

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Kaja Vrhovec Andrič

Dokumentarni film in družbeni aktivizem

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Kaja Vrhovec Andrič

Mentor: doc. dr. Dejan Jontes

Dokumentarni film in družbeni aktivizem

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

»Margaret Mead taught me that we should never doubt that a small group of thoughtful people could change the world. Indeed, it's the only thing that ever has.«

- Peter Wintonick

Hvala vsem, ki ste me navdušili za filmsko ustvarjanje in mi vzbudili zanimanje za film.

Hvala mentorju Dejanu Jontesu, za izredno odzivnost, potrpežljivost in prijetno sodelovanje.

Hvala mojim puncam za moralno podporo – Jasna, Tjaša, Nika, Neža, Lana in še ena Lana.

Hvala moji družini, brez vas ne bi šlo.

In največja hvala Alešu, moji ljubezni in opori, vedno in povsod.

Dokumentarni film in družbeni aktivizem

Dokumentarni film je že kmalu po svojem nastanku, postal orodje raznih družbenih gibanj, ki so se borila za človekove pravice. Vse do danes se je izkazal kot učinkovit medijski žanr za ozaveščanje o problemih družbe in vzpodbujanje ljudi k akciji. Dokumentarni film, narejen z namenom doseganja sprememb v družbi, se imenuje angažirani dokumentarec. V nalogi nas je zanimalo predvsem zakaj so takšni dokumentarci primernejši žanr za prikazovanje družbenokritičnih tem od ostalih in na kakšne načine dosegajo svoj aktivistični potencial. Zanimalo nas je, kako filmski jezik, forma in stil povečujejo možnost aktivističnih dejanj občinstva. Z analizo filmskega jezika in forme dokumentarnega filma *The true cost* smo ugotavljali, kako ta dva aspekta filmskega ustvarjanja delata dokumentarec bolj prepričljiv. Poleg tega nas je zanimalo, na kakšne načine dokumentarec ustvarja občutke empatije pri gledalcih in zakaj je to pomembno. Ugotovitve so pokazale, da je vzbujanje empatije, kot tudi drugih čustev, izjemno pomembno, še pomembnejša pa je celostna strategija, s katero dokumentarec doseže pravo in čim širše občinstvo. Izkazalo se je, da je angažiran dokumentarni film medijski žanr, ki lahko ustvarja nove teme popularnega diskurza, navdihuje družbeni aktivizem in občasno tudi pripomore k spremembam v družbi.

Ključne besede: dokumentarni film, angažirani dokumentarec, družbeni aktivizem, dokumentarni žanr, družbene spremembe

Documentary film and social activism

Soon after its creation, the documentary film became a tool of various social movements that fought for human rights. To date, it has proven to be an effective media genre for raising awareness of society's problems and encouraging people to take action. The documentary film, made with the intention to achieve changes in society, is called a committed documentary. In this work we were particularly focused on questions why are these documentaries more appropriate genre for displaying socially critical topics than others and in what ways are they achieving their activist potential. We were interested in how film language, form and style increases the possibilities of activism. By analyzing the film language and the form of a documentary film *The True Cost*, we explored how these two aspects of filmmaking make the documentary more convincing. In addition, we were interested in the ways in which the documentary creates feelings of empathy and why this is important. Our findings have shown that creating empathy, as well as other emotions, is essential, but the most important thing is creating a strategy by which the documentary reaches the right and the widest possible audience. As it turns out, we can say that committed documentary is a media genre that can create new topics of popular discourse, inspire social activism and occasionally contribute to changes in society.

Keywords: documentary film, committed documentary, social activism, documentary genre, social changes

KAZALO

1 UVOD	7
1.1 TERMINOLOŠKI UVOD	9
2 MOČ DOKUMENTARNEGA FILMA	11
2.1 DOKUMENTARNI FILM KOT ŽANR ZA OBDELAVO DRUŽBENOKRITIČNIH TEM	13
2.2 DOKUMENTARNI FILM IN DRUŽBENI AKTIVIZEM SKOZI ZGODOVINO	18
2.2.1 LETA DO DRUGE SVETOVNE VOJNE.....	19
2.2.2 LETA PO DRUGI SVETOVNI VOJNI.....	22
2.2.3 ANGAŽIRAN DOKUMENTARNI FILM ZADNJEGA POL STOLETJA.....	28
2.3 AKTIVISTIČNI POTENCIAL SODOBNEGA DOKUMENTARNEGA FILMA	33
2.4 KLJUČNI DEJAVNIKI, KI PRIPOMOREJO K DRUŽBENEMU AKTIVIZMU IN POTENCIALNIM SPREMEBAM V DRUŽBI	38
3 DOKUMENTARNI FILM KOT UMETNOST	43
3.1 KONVENCIJE DOKUMENTARNEGA FILMA	43
3.1.1 NAČINI DOKUMENTARNIH REPREZENTACIJ PO BILLU NICHOLSU.....	44
3.1.2 FILMSKI JEZIK PO BORDWELLU	49
3.1.2.1 MIZANSCENA	49
3.1.2.2 KINEMATOGRAFIJA	52
3.1.2.3 MONTAŽA	58
3.1.2.4 ZVOK.....	63
3.2 OBLIKOVANJE POMENA IN FILMSKA FORMA	65
3.2.1 FORME DOKUMENTARNEGA FILMA PO BORDWELLU.....	67
3.3 TEHNIKE VZBUJANJA ČUSTEV IN EMPATIJE PRI GLEDALCIH	69
4 ANALIZA FILMA THE TRUE COST	71
4.1 VSEBINA FILMA IN NJEGOVE DRUŽBENE IMPLIKACIJE	71
4.2 FILMSKI JEZIK IN STILISTIČNI ELEMENTI FILMA	74
4.2.1 TEMATSKI SKLOPI.....	75
4.2.2 UVRSTITEV OBRAVNAVANEGA FILMA V DOKUMENTARNO REPREZENTACIJO PO NICHOLSU IN FORMO PO BORDWELLU	79
4.2.3 MIZANSCENA	81
4.2.4 KINEMATOGRAFIJA.....	84
4.2.5 MONTAŽA.....	92
4.2.6 ZVOK.....	102
4.3 AKTIVISTIČNI POTENCIAL OBRAVNAVANEGA FILMA	104
5 SKLEP	108
6 LITERATURA	112

