviac si o nej prečítať, pozrieť si o nej dostupný audiovizuálny materiál, preskúmať aj súvisiace témy, položiť otázky odborníkom a ďalším ľuďom, ktorí k nej majú čo povedať. To vám pomôže tému zúžiť a ujasniť si, na aký aspekt problematiky sa vlastne chcete zamerať.

Súčasťou počiatočného prieskumu je analýza situácie, výber miesta a vytipovanie ľudí, ktorí by mohli vo filme vystupovať. K tomuto procesu patrí hľadanie lokality, tvorba poznámok o tom, čo vám druhí ľudia povedali, a rozhovory s odborníkmi alebo osobami, ktorých sa téma týka. Najlepším prístupom je teda naozaj sa do témy ponoriť. Ak tvorca zostane na povrchu, vo filme to bude vidno. Aktivisti, ktorí nakrúcajú dokument, by mali byť asertívni a nesmie im chýbať snaha získať všetky potrebné informácie. Mali by zároveň zostať citovo zainteresovaní a empatickí. V tom sa ich úloha môže výrazne líšiť napríklad od reportérov v televíznom spravodajstve.

Mimoriadne dôležité sú predbežné rozhovory. Môžete z nich získať dôležité informácie, názory prezentované z rôznych uhlov pohľadu, náhľad na konflikty, vďaka nim objavíte rozličné protirečenia a tiež zaujímavé fakty, ktoré sa vám v dokumente zídu. V prípravnej fáze sa môžete pokúsiť niektoré z nich nakrútiť. Dokumentarista kladie všeobecné otázky (podstatné a kontroverzné témy si necháva na skutočné nakrúcanie), aby zistil, ako respondent, s ktorým robí rozhovor, pôsobí na zázname. Dokáže respondent hovoriť k veci? Odhaľuje svoju osobnosť? Vie argumentovať, alebo je výrazne emocionálny? Na kvalite rozhovorov s respondentmi dokument stojí a padá, preto je tento krok pri výskume veľmi dôležitý.

Prípravná fáza má dokumentaristov doviesť k jasnejšej vízii o prístupe, ktorý chcú

uplatniť v dokumente. Musíte sa rozhodnúť, akým štýlom chcete svoj dokument nakrútiť. Štýl totiž určuje, aké zábery treba naplánovať, aké rozhovory treba urobiť, akým spôsobom napísať scenár.

Nakrúcanie dokumentu nie je len lekciami z umeleckej tvorby, ale aj z ekonomického myslenia. Potrebujete čas a peniaze. Dobrý plán znižuje námahu, odstraňuje frustráciu, zmierňuje nezhody a znižuje náklady. Prístup nakoniec môže diktovať aj samotná téma. Ak je film veľmi osobný, môžete si dovoliť vyššiu mieru subjektívnosti. Ak je však dokument zameraný na odbornejšiu tému, film môže byť štruktúrovanejší a komentár môže mať neutrálnejšiu povahu.

### **Aký žáner zvolit'?**

To čiastočne závisí od vašej témy a zamýšľaného posolstva. Môžete sa napríklad rozhodnúť pre dokument, ktorý bude plniť funkciu „výkladu“. V tradičnom členení žánrov by išlo o ekvivalent populárno-náučného dokumentu. Výkladový dokument jasne stanovuje „problém“. Kontext objasňuje komentátor alebo respondenti nahratí mimo obrazu. Niektoré scény môžu byť inscenované, aby vyplnili miesto v rozprávaní. Dokument môže postupne viesť divákov k riešeniu alebo k novému pochopeniu témy. Ďalším vhodným žánrom je dokument, ktorý sa svojimi funkciami približuje filmovej reportáži. Kamera sleduje ľudí počas ich každodenných aktivít a umožňuje im vyjadrovať sa vo forme rozhovorov. Tvorcovia môžu naplánovať zozbieranie množstva filmového materiálu a dúfať, že počas nakrúcania sa vyskytnú dramatické konfrontácie alebo iné zaujímavé udalosti (môžu tiež vytvoriť podmienky na to, aby sa dramatické konflikty samy odhalili). Celkom nový rozmer dodá dokumentu taký postup, v ktorom sa tvorcovia (alebo jeden dokumentarista) stanú súčasťou príbehu. Komentujú udalosti, ktorých sú svedkom, v snahe dostať sa k jadrú témy. Môžu tak diváka viesť cestou objavovania. Výsledným efektom je silné vtiahnutie diváka. Dokumentaristi sa môžu

prikloniť aj k poetickejšiemu dokumentu. V ňom sa snažia evokovať pocity divákov prostredníctvom efektných obrazov, pohybov a zvukov. Takýto prístup môže zosilniť posolstvo dokumentu, treba však dať pozor na preštylizovanosť, ktorá účinnosť celkového posolstva zníži. V extrémnych prípadoch bude dokument pôsobiť umelo alebo vyvolať pochybnosť o autentickejšiemu dokumentu. Samozrejme, je možné čerpať z viacerých dokumentárnych štýlov súčasne. Dokument by však mal byť vnútorne koherentný a mali by ste si vopred premyslieť jeho štruktúru.

## **/ Vytváranie osnovy/ pracovného scenára<sup>23</sup>**

Možnosti filmovej techniky poznáte, máte už vytipovanú tému a zvolili ste aj žáner. Čo ďalej? Počas príprav vášho aktivistického dokumentu si ešte potrebujete stanoviť jasný cieľ, vytipovať cieľové publikum, začať s formuláciou presvedčivého posolstva a s uvažovaním nad výberom vhodného hovorcu alebo hovorcov vo filme – vašich respondentov.

Vo fáze prípravy by ste si mali vytvoriť osnovu a pracovný scenár. Osnova je niečo ako architektonický plán vášho budúceho diela – je to návrh obrazovej a zvukovej zložky diela, ktoré budú tvoriť výsledný dokument. Tieto zložky potrebujete usporiadať v takom poradí, aby presvedčivo ilustrovali príbeh, ktorý chcete vypovedať. V osnove si určíte, aké zábery budete potrebovať z tých lokalít, kde plánujete nakrúcať, aké interview musíte urobiť a aké ďalšie aktivity v súvislosti s filmom sú ešte potrebné. Dobre premyslená a naplánovaná osnova je rozhodujúcou súčasťou každého dokumentárneho filmu, ktorý sa zameriava na problematiku ľudských práv a sociálnej spravodlivosti. Druhú šancu nakrútiť zábery, bez ktorých sa nezaobídete, už nemusíte dostať.

Osnova vám pomôže zamyslieť sa nad tým, akým spôsobom treba vyrozprávať príbeh filmu, aby bol čo najdramatickejší a aby čo najsilnejšie zapôsobil na publikum. Nikto

nepovedal, že sa jej pri nakrúcaní a strihaní filmu treba držať „doslova a dopísmena“. Uvažujte o nej skôr ako o užitočnom sprievodcovi, ktorý vám pomôže podať váš príbeh kreatívnym spôsobom.

Nakrúcanie dokumentu je kombináciou plánovania a improvizácie. Vypracovaním osnovy si usporiadate svoju prvotnú predstavu, pričom čerpáte z toho, na čo ste prišli pri prieskume témy. Tým si vytvoríte presnejší obraz o štruktúre nakrúcania, premyslíte si aj jednotlivé scény. Počas nakrúcania sa aktivisti musia prispôbiť reálnym udalostiam a ľuďom, ktorí sa procesu tvorby zúčastňujú. Osnovu pripravuje filmový štáb, ale keďže pri dokumentoch ide o skutočný život, musíte vhodne reagovať aj na skutočné udalosti, aby sa situácia zaznamenala pravdivo.

V hranom alebo animovanom filme využívajú tvorcovia tzv. storyboardy. V storyboardu režisér (alebo iní spolupracovníci) rozkreslia film po jednotlivých záberoch vo forme komiksu. Pridávajú poznámky k dialógom a zvuku, ako aj k pohybu kamery. Storyboardy sa dajú najlepšie uplatniť pri filmoch nakrúcaných podľa scenárov, pri ktorých má režisér konkrétnu predstavu.

Dokumentaristi používajú storyboardy zriedka. Výnimkou sú iba dokumenty, ktoré obsahujú hrané rekonštrukcie, napríklad televízne životopisné filmy, kde môže režisér použiť storyboard rovnako ako v hranom filme. Tým sa zabezpečí postup presne podľa plánu.

Pri tvorbe dokumentárneho filmu si väčšinou pripravujete osnovu, v ktorej opíšete jednotlivé scény. Pre účely tejto príručky je osnova stotožnená s pracovným scenárom. V praxi môže byť pracovný scenár len o niečo podrobnejšie vypracovaná osnova. Niektorí tvorcovia vysvetľujú aj účel každej scény a definujú, čím prispeje k celkovému príbehu, posolstvu. Z tohto odporúčania vychádza aj táto metodika. Niektoré scény, ktoré ste si naplánovali v osnove, sa vám nemusí podať realizovať. To je pri tvorbe dokumentu normálne. Vopred preto myslite aj na alternatívne riešenia.

Pri tvorbe aktivistického dokumentu sa pokúste dodržať štruktúru dramatického oblúku. Na začiatku dokumentu treba formulovať problém. Počas filmu by malo byť neustále prítomné napätie alebo vzrušenie a potom by malo prísť vyvrcholenie, v ktorom sa dosiahne riešenie alebo iné chápanie konfliktu. V prípade aktivistického videa by to mal byť apel na cieľové publikum, od ktorého chcete realizáciu zmeny, o ktorú vám ide. Nezabudnite na to, že hoci dokument zobrazuje skutočný život, stále je to aj druh umenia a diváci budú očakávať aj určitý estetický zážitok. Nesplnením umeleckých očakávaní sa vám veľmi pravdepodobne nepodarí ani odovzdať vaše poslanstvo.

V osnove alebo pracovnom scenári plánujete nakrúcanie v jednotlivých lokalitách a techniku nakrúcania. Rovnako ako pri iných filmoch, aj pri dokumentoch platí, že sa nemusia vyrábať chronologicky. Nakrútené scény sa do výslednej podoby usporiadajú až vo fáze postprodukcie, keď materiál striháte. Osnova preto obsahuje zábery v takom poradí, v akom je výhodné ich nakrúcať: napríklad všetky rozhovory s jedným človekom sa urobia naraz, aj keď sa v dokončenom dokumente budú zobrazovať na rôznych miestach. Zábery z lokalít, ktoré sa vyskytujú blízko seba, sa môžu napláňovať na jeden deň.

Osnova zohľadňuje aj to, akých máte členov štábu a aká technika je k dispozícii. Zábery, ktoré vyžadujú prítomnosť celého štábu, sa plánujú na niekoľko dní za sebou, aby sa ušetrili náklady a čas potrebný na presun. V osnove sa snažíte skoordinať aj prenájom zariadení, aby sa šetrili náklady. Dobrá osnova obsahuje aj alternatívne scény. Ak sa napríklad zhorší počasie, môžete nakrútiť náhradné scény, aby ste ušetrili čas. Ako aktivistickí tvorcovia musíte byť, pochopiteľne, pripravení na to, že sa svojej osnove vzdáte, ak sa vyskytne zaujímavá príležitosť. Dokumenty sú o skutočnom živote, skutočných ľuďoch a skutočných situáciách, ktoré nemusia vopred zapadať vo vášho plánu.

## / Výber techniky<sup>24</sup>

Čo by ste mali mať v základnom vybavení? Určite nesmie chýbať kamera, záznamové kazety alebo pamäťové karty, baterky (ak vaša kamera nemá zabudovaný akumulátor, ale má vyberateľnú baterku, zaobstarajte si aj náhradnú), nabíjačku, slúchadlá a prepojovacie káble.

Pokúste sa zaobstarať si aj externý mikrofón a statív, ktorý zamedzí chveniu obrazu. V prípade potreby sa vám zídu aj prepojovacie káble na televíziu alebo počítač – budete si môcť skontrolovať nahratý záznam (väčšina kamier má LCD panel, ktorý splní tú istú funkciu). Dá sa ešte investovať aj do osvetľovacej techniky, ale je to drahá záležitosť a v prípade potreby si môžete tieto pomôcky prenajať. Väčšina kamier dokáže nakrúcať aj v zhoršených svetelných podmienkach.

Ďalšie odporúčané pomôcky:

- > ochranný obal na kameru a handrička na jej utretie
- > obal na ochranu kamery proti dažďu
- > baterky (skontrolujte ich výdrž a možnosť dobitia na mieste; môžete využiť aj adaptér, ktorým ich pripojíte na autobateriu alebo iný 12-voltový zdroj)
- > statív alebo monopod (väčšinu malých videokamier môžete umiestniť aj na bežný fotografický statív; monopod je zjednodušený statív, ktorý ponúka len jednu nožičku, a teda jeden oporný bod)
- > externý mikrofón, prípadne viaceré
- > odrazová doska (používa sa aj vo fotografii na rozptýlenie hlavného zdroja svetla – spravidla slnka – a na dosvetlenie snímanej osoby).

### Kamerová technika

Videokamery sa vyrábajú v rôznych veľkostiach a triedach kvality. Neustály vývoj a konkurenčný boj na poli čiernej techniky vedie, našťastie, k tomu, že výsledný obraz je čoraz kvalitnejší a cena zariadenia čoraz nižšia.

Videokamery používajú dva štandardy, NTSC alebo PAL. Videoštandard NTSC sa používa v Severnej a Južnej Amerike a v niekoľkých afrických a ázijských krajinách. PAL sa používa v Európe a vo zvyšku sveta. Ak nakrúcate na PAL v krajine, kde je štandardom NTSC, môže nastať problém s prehratím záznamu na bežných videozariadeniach.

Aké typy kamier existujú? Medzi digitálne a analógové kamery vyššej kvality patria:

- > **MiniDV kamery** boli donedávna najpopulárnejšie. Ponúkajú obraz s vyšším rozlíšením, nahráva sa na malé MiniDV kazety. Používajú nekomprimovaný záznam.
- > **DVD kamery** sú väčšie, využívajú DVD technológiu. Nasnímaný obraz napalujú na DVD disk. Nie sú veľmi rozšírené.
- > **DVCAM kamery** ponúkajú lepšiu a stabilnejšiu obraz ako MiniDV. Niekedy sa využívajú v televízii.
- > **HD kamery alebo HDMI kamery** sú najbežnejším typom kamier s najkvalitnejším obrazom. Záznam možno prehrávať na LCD alebo plazmových televízoroch. Rýchlosťou závierky (framerate – početom okienok za sekundu) sa podobajú klasickému filmovému médiu. Spolu s MiniDV kamerou je to najpopulárnejší typ kamery medzi amatérskymi dokumentaristami. Nakrúca sa na harddisk alebo pamäťové karty (typicky SD karty). Zvyčajne ponúkajú viac funkcií ako MiniDV kamery.
- > **BetaCam alebo DigiBeta kamery** produkujú špičkový obraz a využívajú sa v televízii. Sú veľmi ťažké a drahé. Najpoužívanejšími záznamovými médiami v televízii sú okrem DVCAM práve BetaCam a DigiBeta.

Staršie analógové kamery nižšej kvality:

- > **VHS**, čiže kamery na klasické videokazety. Sú objemné a ťažko sa s nimi manipuluje, kvalita záznamu je navyše dosť nízka.
- > **VHS-C** je kompaktnější verzia štandardného VHS, ale na rovnakej úrovni kvality.

O niečo lepšie výsledky ponúkajú kamery S-VHS a S-VHS-C.

- > **Hi8** sú kamery, ktoré využívajú osemmilimetrové pásy. Hoci sú menšie, kvalitou VHS systémy predstihujú.

Vzhľadom na širokú dostupnosť, kvalitu obrazu a možnosti jeho úpravy vám odporúčame zaobstarať si v súčasnosti najpredávanejšiu a najdostupnejšiu HDMI kameru. Jej priemerná cena sa aktuálne pohybuje okolo 280 eur.

### **Zvuková technika**

Aké možnosti zvukovej techniky máte k dispozícii?

- > **Mikrofón zabudovaný vo videokamere** zachytáva zvuky zo všetkých smerov (je to všesmerový mikrofón) a prioritizuje najhlasnejší zvuk. Ak vám v blízkosti kamery prejde auto, v susedstve sa ozve cirkulárka alebo sa rozšteká pes, spoľahlivo vám to znehodnotí záznam. Ak nemáte externý mikrofón, prístupte kamerou bližšie k respondentovi.
- > **Externý mikrofón:** digitálne videokamery majú vstup na externý mikrofón, ktorý automaticky preberie funkciu zabudovaného mikrofónu (u niektorých typov to treba nastaviť manuálne).
- > **Mikrofón do ruky** môžete priblížiť tesne k respondentovi bez toho, aby ste museli pohnúť kamerou. Býva vyladený na frekvenciu ľudského hlasu a má tzv. srdcovú smerovú (priestorovú) charakteristiku snímania zvuku. Sú vhodné aj na záznam prejavu v hlučnom prostredí.
- > **Smerový mikrofón** je zvlášť výhodný, pretože zaznamenáva zvuk len z toho smeru, kam ho namierite. Použitie: napríklad konverzácia vybranej skupiny ľudí v dave.
- > **Kompaktný mikrofón** sa pripína klipsňou na kabát, sako alebo akúkoľvek vrchnú časť odevu. Je to najlepšie riešenie pre interview, pretože zachytáva respondentov hlas z bezprostrednej blízkosti a je nenápadný.

> **Bezdrôtové mikrofóny** sú relatívne lacné, napájané vlastným zdrojom a umožňujú snímať zvuk bez použitia prepojovacích káblov. V určitých prípadoch je jeho využitie jediné možné riešenie: napríklad snímanie pohybujúcej sa skupiny ľudí alebo skrytá kamera.

## **/ Desať otázok predtým, než začnete nakrúcať film<sup>25</sup>**

Ak ste si už našli tému, ktorú chcete vo svojom dokumente spracovať, a popremýšľali ste aj nad osnovou, tak si ešte *predtým*, než sa pustíte do samotného nakrúcania, skúste položiť desať otázok:

1. Kto by mohol uskutočniť zmenu, o ktorú sa vo svojom dokumente a aktivistickej kampani usilujete? To je totiž vaše cieľové publikum.
2. Máte na toto cieľové publikum dosah?
3. Ak nie, viete získať nejakého spojenca alebo skontaktovať sa s prostredníkom, ktorý vám ho zabezpečí? (Mal by to byť teda niekto, kto pozná človeka alebo organizáciu, ktorú chcete osloviť.)
4. Čo by podľa vás malo vaše cieľové publikum urobiť?
5. Čo by ho malo presvedčiť, aby začalo konať?
6. Čo by podľa vás mohlo na toto publikum zapôsobiť, presvedčiť ho, čo by ho mohlo zaujať? (faktické informácie, potenciálni respondenti, ktorých by ste mohli v dokumente osloviť alebo osoby, o ktorých by ste mohli niečo nakrútiť; experti, ktorí by sa objavili buď v dokumente, alebo by pomohli vytvoriť sprievodný materiál)
7. Koho si vaše publikum bude ochotné vypočuť a prečo? (táto osoba alebo títo ľudia by mali plniť funkciu hovorcov – hlavných respondentov v dokumente)
8. Akým spôsobom chcete svoj dokument zahrnúť do vlastnej kampane alebo akčného plánu?
9. Kedy by bol najvhodnejší čas na to, aby si cieľové publikum dokument pozrelo?
10. Máte premyslený distribučný plán, aby ste sa uistili, že sa dokument k cieľovému publiku dostane?

Snažte sa, aby ste už od začiatku mali jasný akčný plán a identifikované cieľové publikum. Pochopiteľne, váš dokument môže byť určený viacerým príjemcom, ale dôležité je, aby v cieľovom publiku boli osoby, ktoré majú reálnu moc presadiť zmenu, o ktorú sa usilujete. Môže to byť komunálny politik, člen parlamentu, predstaviteľ ľubovoľnej organizácie alebo skupina občanov, ktorých by ste radi zapojili do svojho projektu a využili ich tak v kampani.

Pre každú skupinu svojho cieľového publika sa snažte sformulovať čo najúčinnšie posolstvo a vyberte si takých hovorcov (hlavných respondentov), ktorí budú schopní motivovať vaše cieľové publikum k želanej aktivite. Akčné plány, ktoré sa ukázali ako najúčinnnejšie, sa často snažili zacieliť svoje posolstvo na viacero skupín súčasne alebo osobitne na rôzne skupiny, pričom pre každú z nich si tvorcovia pripravili samostatný materiál alebo špeciálnu scénu. Snažte sa dôkladne vyhodnotiť situáciu, aby ste si mohli pripraviť najefektívnejší postup na podporu svojej kampane.

## **/ Stanovenie SMARTových cieľov<sup>26</sup>**

Užitočným nástrojom, ktorý vám pomôže vyhodnotiť kampaň a zamyslieť sa nad prídavnou hodnotou vášho video dokumentu, sú tzv. SMARTové ciele. Váš cieľ alebo zámer by totiž mal byť Špecifický, Merateľný, Akceptovateľný, Realistický a Termínovaný. Analogicky sa pokúste rovnakým spôsobom premýšľať aj o svojom cieľovom publiku. Ideálne by bolo, aby ste mali presnú predstavu, o koho pôjde, a aby ste si naplánovali, ako a kedy ho chcete osloviť a či je to vôbec vo vašich silách.

SMARTový cieľ musí byť:

- > Špecifický
- > Merateľný
- > Akceptovateľný
- > Realistický
- > Termínovaný

Nasleduje príklad nevhodne sformulovaných SMARTových cieľov a ich správnych alternatív.

> **Cieľ, ktorý NIE JE špecifický:** Zvýšiť povedomie slovenských študentov o environmentálnej zodpovednosti.

> **Špecifický cieľ:** Vytvoriť technické zázemie pre študentov filmu, žurnalistiky a mediálnej komunikácie na to, aby mohli zdokumentovať porušovanie zákona o životnom prostredí zo strany štátnych a súkromných firiem v Bratislave a okolí a zozbierané dôkazy predložiť kompetentným predstaviteľom orgánom samosprávy miestnych častí Bratislavy, ktorými sú A, B a C.

> **Cieľ, ktorý NIE JE merateľný:** Náš dokument by mal byť nakrútený tak, aby publikum skutočne zaujal.

> **Merateľný cieľ:** Premietnutie dokumentu a jeho sprístupnenie na internete by malo zvýšiť účasť na dialógu o miestnych komunitných problémoch zo strany obyvateľov mestskej časti o 15 % v nasledujúcom polroku.

> **Cieľ, ktorý NIE JE akceptovateľný:** Dokument podnieti vládu Slovenskej republiky schváliť opatrenie, ktorým sa zaviazá, aby sa emisie skleníkových plynov znížili ešte väčšími nad rámec Kjótskeho protokolu.

> **Akceptovateľný cieľ:** Pri prezentácii akčného plánu budeme premietat' reportáž s odporúčaniami na formuláciu predbežných opatrení, ktorými podporíme diskusiu k legislatívnym zmenám o výške emisií.

> **Cieľ, ktorý NIE JE realistický:** Premietania dokumentu z našej produkcie sa zúčastní štvornásobne viac divákov ako minulý rok.

> **Realistický cieľ:** Budeme sa snažiť zvýšiť návštevnosť na premietaní nášho dokumentu o 5 % oproti minulému roku, a to popri zvyčajnej práci, ktorú zabezpečujeme v rámci našej organizácie.

> **Cieľ, ktorý NIE JE termínovaný:** Chceme presadiť, aby sa čo najskôr prijala novela antidiskriminačného zákona.

> **Termínovaný cieľ:** Chceme presadiť, aby sa novela antidiskriminačného zákona dostala do pripomienkového konania do 1. októbra 2014.

## / Príprava vlastného akčného plánu (VAP)<sup>27</sup>

Nakrúcanie aktivistického videa je proces, ktorý možno rozložiť do sledu niekoľkých krokov. Aby sa vám lepšie pracovalo, existuje postup, ktorého sa môžete držať. Najdôležitejšie je vypracovať detailný plán – pre potreby tejto príručky ho nazývame vlastný akčný plán, čiže VAP. Ak si ešte predtým, ako vezmete do ruky kameru, vytvoríte plán, ktorý bude zrozumiteľný, máte najväčšie šance nakrútiť výborné aktivistické video.

Tvorba aktivistického dokumentu by sa mala držať **piatich základných pravidiel:**

1. Malo by ísť o tvorbu dokumentu zo špecificky identifikovaných dôvodov, nie o dokument na „nejakú“ tému (pozri Stanovenie SMARTových cieľov).
2. Snažte sa spoznať svoje cieľové publikum. Záleží najmä na tom, *kto* sa na váš dokument bude dívať, nie *koľko* ľudí ho uvidí.
3. Potrebujete mať jasno v tom, čo konkrétne chcete, aby vaše publikum *urobilo*.
4. Vymyslite čo najúčinnnejšie posolstvo a zvolte si takých hovorcov, ktorí dokážu motivovať vaše cieľové publikum k želanej aktivite.
5. Určite si najvhodnejší čas, miesto premietania alebo spôsob prezentácie, aby ste sa uistili, že vaše cieľové publikum dokument uvidí.



**Zapamätajte si:** Musíte si byť istí, o akú zmenu vám ide a kto tú zmenu môže zrealizovať!

Ak napríklad chcete nakrútiť video o skládke odpadu na okraji Pezinka, mohlo by to zaujímať komunálnych politikov, občianske združenie Skládka nepatrí do mesta, neziskovú organizáciu Via iuris a Stranu zelených. Aktivistické video by malo prísť s jasným plánom, čo treba urobiť a koho treba osloviť, aby cieľové publikum (Mestské zastupiteľstvo Pezink) mohlo prijať nariadenie, ktorým prehodnotí status skládky.

### **VLASTNÝ AKČNÝ PLÁN: PRACOVNÁ ČASŤ<sup>28</sup>**

Názov organizácie:

Dátum:

Vaše meno:

Vaša funkcia:

Nasledujúci text je vlastný akčný plán (VAP), dotazník, ktorý je určený ľudsko-právnym organizáciám, aby mohli vytvoriť plán na integráciu dokumentu so svojou kampaňou. Ak ste len neformálne združenie, dobrovoľnícka organizácia, dočasní spolupracovníci v jednom projekte, skupina spolužiakov alebo tvorivý tím, neváhajte túto pracovnú časť využiť! Nezáleží na forme vašej organizácie, podstatný je váš cieľ. S prípravou tohto materiálu vám môže pomôcť organizácia WITNESS, ktorá ho vytvorila pre potreby Video

Advocacy Institute (VAI). Jednotlivým organizáciám, ktoré s Witness spolupracujú, má pomôcť dosiahnuť ich praktické ciele. Využite tento materiál na to, aby ste si premysleli, ako svoj dokument prepojiť s kampaňou, ktorú pripravujete. Vďaka nemu si budete môcť stanoviť realistické ciele a časový harmonogram.

Inštruktážne video ako vyplniť vlastný akčný plán nájdete na adrese: [www.witness.org/training](http://www.witness.org/training). Podrobnejšie informácie o príprave a produkcii aktivistického dokumentu nájdete v publikácii *Video for Change*. Jednotlivé kapitoly si môžete stiahnuť na adrese: <http://witness.org/how-to/video-for-change>.

### **Prvá časť: Základná štruktúra akčného plánu**

#### **Návrh cieľov a cieľového publika**

Podmienkou úspešného akčného plánu je jeho implementácia do špecifickej kampane. V tejto kampani môžete použiť dokument v strategickej súčinnosti s ďalšími aktivistickými zámermi a materiálmi: písomnými správami, brífingmi, s organizáciou podujatí, s mobilizáciou voličov a pod., aby ste podporili svoj špecifický aktivistický cieľ.

1. Aké sú špecifické aktivistické zámery vašej organizácie, ktoré sa budete snažiť naplniť v nasledujúcich dvoch rokoch? Budú sa konať nejaké podujatia, ktoré sa dotýkajú vašej témy alebo cieľov? Tieto podujatia môžu plánovať externé organizácie (napr. zasadnutie Sociálneho, humanitárneho a kultúrneho výboru Valného zhromaždenia OSN) alebo vy sami, prípadne spolupracujúce organizácie (napr. vydáte tlačovú správu o svojom aktivistickom zámere). Uvedte podujatia, ktoré budú súčasťou mapovania situácie, do nasledujúcej tabuľky.

A. Cieľ	B. Aktivistická stratégia

**C. Klúčové podujatia  
(uvedte ich relevanciu)**

**D. Zodpovedné osoby z vašej  
organizácie a ich úlohy**

**E. Ďalšie neziskové združenia  
alebo organizácie, ktorých sa  
tento projekt týka**


2. Aké zmeny chcete v súčasnom postupe, stave alebo spoločenskej praxi, o ktorú sa zaujímate, prostredníctvom vášho dokumentu presadiť? Určite si jednotlivé ciele. Konkrétne uveďte, podľa čoho zistíte, že ste tieto ciele dosiahli. Samozrejme, môžete si vytýčiť hlavný cieľ a čiastkové ciele. Ak vám nebude stačiť nasledujúca tabuľka, použite ďalší papier.

### Špecifikácia zmeny, o ktorú sa usilujete


**Aké bude kritérium úspešnosti?**

3. Kto tvorí cieľové publikum vášho video projektu? Vaše skupiny publika by mali mať vplyv na ciele kampane, nezáleží na tom, či priamy alebo nepriamy. Do tabuľky uveďte organizácie alebo jednotlivcov, na ktorých chcete zamerať svoje poslanstvo. Pri uvažovaní nad bodmi 3 a 4 berte do úvahy, že súčasťou efektívnej stratégie aktivistického dokumentu je jeho prispôsobenie vybraným cieľovým skupinám. Nasledujúca tabuľka obsahuje vybrané typy publika; ak vám však napadnú ďalšie skupiny, ktorých by sa vaša téma mohla dotýkať, doplňte ich do zoznamu.

Typ publika	Lokálne
Súdy, tribunály a iné súdne orgány	
Zákonodarné a vládne orgány	
Ľudsko-právne organizácie, komisie, spravodajcovia, ombudsmeni, pracovné skupiny a pod.	
Ďalšie kľúčové osoby alebo organizácie s vplyvom na verejnú mienku ( <i>finančné inštitúcie, korporácie, organizácie zamerané na pomoc a rozvoj, známi žurnalisti a vplyvní blogeri</i> )	
Neziskové organizácie, menšiny, svojpomocné združenia, občianske združenia a dobrovoľnícke organizácie na lokálnej i medzinárodnej úrovni	
Komunity, ktorých sa priamo dotýka téma vašej kampane ( <i>napríklad nejaký problém</i> )	
Verejnosť ( <i>táto kategória si vyžaduje opatrnosť – dá sa nejako bližšie špecifikovať?</i> )	
Tlač a iné médiá ( <i>televízia, internet, rozhlas – od lokálnej až po medzinárodnú úroveň</i> )	
Iné publikum	




4. V nasledujúcej tabuľke analyzujte cieľové skupiny svojho publika a zoradte ich podľa dôležitosti. V prípade potreby použite ďalší papier. Aby ste mali konkrétnejšiu predstavu, uvádzame príklad.

Publikum	Žiaduca aktivita, zmena alebo výsledok	Povedomie o probléme	Perspektíva vnímania problému
<i>Ktoré špecifické skupiny publika alebo jednotlivcov chcete osloviť?</i>	<i>Čo by podľa vašej predstavy toto publikum malo reálne urobiť? (pozri bod 2)</i>	<i>Súčasný stav vnímania problematiky na strane vášho publika</i>	<i>V akej perspektíve vidí vaše publikum daný problém (negatívnej, neutrálnej, pozitívnej)?</i>
Prezident Senegalu	Chceme, aby prezident osobne podporil finančný a politický záväzok ministerstva zdravotníctva odškodňovať zo svojho rozpočtu obeť mŕt.	Povedomie o probléme je široké, v minulosti sme robili viacero aktivít zameraných na senegalskú vládu s cieľom pomôcť obetiam mŕt.	Perspektíva je síce neutrálna, ale doteraz sa neurobil žiaden politický ani legislatívny krok, aby sa týmto obetiam pomohlo.
Senegalskí zdravotnícki pracovníci a lekári, ktorí žijú v Senegale alebo v zahraničí.	Chceme, aby sa pridali ku kampani a pomohli tak vystupňovať tlak na zvýšenie rozpočtu s cieľom pomôcť obetiam mŕt a zároveň, aby pomohli s organizáciou. Chceme, aby motivovali ostatných, nech sa pridajú ku kampani.	Povedomie o probléme je nízke, s výnimkou lekárov v zasiahnutých regiónoch.	Väčšinou je neutrálna, okrem zasiahnutých regiónov.



Vaše posolstvo	Príbehy a výpovede, svedkovia a hovorcovia	Distribúcia
<p><i>Aké posolstvo by ste chceli odovzdať svojmu publiku, aby ste ho podnietili k zmene?</i></p>	<p><i>Čo chcete vo svojom dokumente vypovedať, akých ľudí v ňom chcete predstaviť, aby ste svoje publikum motivovali k zmene?</i></p>	<p><i>Akým spôsobom a kedy chcete svoje publikum osloviť? (verejné alebo súkromné premietanie, pripomienkové konanie v legislatívnom procese, konferencie, priamy kontakt, masové médiá). Snažte sa špecifikovať dátumy a všetky príležitosti.</i></p>
<p>Je vo vašej kompetencii, aby ste mohli poskytnúť pomoc obetiam mŕtvic financovaním tejto aktivity. V rozpočte ministerstva zdravotníctva sú na to prostriedky.</p>	<p>Dopad mŕtvíc na život ľudí, urgentne pociťovaná potreba pomoci obetiam, nelegálnosť nekonania v prípade verejného ohrozenia. Chceme použiť výpovede jednotlivých obetí, ale i nezainteresovaných expertov, ktorí odporúčajú konať.</p>	<p>Súkromná projekcia 12. decembra 2008, ktorú organizujeme spolu s inými neziskovými organizáciami združenými v koalícii proti mŕtvicám.</p>
<p>Je vo vašich silách mobilizovať sa a vyvinúť tlak na prezidenta, aby podporil zvýšenie rozpočtu na riešenie najzávažnejšieho zdravotného problému v krajine.</p>	<p>Výpovede ďalších medicínskych expertov, ktorých budú zdravotníci a lekári rešpektovať.</p>	<p>Distribúciou DVD a projekciami v kľúčových nemocniciach; zahraničných lekárov chceme osloviť prostredníctvom relevantných sociálnych sietí a blogov, komunitnými projekciami a distribúciou videa na online kanáloch.</p>



Publikum	Žiaduca aktivita, zmena alebo výsledok



Povedomie o probléme	Perspektíva vnímania problému	Vaše posolstvo



Príbehy a výpovede, svedkovia a hovorcovia	Distribúcia



1. Aký jazyk a aké dlhé posolstvo by mohli byť pre vaše cieľové publikum optimálne? Ak chcete osloviť viac skupín publika, bude si to vyžadovať jazykové úpravy a prispôsobenie vášho posolstva či dĺžky dokumentu? Stačí vám nakrútiť jeden dokument, alebo pripravíte viac dokumentárnych videoklipov, pre každú skupinu publika jeden? Uvedte podrobnosti.
2. S kým budete na svojom projekte spolupracovať? Môžu to byť iné organizácie, skupiny alebo aliancie, s ktorými ste už v minulosti pracovali, alebo sa len chystáte nadviazať spoluprácu. Ako si predstavujete vzájomnú kooperáciu?
3. Existuje pri nakrúcaní filmu alebo jeho distribúcii v rámci Slovenska či mimo neho nejaké bezpečnostné riziko (pre osoby, ktorú budú dokument nakrúcať, alebo ktoré v ňom budú vystupovať)? Identifikujte ho. Akým spôsobom mu môžete zabrániť alebo ho aspoň zmierniť?
4. Ako o vašej téme/probléme doteraz informovali médiá (ak tak vôbec urobili)? Bolo to pre vašu kampaň nápomocné, alebo ju to ohrozovalo? Bude to mať vplyv na rozhodovanie o podobe vášho dokumentárneho projektu?

## **Druhá časť: Príprava onlinej a mobilnej kampane prostredníctvom videa**

### **Prehľad potenciálnych možností prepojenia aktivistického dokumentu s onlinej a mobilnou kampaňou.**

Na podporenie vašej kampane môže byť výborným a všestranným nástrojom internet, zvlášť ak ho napojíte na ďalšie formy aktivizmu. Online video a internet dokážu spropagovať nejakú myšlienku v povedomí širokej verejnosti, zvýšiť informovanosť o probléme a mobilizovať občanov alebo voličov na podporu jeho riešenia. Dajú sa tiež využiť na to, aby ste tlmočili svoje kľúčové myšlienky reportérom a novinárom, alebo oslovili každého, kto má vplyv na formovanie verejnej mienky. Mobilné telefóny, smartfóny a tablety sa dajú využiť na priamu komunikáciu s celým spektrom ľudí. Zoznam otázok v nasledujúcej tabuľke nie je vyčerpávajúci, ale môže sa vám hodiť pri dotváraní stratégie onlinej a mobilnej kampane k dokumentu.

1. Opíšte, akým spôsobom ste až doteraz využívali nasledujúce nástroje. Budte čo najkonkrétnejší, uveďte najmä to, s kým ste prostredníctvom jednotlivých nástrojov komunikovali. Pokiaľ ste s niečím ešte nepracovali, nechajte v tabuľke voľné miesto.

	<b>Webové stránky</b> *ak má vaša organizácia web uveďte ho	<b>E-mail, fax, newsletter</b>	<b>Diskusné skupiny alebo internetové fóra</b>
Aké technológie alebo nástroje ste využili na <b>komunikáciu</b> s osobami, skupinami alebo voličmi, ktorí vás <b>podporujú</b> ?			
Ak ste zatiaľ žiadne z týchto nástrojov ani technológií nepoužili, ku ktorým z nich majú tí, ktorí vás <b>podporujú, prístup</b> ? Čo používajú?			
Aké technológie alebo nástroje ste použili na to, aby ste <b>ovplyvnili cieľové skupiny vášho publikum</b> ? (pozri prvú časť, bod 3)			
Ak ste zatiaľ nepoužili žiadne z týchto nástrojov ani technológií na komunikáciu so svojim <b>cieľovým publikom</b> , pomocou ktorých z nich by ste mohli s nimi vytvoriť kontakt? Čo používajú?			