KAZALO SLIK

Slika 3.1: Postavitev kamer v skladu s prostorsko kontinuiteto.....	63
Slika 4.1: Osvetlitev v intervjuju s Safio Minney na vlaku.....	83
Slika 4.2: Osvetlitev: Shima s svojo mamo v domači hiši.....	84
Slika 4.3: Osvetlitev: večerni prizor Shime z otroki.....	84
Slika 4.4: Plitka globinska ostrina na posnetku odpadnih oblačil.....	85
Slika 4.5: Spodnji kot: vhod v modno trgovino Zara.....	86
Slika 4.6: Normalni kot: modna trgovina H&M.....	87
Slika 4.7: Spodnji kot: protestniki in policisti na protestih v Kambodži.....	87
Slika 4.8: Zgornji kot: tovarna oblačil.....	88
Slika 4.9: Srednji bližnji plan	89
Slika 4.10: ... ki mu sledi total.....	89
Slika 4.11: Daljni total: panorama s Haitija.....	90
Slika 4.12: Daljni total: odpadne obleke.....	91
Slika 4.13: Bližnji plan: šivanje.....	92
Slika 4.14: Primer daljšega posnetka.....	94
Slika 4.15: Odprtje ene izmed trgovin na črni petek.....	95
Slika 4.16: Domovi ljudi iz držav v razvoju.....	95
Slika 4.17: Nakupovanje oblačil na črni petek.....	96
Slika 4.18: Izdelovanje čevljev v Indiji.....	96
Slika 4.19: Modna Youtube blogerka.....	97
Slika 4.20: Delavka v tovarni oblačil.....	97
Slika 4.21: Manekenka.....	98
Slika 4.22: Množica pred modno trgovino.....	98
Slika 4.23: Vožnja na delo.....	98
Slika 4.24: Množice pred trgovino.....	99
Slika 4.25: Tovarna oblačil.....	99
Slika 4.26: Oglas za obleke.....	100
Slika 4.27: Škopljenje s pesticidi.....	100
Slika 4.28: Onesnažena voda.....	101
Slika 4.29: Ženska z dermatološkimi težavami.....	101
Slika 4.30: Delavka z otrokom na delovnem mestu.....	102
Slika 4.31: Nakupovanje na črni petek.....	102
Slika 4.32: Grafični prikaz pojavljanja #whomademyclothes na socialnih omrežjih in odziv modnih podjetij.....	108

1 UVOD

Že zelo zgodaj po odkritju filma v poznem 19. stoletju so določeni posamezniki in skupine ugotovili, da se lahko dokumentarni film uporabi kot orodje – bodisi za izobraževanje ali podajanje informacij bodisi za doseganje določenih ciljev in sprememb v družbi. Slednje se je ohranilo vse do danes. S tehnološkim napredkom in dostopnejšo filmsko opremo danes nastane ogromno dokumentarnih filmov, od profesionalnih in dolgometražnih do kratkih in amaterskih. Splet je prepravljen z video vsebinami dokumentarnega značaja. Še vedno pa vlada prepričanje, da večina ljudi raje posega po zabavnih vsebinah kot po resnejših, za družbo pomembnejših temah. Zato nas preseneti podatek, da se trend morda obrača. Nove epizode dokumentarne oddaje Planet Earth II¹, naj bi pred zaslone pritegnile več mladih kot resničnostni šov The X Factor (Hooton 2016) in tudi na splošno naj bi bilo zanimanje za dokumentarne vsebine vedno večje.

Moje zanimanje za dokumentarni film in moje presenečenje nad vplivom, ki ga je imel ta name, na moje potrošniške navade in okoljevarstveno zavest, je prineslo vrsto vprašanj. Ali lahko rečemo, da spada dokumentarni film med najmočnejše medijske žanre sodobnega časa? Kaj ga dela tako prepričljivega? Je mogoče, da dokumentarni film prinese spremembe v družbi – da zaradi dokumentarnega filma spremenimo svoja mišljenja in navade? Istočasno pa sem si zastavljala vprašanja o dokumentarnem filmu kot umetniškem delu. S kakšnimi umetniškimi konvencijami postane močnejši, prepričivejši? Ali so imeli dokumentarci, ki so meni spremenili življenje, enak učinek tudi na druge ljudi ali pa so ti isti filmi za nekatere popolnoma brez vrednosti?