**Online video kanály  
(YouTube, Dailymotion,  
Google Video, Yahoo  
Video)**

\*ak máte vlastný existujúci kanál alebo online video účet, uveďte linku

**Blogy a videoblogy**

\*uveďte, ak máte ako organizácia spoločný blog alebo ak ste blog alebo vlog založili pre účely kampane

**Sociálne siete (Facebook, Myspace, Friendster, Twitter, Orkut, LinkedIn a pod.)**

\*ak máte na týchto stránkach zriadený účet, konto alebo skupinu, napíšte linku

**Mobil (hlasový hovor, sms), Skype, ICQ, služby instant messaging**


2. Konali sa v minulosti v súvislosti s vašou témou iné onlinové alebo mobilné kampane, ktoré boli úspešné? Akým spôsobom používali dokumentárny filmový materiál? Vďaka čomu uspeli? Čím by ste sa od nich chceli inšpirovať a čo by ste, naopak, radi urobili inak?
3. Využili ste vy osobne alebo vaša organizácia v minulosti internet v nejakej aktivistickej kampani? Uvedte, čo ste ňou chceli dosiahnuť a koho ste sa pokúsili osloviť online komunikáciou. Využili ste dokumentárny filmový materiál? Čo sa vám osvedčilo a čo nie? Čo by ste nabudúce urobili inak?

### **Tretia časť: Príprava dokumentu**

**Úspešná stratégia predpokladá sformulovanie posolstva, vytvorenie príbehu a angažovanie rozprávača.**

1. Napíšte synopsu svojho dokumentárneho filmu – krátko zhrnutie príbehu, ktorý uvidia diváci vo vašom aktivistickom videu. Nemalo by to byť ani zhrnutie hlavného posolstva dokumentu, ani jeho analýza. Malo by ísť o stručný opis toho, ako chcete vizualizovať príbeh, ktorý zamýšľate vyrozprávať. Súčasťou synopsy preto môže byť charakteristika štýlu, akým bude dokument nakrútený; jeho celkovej atmosféry. Nieкто napríklad bude chcieť napodobniť klipový a flashový strih v štýle MTV, iný tvorca uprednostní pomalú formu rozprávania, ďalší sa bude snažiť prezentovať strohé obrazy uvádzané titulkami. Snažte sa prepájať vizuálnu a verbálnu zložku diela: každé slovo, ktoré zaznie, by malo komentovať niečo, čo diváci vidia v obraze. Ak pripravujete viaceré videoklipy, prediskutujte so svojim facilitátorom alebo poradcom, akým spôsobom budú jednotlivé zložky príbehu implementované do každého z pripravovaných videí. Pripájame ukážku synopsy z medziná-

rodnej dokumentárnej produkcie o vysídľovaní obyvateľov v Barme.

*Dokument sa bude začínať rapidmontážou obrazov útoku vládných vojsk z konca roka 2005, ktoré budú sprevádzať titulky s faktami o tom, koľko ľudí bolo vysídlených. Ukážeme skupinu dedinčanov všetkých vekových kategórií (mužov, žien i detí), ako žijú a ukrývajú sa v džungli. Necháme ich vyrozprávať svoje skúsenosti, osobné príbehy, chceme, aby hovorili o svojich nádejach, ale aj o obavách, ktoré majú o seba alebo o svoje deti. Tieto výpovede, časti interview a dialógov budeme prestrihávať sekvenciami zachytávajúcimi každodenný život, aby bolo vidieť pretrvávajúce problémy, ktorými v roku 2006 čelia obyvatelia vojnovéj zóny: najmä nepretržitý strach a neutíchajúce hrozby. Obyvatelia sa združujú v malých skupinkách v blízkosti svojich poličok, žijú v dočasných príbytkoch a vyhýbajú sa osadám na otvorenej rovine. Majú len minimum jedla, obmedzenú zdravotnú starostlivosť, nemajú prístup k vzdelaniu a nikto sa nestará o ich bezpečnosť. Na konci dokumentu sa náš štáb pridá k vysídleným obyvateľom, bude snímať, ako sa snažia uschovať zásoby jedla, baliť všetko, čo dokážu odnieť na svojich pleciach, a ako sa pripravujú na ďalší presun, aby sa zachránili po obnovení útokov. Chceme ich sprevádzať na ceste džungľou, ako sa celé dni a noci snažia uniknúť pred útokmi. Svojím dokumentom chceme ukázať pretrvávajúci pocit ohrozenia barmských obyvateľov. Zakończíme ho zábermi s priamymi prosbami zo strany týchto ľudí a výzvami vo forme titulkov, ktorými chceme apelovať na divákov, aby týmto vysídlencom pomohli, a ktorými tiež chceme vytvoriť nátlak na vládu, aby na nich prestala útočiť.*

2. Čo má byť najdôležitejším odkazom vášho dokumentu okrem posolstva pre cieľové publikum, ktoré ste sa snažili sformulovať v prvej časti (body 3 a 4)?



3. Kto by mohol čo najpresvedčivejšie prezentovať váš príbeh? Pripomíname, že súčasťou tých najúčinnějších dokumentov býva presvedčivá a zapamätateľná výpoveď dôveryhodného jednotlivca (respondenta), silný osobný príbeh. Interview s expertom zase dodá dokumentu kredibilitu, nehovoriac o tom, že vám môže pomôcť vypracovať a doladiť právny návrh alebo postup zmeny, o ktorú sa usilujete. Zvážte, či sa nepokúsíte poukázať na „obe strany mince“, alebo aspoň ukážete, prečo to nie je možné alebo rozumné. Osobou, ktorá je hovorcom – hlavným respondentom vášho príbehu, môže byť aj rozprávač mimo obrazu.
4. Ak chcete vo filme využiť rozprávača alebo hovorcu, kto by bol pre vás tým najvhodnejším človekom a akým spôsobom sa s ním plánujete skontaktovať? Rozprávač pomôže dať filmu určitú kultúru a poslúži aj na doplnenie informácií, ktoré nie je možné ukázať. Treba si však uvedomiť, že pre niektoré typy publika môže použitie osoby rozprávača vyvolať podozrenie z manipulatívnych tendencií alebo indikovať subjektívny uhol pohľadu. Pri výbere rozprávača skúste zvážiť jeho dôveryhodnosť, pohlavie, národnosť, ochotu spolupracovať aj fakt, či je na verejnosti známy alebo nie. V prípade, že túto osobu nezískate pre svoj projekt, pripravte si alternatívny zoznam náhradníkov, ktorí by ju mohli zastúpiť.
5. Účinným spôsobom, ako osloviť niektoré typy publika, môže byť zverejnenie série krátkych videoklipov, ktoré budú cirkulovať na nejakom blogu. Myslíte si, že by to mohol byť aj váš prípad? Ak sa vám tento nápad pozdáva, skúste premyslieť jednotlivé detaily.
6. Akým spôsobom budú základné myšlienky alebo princípy, o ktoré vám ide, žáner dokumentárneho filmu, prípadne sprievodný komentár, prepojené s vaším projektom? Ako a čím k nemu prispievajú?

7. Vypracujte zoznam existujúcich alebo pripravovaných videí, videoblogov alebo dokumentárnych filmov, ktoré súvisia so zámerom vašej kampane. Čo bude pridanou hodnotou vášho zamýšľaného videoprojektu v porovnaní s týmto existujúcim materiálom? Aké ponaučenie si môžete z existujúcich videí vziať? Čo by ste radi do svojho projektu zahrnuli, čomu by ste sa, naopak, chceli vyhnúť?

### **Štvrtá časť: Preprodukcía, produkcia a postprodukcía**

Zopakujeme, že výroba každého filmu pozostáva z troch etáp: z preprodukcie, produkcie a postprodukcie. V tejto časti si objasníme, v čom spočíva podstata jednotlivých fáz, aby ste mohli postupne začať premýšľať, akým spôsobom pretransformujete svoj akčný plán do podoby aktivistického videa.

Fáza preprodukcie zahŕňa prieskum problematiky, výber tém, ktoré treba preskúmať, prípravu osnovy, v ktorej bude zachytené všetko, čo chcete svojím dokumentom pokryť, logistické prípravy a fundraising (získavanie finančných prostriedkov na nakrúcanie). Počas produkčnej fázy sa deje samotné nakrúcanie. V etape postprodukcie nakrútený materiál (videostopáž) upravujete: striháte, titulkujete, dozvučujete, pridávate hudobnú stopu, komentár, píšete list o zázname a robíte prepis, aby video získalo finálnu podobu určenú vybranému cieľovému publiku. List o zázname je charakteristika obsahu stopáže na každej kazete alebo použitom nosiči. Jeho súčasťou je opis lokality, dĺžka stopáže, charakteristika obrazu a zvuku v jednotlivých záberoch. Podobá sa na scenár, avšak píše sa až po nakrútení materiálu z dokumentačných dôvodov. Prepis, alebo transkripcia, je doslovné prepísanie interview a dialógov.

### **Preprodukcía a produkcia**

Aký prieskum potrebujete urobiť a čo potrebujete zistiť ešte predtým, než začnete nakrúcať? V nasledujúcej časti je uvedených niekoľko kľúčových otázok, ktoré vám pomôžu v prípravnej fáze.

1. Máte nejaké pravidlá o bezpečnosti osôb, ktoré vystupujú vo vašom dokumente? Máte zaužívaný postup, akým spôsobom získavate ich súhlas s vystupovaním vo filme? Budete niečo také potrebovať?
2. Aký zvukový a obrazový materiál plánujete v dokumente použiť? Môžete sa inšpirovať prílohou na konci tohto dotazníka o vlastnom akčnom pláne.

Upozorňujeme, že použitie archívneho fotografického alebo filmového materiálu, rovnako ako hudby, môže byť finančne nákladné v dôsledku licenčných podmienok.

a) Existujúci materiál

O aký materiál ide?	Ako sa k nemu dostanete?	Aké práva budete musieť získať na to, aby ste ho mohli použiť?
Záznam interview na videu		
Materiál, ktorý nakrútila vaša organizácia		
Televízny záznam alebo videozáznam		
Fotografie		
Hudba		
Zvukové záznamy ( <i>iné ako interview alebo hudba</i> )		
Tlačový materiál súvisiaci s témou videa		

b) Interview: Uvedte zoznam rozhovorov, ktoré plánujete použiť v dokumente. Ak vám v tejto chvíli nenapadne konkrétna osoba, s ktorou by ste chceli urobiť interview, skúste aspoň vo všeobecnosti opísať, aký typ respondenta hľadáte. Možno vám pomôže nasledujúci príklad.

Meno a funkcia respondenta	Cieľ interview	Lokalita a potrebné povolenia	Jazyk	Bezpečnostné opatrenia pre tohto respondenta
<i>Príklad: James Brown, bývalý detský vojak</i>	<i>Detský vojak opíše, akým spôsobom ho regrutovali, akým životom žil ako vojak, kedy a akým spôsobom ho demobilizovali, aký je teraz jeho civilný život, v čo dúfa a z čoho má obavy.</i>	<i>Prechodné reintegračné centrum v libérijskej Monrovii. Potrebujeme požiadať riaditeľa o možnosť vstupu.</i>	<i>gbandský/anglický</i>	<i>Nemôžeme ukázať jeho tvár ani použiť jeho skutočné meno.</i>

- c) Scény: pripravte si osnovu scén, ktoré sú nevyhnutné na to, aby ste nakrútili svoj zamýšľaný príbeh. Pod scénou chápeme sled záberov prepojených jednou myšlienkou alebo jednou akciou. Vymenujte lokality, ktoré budete musieť navštíviť na nakrútenie materiálu, aj dôvod, prečo je potrebné ich zahrnúť.

<p><b>Scéna</b> (Opíšte, čo bude divák vidieť a počuť)</p>	<p><b>Lokalita</b> (Budú potrebné nejaké prípravy? Potrebujete získať nejaké povolenie?)</p>	<p><b>Cieľ</b> (Prečo je potrebné použiť túto scénu v dokumente?)</p>
<p><i>Príklad: skupina bývalých detských vojakov (vrátane Jamesa Browna) hrá futbal.</i></p>	<p><i>Prechodné reintegračné centrum v libérijskej Monrovii. Potrebujeme požiadať riaditeľa o možnosť vstupu.</i></p>	<p><i>Chceme ukázať, že detskí vojaci sú stále ešte deťmi.</i></p>

3. Vyberte si respondenta, ktorého ste uviedli v predchádzajúcej tabulke a načrtnite si zoznam otázok, ktoré sa ho chcete opýtať. Dbajte na to, že otázky v interview by mali byť formulované ako otvorené, aby sa respondent mohol vyjadriť v plnej šírke. Túto prípravu si urobte vopred, pred každým rozhovorom.

**Meno respondenta:**

**Lokalita:**

**Otázky:**

### Harmonogram produkcie

Navrhňte harmonogram preprodukcie, produkcie, postprodukcie a distribúcie vášho dokumentárneho projektu do vzorovej tabuľky (upravte si ju podľa svojich potrieb). Pochopiteľne, potrebný čas na dokončenie filmu bude závisieť od charakteru vášho projektu, stratégie, pomocou ktorej uchopíte svoju tému, ako aj od času a energie, ktorú ste ochotní do projektu investovať.

#### ETAPA: PREPRODUKCIA

Aktivita	Začiatok (dátum)	Koniec (dátum)	Lokalita	Zodpovedná osoba
<i>Analýza bezpečnostných rizík</i>				
<i>Rešerš existujúceho audiovizuálneho materiálu a ďalší sprievodný prieskum</i>				
<i>Tvorba vlastného akčného plánu</i>				
<i>Logistické prípravy na nakrúcanie</i>				
<i>Fundraising na produkciu, distribúciu filmu a na aktivistickú kampaň</i>				

#### ETAPA: PRODUKCIA

Aktivita	Začiatok (dátum)	Koniec (dátum)	Lokalita	Zodpovedná osoba
<i>Nakrúcanie – lokalita A/ fragment príbehu A</i>				
<i>Nakrúcanie – lokalita B/ fragment príbehu B</i>				
<i>Nakrúcanie – lokalita C/ fragment príbehu C</i>				
<i>Nakrúcanie – lokalita D/ fragment príbehu D</i>				

**ETAPA: PRODUKCIA**

Aktivita	Začiatok (dátum)	Koniec (dátum)	Lokalita	Zodpovedná osoba
<i>Nakrúcanie – lokalita E/ fragment príbehu E</i>				
<i>Nakrúcanie – lokalita F/ fragment príbehu F</i>				
<i>Nakrúcanie – lokalita G/ fragment príbehu G</i>				

**ETAPA: POSTPRODUKCIA**

Aktivita	Začiatok (dátum)	Koniec (dátum)	Lokalita	Zodpovedná osoba
<i>List o zázname a prepis záznamu</i>				
<i>Príprava technického scenára s plánom konečného zostrihu</i>				
<i>Diskusia k technickému scenáru s vašimi supervízormi, kolegami a spolupracovníkmi</i>				
<i>Zostrih, ozvučenie, titulkovanie nakrúteného materiálu</i>				
<i>Zverejnenie fragmentov príbehu, časti videa alebo interview na internete</i>				
<i>Kľúčové aktivistické udalosti, na ktorých budete premietiť dokument</i>				

## **Piata časť: Distribúcia a implementácia dokumentu do aktivistickej kampane**

**Distribučná stratégia:** Nevýhnutnou podmienkou dosiahnutia žiadanej zmeny v každej aktivistickej kampani využívajúcej dokument je premyslená stratégia jeho distribúcie. O úspechu nerozhoduje ani tak to, koľko ľudí váš dokument uvidí, ako skôr to, či sa dostane k tomu cieľovému publiku, ktoré má moc, aby zmenu presadilo. Pod distribúciou si môžeme v praxi predstaviť osobné stretnutie tvárou v tvár, premietanie na kľúčových podujatiach alebo verejných zhromaždeniach, súkromné projekcie, vystupovanie na konferenciách, zasadnutiach a brífingoch, online distribúciu a distribúciu dokumentu kľúčovým organizáciám, s ktorými spolupracujete na svojej kampani.

1. Premyslíte si, či by nebolo vhodné distribúciu dokumentu doplniť o sprievodný materiál: tlačový materiál, kartičky so základnými faktami, manuál, scenár a podobne. Aké informácie by tento materiál mohol obsahovať?
2. Skúste sa vrátiť k prvej časti vlastného akčného plánu a zamyslieť sa nad tým, s ktorými organizáciami by ste mali nadviazať spoluprácu, aby ste mohli osloviť svoje cieľové publikum (neziskové organizácie, svojpomocné združenia, občianske združenia a dobrovoľnícke organizácie, komunity, tlač a iné médiá). Majú niektoré z týchto organizácií dosah na publikum, ktoré chcete osloviť? Akým spôsobom by ste sa s nimi mohli už na začiatku dohodnúť o vzájomnej spolupráci, aby ste mali istotu, že vám pomôžu?
3. Ktoré internetové nástroje (blogy, sociálne siete, internetové fóra, online video kanály, váš vlastný web, e-maily alebo newslettery) by ste mohli použiť na nadviazanie kontaktu so svojim cieľovým publikom? Potrebujete v tomto smere podniknúť nejaké kroky, aby ste rozšírili svoj dosah?

4. Akú medializáciu chcete svojou kampanou dosiahnuť? Aké sú v súčasnosti podmienky a možnosti prezentácie vašej kampane v masových médiách?
5. Na základe svojich možností sa v nasledovnej tabuľke o možnostiach distribúcie pokúste vytvoriť plán s jasne definovaným harmonogramom a úlohami pre jednotlivých pracovníkov. Vychádzajte z cieľových skupín publika, ktoré ste si definovali v prvej časti. Charakteristickým znakom najúspešnejších kampaní je tzv. nabalovací efekt: pri šírení videa využívajú viaceré stratégie, ktoré aplikujú jednu po druhej, takže efekt jednej aktivity pomáha zvyšovať účinnosť tej nasledovnej. Môžete napríklad skoordinať predstavenie vášho dokumentu v celoplošnej televízii s jeho zverejnením v online priestore a vysielaním v lokálnych televíziách, takže celková účinnosť a vyvolaný spoločenský nátlak budú vyššie. Ďalšou možnosťou je zosúladiť súkromného premietania dokumentu pre vybranú osobu, ktorá má vplyv na verejnú mienku, s publikovaním tlačových materiálov a inými aktivistickými nástrojmi. Uvedte tieto možnosti do tabuľky.



Publikum	Žiaduca aktivita, zmena alebo výsledok	Kontaktná osoba na cieľové publikum	Distribúcia	Harmonogram	Zodpovedný pracovník alebo spolupracujúca osoba	Súčasný stav a priebeh
<i>Príklad: prezident Senegalu</i>	<i>Závazok finančnej a politickej podpory obetiam mŕtvcov z rozpočtu ministerstva zdravotníctva</i>	<i>Osobný tajomník prezidenta: xxxx (mobil, e-mail)</i>	<i>Súkromná projekcia 12. decembra 2008, ktorú organizujeme spolu s inými neziskovými organizáciami združenými v koalícii proti mŕtvcov</i>	<i>Prekrýva sa so spustením medzinárodnej aktivistickej kampane za prijatie dohovoru o mŕtvcov. Načasovať premietanie dokumentu a medializáciu až po tejto udalosti</i>	<i>Koordinátor našej aktivistickej kampane</i>	<i>Podarilo sa nám zabezpečiť a prenajať priestory na premietanie, naplánovali sme si stretnutie so spolupracujúcimi organizáciami</i>

6. Aký mediálny dosah si predstavujete pre svoj dokument? Premyslite si ho pre tradičné médiá (tlač, televízia, rozhlas) aj pre nové médiá (typu online).

Mediálna organizácia	Kontakt na túto mediálnu organizáciu	Čo z vášho dokumentu by mohlo zaujať práve túto mediálnu organizáciu? Viete o nejakej prekážke, ktorá by mohla ohroziť celkové vyznenie posolstva, ktoré chcete tlmočiť prostredníctvom tohto média?

7. Skúste si urobiť rekapituláciu svojich cieľových skupín a na základe nej určiť, koľko fyzických kópií svojho dokumentu potrebujete vyrobiť, aby ste ho mohli distribuovať buď na medzinárodnej, regionálnej, národnej alebo lokálnej úrovni. Aký formát bude optimálny pre váš distribučný kanál? (VHS PAL alebo NTSC, DVD, VCD a pod.)

	VHS PAL <i>(používa sa v Európe a väčšine krajín sveta)</i>	VHS NTSC <i>(používa sa v Amerike)</i>	DVD	VCD <i>(Video CD)</i>	Záznam v kvalite použiteľnej na televízne vysielanie
Lokálna úroveň					
Národná úroveň					
Regionálna úroveň					
Medzinárodná úroveň					

## **Príloha A: Komponenty audiovizuálneho záznamu**

Každý audiovizuálny záznam pozostáva z kombinácie obrazovej a zvukovej zložky. Pokúste sa zamyslieť, ako by sa tieto zložky dali kreatívne využiť. Vďaka čomu by mohol byť váš príbeh vizuálne atraktívny? Dá sa vyrozprávať tak, že pritom využijete rôzne obrazové a zvukové prvky? Čo všetko vám umožňuje rozpočet, bezpečnostné limity a časový plán? Dokážete svoje obmedzenia pretaviť do nejakej výhody?

Nasledujú príklady k obrazovej a zvukovej zložke dokumentárneho diela:

### **1. Obrazová zložka**

- > Obrazová a zvuková dokumentácia nejakých udalostí: ľudia vykonávajúci rôzne aktivity bez sprievodného komentára.
- > Zábery krajiny, danej lokality a neživých objektov, ktoré sa týkajú príbehu.
- > Interview: jeden alebo viac respondentov odpovedá na otázky, ktoré im položil dokumentarista v úlohe reportéra – buď na obraze, alebo mimo neho.
- > Záznam rozhovorov: ľudia sa spolu navzájom rozprávajú, uvedomujú si prítomnosť kamery, ale neodpovedajú na otázky dokumentaristu.
- > Záznam rozhovorov so skrytou kamerou: ľudia sa spolu navzájom rozprávajú, ale kamera je nenápadná alebo skrytá.
- > Inscenačné zábery: fakticky pravdivé simulovanie udalostí alebo scén, ktoré nebolo možné nakrútiť, alebo ktoré sa odohrali v minulosti. Tu si treba dať pozor na vierohodnosť, zvlášť ak ide o ľudsko-právnu problematiku. Diváci nemusia vedieť, prečo nebolo možné scénu nakrútiť naživo a museli ste ju inscenovať.
- > Ilustračné zábery: symbolické, umelecké alebo expresionistické zábery, prostredníctvom ktorých vytvárate obraz vtedy, ak sa vám nepodarilo získať prístup do nejakej lokality, alebo ak hovoríte o minulosti.
- > Vizuálne efekty: spomalené zábery, zrýchlené zábery, rozdelený obraz a pod.

- > Fotografie alebo listiny a iné záznamy snímané buď ako statický obrázok, alebo kamerou s využitím pomalej jazdy, nájazdu a odjazdu.
- > Text vrátane titulkov v obraze a grafiky: využívajú sa z informačných dôvodov alebo predstavujú kreatívny prvok. Môžu sem patriť aj cudzojazyčné titulky. Zvyčajne ich pridávame vo fáze strihu a postprodukcie.
- > Archívny a spravodajský záznam: môžete použiť materiál z existujúceho archívu alebo osobné spomienkové predmety. Materiál sa dá čerpať aj z iných filmov. Upozorňujeme, že použitie záberov z nejakého komerčného zdroja predstavuje zvyčajne komplikovaný proces a vysoké finančné náklady.
- > Zatmievačka alebo vybielenie: tieto prvky filmovej interpunkcie sa dajú využiť vtedy, ak chceme, aby sa divák zamyslel nad tým, čo práve videl alebo počul. Môžeme ho tiež pripraviť na to, čo bude nasledovať, indikujeme tak zmenu scény, lokality alebo zdôrazňujeme zvukovú zložku.

### **2. Zvuková zložka**

- > Výpovede respondentov: môžete použiť aj záznam z diktafónu, prípadne len zvukovú stopu z audiovizuálneho záznamu, alebo využiť zvuk i obraz.
- > Záznam rozhovorov, ktoré získate s vedomím respondentov, alebo ich nahráte bez predbežného upozornenia, prípadne tajne. Komentár: môže ísť o hlas komentátora, filmového tvorca, alebo aj respondenta.
- > Synchronný zvuk: ruchy prostredia zaznamenané počas snímania.
- > Zvukové efekty: zvukové efekty vytvorené či zaznamenané na scéne alebo vytvorené neskôr v postprodukčnom procese.
- > Hudba: pridávame ju pri strihu v postprodukčnom procese.
- > Ticho: neprítomnosť zvukovej stopy môže indikovať zmenu nálady alebo miesta. Vedie diváka, aby sa preladil na obraz.

## Príloha B: Rozpočet

Uvádzame niekoľko otázok, ktoré vám pomôžu spresniť predstavu o rozpočtových požiadavkách.<sup>29</sup>

Keď máte hotovú osnovu, a teda i plán toho, čo budete nakrúcať, urobte si rozpočtovú kalkuláciu. V rozpočte nemusíte zohľadňovať iba finančné prostriedky, zahrňte doň aj zdroje (t. j. čo budete na nakrúcanie potrebovať) a čas potrebný na výrobu dokumentu. Pokúste sa odhadnúť:

1. Koľko ľudí tvorí váš filmový štáb? (nezapudnite na strihača, ktorí s vami nemusia byť na mieste nakrúcania)
2. Aké vybavenie a pomôcky budete potrebovať? (kamery, kazety, pamäťové karty, baterky)
3. Koľko času vám zaberie cestovanie a presuny? Ako odhadujete cestovné náklady? (nielen pri nakrúcaní, ale i pri postprodukcii)
4. Akú veľkú hotovosť potrebujete na bežné výdavky? (strava, prípadne ubytovanie)
5. Koľko interview potrebujete nakrútiť? (Aké budú dlhé? Plánujete robiť dokrútky – t. j. vrátite sa k respondentom a znova nakrútime alebo doplníte materiál v prípade potreby?)
6. Koľko dní budete potrebovať na samotné nakrúcanie, na tvorbu ilustračných záberov a na nahrávanie hudby?
7. Ako dlho bude trvať prieskum vo fáze preprodukcie? (rešerš archívneho a spravodajského materiálu, výber fotografií, listín, nahrávok hudby)
8. Koľko peňazí a času zaberie vytváranie listov o zázname, prepis interview a príprava technického scenára?
9. Koľko peňazí a času vás bude stáť strih dokumentu? (vrátanie prípadného prenájomu strižne alebo softvéru na strih)
10. Aj keď plánujete nakrútiť film zadarmo, starostlivo zvážte, koľko času vám celý projekt zaberie.

Na základe osnovy si vypracujte harmonogram výroby, v kalendári si vyznačte dni nakrúcania. Na prípravu techniky na mieste nakrúcania si rezervujte hodinu až dve navyše. Nezabúdajte na čas, ktorý vám napríklad zaberú presuny medzi jednotlivými respondentmi. Pri nakrúcaní trvá všetko dlhšie, než ste plánovali! Ak zistíte, že nemáte k dispozícii toľko prostriedkov alebo času, koľko potrebujete, stanovte si priority a na základe nich sa rozhodujte, čo budete robiť a čo nie. Ak máte napríklad k dispozícii štyri dni na nakrúcanie a chcete urobiť rozhovory so šiestimi osobami, zvážte, kto z nich je pre vás naozaj dôležitý. Nakoniec môžete realizovať len dva rozhovory, ale pôjdu do väčšej hĺbky. Ak strávite viac času s menším počtom ľudí, vždy vám to v strižni dáva väčšie možnosti a šancu vybudovať silnejší príbeh.

Zostáva nám ešte pozrieť sa na fundraising, čiže získavanie finančných prostriedkov. Potenciálneho sponzora alebo donora bude zaujímať:

1. posolstvo vášho dokumentu
2. synopsa, osnova alebo pracovný scenár
3. harmonogram výroby
4. rozpočet a celková výška príspevku sponzora alebo donora
5. plán distribúcie dokumentu
6. čo získa sponzor alebo donor, ak sa zapojí do projektu.

Nemusíte potenciálnych sponzorov alebo donorov zahltiť množstvom informácií, dôležité je, aby boli relevantné. Budú sa totiž pýtať: do akej miery je váš plán realistický? Fundraising môže mať rôzne podoby, od jednoduchého zháňania finančnej podpory zo strany vašej komunity až po vyplňanie zložitých formulárov v grantových agentúrach. Vyhnite sa však pasci, že vás fundraisingové aktivity natolko pohltia, až sa stanete *administrátorom projektu* namiesto *aktivistov v projekte*. Dajte si tiež pozor na to, aby ste nezískali finančné prostriedky podmienené nejakými nevýhodnými záväzkami, ktoré budú mať negatívny vplyv na vaše zamýšľané posolstvo. Udržte si kontrolu nad svojím projektom.

# Nakrúcanie dokumentárneho filmu

## / Ako sa pripraviť na nakrúcanie: základné zásady<sup>30</sup>

Vyberte si vhodné technologické zariadenie, s ktorým budete pracovať, a vyskúšajte si ho vopred. Spoznajte aj jeho technologické slabiny a naučte sa ho používať čo najefektívnejšie. Pred samotným nakrúcaním:

1. Nastavte na videokamere aktuálny dátum a čas.
2. Zvýšte na videokamere rýchlosť závierky, aby ste dosiahli čistejší obraz.
3. Noste so sebou náhradné pamäťové karty alebo záznamové kazety.
4. Plne nabite baterky, pripravte si náhradné baterky a nabíjačku.
5. Vezmite si so sebou statív alebo monopod.
6. Ak je to možné, na nahrávanie zvuku použite externý mikrofón a vezmite si slúchadlá na kontrolu zvukovej stopy záznamu.
7. Noste so sebou pero a papier na zapisovanie dôležitých informácií.
8. Ak je to potrebné, preštudujte si mapu lokality, v ktorej plánujete nakrúcať, a premyslite si únikové cesty.
9. Ujasnite si, čo a koho chcete nakrúcať, aký príbeh chcete vypovedať a vopred si prejdite dôležité detaily.

## / Tipy a techniky pri nakrúcaní

### Tipy a techniky pri práci s videokamerou<sup>31</sup>

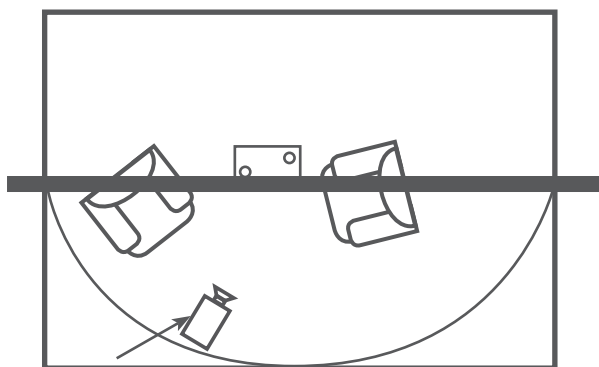
> Pravidlo dvojtretinovej kompozície: Toto pravidlo sa v praxi uplatňuje tak, že si v hľadáči alebo na LCD paneli kamery predstavíte dve vodorovné a dve zvislé čiary, ktoré vám obraz horizontálne aj vertikálne rozdelia na tri tretiny. Snímané objekty sa snažte umiestňovať na tieto čiary alebo do ich priesečníkov. Pravidlo dvojtretinovej kompozície zohľadňuje skutočnosť, že stred záberu je väčšinou mŕtvym bodom. Osoby a objekty vycentrované na stred pôsobia fádne a nudne. Nakrúcajte teda obraz tak, aby pri čelnom pohľade respondent, ktorého snímate, zaberá dve tretiny obrazu (necentrujte jeho oči ani hlavu na stred, oči by mali byť na prvej



Obr. 11: Pravidlo dvojtretinovej kompozície<sup>32</sup>

vodorovnej čiare zhora), a aby mal pri pohľade z boku dve tretiny priestoru pred sebou a len jednu za sebou. Takáto kompozícia pôsobí prirodzene a vyvážene.

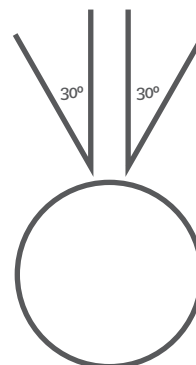
> **Pravidlo 180 stupňov:** Hlavnou myšlienkou tohto pravidla je logické vnímanie priestoru nakrúcania. Uplatňuje sa najmä pri konverzácii (rozhovor dokumentaristu – reportéra a respondenta). Predstavte si, že medzi dvoma osobami, ktoré nakrúcate, je pomyselná čiara. Táto čiara ich spája, ako by obaja stáli na jednej osi. Čiara rozdeľuje priestor na dve polovice. Podľa tohto pravidla sa kamera môže umiestniť a hýbať iba v rámci jednej polovice (jeden polkruh alebo 180°). Nesmiete prekročiť pomyselnú os a nakrúcať aj z druhej strany. Pri prestrihu dvoch rozprávajúcich osôb by to totiž vyzeralo, že si navzájom „vymenili“ miesto. Pôsobí to nelogicky a vyvoláva to u diváka zmätok.



Obr. 12: Pravidlo 180°<sup>33</sup>

> **Pravidlo 30 stupňov:** Podobne ako predchádzajúce pravidlo, aj tu sa vychádza z logiky a hladkosti vnímania obrazu. Pravidlo hovorí o tom, že vo dvoch nasledujúcich záberoch na jeden a ten istý objekt (napríklad respondenta) sa musí kamera pohnúť aspoň o 30 stupňov, aby mal divák pocit dostatočnej zmeny obsahu záberu. Toto pravidlo pomáha udržiavať svieži dojem z obrazu a dynamiku. Pokiaľ sa kamera pohne o menší uhol, pôsobí to neprirodzene, vyvoláva to dojem nepotrebného alebo chybného strihu. Pravidlo vychádza z toho,

že ľudské vnímanie je stereoskopické a každé oko samo osebe vidí priestor približne v 30-stupňovom uhle. Ak teda snímate respondenta detailom a potom chcete v ďalšej časti rozhovoru prestrihnúť na polodetail, okrem toho, že prerámujete veľkosť záberu, musíte tiež pohnúť kamerou aspoň o 30°.



Obr. 13: Pravidlo 30° a stereoskopický pohľad<sup>34</sup>

> **Pravidlo 15 sekúnd:** Aj keď plánujete hýbať kamerou, vždy najprv nakrúťte pätnásť sekúnd statického záznamu (bez pohnutia kamery). Platí to aj vtedy, ak nakrúcate nejaký nehybný objekt. Potrebujete ho nasnímať v dĺžke aspoň pätnástich sekúnd. Vďaka tomu bude mať strihač dostatočne dlhý materiál, aby mohol váš záber vložiť do príslušnej sekvencie. Pokiaľ počkáte pätnásť sekúnd pred vlastným pohybom kamery, divák bude mať dostatok času, aby „načítal“ obraz a pripravil sa na zmenu. Analogicky, po ukončení pohybu kamerou (napríklad po panoráme) podržte statický záber v dĺžke ďalších pätnástich sekúnd.

> **„Bracketovanie“ záberov:** Vychádza sa z terminológie pri fotografovaní, pri ktorom od-fotografujete jeden a ten istý záber s rôznymi expozičnými časmi, aby ste si mohli vybrať tú najlepšiu fotografiu. V tomto prípade nakrúťte z jednej a tej istej scény viac záberov, pričom striedate rôzne veľkosti záberu (meníte ohniskovú vzdialenosť): celok, polocelok, polodetail. Môžete kamerou aj švenkovať alebo urobiť panorámu. Experimentujte s osvetlením, pozíciou kamery a vzdialenosťou od snímaného objektu.

> **Pohyb kamery:** Kamerou pohybujte pomaly a rovnomernou rýchlosťou. V opačnom prípade sa vám obraz rozmaže a bude neostrý. Ak snímate nejakú scénu, pokúste sa urobiť tri zábery: úvodný záber bez pohybu kamery, panorámu alebo švenk, finálny statický záber (pravidlo pätnástich sekúnd). Vytvoríte si tak dostatočný materiál pre strižňu. Kamerou hýbte asi takou rýchlosťou, aby trvalo približne päť sekúnd, kým sa nejaký objekt v zábere dostane z jedného okraja záberu na druhý. Nesnažte sa nasnímať viac ako 90° priestoru. Ak nezaberiete všetko panorámou alebo zdvihom kamery v uhle 45°, snažte sa nájsť inú pozíciu kamery.

> **Pohyb s kamerou:** Ak sa pohybujete s kamerou, snažte sa mať pokrčené kolená, našľapujte opatrne a udržujte chodidlá blízko pri zemi. Pohybujte sa kľzavým pohybom, ktorým eliminujete typické hojkanie pri chôdzi. Rovnaký pohyb uplatňujte pri pohybe bokom. Kameraman môže používať aj rôzne vozíky: nákupný vozík, kancelársku stoličku, invalidný vozík, aby nakrútil hladké jazdy kamerou. Dôležité je, aby sa pri tom obraz nehýbal (fixujte ruku, ktorou držíte kameru). Keď sa pohybujete spolu s ľuďmi, ktorých nakrúcate, zaberajte ich tak, aby vždy mali pred sebou dostatok priestoru. Ak ich nakrúcate pri pohybe sprava doľava, mali by mať dostatok miesta vľavo, do ktorého môžu „vkročiť“. V opačnom prípade to bude vyzeráť tak, že „tlačia“ pred sebou okraj záberu. Nenechávajte im nad hlavami priveľa priestoru. Na konci záberu zastavte pohyb kamery a nechajte snímané osoby plynulo vyjsť zo záberu.