Cilj moje magistrske naloge je raziskati, zakaj so dokumentarni filmi primeren medijski žanr za prikazovanje družbenokritičnih tem in na kakšne načine lahko sprožajo družbeni aktivizem. Zanimalo me je, kako lahko žanrske konvencije dokumentarnega filma pripomorejo k vzbujanju čustev in empatije pri gledalcih ter zakaj, če sploh, je to pomembno.

¹ Planet Earth II je BBC-jeva dokumentarna serija o živalih in naravi iz leta 2016 in predstavlja nadaljevanje enake oddaje izpred desetih let. Velja za najboljšo televizijsko dokumentarno oddajo o naravi, saj jo zaznamuje izredna kinematografija z najnovejšimi tehnologijami (ultra visoka ločljivost 4K, ekstremni bližnji in počasni posnetki živali, daljinsko snemanje, snemanje iz zraka) in naracija s poznanim televizijcem in okoljevarstvenikom Davidom Attenboroughom. (Hooton 2016)

V prvem, teoretičnem delu naloge sem se posvetila zgodovini dokumentarnega filma in z njim povezanim družbenim aktivizmom od nastanka tega žanra in vse do danes. Spraševala sem se, ali je mogoče, da zaradi dokumentarnega filma pride do družbenih sprememb. Omenjam nekaj najbolj znanih družbenokritičnih dokumentarnih filmov, ki so imeli takšen ali drugačen vpliv na družbene spremembe in se dotaknem problematike merjenja tega vpliva. Zanimalo me je, s kakšnimi strategijami je mogoče povečati aktivistični potencial dokumentarnega filma. Nadalje sem bolj poglobljeno raziskala dokumentarne filmske konvencije in ugotavljala, kako formalna struktura, stil in filmski jezik vplivajo na gledalčeva čustva in oblikujejo pomen.

V empiričnem delu naloge sem iz zastavljanih teoretskih izhodišč skušala ugotoviti, kako se dokumentarni film in njegov aktivistični potencial obnese v praksi. Obravnavala sem dokumentarni film *The True Cost* iz leta 2015. Film govori o vplivu modne industrije na ljudi in naravo in skozi to problematiko podaja kritičen pogled na potrošniško kulturo. Analizirala sem formalno strukturo omenjenega filma, torej njegove narativne in stilistične elemente, predvsem kinematografijo in montažo. Skušala sem ugotoviti, kako narativna in formalna struktura filma pripomoreta k vzbujanju empatije pri gledalcih in na kakšne načine so skušali avtorji filma povečati njegov aktivistični potencial.

Glavna raziskovalna vprašanja so:

- Ali je dokumentarni film primernejši medijski žanr za prikazovanje družbenokritičnih tem od ostalih žanrov in če je, zakaj?
- S katerimi elementi dokumentarni film dosega svoj aktivistični potencial?
- Na kakšne načine dokumentaristi ustvarjajo občutke empatije pri gledalcih?
- Ali je vzbujanje empatije eden ključnih elementov, ki lahko spodbudi družbeni aktivizem?

Raziskava je relevantna, saj poudarja zavest o pomenu dokumentarnega filma kot medijskega žanra, ki lahko ruši stereotipe, ustvarja nove diskurze o perečih družbenih temah in spodbuja družbeni aktivizem, s čimer pa potencialno lahko vpliva na spremembe v družbi.

1.1 TERMINOLOŠKI UVOD

Ker je osrednja tema tega dela dokumentarni film, naj na začetku najprej opredelimo ključne termine s tega področja. Preden se je uveljavil izraz dokumentarni film, so filmski ustvarjalci svoja dela imenovali z različnimi termini. To čemur danes rečemo dokumentarec, je bilo včasih vse od »izobraževalcev«, »aktualcev« in »interesnih filmov« ali pa so jih poimenovali glede na temo, na primer »potovalni filmi«. Prvi, ki je uporabil in tudi uveljavil izraz »dokumentarec«, je bil John Grierson. Ta ga je definiriral kot »umetniško reprezentacijo dejanskosti« – definicija se je izkazala za trajno, najverjetneje zato, ker je tako fleksibilna. (Aufderheide 2007, 3) Bordwell razlaga, kaj upravičuje našo domnevo, da je nek film dokumentarec. Dokumentarni film običajno do nas že pride opredeljen kot tak – zaradi naslova, publicitete, medijske pokritosti ali tematike. Takšno označevanje nas vodi do pričakovanja, da prikazani ljudje, kraji in dogodki resnično obstajajo ter da so informacije o njih verodostojne. (Bordwell in Thompson 2008, 338) Iz tega bi lahko napletli preprosto definicijo: dokumentarec je film o resničnem življenju. Vendar ravno to je problem – je film o resničnem življenju, ne resnično življenje kot tako. Lahko rečemo, da so dokumentarni filmi portreti resničnega življenja, resnično življenje pa predstavlja njihov surov material. Ustvarjeni so s strani umetnikov in tehnikov, ki sprejemajo odločitve o tem, katero zgodbo povedati komu in s kakšnim namenom. Ali dokumentarni film potemtakem predstavlja resnico, je nikoli dokončana razprava z mnogo odgovori. Od dokumentarca običajno ne zahtevamo, da je popolnoma objektivni ali absolutna resnica. Dokumentarist lahko uporablja poetični jezik ali realnost prikazuje simbolično. Pričakujemo pa, da bo dokumentarni film pošten in iskren prikaz nekogaršnje izkušnje realnosti. (Aufderheide 2007, 1–3) Kot pravi Nichols, je dokumentarni film prav tako težko definirati, kot je težko definirati izraza »ljubezen« in »kultura«. In tako kot se pomen ljubezni laže opredeli z njenim nasprotjem – sovraštvom, se tudi dokumentarni film laže opredeli z njegovim nasprotjem – igranim filmom. (Nichols 2001, 20) Tudi »v Sloveniji je prevladujoča opredelitvena shema temeljnih določil filmske umetnosti osnovana na zgledu, ki izvira iz angleškega govornega področja in v pojmovno središče postavlja kategorijo »fikcije« oziroma »fikcionalnosti«. (Šprah 2010, 24) Najpogosteje dokumentarni film torej definiramo glede na razliko »igrani – neigrani film«. »V prvo kategorijo naj bi tako sodila filmska dela, ki – po *Filmskem leksikonu* – »temeljijo na fiktivnem, izmišljenem in posebej uprizorjenem, insceniranem dogajanju«, v drugi sklop