> **Zaoostrovanie:** Pri kratších ohniskových vzdialenostiach (detaily) sa vám môže obraz preostriť alebo rozostriť, ak sa snímaný človek pohne preč z ohniska, alebo sa niekto dostane pred neho (snímate respondenta na ulici a niekto nečakane prejde popred neho). Ak máte možnosť manuálneho ostrenia alebo uzamknutia zaostrovanie, zaostríte najprv záber automaticky a potom

automatické ostrenie deaktivujete. Tak zachováte vami nastavenú ostrosť obrazu.

> **Zoom:** Pokiaľ máte digitálnu kameru bez manuálneho zoomu, vyvarujte sa nájzdov a odjazdov počas nakrúcania (zoomovania). Pôsobí to amatérsky. Nájzd alebo odjazd zmenou ohniskovej vzdialenosti v kamere je efektným nástrojom v rukách skúseného kameramana s kvalitnou kamerou. Na väčšine bežne dostupných digitálnych kamier sa nedá urobiť ladná a pomalá zmena ohniska (nehovoriac o tom, že podmienkou je, aby sa vám obraz ani trochu nezachvel). Z umeleckého hľadiska nájzd zdôrazňuje nejaký objekt v zábere alebo emocionálny moment. Odjazdom môžete ukázať kontext, ktorý na začiatku snímania záberu nebol jasný. Nenápadným nájzdom alebo odjazdom dokážete viac ako výrazným pohybom kamery.

> **Pozor na morskú chorobu:** S pohybmi kamery a so zoomovaním narábajte opatrne. Menej býva viac. Ak to preženiete, nastane u divákov „efekt morskej choroby“ – z nadmerného množstva pohybov sa im začne krútiť hlava.

> **Statív:** Keď snímate respondenta, ktorý sedí alebo stojí, pričom vám sa v ruke trasie kamera, je to neprofesionálne a pôsobí to amatérsky. Kameru držte v ruke iba pri nakrúcaní takých scén, kde je to nevyhnutné (nakrúcanie roztržky, ktorá práve vznikla na ulici) alebo umelecky žiaduce (simulácia kráčajúceho pozorovateľa).

### **Tipy a techniky pri práci so svetlom**<sup>35</sup>

Svetlo sa používa na to, aby boli snímané osoby a scéna v zábere dostatočne jasné. Vytvára sa ním aj určitá nálada, pomáha definovať respondenta. Priame tvrdé svetlo (slnko alebo blesk) síce osobu v zábere dostatočne osvetlí, vytvorí však aj nepríjemné, výrazné tieň. Jemné rozptýlené svetlo slnka pri oblačnom počasi vytvára príjemné mäkké svetlo a je ideálne na nakrúcanie a fotografovanie portrétov.



> **Kľúčové svetlo** je váš hlavný zdroj svetla. V exteriérových záberoch je to slnko. V interiéroch by malo svietiť šikmo zhora. Mali by ste nakrúcať tak, aby ste mali kľúčové svetlo po boku kamery a aby svietilo na respondenta. V miestnosti by malo byť vzdialené od osoby, ktorú nakrúcate, cca 3 až 4,5 metra.

> **Výplnkové svetlo** sa používa na vyplnenie tieňov, ktoré vytvorilo kľúčové svetlo. Umiestňuje sa na opačnú stranu ako kľúčové svetlo a osvetľuje snímanú osobu z druhej strany.

> **Protisvetlo** sa umiestňuje za snímanú osobu a hore. Vďaka tomu sa okolo respondenta vytvára akási nenápadná svetelná aura, ktorá ho oddeľuje od pozadia. To sa hodí napríklad vtedy, ak má respondent čierne vlasy a snímate ho na čiernom pozadí. Protisvetlo svieti snímanej osobe na temeno hlavy a zadnú časť ramien.

> **Prirodzené svetlo:** Keď nakrúcate vonku, vašim prirodzeným kľúčovým svetlom bude slnko. Snažte sa mať ho za chrbtom. Ak budete snímať scénu proti nemu, zábery budú preexponované, bledé a v objektíve môžu vzniknúť nežiaduce svetelné efekty a deformácie. Pozor na to, ak snímate nejakú osobu za silným zdrojom svetla. Kamera sa expozične prispôsobí jasnému svetelnému pozadiu a postava, ktorú nakrúcate, bude ponorená v tieni (nakrútime siluetu).

> **Málo svetla:** Väčšina digitálnych videokamier sa dokáže dobre prispôbiť aj zhoršeným svetelným podmienkam. Pri niektorých modeloch si môžete pomôcť úpravou expozičného času, podobne ako pri fotoaparáte. Znížte rýchlosť závierky (shutter speed) a zvýšte hodnotu „gain“ (úprava citlivosti snímača videokamery). Pri nízkej hladine svetla využite odrazové svetlo: zdroj svetla namierte do steny, ktorá ho rozptýli, alebo použite fotografickú odrazovú dosku, ktorou presmerujete a rozptýlite svetlo na respondenta.

Pozorne si prezrite priestor okolo seba a pokúste sa identifikovať zdroje svetla a odrazené svetlo. Aké svetlo vidíte? Tvrdé, alebo mäkké? Primárne, alebo sekundárne? Prirodzené, alebo umelé? Priame, alebo odrazené?

### **Tipy a techniky pri práci s mobilom<sup>36</sup>**

Dokumentarista sa ľahko môže dostať do situácie, keď práve nemôže nakrúcať kamerou. Udalosti, ktorých je svedkom, sa však už nebudú opakovať. Šanca môže byť len jedna. V takom prípade ako núdzové riešenie pomôže aj mobilný telefón. K základným zásadám jeho použitia patria:

> Bezpečnostné opatrenia. Vyhodnoťte situáciu, v ktorej sa nachádzate. Bude bezpečné nakrúcať?

> Nastavte na telefóne režim najvyššej kvality. Každý mobilný telefón obsahuje iné nastavenia, potrebujete ich podrobne preskúmať.

> Nastavte telefón tak, aby sa nakrútený záznam ukladal na pamäťovú kartu, a nie do telefónu (zaobstarajte si kartu s veľkou kapacitou).

> Pri nakrúcaní držte ruky v pevnej polohe a pohybujte nimi pomaly. Maximálne sa sústreďte na nakrúcanie.

> Oboznámte sa so svojím mobilom a všetko si cvične odskúšajte.

> Sústreďte sa na kľúčových protagonistov a udalosti.

> Snažte sa zachytiť kontext udalosti: Ako by ste svojím záznamom odpovedali na pomyselné otázky: Kto? Čo? Kde? Kedy? A prečo?

> Ak je to pre vás bezpečné, pokúste sa priblížiť. Tým sa zlepší kvalita obrazu i zvuku.

> Ak vediete rozhovor s respondentom, pokúste sa v ňom zachytiť, čo sa práve stalo alebo deje – túto možnosť už neskôr nemusíte mať.

> Ak je to vhodné, nakrúťte aj seba samého: opíšte, čo sa stalo, uveďte všetky potrebné detaily o mieste, kde sa nachádzate. Zaznamenajte dátum a čas udalosti, aj svoje pocity z nej.

### **Tipy a techniky pri nahrávaní zvuku<sup>37</sup>**

Zvuk tvorí polovicu vášho filmu. Meradlom úspechu interview je zrozumiteľnosť. Ak sú súčasťou vášho dokumentu rozhovory, výsledný zvuk bude tvoriť viac než polovicu príbehu, ktorý chcete vyrozprávať. Bez dobrého zvuku je kvalitný obraz bezcenný. Preto vždy používajte slúchadlá, aby ste si mohli skontrolovať, aký zvuk kamera zaznamenala! Naš sluch totiž filtruje ruchy pozadia, ale mikrofón ich všetky zachytí. Uistite sa, či hlasné zvuky nie sú vo výslednom zázname zdeformované. Nahrávajte si aj prirodzené ruchy prostredia v dĺžke tridsať sekúnd až jedna minúta.

> **Pozor na šum vetra:** Existuje niekoľko možností, ako ho odfiltrovať. Natočte sa napríklad chrbtom k vetru, aby ste si tienili mikrofón. Môžete sa tiež postaviť k nejakej prirodzenej bariére, napríklad k stene domu alebo k múru. Použite alebo si vyrobte veterný kryt na mikrofón (používajú sa napríklad v televízii, pre amatérske účely postačí aj ponožka). V niektorých kamerách sa dá hluk vetra eliminovať špeciálnym tlačidlom.

> **Eliminujte ruchy:** Pri nakrúcaní si dávajte pozor na nežiaduce ruchy okolia. Niektoré miestnosti fungujú ako prirodzené zosilňovače hluku (vykachličkovaná kúpeľňa). Zvuk, naopak, pohlcuje koberec, závesy a tapacirovaný nábytok. Pri nakrúcaní skontrolujte, či sa v danom priestore nevyškytuje nejaký nežiaduci hluk: hudba, vysávač, klimatizácia, počítače. Ak sa z okolia nečakane ozve naozaj hlasný zvuk (zatrúbi auto, zazvoní mobil), radšej svoj záznam nahrajte znova, inak vám bude nanič.

> **Použite slúchadlá:** Pri nahrávaní alebo skúšobnom prehrávaní záznamu priebežne kontrolujte hladinu zvuku. Nemusíte si totiž uvedomiť nejaký rušivý hluk v pozadí, ktorý nahrávate spolu s rozhovorom.

> **Pri použití smerového mikrofónu skontrolujte jeho správny smer:** Vždy by mal byť namierený na osobu, s ktorou robíte

rozhovor. Lahko sa môže stať, že sa vám posunie a vy budete natoľko sústredení na kameru, že si to nevšimnete.

> **Nezabudnite skontrolovať, či je kompaktný mikrofón zapnutý:** Keďže tieto mikrofóny automaticky zablokujú mikrofóny zabudované v kamere, ak ho zabudnete zapnúť, nahráte interview bez zvuku.

### **/ Ako vytvoriť pútavý príbeh v dokumente<sup>38</sup>**

Nakrúcanie filmu je vlastne umenie vytvoriť pútavý príbeh. Dobrý príbeh aktivuje našu predstavivosť a vťahuje nás do procesu objavovania, v ktorom prechádzame rôznymi miestami, oboznamujeme sa s neznámymi stránkami reality, prežívame silné emócie a spoznávame nové fakty. Kvalitný príbeh vyvoláva náš záujem. Otvára nás novým myšlienkam a vyzýva nás, aby sme prehodnotili spôsob, akým sa dívame na svet. Vydarený príbeh dodáva filmu štruktúru a zmysel. Preto je napísanie vhodného príbehu kľúčovou časťou v procese nakrúcania filmu. Podľa televíznej producentky Amy Bankovej, ktorá pripravuje aktivistický seriál pre nikaragujskú televíziu, cieľom akéhokoľvek príbehu je vytvoriť drámu, ktorá vyvolá účasť publika.

Z čoho potom pozostáva kvalitný príbeh? Dobrý príbeh tvorí konflikt, obraz ľudí, ktorí prekonávajú problémy, a hrdina, ktorý zdoláva prekážky. Príbeh sa nemusí končiť happyendom, ale diváci chcú vidieť proces premeny hlavného hrdinu, protagonistu deja. Príbeh dokáže obohatiť aj vhodné nastolený problém. Do akej miery chcete vo svojom dokumente ukázať svet cez ružové okuliare? Do akej miery sa plánujete, naopak, zamerať na tienisté stránky reality? Rozprávanie príbehu sa nezaobíde bez integrácie pochybností, ktoré sa však postupne podarí prekonať.

V čom sa môžu líšiť príbehy spracované pre potreby sociálne, právne, kultúrne, politicky alebo ekonomicky orientovanej aktivistickej kampane v porovnaní s príbehom klasického dokumentárneho filmu?

V aktivistickom kontexte slúži filmový príbeh cieľu vašej kampane – snahe presadiť zmenu a odovzdať cieľovému publiku konkrétne posolstvo. Cieľom nie je príbeh samotný, ani tvorivá vízia režiséra. Podstatou aktivistickej dokumentaristiky je snaha efektívnym spôsobom tlmočiť kľúčové posolstvo vybraným skupinám publika a zapojiť ich do procesu zmeny. Podľa nezávislého filmového režiséra Petra Wintonicka filmy nakrútené len pre zážitok produkujú pasívne publikum. Je to samoučelná zábava. V prípade aktivistického dokumentu však ide o viac: chcete, aby diváci začali aktívne konať. Kým klasické filmové premietanie zostáva pasívnym zážitkom, dokumentárny aktivizmus ponúka publiku účasť na téme. Ak plánujete, aby vaši diváci získali pocit, že sa majú možnosť zapojiť, musíte im na to vytvoriť príležitosť. Položte si tieto otázky: Do akej miery chcete svoje publikum zahrnúť do príbehu a do jeho vyústenia? Ako sa budú cítiť po prezentácii vášho diela? Zostanú nezainteresovaní, odťažiti, bezmocní? Alebo budú rozrušení, optimistickí, inšpirovaní, posilnení, prípadne rozhorčení?

Dobre si premyslite záver svojho diela. Bude váš príbeh uzavretý a ukáže vyriešený konflikt, alebo ponecháte koniec otvorený, s možnosťou jeho presahu do skutočného života? Niektoré aktivistické dokumenty sa končia priamymi výzvami divákovi na zakročenie alebo komentárom, čo sa vlastne deje a čo s tým môže publikum urobiť. Dokument môže odkazovať aj na ďalšie informačné zdroje, ktoré budú k dispozícii po premietaní alebo online na webe. Vždy sa snažte konkretizovať v dokumente svoju požiadavku a ponúknite divákovi reálne možnosti, a nie len nekonkrétne sťažnosti na status quo.

Neexistujú nijaké špecifické požiadavky ani limity na dĺžku vášho diela. Konkrétne stopáž aktivistického dokumentu bude závisieť od vášho cieľového publika. Ak budete tvoriť dokument pre miestnu komunitu, ktorá má hlad po informáciách, môžete nakrútiť aj štyri dokumentárne filmy, z ktorých každý

bude trvať dve hodiny. Môžu pozostávať z neskrátených interview obsahujúcich svedecké výpovede. Opačným extrémom bude úderný tridsaťsekundový klip, ktorý publikum zmobilizuje (uvedomte si, že väčšina televíznych reklám trvá iba tridsať sekúnd). Množstvo projektov v organizácii Witness, ktorá vyvinula metodiku prezentovanú v tejto príručke, dosahuje dĺžku od šiestich do pätnástich minút. Dĺžka vášho dokumentu teda bude závisieť od jeho účelu, cieľového publika a miesta premietania. Určité nebezpečenstvo, ktoré dokumentaristom a aktivistom hrozí, je snaha zvyšovať dĺžku stopáže v túžbe dostať svoje dielo do televízie. Nemusí to však byť potrebné z hľadiska vášho cieľového publika. Pokúste sa realisticky odhadnúť svoje šance na odvysielanie dokumentu a prispôbte jeho dĺžku ostatným skupinám publika. Ak aj nakrúcate dokument pre televíziu, vždy môžete zo svojho materiálu pripraviť kratšie videoklipy pre vybrané cieľové skupiny.

Váš príbeh môže riešiť seriózny problém, ale to neznamená, že musí byť prehnané vážny. Je v poriadku, ak sa ho pokúsite odľahčiť vtipom. Aj keď je situácia tragická alebo komplikovaná, humor ju pomôže tvorcom, zainteresovaným osobám i divákovi odľahčiť. Humor je znakom životaschopnosti a odolnosti. Pomáha zmierniť bolesť.

V euroamerickej kultúre existujú dve tradície rozprávania príbehov: aristotelovská štruktúra (typická pre Európu) a trojaktová štruktúra (typická pre Ameriku). Aristotelovská štruktúra má päť častí: expozíciu (východisková situácia deja), kolíziu (zauzlenie dramatického konfliktu), krízu (vyhrotenie konfliktu a vyvrcholenie deja), peripetiu (zvrät v deji) a katastrofu alebo rozuzlenie (zakončenie alebo vyústenie deja). Americká trojaktová štruktúra má tri časti: prvý akt (nastolenie príbehu), druhý akt (zápas, konfrontácia) a tretí akt (rozriešenie).<sup>39</sup> Pre účely tejto príručky nám postačí predpokladať, že dielo by malo mať tri časti: začiatok, stred a koniec (alebo úvod, jadro a záver).

> **Na začiatku** uveďte základné okolnosti príbehu (Akoby ste sa snažili filmom zodpovedať na pomocné otázky: Kto? Čo? Kde?) a vyvolajte zvedavosť publika. V analytickejšie postavenom dokumente alebo v aktivistickom videu vypracujte svoj východiskový argument alebo položte otázku.

> **Uprostred** povedzte podstatu príbehu. Predložte všetky argumenty alebo dôkazy. Vtiahnite svoje publikum do situácie, aby malo dôvod zapojiť sa.

> **Na konci** uzavrite svoj príbeh alebo presuňte možnosť riešenia do rúk divákov.

Ďalší spôsob, akým možno pristúpiť k príbehu, je identifikovať, či bude film založený na konflikte, alebo nie.

Vo filme založenom na konflikte sa zrážajú dve protichodné sily, vytvárajú dramatické napätie a posúvajú dej vpred po tzv. dramatickom oblúku. Pod konfliktom si nemusíte predstaviť fyzickú konfrontáciu, ktorú v dokumente ukážete. Môže ísť o konflikt záujmov, dvoch odlišných myšlienok alebo dvoch typov osobností. Prístup ku konfliktu nemusí závisieť na tom, aký typ cieľového publika sa snažíte osloviť, pretože apeluje na prirodzenú zvedavosť človeka.

Film založený na konflikte sa začína expozíciou konfliktu medzi dvoma súperiacimi stranami alebo protikladnými motiváciami, ktoré sú zreteľné a jasne rozlíšiteľné a v priebehu deja tento spor eskaluje. Počas filmu divák sleduje sériu menších kolízií a napätých situácií, ktoré spoločne pomáhajú budovať dojem potreby urgentného riešenia. V ľudsko-právnom dokumente môžu byť tieto kolízie zobrazené ako súčasť každodenného zápasu medzi niekým, kto je utláčaný, a mocou, ktorá túto osobu utláča. Divák napríklad sleduje príbeh obvyčajného človeka, bojujúceho o živobytie pre svoju rodinu, vzdelanie pre svoje deti, zabezpečenie strechy nad hlavou a podobne. Spôsob, akým je celkový konflikt podaný, má z hľadiska vyvrcholenia a rozuzlenia zásadný význam. Dramatický oblúk

zvyčajne ľahšie vybudujete, ak sa váš príbeh sústreďuje na nejakú udalosť.

Film, ktorý nie je založený na konflikte, môže byť, naopak, postavený na rozprávaní, na logickom zretazení kľúčových udalostí v súlade s princípom príčiny a následku. Jednotlivé sekvencie alebo segmenty filmu sa majú vzťahovať na rôzne aspekty hlavnej témy. V tomto prípade budete vo väčšej miere závislí od toho, či vaše cieľové publikum téma zaujíma, alebo nie.

Ľudsko-právny dokument môže vnieść do filmu „ľudský rozmer“. Čo to v praxi znamená? Vašich divákov budú zaujímať skutoční ľudia – práve to chcú v dokumente vidieť. Nie je teda rozhodujúce, či sa s vašou analýzou situácie alebo závermi stotožnia. Osobnosti v úlohe protagonistov vášho dokumentu sú spojivom, ktoré prepojí príbeh s vaším publikom. Príbehy o jedinečnosti ľudského osudu majú na publikum najväčší dopad. Diváci chcú vedieť, čo sa hlavným hrdinom ďalej stalo. Túžia vidieť ich vnútornú premenu. Preto sa pri nakrúcaní dokumentu snažte do respondentov, ktorí v ňom vystupujú, vcítiť a preukážte im svoje sympatie. V dokumentárnom filme spoznávame ľudí najmä prostredníctvom interview. Vystríhajte sa teda toho, aby ste vytvorili materiál, ktorý bude pôsobiť odťažito. Diváci nechcú vidieť iba rozprávajúce osoby. Pokúste sa svojím dokumentom zachytiť momenty, kde sa vaši svedkovia prejavujú takí, akí sú, a nielen hovoria sami o sebe. Akým spôsobom sa správajú k ostatným ľuďom? Je nejaký rozdiel medzi tým, čo tvrdia, a tým, čo robia?

Množstvo aktivistických dokumentov je postavených na osobnom svedectve. Respondenti hovoria o prežitom utrpení, príkorí, o zneužívaní. Neskrátený záznam svedeckých výpovedí, v ktorom dáte svojim respondentom šancu možno prvýkrát v živote vypovedať pred kamerou o tom, čo sa im stalo, má veľkú silu (pozri napríklad dokument *Papierové hlavy*, 1995, r. Dušan Hanák). Diváci sa nepozerajú len na niekoho, „kto rozpráva“. Ide o hlbokú osobnú spoveď, z ktorej jasne cítiť autentickosť a túžbu niečo povedať.

Respondenti sa delia s divákmi o svoje zážitky, hovoria o tom, čo sa im prihodilo a ako na to reagovali. Už len samotný úmysel ponúknuť osobné svedectvo sa môže stať silným a presvedčivým nástrojom komunikácie v aktivistickom dokumente.

## / *Umenie rozhovoru*<sup>40</sup>

Väčšina dokumentaristov sa bez interview nezaobíde. Podľa niektorých odborníkov by mali rozhovory v dokumentoch dominovať, najmä v tých televíznych. Tvorcovia sa musia rozhodnúť, či do dokumentu zaradia slovné výpovede respondentov (svedkov, hlavných hovorcov, subjektov v dokumente), alebo či si vyberú iný spôsob.

Interview si vyžaduje prípravu. Vo fáze preprodukcie môžete s vybranými respondentmi urobiť predbežné (cvičné) rozhovory, vďaka čomu dopracujete a skvalitníte svoje otázky. Existuje ešte jeden dôvod, prečo sa s potenciálnymi svedkami kontaktovať ešte v preprodukčnej fáze: budovanie dôvery. Keď chcú skúsení dokumentaristi niekoho nakrúcať, najprv sa s ním snažia zoznámiť a navzájom sa trochu spoznať. V tejto fáze sú často dokonca bez kamery. Vybudujú si tak k svojim respondentom vzťah, čo sa im neskôr vráti v podobe väčšej otvorenosti. Pri samotnom interview si treba dať pozor na to, aby ste otázky nečítali z papiera, aby si rozhovor zachoval určitú spontánnosť. Z interview musí jednoznačne vyplývať, čo chce rozhovorom dokumentarista, ktorý kladie otázky, získať. Musí však vedieť pružne reagovať aj na príležitosť dozvedieť sa nové informácie a pýtať sa, čo si nenaplánoval.

Interview by sa malo divákom javiť prirodzene. Váš subjekt by sa mal cítiť uvoľnene. Dokumentarista sa môže snažiť vyvolať jeho silné emócie, napríklad podráždenie, hnev alebo smútok, mali by sa však objaviť prirodzene. Vytvorenie dobrého vzťahu medzi dokumentaristom a respondentom sa odrazí aj v tom, že respondent bude na otázky pred kamerou pravdepodobne odpovedať slobodnejšie. Budovanie úprimného kontak-

tu je preto dôležité. Subjekt by mal chápať, o čom bude plánovaný film a čím doň prispieva. Prvé otázky by mali byť všeobecné. Keď sa respondent počas rozhovoru uvoľní, otázky môžu byť konkrétnejšie a zložitejšie.

Dokumentarista sa musí rozhodnúť, kde sa rozhovor uskutoční. Malo by to byť také miesto, kde sa bude svedok cítiť pohodlne, alebo ktoré je dôležité pre film. Tvorcovia môžu využiť aj miesto nakrúcania tak, aby pre subjekt vytvorili vhodnú náladu alebo napätie.

Dokumentarista takisto potrebuje vedieť, či súčasťou záverečného zostrihu bude aj osoba, ktorá kladie otázky. Ak nie, potom dokumentarista bude musieť so subjektom pracovať tak, aby sa zabezpečila úplnosť odpovedí. Musia byť jasné aj bez otázok. Dokumentarista môže požiadať respondenta o zopakovanie alebo preformulovanie odpovedí, pokiaľ je to dôležité z hľadiska použiteľnosti záberov. Dokumentarista by to mal urobiť prirodzene a zopakovať otázky tak, aby subjekt nestratil svoju uvoľnenosť a spontánnosť ani pri opakovanej odpovedi. Skúste sa preto v prípade potreby uistiť, či respondent pochopil otázku.

Realizácia interview si vyžaduje trpezlivosť. Dokumentarista v úlohe reportéra musí reagovať na respondenta výrazom tváre, ktorým ho napríklad povzbudí (ale nie zvukmi, ktoré by bolo počuť v záverečnom zostrihu). Musí sa naučiť reagovať aj na ticho. Respondent môže niekedy po premyslení (v tichu) pridať nejakú informáciu alebo doplniť svoju výpoveď. Snaha rýchlo prejsť na ďalšiu otázku – v dôsledku nervozity a nedočkavosti – môže preto znamenať stratu cenných informácií!

Dokumentarista potrebuje zväžiť, kam sa bude svedok pozeráť. Niektorí tvorcovia sa radi sami postaví za objektív kamery, aby sa respondent díval na publikum, ale nie priamo do kamery. Dokumentarista (režisér) môže vopred dohodnutým znamením signalizovať kameramanovi (napríklad štychnutím do topánky), či sa má kamera priblížiť na detail pri emocionálnej či významovo dôležitej odpovedi, alebo sa, naopak, vzdialiť s cieľom dosiahnuť všeobecnejší pohľad. (Túto možnosť

však používajte iba s poloprofesionálnymi alebo profesionálnymi kamerami, na ktorých sa dá tvorivo pracovať so zoomom.)

Bežnou praxou je tiež rámoviť subjekt na pravú stranu záberu počas prvej polovice rozhovoru a na ľavú stranu počas druhej polovice, aby sa pri záverečnom zostrihu dosiahla určitá variabilita. Iné veľkosti záberu ako detail a polodetail umožňujú počas rozhovoru zabrať viacerých ľudí. Dokumentarista a kameraman môžu počas konverzácie sledovať jednotlivé subjekty. Umiestnenie a pohyb kamery sú dôležité na sledovanie celkového toku konverzácie, aby publikum nezostalo zmätené. Komunikácia medzi dokumentaristom a kameramanom je v takomto prípade veľmi dôležitá.

Niekedy môže byť reportér alebo osoba kladúca otázky súčasťou nakrúcania. Vo filme *Reflections on Suffering* (1982, r. Malca Gillson) sa zaznamenáva rozhovor medzi lekárom a pacientkou. Film skúma, ako sa pacientka dozvedela o tom, že má rakovinu, čomu ju naučilo prežitie utrpenie a ako jej skúsenosť spracoval ošetrojúci lekár. Vo filme divák vidí lekára, ako kladie otázky, a pacientku, ako mu odpovedá. Kamera sa pohybuje medzi nimi, približuje sa a vzdaluje, aby ich zachytila oboch naraz, čím sa zdôrazňuje výmena informácií, ktorá medzi nimi prebieha.

Dokumentarista alebo iná osoba kladúca otázky musia byť veľmi pozorní a pohotoví, aby mohli odpovede respondenta v prípade potreby rozšíriť aj na iné oblasti. Nemali by váhať rozvíjať a dopĺňať svoje otázky, aby sa dostali hlbšie.

Tvorcovia nesmú zabudnúť nakrútiť prostredie, v ktorom sa rozhovor odohráva. Divák potrebuje získať určitú predstavu o mieste konania deja. Tvorcovia si takisto potrebujú naplánovať ilustračné zábery, ktoré budú v prestrihoch vložené do rozhovoru, aby sa divák neunavil z neustáleho pohľadu na subjekt. Oblíbeným ilustračným záberom sú napríklad ruky, na ktoré sa počas rozhovoru občas prestrihne.

To najdôležitejšie na koniec: nezabudnite získať jasný súhlas respondenta s nakrúcaním.

## Pätnásť tipov pri tvorbe interview<sup>41</sup>

### **Príprava nakrúcania:**

1. Kľúčom ku kvalitným záberom je dobré nasvetenie scény a dobre nasnímaný zvuk. *Pozorne sa dívajte na to, čo nakrúcate, a pozorne počúvajte svojich respondentov.*
2. Keď sa dívate na respondenta, zdroj svetla by mal byť vždy za vami.
3. Používajte statív.
4. Ak plníte funkciu zvukára, použite polouzavreté alebo uzavreté slúchadlá, aby ste skontrolovali zvuk záberov a mohli vyfiltrovať nežiaduce ruchy z okolia.
5. Pri snímaní kamerou sa držte *pravidla dvojtretinovej kompozície.*
6. Respondentov snímajte detailom (hlava spolu s ramenami až po poprsie) a polodetailom (postava približne od pásu hore).
7. Nehýbte kamerou, kým to nie je nevyhnutné.

### **Počas interview:**

8. Prvou otázkou by mal byť *informovaný súhlas*: „Súhlasíte s tým, aby sme tento rozhovor s vami nakrútili?“
9. Druhá otázka: požiadajte svojho respondenta, aby sa vám predstavil a uviedol, kto je a čo robí.
10. Uistite sa, že otázky, ktoré kladiete, majú *otvorenú štruktúru* (t. j. nedá sa na ne odpovedať len áno alebo nie) a že respondent odpovedá celými vetami, aby jeho výpoveď dávala zmysel. Napríklad odpoveď: „päť rokov“ vám bude nanič, nenastriháte ju. S odpoveďou „bola som prostitútkou päť rokov“ sa už dá pracovať.
11. Zoznam otázok na interview si pripravte vopred a opýtajte sa ich všetky.
12. Neprerušujte svojho respondenta a neskáče mu do reči, pokiaľ to nie je vyslovene nevyhnutné.
13. Opýtajte sa respondenta, čo by chcel ešte dodať.
14. Počas interview zachovajte mlčanie.
15. Po skončení interview urobte zápis o zázname a označte príslušné médium.

# Po nakrútení dokumentárneho filmu

Podľa francúzskeho režiséra Roberta Bressona sa každý film rodí trikrát: prvé narodenie predstavuje napísanie scenára, druhé narodenie nakrútenie filmu a tretím je zostrihanie filmu.<sup>42</sup> Akých zásad a postupov sa treba držať pri zostrihu nakrúteného materiálu? Na to sa snaží odpovedať táto kapitola.

## / *Strih a jeho význam*<sup>43</sup>

Film získava vďaka strihu vo fáze postprodukcie výsledný tvar. Strihač z nakrúteného, nahratého a doplnkového materiálu (obraz, zvuk, hovorené slovo, grafika, hudba, text) vytvára svojbytný celok: príbeh, ktorého význam vzniká vďaka efektu juxtaopozície. Pospájaním záberov do súvislého toku sa utvára nový zmysel. Strih je tou najnáročnejšou fázou v celom procese výroby filmu. Strihačova zručnosť a talent sa v obrovskej miere podpisujú na výsledku. Kreatívny strihač dokáže aj z amatérskych záberov urobiť pôsobivé video, nešikovný aj dobre nakrútený materiál znehodnotí v nesúvislej koláži obrazov a zvukov. Existujú tisíce spôsobov, ktorými možno zostrihať daný materiál. Žiadni dvaja strihači nezostrihajú jeden a ten istý záznam rovnakým spôsobom. Každý tvorca sa snaží uplatniť svoj vlastný jedinečný prístup a usiluje sa vytvoriť zmysluplné dielo.

Bez ohľadu na to, či sa vyrába hraný alebo dokumentárny film, odhaduje sa, že

surový nakrútený materiál prevyšuje výslednú stopáž dvadsaťpäť- až päťdesiatkrát. Pri dokumentačných a časozberných projektoch sa tento pomer môže vyšplhať až na osemdesiatnásobok alebo ešte viac. Napríklad nakrútiť nejakú udalosť vám mohlo trvať celé hodiny, no vo vašom konečnom diele sa z nej objaví len pár sekúnd. Niekedy nastane opačná situácia: máte málo materiálu a musíte si s tým v strižni poradiť.

Pri zostrihu filmu je dôležitá vaša vízia. Preto treba plánovať strih už vo fáze preprodukcie, pri písaní osnovy a pracovného scenára. Riadte sa nimi počas nakrúcania. Existuje spôsob strihu, ktorý je výrazne štrukturovaný a drží sa plánu, ale možné sú aj organickejšie prístupy, kde sa strihá aj podľa toho, čo sa nakoniec podarilo nakrútiť. V každom prípade, odporúča sa vychádzať z osnovy alebo pracovného scenára a zároveň dovoliť záznamu, aby k nám prehovoril sám osebe. To je vlastne umenie strihu: rozumný kompromis medzi pôvodným plánom a víziou na jednej strane a reálnym materiálom, ktorý sa vyrobil, na druhej strane.

Existuje nejaká stratégia, ktorej sa pri strihaní aktivistického dokumentu treba držať? V klasickom dokumentárnom alebo hranom filme logiku strihu diktuje príbeh. Navyše, strihač zvyčajne nemá žiaden osobný vzťah k ľuďom, ktorí vystupujú v zázname, ani ho nemusí zaujímať ďalšie použitie dokumentu.

V aktivistickom dokumente sa, naopak, kladie dôraz:

- > na kontakt s cieľovým publikom
- > na odovzdanie kľúčového posolstva
- > na etické otázky
- > na preukazovanie rešpektu ľuďom, o ktorých sa film nakrúca.

Samozrejme, svoju rolu hrá aj kvalitný príbeh, ale v aktivistickom dokumente ide najmä o citlivo vyvážený vzťah medzi nakrútenými respondentmi, strihačom a cieľovým publikom. Skupina teenagerov bude reagovať inak ako napríklad sudca. Keď sa budete snažiť svoje publikum povzbudiť a vyzvať k aktivite, môžete sa pritom opierať o silu umeleckej výpovede, môžete rátať s empatiou alebo staviť na priame metódy presvedčovania. Môžete, pochopiteľne, všetky tri prístupy kombinovať. Pokiaľ budete mať na starosti strih, vašou úlohou je vdýchnuť príbehu život.

V aktivistickom kontexte môžu pri strihaní filmu nastať dve situácie: tá prvá vzniká vtedy, ak je dokumentarista scenáristom, režisérom, kameramanom i strihačom v jednej osobe. Výhodou je, že dobre pozná tému, posolstvo, príbeh, celkový zámer aj nakrútený materiál. Ak sa pustí do strihu, môže mu to neskôr veľmi pomôcť pri nakrúcaní. V strižni sa presvedčí, čo všetko nakrútil zle. Začínajúci dokumentaristi často nenakrútia dostatok materiálu, pomocou ktorého možno vizualizovať príbeh a prepojiť ho s nakrútenými rozhovormi. Alebo nevyrobia dostatočné množstvo ilustračných záberov. Až v strižni si uvedomia nezastupiteľnú úlohu takejto stopáže pre film. Je to dobrá škola pre nasledujúci filmový projekt. Okrem toho si tvorca počas nakrúcania pravdepodobne vytvoril blízky vzťah so svojimi respondentmi, takže bude pri úprave materiálu automaticky citlivejší na etický rozmer. Nezainteresovanej osobe sa to nemusí podariť.

Druhá situácia vzniká, ak sa o funkcie kameramana a strihača delia dve osoby. V takom prípade síce strihač nebol na scéne,

to mu však paradoxne umožňuje pozrieť sa na materiál „čerstvými očami“. Niekedy sa, samozrejme, môže stať, že v strižni vytvorí situáciu, ktorá na mieste nakrúcania v skutočnosti nenastala. Preto je dôležitý dokumentarista, ktorý na scéne bol a udalosti videl tak, ako sa odohrali. Tým sa zaručí hodnotnosť a autenticnosť dokumentárneho diela. V každom prípade, dobrá komunikácia medzi dokumentaristom a strihačom má zásadný význam.

Strihač musí byť trpezlivý. V strižni za počítačom bude tráviť dlhé hodiny a dookola pozerieť nakrútený záznam. Podľa producenta Howarda Weinberga je znakom dobrého strihača zručnosť vyhľadávať informácie a spájať ich do zmysluplných súvislostí, cit pre rytmus a schopnosť vybudovať emocionálne ladenie príbehu. Bez ohľadu na štruktúru alebo obsah celého dokumentu, o úspešnosti projektu bude rozhodovať jasné porozumenie skutočnosti a emocionálne reakcie, ktoré dielo vyvolá v každom momente svojho trvania. V prípade aktivistického dokumentu od toho dokonca môže závisieť celá kampaň.

Strihač sa musí neustále rozhodovať, v akej dĺžke ponechá daný záber, či použije hudbu alebo nie, do akej sekvencie daný záber vloží a podobne. Je iróniou, že jeho prácu na konci zdanlivo vôbec nevidieť. Znakom toho, že sa podarila, býva skutočnosť, že film pôsobí hladko a plynule a nikto si strih nevšimne.

Režisér Peter Wintonick ponúka začiatčovníkom radu: „V každej fáze výroby filmu sa snažte premýšľať ako strihač.“ V praxi to znamená vopred si premyslieť svoj príbeh, žáner a štýl, v akom ho chcete podať. Dokumentarista Joey Lozano zdôrazňuje význam práce podľa osnovy a scenára: koncept príbehu vás bude viesť pri nakrúcaní. Keď máte hotový materiál, môžete sa vrátiť k osnove alebo scenáru a vyznačiť si, ktoré zábery sa vám podarili a ktoré nie. Potom sa vráťte k svojmu príbehu a začnite pracovať na pláne výsledného zostrihu filmu. Musíte mať aj odvahu svoj materiál drasticky redukovať. Pri nakrúcaní



môžete zachytiť množstvo uhlov pohľadu na jeden a ten istý problém. Vo výslednom dokumente však použijete len niekoľko z nich. Potrebujete tiež vysvetliť svojim respondentom, že nie každý, koho nakrúтите, sa vo výslednom filme objaví. Predstavte si, že nazbierate dvadsaťpäť hodín materiálu, a plánujete ho zostrihať na desaťminútový film!