pa ustvarjalnost, ki »izhaja iz realnosti in prikazuje stvarne osebe v njihovih okoljih.« (Šprah 2010, 24) Dokumentarni film torej ni reprodukcija realnosti, temveč reprezentacija sveta, ki ga že zasedamo. Reprodukcijsko ocenjujemo glede na podobnost z originalom, medtem ko ocenjujemo reprezentacijo bolj glede na užitek, ki jih ponuja, vrednost znanja, ki ga podaja in kvaliteto perspektive, ki jo predstavlja. Lahko rečemo, da dokumentarni film predstavlja določen pogled na svet – od tega, torej od reprezentacije, pa gledalci pričakujemo veliko več kot od reprodukcije. (Nichols 2001, 20–21)

Nekateri od dokumentarcev pričakujejo še več – pričakujejo, da bo dokumentarni film pripomogel k pozitivnim spremembam v družbi. Takšne dokumentarne filme Lyell Davies v svoji doktorski disertaciji *Expose, Impel, and Sustain Change: The Committed Documentary In Political Life* poimenuje politično angažirani ali samo angažirani dokumentarni filmi. Gre za podmnžico filmov, ki niso narejeni le z namenom izobraževanja gledalcev o svetu okoli njih, temveč so narejeni in krožijo z izrecnim ciljem po spreminjanju družbenih in političnih realnosti. (Davies 2009, 1) Poleg izraza angažirani dokumentarec, Šprah za takšno vrsto filma uporabi tudi izraza subverzivni dokumentarec in filmski obzornik. »Obzornik predstavlja zvrst dokumentarnega filma, ki je od svojih zametkov, segajočih domala v samo »rojstvo« umetnosti gibljivih podob, pomenila eno najustreznejših propagandnih orodij vladajočih struktur, hkrati pa se je vse od začetka revolucionarnih vrenj dvajsetega stoletja izkazovala za dobrodošlo subverzivno orožje v razrednem boju.« (Šprah 2014, 49)

Ker pomemben del te naloge predstavlja tudi razumevanje izraza družbeni aktivizem, in ker je ta tako povezan z angažiranim dokumentarnim filmom, naj na kratko opredelimo tudi to. Oxfordov slovar aktivizem opredeli kot uporabo močne kampanje za uresničitev političnih ali družbenih sprememb (English Oxford Living Dictionaries), Cambridgeov slovar pa kot uporabo neposrednega in opaznega delovanja za do sego rezultata, običajno političnega ali družbenega. (Cambridge Dictionary) Obstaja veliko načinov aktivizma, od direktne akcije, kot so protesti in ostale oblike ljudskih nepokorščin, do novejših oblik, kot je spletni aktivizem, ekološki aktivizem ali potrošniški aktivizem. Spletni aktivizem predstavlja vse procese uporabe spletnih socialnih komunikacijskih tehnik za namene kakršnega koli aktivizma. Spletni aktivizem pa je močno povezan tudi z ekološkim in potrošniškim aktivizmom.

Sodoben čas zaznamuje nizka udeležba na volitvah in spremljajoč občutek posameznikov, da so politično popolnoma nemočni. V okoljevarstvu se to kaže z odsotnostjo politične participacije državljanov v klasičnih oblikah političnega delovanja, kot so javna zborovanja, protesti, peticije, pisanje pisem odločevalcem idr. V istem času pa se je močno razširila zavest, da je posameznik soodgovoren za okoljsko krizo, zato mora v svojem življenju sprejeti ukrepe za zmanjšanje svojega negativnega odtisa na okolje. Z okoljevarstvenega vidika je zaželeno, da se posamezniki zavedo svoje moči, ki jo imajo kot potrošniki. Preko spremenjenih nakupnih izbir lahko vplivajo na industrijo, ta pa se do neke mere prilagaja in se odziva na zahteve potrošnikov. Ker so ljudje vedno bolj ozaveščeni, se je ponudba izdelkov na trgu, ki imajo manjši učinek na okolje, znatno povečala, tako da je postalo lažje biti »etični kupec«. (Savić 2015)

Kot ugotavlja Savić, se vedno več ljudi sprašuje o vplivu njihovih vsakdanjih navad na okolje in družbo. Medijske vsebine, ki opozarjajo na probleme potrošniške kulture, navdihujejo mnoge in tako se odpirajo podjetja, ki potrošnikom ponujajo bolj trajnostne alternative na vseh področjih, hkrati pa ozaveščajo potrošnike, ki želijo zmanjšati negativen vpliv na okolje in družbo.