### Užitočný softvér na strih nakrúteného materiálu

Trh ponúka viacero počítačových programov špecificky vyvinutých na strih digitálneho videa. Možno poznáte jednoduchý program **Windows Movie Maker**, ktorý je k dispozícii zadarmo pre užívateľov operačného systému Windows. Na tomto mieste uvádzame prehľad najpoužívanejších strihačských programov. Ak len začínate s vlastnou filmovou alebo dokumentaristickou tvorbou, nezabudnite, že budete potrebovať nejaký čas na to, aby ste sa s funkciami vášho softvéru oboznámili! To môže v niektorých prípadoch trvať niekoľko dní. Ak ste začiatočníci, nezabudnite tento čas naplánovať do harmonogramu výroby.

Sofistikované programy na strih digitálneho videa:

- > **Adobe Premiere Elements:** zrejme najpredávanejší a najznámejší softvér na strih videa. Verzia pre profesionálov sa volá **Adobe Premiere Pro**.
- > **Corel VideoStudio Pro:** náročnejší typ softvéru s viacerými funkciami a špeciálnymi efektmi.
- > **CyberLink PowerDirector:** komplexný poloprofesionálny program na strih videa.
- > **MAGIX Movie Edit Pro 2013 Plus:** vynikajúci všestranný nástroj s množstvom funkcií.
- > **Pinnacle Studio HD:** flexibilný nástroj na strih videa s viacerými funkciami.
- > **Sony Vegas Movie Studio HD:** strihový program s veľkým množstvom funkcií. Jeho plné zvládnutie si vyžaduje určitý čas a trpezlivosť.

Jednoduchšie programy na strih digitálneho videa:

- > **Videopad Master's Edition:** jednoduchý program s obmedzeným výberom efektov.
- > **Ulead VideoStudio:** komplexný, ale užívateľsky nenáročný program.
- > **Roxio Video Lab HD:** nástroj podobný ako Windows Movie Maker, s obmedzenými funkciami.
- > **Roxio Creator:** jednoduchý program na strih videa a prácu s multimédiami.
- > **ArcSoft ShowBiz DVD 2:** veľmi jednoduchý program, ale nie veľmi vhodný na vytvorenie videa pre webové publikovanie.

Riešenia pre Apple (MAC): **iMovie** (program je zdarma) alebo **Final Cut Pro**.

### Etické aspekty strihu<sup>44</sup>

Keď dokončíte nakrúcanie a presuniete sa do strižne, dištancujte sa aj od kontextu, v ktorom ste pracovali so záznamovou technikou. Vzniká určitý odstup. Je dôležitý na to, aby ste získali nadhľad nad svojím materiálom, avšak vo fáze postprodukcie nie ste v kontakte s publikom, pre ktoré nakrúcate, čo môže znížiť vašu citlivosť k etickým aspektom dokumentu.

Tvorcovia aktivistického dokumentu musia pri strihu čeliť najrozličnejším morálnym dilemám,<sup>45</sup> ktoré si počas nakrúcania vôbec nemuseli uvedomiť. Ako strihač a aj ako aktivista nesiete zodpovednosť za to, čo vo vašej strižni vznikne, preto musíte poznať všetky riziká. Je veľmi dôležité, aby ste *dodržali všetky záväzky a sľuby, ktoré ste dali svojim respondentom*. V strižni môžete čeliť veľkému pokušeniu použiť stopáž tak, že porušíte nejaké tabu. Musíte mať jasno v tom, aký bol kontext toho, čo ste nakrútili. Filmový tvorca má v strižni nástroje na manipuláciu obrazu, zvuku, môže deformovať či pozmeniť význam výpovedí alebo zmeniť celkový uhol pohľadu tak, že vytrhne veci zo súvislostí. Hoci by takýto postup výslednému vyzneniu vášho dokumentu pomohol, myslite na to, že by ste tým mohli niekomu poškodiť.

Rešpektuje preto, ak vás subjekt požiadal o anonymitu. Ubezpečte sa, že ste jeho identitu dostatočne zamaskovali. Hoci v strižni môžete digitálnymi nástrojmi rozmazať jeho tvár, nemusí to komunitu, kde sa váš respondent pohybuje, stačiť. Okolie ho môže rozoznať podľa oblečenia alebo hlasu.

Pri strihu postupne priradujete jeden záber za druhý. Vzniká tak efekt juxtapozície, nový význam, ktorý sa vytvára na pozadí spojených záberov. Práve juxtapozícia môže vyvolať ďalšie etické problémy, ktoré predtým neboli evidentné. Uvedomte si, že vašich respondentov môže spôsobiť, akým ste svoj materiál zostrihali, ohroziť! Striham môže vzniknúť celkom nežiaduci kontext. Pri strihu aktivistického dokumentu by malo byť *všetko podriadené bezpečnosti: musíte ju zaručiť každému, kto sa vo filme objaví*. Tým sa toto dielo líši od klasických dokumentárnych filmov alebo spravodajstva, v ktorých sa subjekt nemôže vyjadriť k zamýšľanému posolstvu materiálu, k prezentovanému uhlu pohľadu ani k výslednej štruktúre príbehu.

Podľa producenta a občiansko-právneho aktivistu Sama Gregoryho môže pri strihu vzniknúť konflikt medzi požiadavkami dramatickosti a etickej korektnosti. Položte si preto kontrolné otázky: Je obraz v súlade s tým, čo sa v zábere hovorí, alebo sa so slovnými informáciami dostáva do rozporu? Ak do interview nastrihávate iné zábery, aký význam majú? Čím presahujú zmysel toho, čo bolo povedané? Nepreháňate svojimi ilustračnými zábermi to, čo subjekt hovorí? Obraz totiž môže vďaka efektu juxtapozície zvýšiť dramatickosť toho, čo divák počuje vo zvukovej stope. Nedostávate sa do rozporu s tým, čo chcel respondent povedať? Môže sa napríklad stať, že bude hovoriť o zmierení, ale vy jeho posolstvo prehlúšite násilnými obrazmi.

Ďalším rizikom, ktorého sa treba vyvarovať, je trivializácia alebo prehnaná dramatizácia nejakého motívu, problému alebo témy. Dokumentaristi môžu byť v pokušení ukázať natoľko zlý obraz situácie, ako je len možné. Sústredia sa na jej názornú prezentá-

ciu namiesto toho, aby analyzovali príčiny jej vzniku. Možnosti strižne lákajú tvorcov, aby prifarbovali emócie, ktoré ponúka nakrútený materiál, čiže dochádza k *emocionálnej manipulácii*. Môže ísť napríklad o prehnanú dramatizáciu: zaobalíte svoje posolstvo do sugestívneho, zaujatého komentára sprevádzaného tvrdou hudbou a obrazmi v spomalených záberoch a ešte pritom budete mať pocit, že slúžite spravodlivosti.

Dramatickosť, hudba a emócie, prirodzene, do filmovej tvorby patria. Podstatné je však, ako tieto prvky využijete. Sú v zhode so skutočnosťou? Alebo ste u seba vyzorovali sklon sklznúť k stereotypom, aby ste zmanipulovali svojich svedkov a publikum? Viaceré charitatívne organizácie napríklad využívajú obrazy podvyživených, hladujúcich detí podfarbené sentimentálnou hudbou, aby útočili na ľudský súcit a vytĺkli z publika financie na svoju misiu. Avšak čo tento spôsob zobrazenia hovorí o anonymných deťoch? Čo hovorí o samotnom publiku? *Vždy rešpektujte dôstojnosť osoby, ktorú nakrúcate. Nikdy nikoho nenakrúcajte v kontexte, ktorý by pre neho mohol byť dehonestujúci alebo ponížujúci.*

Sam Gregory dodáva ďalšie rady: položte si otázku, aké posolstvo vlastne divákovi odovzdávate. Prezentujete nejakú užitočnú agendu, alebo len prázdne horekovanie? Šírite optimizmus, alebo pesimizmus? Ukazujete bezmocné obeť, alebo bojujúcich, statočných ľudí? Vyzerajú vďaka vám svedkovia ako nešťastné obeť, ktoré treba zachrániť? Alebo nechávate svojich respondentov prehovoriť a poskytnete im dostatok priestoru na vlastnú aktivitu, aby sa aj oni sami mohli zapojiť do riešenia, ktoré potrebujú? Neskĺznúť k *charitatívnemu klišé* môže byť niekedy náročná výzva, zvlášť, ak zháňate finančné prostriedky od sponzorov alebo donorov. Ak však podľahnete, dostanete sa do bludného kruhu podporovania škodlivých ilúzií. Publikum je už z tohto typu obrazov unavené. Tým, že svojich svedkov zobrazíte ako obeť, oslabujete ľudí, ktorým ste chceli pôvodne pomôcť a posilniť ich hlas.

Joey Lozano sumarizuje svoju skúsenosť s dokumentaristickým aktivizmom takto: „Ak s kamerou navštívite nejakú komunitu, kde majú len samé problémy a riešenie je v nedohľadne, výsledkom len ťažko bude niečo iné ako dokument, ktorý prezentované problémy prevalcujú a ktorý sa môže končiť veľmi neradostne. Uvedomte si však, že ak danému spoločenstvu neukážete žiadnu nádej, môžete mu tým vlastne uškodiť! V určitom okamihu som sám pochopil, že je načase prezentovať aj pozitívne aspekty nejakej situácie, pozitívne stránky ľudí, ktorí sú ovplyvnení nepriaznivými okolnosťami a musia s nimi bojovať. Myslím si, že výsledným efektom takéhoto dokumentu pre divákov je inšpirácia, aby sa sami pokúsili o riešenie, ktoré dielo prezentuje. Aby neostali paralyzovaní obrazmi beznádeje. Bolo by fajn, keby dokument dokázal ukázať aj svetlé stránky ľudského zápasu s problémami.“

## **/ Zverejnenie dokumentárneho filmu na internete<sup>46</sup>**

Najjednoduchším spôsobom, ako zverejniť svoje aktivistické video, je umiestniť ho na online video kanály. Medzi najpoužívanejšie internetové služby tohto typu patrí **YouTube, Dailymotion, Google Video a Yahoo Video**. Pri jeho nahraní sa nezabudnite zaregistrovať a vytvoriť si ľahko identifikovateľný *login*. Nemusí to byť totiž posledné video, ktoré zverejníte. Ak svoj dokument rozdelíte na viaceré klipy alebo neskôr vyprodukuje ďalšie diela, bolo by dobré, aby ho potenciálne publikum našlo pod jedným užívateľom. Označte svoj dokument vhodnými *nálepkami (tagmi)*, čím uľahčíte jeho vyhľadanie a kategorizáciu. Internetové služby s online videom sú pravidelne inovované, tak preskúmajte všetky aktuálne možnosti, ktoré prinášajú. YouTube ponúka spolu s účtom aj vytvorenie vlastného *kanálu (channel)*, čo je ideálne, ak chcete, aby vás niekto pravidelne sledoval a dostával notifikácie o novinkách z vašej produkcie.

Ak ste video umiestnili, čo ďalej? Pokúste sa linku naň zverejniť na sociálnych sieťach (**Facebook, Myspace, Friendster, Twitter, Orkut, LinkedIn**) na svojich profiloch. Facebook ponúka aj možnosť vytvoriť si vlastnú *skupinu* alebo *stránku*, čo je ideálne, ak chcete, aby vybrané skupiny publika sledovali vašu činnosť. Linky na sociálnych sieťach sa šíria ako vírus, kvalitne urobené video má teda šancu dosiahnuť uspokojivú sledovanosť. Dosiahnutá popularita vášho videa (počet prezretí) vám prezradí veľa o vašich propagačných schopnostiach. Ukáže vám aj kvalitu a šírku kontaktov vo vašich reálnych (nielen elektronických) sieťach.

Linku na video môžete, pochopiteľne, poselať svojim kontaktom aj e-mailom alebo esemeskou. Buďte opatrní: niektorí vaši známi (väčšinou vzdialenejšie kontakty) to môžu považovať za spamovanie. Pri posielaní linky hromadnému adresátovi e-mailom *vždy zadávajte adresy svojich kontaktov do skrytej kópie (Bcc)*! Výborný spôsob propagácie je zverejniť linku na video na vašom blogu. Kontextu, zámeru a posolstvu dokumentu môžete venovať aj samostatný blog. Pokúste sa založiť si blog s občiansko-právnou alebo inou aktivistickou problematikou *skôr*, než dokončíte film – aby ste mali istotu, že niekto vašu tvorbu a činnosť bude sledovať. Pokúste sa tiež získať kontakty na známych žurnalistov, občianskych aktivistov a vplyvných blogerov. Aj ich by mohol váš projekt zaujímať.

K ďalším zásadám online publikovania podľa organizácie Witness patrí:

- > Ak nakrúcate aktivistický dokument s úmyslom jeho online publikovania, snažte sa vyhnúť nadmerným pohybom kamery a vnútrozáberovým pohybom.
- > Používajte ostrý strih namiesto prelínačiek.
- > Titulky v obraze sa zrejme budú dosť ťažko čítať, použite radšej komentátora alebo dabing.

- > Snažte sa využiť formát interview: je to spoľahlivý spôsob ako odovzdať informácie a ponúka stabilné zábery, ktoré sa dobre streamujú.
- > Ideálna dĺžka online videa je tri až päť minút. Ak je váš dokument dlhší, nastrojte ho radšej na viacero videoklipov. Publikum si pozrie, čo ho bude zaujímať, a ten, kto bude chcieť, si pozrie všetko. Ak umiestňujete dlhší dokument, vyrobte k nemu trailer.
- > Doplnite svoje video textovými informáciami a fotografiami.
- > Usilujte sa nahráť pri nakrúcaní kvalitný zvuk. Pri pomalšom pripojení na internet bude kvalita zvuku vyššia ako kvalita obrazu.

Očakáva sa, že s technologickým pokrokom a čoraz vyššou kapacitou pripojenia sa interaktívne video svojou kvalitou priblíži digitálnej televízii. To, pravdaže, ovplyvní technické a výrazové možnosti online videa. Zatiaľ však väčšina sveta využíva wifi pripojenie, ktoré nedokáže prenášať plnoformátový digitálny obraz. Snažte sa svoje online video prispôbiť týmto obmedzeniam. Berte do úvahy aj skutočnosť, že mnoho užívateľov si zvykne prezerať online video na smartfónoch, a tak sú obmedzenia a odporúčania z predchádzajúceho zoznamu stále na mieste.

# Sila dokumentárneho filmu

## / Ako dosiahnuť spoločenskú zmenu prostredníctvom aktivistického dokumentu

V čom vlastne spočíva sila dokumentárneho filmu?<sup>47</sup> Dokument dokáže vyvolať výrazné emócie, a to prostredníctvom skutočného, autentického príbehu na rozdiel od fikcie hraného filmu. Môže sa stať nástrojom budovania spolupráce medzi skupinami a organizáciami, ktorých spája podobné zmýšľanie a rovnaký cieľ. Môže osloviť široké publikum, keďže na jeho vnímanie a pochopenie nie je potrebné žiadne extra vzdelanie. Dokáže búrať negatívne stereotypy a pomáha aktivistom osloviť nové, rôznorodé a početné skupiny publika, a to najmä vtedy, ak sa vysielala v televízii. Aktivistický dokument je možné rozdeliť na viaceré segmenty a použiť v rozličných kontextoch.

Existuje viacero možností, akým spôsobom implementovať aktivistický dokument do kampane a použiť ho v snahe dosiahnuť spoločenskú zmenu. Uvádzame viacero príkladov jeho úspešnej realizácie.

> Využitie aktivistického dokumentu ako vzdelávacieho alebo organizačného nástroja v konkrétnej komunite: Aktivistický dokument *Books not Bars* (Knihy, nie mreže) v dĺžke 22 minút použila nezisková organizácia Ella Baker Center for Human Rights v Kalifornii, ktorá na ňom

spolupracovala s organizáciou Witness a inými spojencami. Spoločne sa zmobilizovali a vytvorili nátlak na okresný úrad v Alamede, aby upustil od svojich plánov postaviť „väznicu pre deti“. Dielo vznikalo v kontexte hnutia mladých ľudí proti narastajúcemu väzenskému priemyslu v USA, ktorý často diskriminuje občanov inej farby pleti. Kampaň trvala dva roky, aktivisti pri nej využili aj sprievodný materiál. Návrh na zriadenie väznice nakoniec neprešiel.

### > Použitie videa v kolektívnom kontexte:

Rozvojová organizácia Maneno Mengi upozornila na problém v regióne Mtwara v juhovýchodnej Tanzánii. Skupina rybárov z rybieho trhu v Kilwe obvinila vedúceho predstaviteľa okresu, že z finančných prostriedkov vyzbieraných na daniach neprispieva do námorného environmentálneho fondu ani do rozpočtu dediny. Peniaze sa nepoužívali na ten účel, na ktorý boli získané. Organizácia Maneno Mengi využila dokument, aby pomohla miestnej komunite pochopiť zmysel sociálnych a ekonomických rozvojových aktivít.

Ak chcete svoj dokument použiť v nejakom miestnom kontexte, výsledným produktom vášho úsilia môže byť čosi ako „video výber“ – krátke videosprávy o tom, ako sa určitý miestny projekt rozvíja.

> **Umiestnenie videa na internete, kde sa stane súčasťou prebiehajúcej kampane:**

Trailer k dokumentárnemu filmu Michaela Moora *Fahrenheit 9/11* (2004) bol umiestnený na internete a cirkuloval medzi viacerými skupinami naprieč USA vrátane aktivistického združenia [www.moveon.org](http://www.moveon.org). Jeho cieľom bolo motivovať ľudí, aby prišli na film do kina a aby sa zúčastnili registrácie voličov v roku 2004 a mohli ísť voliť. Dokument mal vysokú úspešnosť. Zverejnenie dokumentu na internete ponúka jedinečnú príležitosť pre aktivistov, keďže je možné prepojiť ho s prípravou sprievodných materiálov, s relevantnými internetovými linkami a ďalšími informačnými zdrojmi a priamo vyzývať ľudí na akciu. Viacero príkladov môžete nájsť na adrese [www.witness.org](http://www.witness.org). Treba si však dať pozor na to, že internetové riešenie prichádza do úvahy iba pre tie skupiny cieľového publika, ktoré majú dostatočne rýchle pripojenie. Nemusí to byť práve ideálny nástroj, ak sa snažíte osloviť nejakú vidiecku komunitu v rozvíjajúcej sa oblasti.

> **Produkcia a prezentácia presne zacieľového dokumentu s výzvou na konkrétnu akciu pre osoby s vplyvom na verejnú mienku:**

Nezisková environmentálna organizácia Amazon Watch z Peru produkovala dokumentárny film *Camisea Project*, ktorý pôsobivo ilustroval škody spôsobené v miestnej oblasti výstavbou plynovodu. Výsledkom bolo, že výbor Export-Import Bank USA, podporovanej z daní, zamietol požiadavku o finančnú podporu plynovodu vo výške 1,3 milióna dolárov.