2 MOČ DOKUMENTARNEGA FILMA

Zadnjih sto let skušamo razumeti, zakaj nas filmski medij tako zelo očara. Filmi posredujejo informacije in ideje, pokažejo nam kraje in načine življenja, ki jih drugače ne bi poznali. To, da nas filmi tako fascinirajo, ni naključje. Kot pravita David Bordwell in Kristin Thompson, so filmi namreč narejeni z namenom, da učinkujejo na gledalce. Pozno v 19. stoletju so se gibljive slike pojavile kot sredstvo za javno zabavo. Uspelo jim je, ker so nagovarjale in odgovarjale domišljiskim potrebam širšega občinstva. (Bordwell in Thompson 2008, 2) Film in kino sta se pojavila konec 19. stoletja v luči industrijske revolucije. V istem času so bile izumljene tudi druge tehnološke naprave (telefon, fonograf in avtomobil) in vse, vključno s filmom, so postale osnove velikih industrij. Film pa je poleg

tehnološkega napredka predstavljal tudi novo obliko zabave in nov umetniški medij. (Bordwell in Thompson 2003, 13)

Legenda pravi, da je prva javna projekcija filma *Arrival of the Train at La Ciotat Station* povzročila pravo paniko med občinstvom. Film bratov Lumière iz leta 1895, ki velja za prvi dokumentarni posnetek in označuje rojstvo dokumentarnega filma, v petdesetih sekundah pokaže običajen vsakdanji dogodek – prihod vlaka na postajo. Kljub banalnosti dogodka, naj bi film med gledalci povzročil strah in paniko – ljudje naj bi kričali in padali s stolov, saj je proti njim drvel vlak v naravni velikosti. Danes takšnega strahu seveda ne moremo razumeti (Loiperdinger in Elzer 2004), saj se z gibljivimi slikami srečamo že v zgodnjem otroštvu in nas le-te v nadaljnjem življenju spremljajo vsakodnevno. Gledalcem tistega časa pa sta gibanje objekta od daleč proti njim in presenetljiva globina posnetka ponudila izkušnjo, ki je bila zelo drugačna od gledališča. Ko je občinstvo videlo potnike, ki so zapuščali vlak, nekatere izmed njih zelo blizu kamere, ki je na videz niso videli, se je pokazala velika moč novega medija. (Barnouw 1974, 8) Filmi nam ponujajo močne estetske izkušnje, vpogled v različne kulture in nove načine razmišljanja. (Bordwell in Thompson 2003, 1) Imajo moč, da nam spremenijo načine, kako mislimo in čutimo. (Bordwell in Thomson 2008, xix) Kot so zapisali v poročilu enega največjih festivalov dokumentarnega filma *Hot Docs 2014*, se v zadnjem času znotraj filmskega medija vse bolj prebujata žanr dokumentarnega. (Finneran in Matters 2014, 3) »Predpostavka, da je sfera avdiovizualne dokumentaristike vsaj tako razsežna in razvejena kakor področja fikcionalnosti, na sebi ne pove veliko, precej bolj zgovoren pa je nemara podatek, da se zanimanje za vsebine, ki »temeljijo na dejanskosti« (oziroma naj bi temeljile), nezadržno povečuje, s čimer se seveda eksponentno širi tudi njihov vpliv.« (Šprah 2010, 33)

Ker so v dokumentarnem filmu problemi ljudi resnični, naj bi v gledalcih vzbudili več čustev in empatije kot igrani filmi. Empatija, ki je ustvarjena z močno upovedano zgodbo, je lahko odlično gorivo za akcijo, ki lahko vodi do sprememb v družbi. (Finneran in Matters 2014, 3) Tudi Šprah se strinja, da je »v procesih zaznavanja in naznanjanja družbenih sprememb umetnost vselej igrala pomembno, včasih celo nepogrešljivo vlogo.« (Šprah 2014, 46) In med vsemi umetnostnimi vrstami, zvrstmi, panogami in gibanji se je kot nadvse prikladen medij artikulacije subverzivnih praks izkazal prav dokumentarni film. (Šprah 2014, 46) Pogosto se zgodi, da gledalci po ogledu dokumentarca rečejo:

»Želim narediti nekaj v zvezi s tem, kako se počutim in kar sem ravnokar videl!« Kaj se torej zgodi, če dokumentarnemu filmu uspe aktivirati močna čustva v občinstvu, odstreti nove poglede in vzbuditi empatijo? Kot trdijo v poročilu Hot Docs, leži čarobnost dokumentarnih filmov prav v tem prebujenju empatije pri gledalcih (Finneran in Matters 2014, 3) in če jim videno, kot radi rečemo, ne da spati, se lahko zgodi, da bodo na tak ali drugačen način skušali ukrepati. Organizirana akcija pa lahko privede do velikih sprememb stališč, vrednot in praks neke družbe. Tako imajo lahko dokumentarni filmi v kombinaciji z zdravorazumskimi kampanjami globok in močan vpliv. (Finneran in Matters 2014, 3)