Kontaktovanie kľúčového vládneho orgánu, komisie, rady, neziskovej organizácie alebo obchodnej spoločnosti s vplyvom na verejnú mienku môže byť pre vašu aktivistickú kampaň zásadné. Osoby na významných postoch často nemajú kontakt s bežnými ľuďmi, ktorých sa dotýkajú ich rozhodnutia. Aktivistický dokument pomôže preniesť „hlas z ulice“ priamo do kan-

celárie. Užitočné je doplniť dokument dobre pripravenými sprievodnými správami a realistickými návrhmi riešení. Oboznámte so svojím dielom aj známych žurnalistov, občianskych aktivistov a vplyvných blogerov. Možno budete prekvapení zo synergického efektu, ktorý tak dosiahnete.

> **Predloženie nakrúteného záznamu ako dôkazového materiálu polícii, súdnym orgánom alebo medzinárodnému tribunálu:**

Medzinárodná organizácia Mental Disability Rights International (MDRI), ktorá chráni práva ľudí s duševným ochorením, predložila v roku 2003 v spolupráci s Witness pred komisiu ľudských práv Inter-American Commission on Human Rights dôkazový záznam o neľudských podmienkach, ktoré panovali v neuropsychiatrickej klinike v Paraguaji. Dokument sa zamerával na dvoch dospievajúcich chlapcov, Jorgeho a Julia. Obaja boli zamknutí v izolačkách vyše štyroch rokov, nahí, bez prístupu do kúpeľne. Ich cely boli zašpinené od moču a výkalov. Organizácia MDRI pripravila petíciu, video ako dôkazový materiál a požadovala intervenciu. Výsledkom bolo, že komisia urgovala riešenie a na kliniku prišiel audit – paraguajský prezident a minister zdravotníctva. Riaditeľ bol odvolaný a ustanovili aj vyšetrovaciu komisiu.

Poznámka: Ak má dokumentárny film poslúžiť ako dôkaz, pravdepodobne budete musieť použiť nezostrihaný nakrútený záznam – teda surový materiál.

> **Predloženie aktivistického dokumentu výboru OSN, zvláštnemu spravodajcovi alebo ombudsmanovi:**

Organizácia Human Rights Alert z indického Manípuru v spolupráci s organizáciou Witness predložila pracovnej skupine OSN pre nútené alebo nedobrovoľné zmiznutia dôkazový materiál – dokumentárny záznam očitého svedectva o zmiznutí mladého chlapca Sanamacha, ktorého uniesli predstavitelia indickej vlády pre podozrenie z účasti na manípurskom

separatistickom hnutí. Hoci sa o podobných únosoch vedelo, predstavitelia OSN boli týmto svedectvom znepokojení a vytvorili tlak na indickú vládu. Na vyšetrenie celého prípadu bola zriadená komisia.

V prípade plánu použiť aktivistický dokument týmto spôsobom by ste mali svoj materiál doplniť písomnou dokumentáciou a mali by ste prepojiť obsah videa s údajmi o porušovaní práv. Premietnutie videoreportáže však musíte zosúladiť so zasadnutiami výborov OSN alebo iných medzivládnych orgánov.

> **Vytvorenie verejného vyhlásenia vo forme videa:** Koalícii na zriadenie medzinárodného trestného súdu (The Coalition for an International Criminal Court) sa v spolupráci s Witness podarilo vytvoriť silné verejné vyhlásenie vo forme videa, ktorým mobilizovali obyvateľov, aby vyvinuli tlak na svoju vládu, od ktorej požadovali ratifikáciu štatútu Medzinárodného trestného súdu. Video pozostávalo z drsnej dokumentácie zločinov proti ľudskosti, ktoré sa odohrali v priebehu 20. storočia. Jednotlivé klipy v anglickej, francúzskej a španielskej jazykovej mutácii mali 30, 60 a 90 sekúnd. Vysielali sa v tých krajinách, kde vlády mali strategický vplyv na ratifikáciu štatútu. Kampaň bola úspešná.

Krátky klip s verejným vyhlásením (zvyčajne v dĺžke tridsiatich sekúnd) môže byť efektívnym nástrojom na mobilizáciu širokej verejnosti. Môže však ísť o nákladný projekt, pretože potrebujete zaangažovať niekoho, kto má skúsenosti s nakrúcaním reklám a tvorbou materiálov určených na verejnú prezentáciu. Skúste sa zamyslieť aj nad potenciálnymi možnosťami televízneho vysielania alebo distribúcie videa v sieti organizácií, ktoré pôsobia v treťom sektore.

> **Produkcia sebestačného dokumentárneho filmu:** Indickí mediálni aktivisti Drishti Media Collective v spolupráci s ľudsko-práv-

nyimi aktivistami z Ahmadábádu nakrútili 55-minútový film *Lesser Humans* (Menej než ľudia) o degradácii a pohrdaní, ktoré zažívajú Bhangiovia z kasty dalitov – tzv. nedotkuteľných. Ich úlohou je napríklad spopolňovanie mŕtvych, opracúvanie koží, pôrodná asistancia, čistenie stôk a odstraňovanie uhynutých zvierat. Film mal v Indii stovky premietaní a do distribúcie išlo viac ako 5000 kópií. Dokument šokoval publikum bezprostrednými obrazmi podmienok, v ktorých musia Bhangiovia žiť. Ukázal tak reálnu prax ich spoločenskej exklúzie. To kontrastovalo s vyhláseniami predstaviteľov vlády, ktorá obviňovala Bhangiov z nezáujmu a ľahostajnosti.

Dlhší dokumentárny film (30 až 45 minút) môže byť účinným nástrojom v snahe vzdelávať publikum, ak sa verejne premieta alebo ho odvysielala televízia. Zvážte však výšku finančných i časových investícií a náročnosť zabezpečenia televízneho vysielania vášho diela. Ak nemáte možnosť odvyselať svoje dielo v televízii, premyslite si, či sa vám vôbec to množstvo práce a finančných prostriedkov oplatí investovať. Pripomíname, že na výrobu hodiny dokumentárneho filmu môže byť potrebné nakrútiť až 80 hodín surového materiálu. Rozsah surového materiálu vám však pomôže zredukovať precízny, vopred premyslený scenár a príprava rozhovorov.

> **Posunutie nakrúteného materiálu televízii:** Váš dokumentárny záznam sa môže stať súčasťou televízneho spravodajstva. Organizácia Witness v spolupráci s dlhoročným partnerom Joeym Lozanom pomáhala v oblasti južných Filipín koalícii domorodého obyvateľstva Nakamata využiť video ako nástroj v aktivistickom úsilí. Podarilo sa im zaznamenať, ako dopadli ich mierumilovné snahy získať späť pozemky, ktoré boli v ich dedičskom vlastníctve. Traja domorodí vodcovia boli zavraždení, ostatných napadli a ich dedinu zrovnali so zemou. Miestni predstavitelia vlády nereagovali, Lozano

a Nakamata preto v oblasti pomocou videokamier dokumentovali, čo sa stalo, zbierali materiál, robili rozhovory so svedkami a nahrávali miesto činu. Tento záznam odvysielala národná televízia v najprestížnejšej investigatívnej spravodajskej relácii „Probe Team“. Uvideli ju milióny divákov. Záznam obstál ako ťažiskový dôkazový materiál pred Národným vyšetrovacím úradom Filipín. Vďaka nátlaku a výzvam na akciu šíreným cez webové stránky sa nakoniec incident začal vyšetrovať. Dvaja podozriví z vraždy sa ocitli pred súdom.

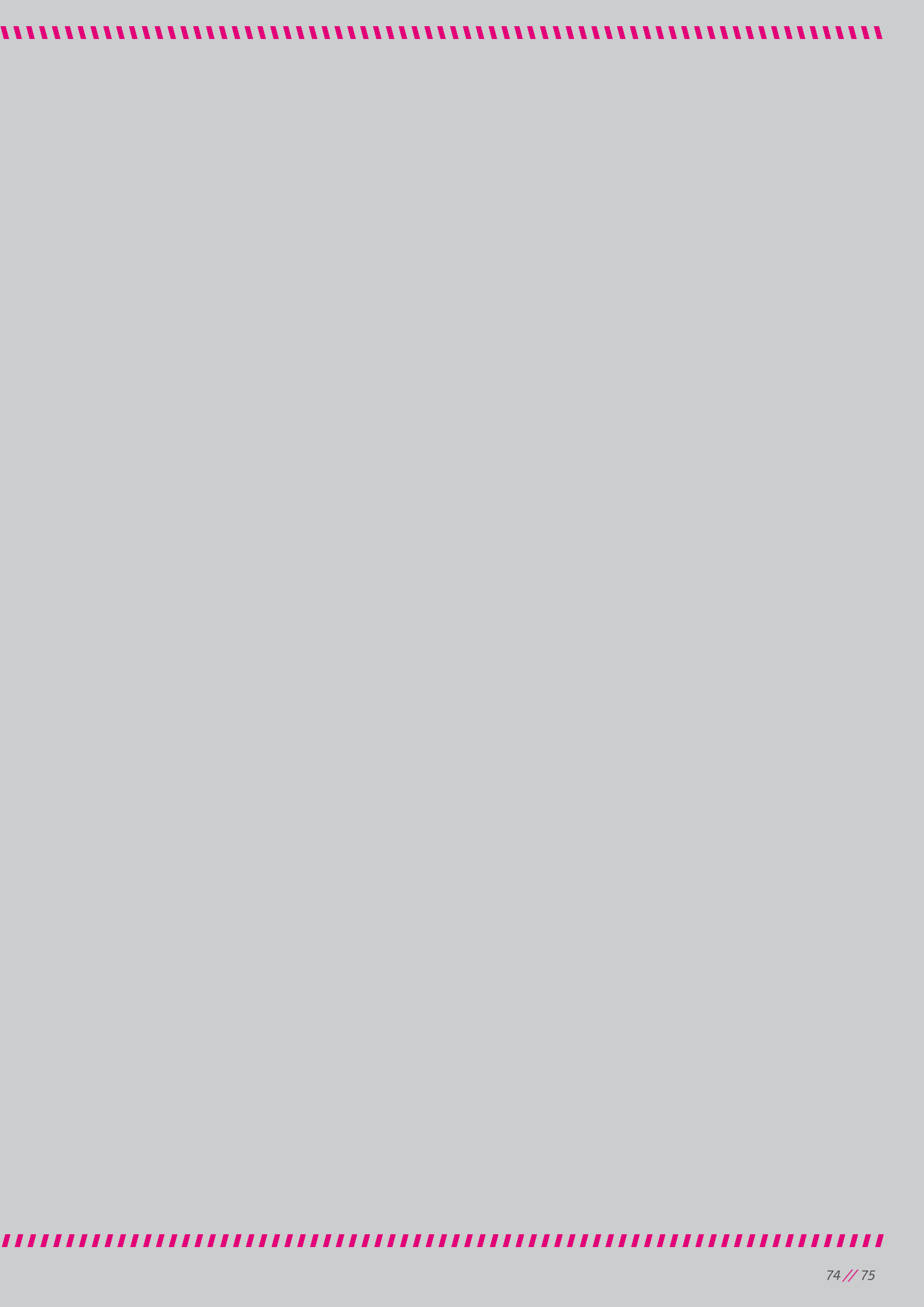
V určitých prípadoch sa kvalitný, neupravený záznam stáva jediným dôkazom trestného činu alebo porušovania ľudských práv. Ak ho chcete doručiť do televízie – či už lokálnej, národnej, regionálnej alebo medzinárodnej – poskytnite záznam kľúčových udalostí s doplňujúcimi písomnými informáciami o tom, čo sa stalo, a kontaktom na svedkov/dotknuté osoby. Možnosť zverejniť svoj dokument v televízii závisí, samozrejme, od toho, do akej miery sú médiá, na ktoré sa obrátite, komerčne orientované. Silne komerčne založené médiá sa väčšinou hlbkovejšiemu spracovaniu sociálnych tém vyhýbajú. Zverejnenie záznamu v medzinárodných spravodajských sieťach typu CNN je zvyčajne veľmi komplikované a závisí od toho, či váš materiál korešponduje s prípadom alebo témou, ktorá je aktuálne v centre ich pozornosti. Nemusíte však presviedčať producenta v televízii, aby odvysielal váš

dokument, môžete televízii poskytnúť surový záznam ako materiál na jej vlastné spracovanie. V konečnom dôsledku to však môže vaše zamýšľané posolstvo oslabiť.

Z tohto prehľadu rôznorodých možností použitia aktivistického dokumentu sú evidentné jeho silné stránky, rovnako je zrejmá aj jeho účinnosť a spoločenský dopad. Avšak napriek svojim benefitom to nemusí byť ten najlepší nástroj pre každú aktivistickú kampaň či organizáciu. Opäť treba zdôrazniť finančnú nákladnosť a najmä časovú náročnosť dokumentárnej produkcie. Vystáva tu viacero otázok: Bude vo vašich možnostiach zaobstaráť zábery, bez ktorých sa vaše posolstvo nezaobíde? Je zamýšľaný príbeh dostatočne dobrý a pôsobivý na to, aby ho vôbec bolo vhodné nakrútiť? To podstatné je nájsť príbeh. Bez neho svoju tému, svoj aktivistický zámer len ťažko zviditeľníte.

Aktivistické video má moc dotknúť sa ľudí, ktorí ho budú pozerieť. Umožní im vcítiť sa do kože a skúsenosti zobrazených ľudí. Môže ich motivovať, aby sa snažili zapojiť do vzniknutej situácie a pomohli dosiahnuť zmenu. Ak ste našli horúcu tému, ste schopní dostať sa k ľuďom, o ktorých chcete rozprávať, a veríte si, že je vo vašich silách vytvoriť dielo, ktoré zapôsobí a vtiahne publikum, pustite sa do nakrúcania!

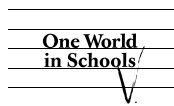




# Pramene

- 1) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. Príručka Video for Change. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange\\_videoadvocacy\\_titled.pdf](http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange_videoadvocacy_titled.pdf)
- 2) – 4) BLECH, Richard a kol. 1993. Encyklopédia filmu. Bratislava: Obzor, 1993, s. 200.
- 5) – 6) ADLER, Cesta k filmovému dokumentu. 1997, s. 30.
- 7) Podľa National Film Board of Canada – Behind the Camera. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [www3.nfb.ca/enclasse/doclens/btc.php?DLshown=true&language=e](http://www3.nfb.ca/enclasse/doclens/btc.php?DLshown=true&language=e)
- 8) REIFOVÁ, Irena a kol. 2004. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004, s. 127.
- 9) JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara. 2003. Média a společnost. Praha: Portál, 2003, s. 156, 157  
a REIFOVÁ, Slovník mediální komunikace, s. 192.
- 10) Podľa National Film Board of Canada – Behind the Camera. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [www3.nfb.ca/enclasse/doclens/btc.php?DLshown=true&language=e](http://www3.nfb.ca/enclasse/doclens/btc.php?DLshown=true&language=e)
- 11) – 20) Baraka [film]. Réžia Ron Fricke. USA, 1992.
- 21) Podľa National Film Board of Canada – Behind the Camera. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [www3.nfb.ca/enclasse/doclens/btc.php?DLshown=true&language=e](http://www3.nfb.ca/enclasse/doclens/btc.php?DLshown=true&language=e)
- 22) Michael Grigsby a Nicholas McClintock, „The State We’re“. In: Dox. 6, 6 – 10
- 23) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: <http://witness.org/how-to/tip-sheets/create-a-video-outline>  
a podľa National Film Board of Canada – Behind the Camera. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [www3.nfb.ca/enclasse/doclens/btc.php?DLshown=true&language=e](http://www3.nfb.ca/enclasse/doclens/btc.php?DLshown=true&language=e)
- 24) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. Príručka Video for Change. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange\\_production\\_titled.pdf](http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange_production_titled.pdf)
- 25) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: <http://witness.org/training/resources/10-questions-answer-you-film>
- 26) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: <http://witness.org/how-to/tip-sheets/set-smart-objectives>
- 27) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: <http://witness.org/how-to/tip-sheets/create-a-plan>
- 28) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: <http://witness.org/sites/default/files/downloads/video-action-plan-final.pdf>

- 29) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. Príručka Video for Change. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange\\_storytelling\\_titled.pdf](http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange_storytelling_titled.pdf)
- 30) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: <http://witness.org/sites/default/files/downloads/best-practices-before-filming-1.1.pdf>
- 31) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. Príručka Video for Change. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange\\_production\\_titled.pdf](http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange_production_titled.pdf)
- 32) Zdroj obrázka: <http://facweb.cs.depaul.edu/sgrais/images/rulethirds/travel-photos-rule-of-thirds-10b.jpg>
- 33) Zdroj obrázka: <http://12-kristie.blogspot.sk/2010/10/180-degree-rule.html>
- 34) Zdroj obrázka: [http://en.wikipedia.org/wiki/30-degree\\_rule](http://en.wikipedia.org/wiki/30-degree_rule)
- 35) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. Príručka Video for Change. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange\\_production\\_titled.pdf](http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange_production_titled.pdf)
- 36) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: <http://witness.org/how-to/tip-sheets/filming-with-mobile-phone>
- 37) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. Príručka Video for Change. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange\\_production\\_titled.pdf](http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange_production_titled.pdf)
- 38) Podľa National Film Board of Canada – Behind the Camera. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange\\_storytelling\\_titled.pdf](http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange_storytelling_titled.pdf)
- 39) Pozri viac: KRATOCHVÍL, Miloš V. – DVOŘÁK, František A. 1972. Jak psát hry pro film a televizi. Rukověť filmové a televizní dramaturgie a scenáristiky. Fakulta filmová a televizní na Akademii múzických umění v Praze. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1972;  
NOVOTNÝ, David J. 2000. Chcete psát scénář? I. Základy dramaturgie II. Žánry v hraném filmu. Praha: FAMU, 2000; GINDL-TATÁROVÁ, Zuzana. 2001. Hollywoodoo - filmové ilúzie podľa zaručených receptov. Bratislava : SFÚ, 2001.
- 40) Podľa National Film Board of Canada – Behind the Camera. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [www3.nfb.ca/en/classe/doclens/btc.php?DLshown=true&language=e](http://www3.nfb.ca/en/classe/doclens/btc.php?DLshown=true&language=e)
- 41) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: <http://witness.org/how-to/tip-sheets/15-interviewing-tips>
- 42) – 44) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange\\_editingforadvocacy\\_titled.pdf](http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange_editingforadvocacy_titled.pdf)
- 45) Pozri aj HASS, Aaron. 1999. Morální inteligence. Jak rozvíjet a kultivovat dobro v nás. Praha: Columbus, 1999; THOMPSON, Mel. 2004. Přehled etiky. Praha: Portál, 2004.
- 46) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. Príručka Video for Change. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange\\_storytelling\\_titled.pdf](http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange_storytelling_titled.pdf)
- 47) Podľa Human Rights Videos – Witness.org. Príručka Video for Change. [online.] [cit 2012-12-16.]  
Dostupné na: [http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange\\_videoadvocacy\\_titled.pdf](http://witness.org/sites/default/files/downloads/videoforchange_videoadvocacy_titled.pdf)



*Táto príručka vznikla s finančnou podporou Európskej únie. Za jej obsah je plne zodpovedné Občianske združenie Ľudia v ohrození a príručka nereprezentuje názory Európskej únie, ktorá nezodpovedá za použitie informácií obsiahnutých v príručke.*