2.1 DOKUMENTARNI FILM KOT ŽANR ZA OBDELAVO DRUŽBENOKRITIČNIH TEM

Nefikcijski film je vtkan v politično življenje že vse od zgodnjih dni kinematografije – politika špansko ameriške vojne, propagandni filmi prve svetovne vojne, britanski dokumentarci o socialnih reformah iz 30-ih, ameriški televizijski dokumentarci iz 60-ih in nedavni dokumentarni filmi, ki prikazujejo socialne in politične razmere – vsi prikazujejo ali razlagajo različne politične realnosti. V nizu takšnih dokumentarcev najdemo podmnožico filmov, ki jim rečemo angažirani dokumentarci. Zgodovina politično angažiranega dokumentarnega filma je zgodovina načinov, kako so bili dokumentarci uporabljeni, kot tudi zgodovina socialnih in političnih gibanj, ki so oblikovala politične realnosti v preteklih sto in nekaj letih. Prvi, ki je uporabil izraz »angažirani dokumentarec«, je filmski raziskovalec Thomas Waugh, ki pravi, da termin »angažiran« kaže na »specifično ideološko zavezo o solidarnosti s ciljem radikalne družbeno-politične preobrazbe« in »specifičen politični položaj: aktivizem ali poseg v sam proces sprememb«. (Waugh v Davies 2009, 1)

Zakaj je dokumentarni film tako pogosto predmet izbire znotraj filmskega medija za posameznike ali skupine, ki iščejo žanr, s katerim naj bi dosegli družbene ali politične spremembe? Davies pravi, da se na to vprašanje ponuja več odgovorov – dokumentarci imajo sposobnost vizualno predstaviti resnične dogodke kmalu po tem, ko se pojavijo; ker

prikazujejo resnični svet, se nam zdi, da lahko nanj direkto tudi vplivajo; laže jih je narediti kot igrane filme itd. – vendar pa takšna pojasnila ponujajo le delno sliko, zakaj se politično angažirani filmski ustvarjalci večkrat odločajo za dokumentarni žanr, nadaljuje Davies. Dejansko takšne razlage posplošujejo pomen povezave dokumentarnega žanra in političnega življenja, namesto da bi jih kritično preučili. (Davies 2009, 3)

Razprava o dokumentarnem filmu proti igranemu v smislu zmožnosti vpliva teh dveh filmskih zvrsti na politično življenje je burna že vsaj od zgodnjih let sovjetskega filma. Povedano na kratko: zagovorniki dokumentarnega filma trdijo, da so, čeprav imajo dokumentarni in igrani filmi veliko skupnega (vključno s tehnologijo, narativno strukturo, koti kamer, stili montaže, glasbo, zvočnimi učinki, dialogi itd.), vseeno kategorično različni. Najbolj bistvena razlika med igranim in dokumentarnim filmom leži v tem, da dokumentarni filmi uporabljajo podobe, ki vsebujejo indeksikalen odnos do »realnega«. Indeksikalna podoba usmeri gledalca na nekaj drugega, na referenco podobe, ki je ali pa je bila resnična. (Davies 2009, 3–4) Filozof Charles Peirce je trdil, da je fotografija narejena v okoliščinah, v katerih je fizično prisiljena, da ustreza vsem delcem narave in to povezavo med podobo in objektom je poimenoval indeksikalna vez. Vez med reprezentacijo in referentom, torej med podobo in realnim svetom, ustvarja vtis avtentičnosti, iz katerega dokumentarni film črpa jamstvo za točnost in avtoriteto lastne reprezentacije. (Beattie 2004, 13) Teža, ki jo gledalci podeljujemo indeksikalni značilnosti zvoka in slike, iz katere izhaja predpostavka, da dokumentarni film predstavlja dokaze s posnetkom ali izgovorjeno besedo, se ne nanaša nujno na celotni dokumentarni film. Ponavadi gledalci razumemo in priznavamo, da je dokumentarni film kreativna obravnava dejanskega, in ne dejanskost sama. Dokumentarci uporabljajo dokaze, vendar jih uporabijo tako, da skonstruirajo svojo perspektivo o svetu oziroma svoj poetični ali retorični odziv na svet. Gledalci od takšnega preoblikovanja dokazov pričakujemo več kot le nizanje golih dejstev in smo razočarani, če se to zgodi. (Nichols 2001, 38) Ko govorimo o sposobnosti dokumentarca, da prikazuje realnost oziroma omogoča gledalcu, da vidi resnične dogodke, se navezujemo na podobnost v videzu indeksikalne podobe in njenega referenta. Tako so ustvarjene podobe, ki so z uporabo optično-fotografskih ali optično-elektronskih procesov podobne realnim ureditvam svetlobe oziroma teme, barv in gibanja. Takšne indeksikalne podobe, dostavljene gledalcem z dokumentarnimi filmi, fotoreportažami, televizijskimi, elektronskimi novicami in drugimi oblikami komunikacije z indeksikalnimi

podobami, igrajo pomembno vlogo pri sidranju naših prepričanj o realnosti našega sveta. Vplivajo na skoraj vsak vidik načina, kako se orientiramo v odnosu do fizičnega in družbenega okolja, v katerem živimo. Te edinstvene značilnosti dokumentarca pa na noben način ne zmanjšujejo dejstva, da ima tudi igrani film pomembno vlogo pri oblikovanju ali spreminjanju politične realnosti. Pravzaprav nam kažejo na bolj neposredno povezavo dokumentarca z »realnim«, kot pa je to značilno za večino igranih filmov. (Davies 2009, 4–5) Dokumentarni film v občinstvu stimulira epistefilijo – željo po vedeti – pravi Nichols. Združuje informativno logiko, prepričljivo retoriko ali pretresljivo poetiko, ki obljublja informacije in znanje, vpogled in ozaveščenost. Dokumentarec svojemu občinstvu obljublja, da bo izpolnjevanje želje po vedeti, njegov glavni cilj. (Nichols 2001, 40)

Nichols trdi, da tako imenovani »diskurzi razuma« (»discourses of sobriety«) naše družbe (to so na primer znanost, ekonomija, politike, izobrazba, religija, blaginja – sam mednje šteje tudi dokumentarni film) definirajo naše razumevanje realnosti, vzpostavljajo resnice in oblikujejo naš odnos s svetom okoli nas. Ti diskurzi, nadaljuje, imajo instrumentalno moč in s tem sposobnost oblikovati in preoblikovati realnost. Diskurzi razuma so streznitveni zaradi njihovega odnosa do realnega, ki je direkten, takojšen in transparenten. Skoznje se izvaja moč samodejno. Prek njih se stvari dogajajo. (Nichols v Davies 2009, 6–7) So vozila akcije in intervencije, moči in znanja, želje in volje, usmerjena v svet, ki ga fizično naseljujemo in delimo. (Nichols 2001, 39) Diskurzi razuma delujejo tako, da razlagajo in urejajo naše družbeno in politično okolje; izvajanje njihove avtoritete se vidi v uporabi širših družbeno-oblikovalnih principov, kot so pravičnost, demokracija, resnica ali pozitiven odnos do napredka. (Davies 2009, 7)

Dokumentarni film kot eden izmed diskurzov razuma pogosto velja za pomembnega, saj se navezuje na te iste principe pravičnosti, resnice, napredka itn. Tako kot znanstveni pozitivizem deluje na predpostavki, da lahko z opazovanjem in analizo »spoznamo svet«, tudi diskurzi ustvarjanja dokumentarnih filmov z zbiranjem in prikazom vizualnih dokazov delujejo na predpostavki, da lahko dokumentarni film naredi poznane prej nepoznane značilnosti naše ali tuje kulture; skozi proces zbiranja in prikazovanja dokazov pa lahko lažje pride do družbenega napredka in socialnih izboljšav. Z instrumentalno močjo, ki je pripisana dokumentarnemu filmu z umestitvijo med diskurze razuma,

postane dokumentarni žanr privlačno orodje za filmske ustvarjalce, ki želijo uporabiti dokumentarni film za namene političnih ali družbenih sprememb. (Davies 2009, 7)

Solanos in Getino sta leta 1986 zapisala, da filmi, ki jih uvrščamo med dokumentarne – od izobraževalnih do takšnih, ki rekonstruirajo zgodovinske dogodke – predstavljajo temelj revolucionarnega filmskega ustvarjanja, saj vsaka dokumentirana podoba priča, zavrača ali pogloblja resnico o neki situaciji in to je nekaj več kot zgolj filmska podoba umetniškega dejstva – postane nekaj, česar sistem ne zmore prebaviti. Čeprav danes manj pogosto slišimo takšne vrste marksistično retoriko s strani filmskih ustvarjalcev, so sledovi takšnega stališča vidni v razmišljanju mnogih sodobnih levičarskih in levo usmerjenih ustvarjalcev dokumentarnih filmov. Razlog, ki običajno stoji v ozadju ustvarjanja mnogih neodvisnih dokumentarcev danes, je prepričanje, da dominantni kanali korporativnih medijev neustrezno služijo političnim ali informacijskim potrebam gledalcev in s tem podpirajo določene politične ali korporativne hegemonije. V nasprotju s to tendenco skušajo mnogi sodobni ustvarjalci dokumentarcev uporabiti dokumentarni film kot sredstvo, s katerim pokažejo značilnosti sveta, o katerih korporativni mediji ne poročajo oziroma predstavijo politične perspektive, ki jih prevladujoči medijski kanali ne želijo pokazati. Tako zasnovani dokumentarni filmi so videti kot sredstvo, s katerim lahko pridobimo realnost iz brezna ustvarjenega s strani množičnih medijev in podpornikov hegemonije; s tem pa omogočajo gledalcem, da dojamajo realnost, kakršna »v resnici je«. (Davies 2009, 8–9) Takšna skupina dokumentarnih filmov, pravi Lindenfeld, želi spodbuditi državljane, da delujejo kot politični agenti skozi kulturno udejstvovanje. V takšnem primeru služi gledanje dokumentarnega filma kot osnova za vključevanje posameznikov v politične, gospodarske in kulturne državljane. Državljan kot potrošnik je hkrati tudi nekdo s politično močjo, nekdo, ki sodeluje v kulturnih praksah in ritualih. (Lindenfeld 2010, 380)

Kot pravi Rich, za vsak dokumentarni film v ZDA, ki ga v medijih opevajo kot dobrega in šokantnega, obstaja ustrezen nepoznan dokumentarec, ki je posnet v digitalni obliki, distribuiran prek festivalov ali interneta in ki podaja informacije, ki jih komercialni mediji ne (z)morejo več. Takšni dokumentarci dnevno nastajajo in opravljajo delo, ki ga vse bolj centralizirani in kontrolirani mediji ne morejo. S tem pa nagovarjajo tisti del (ameriške) publike, ki se je začela zavedati, da resnica v času korporativnega nadzora ni več

zagotovljena – ne s štiriindvajsetimi sličicami na sekundo, ne s satelitskimi krožniki ali stotinami kabelskih kanalov in ne po kakršnikoli uradni poti. Namesto tega se gledalci obračajo k opusu Roberta Greenwalda (*Iraq for Sale: The War Profiteers*), se seznanjajo z vsebino volilnih manipulacij (*No Umbrella*, *American Blackout*, *Street Fight*) ali manipulacij samih medijev (*Control Room*) in mnogih drugih tem. (Rich 2006, 110–111)

Zahteva, da dokumentarni filmi tako upodabljajo realnost, kot tudi spreminjajo realnost, je sprožila eno ključnih razprav o naravi, relevantnosti in učinkovitosti dokumentarnega filma. Za ustvarjalce radikalnih angažiranih dokumentarcev so tesne vezi med filmskim projektom in močno hegemonijo, ki oblikuje diskurze razuma, po eni strani privlačne, saj prežemajo dokumentarce z močjo za oblikovanje družbenih in političnih realnosti. Po drugi strani pa te vezi predstavljajo ideološki problem za radikalne filmske ustvarjalce, saj kažejo na to, da je dokumentarni film kot žanr tesno povezan z močnimi prevladujočimi hegemonskimi razumevanji »realnega«. V njihovih očeh vez med dokumentarnim in hegemonijo kaže na tveganje dokumentarnega, da služi naivnemu realizmu; tistemu, v katerem realnosti, predstavljene z dokumentarnim filmom, posnemajo realnost, kakor jo opredeljuje prevladujoč hegemonski red. (Davies 2009, 9–10) Strahovi, da lahko angažirani dokumentarni filmi posnemajo ideološke okvire, katerim hkrati nasprotujejo, so pripeljali angažirane ustvarjalce dokumentarnih filmov do inovacij, eksperimentiranja in različnih filmskih pristopov, ki segajo vse od konvencionalnih filmskih formatov s posredovanjem dokazov ali pričevanj, do kompilacijskih filmov z že obstoječim materialom in neskladnih form didaktičnega filmskega ustvarjanja, avtobiografij in mnogih drugih. Prizadevanja, da bi se izognili preprosti replikaciji že obstoječega hegemonskega reda, jih vodijo v kršenje mej dokumentarne filmske forme, s čimer se je angažirani dokumentarni žanr pozicioniral k ideološko najbolj zahtevnemu, vendar hkrati najbolj inovativnemu, kar se tiče same filmske forme. (Davies 2009, 10)

Davies opozarja, da je potrebno raziskavo angažiranega dokumentarnega filma razširiti tudi na raziskavo sprecificnega konteksta, v katerem je določen film nastal in krožil. Na tem mestu navaja Julianne Burton in Patricio Guzmán, ki pravita: Noben film ni zgolj samostojna entiteta, ki naj jo ocenjujemo le na podlagi njene narativne vsebine ali formalnih tehnik. Vsak film izhaja iz določenega zgodovinskega, družbenega, političnega in kulturnega konteksta in je usmerjen k njemu. Revolucionarna narava katerega koli

filma je v veliki meri določena z načinom produkcije in distribucije, ki ju določajo medčloveški odnosi ljudi, ki so film ustvarili, in z odzivi določenega občinstva. (Burton in Guzmán v Davies 2009, 13) Davies torej trdi, da je potrebno za popolno razumevanje takšnih dokumentarnih filmov vzeti v zakup okoliščine, v katerih so bili ti filmi narejeni. To so »socialna zgodovina, vidiki trga in ekonomija produkcije« kot tudi razpoložljiva tehnologija, omrežja za distribucijo in institucionalne prakse, ki omogočajo ali onemogočajo proces filmskega ustvarjanja. Zato predlaga, da je angažirane dokumentarne filme najbolj produktivno preučevati z raziskovanjem produkcijskega procesa in tekstualne vsebine v povezavi z okoliščinami, v katerih so bili narejeni, predvajani in sprejeti s strani občinstva. (Davies 2009, 13–14)

Za nekatere dele zakonodaje je neuradno znano, da so bili sprejeti zaradi dokumentarnega filma. Tak je na primer »Blackfish zakon« v Kaliforniji, zaradi katerega ni več dovoljeno držanje ork v ujetništvu. Znane so tudi celotne filmske produkcije, kot na primer Participant Media podjetnika Jeffa Skolla, ki se primarno osredotočajo na ustvarjanje dokumentarcev za namene družbenih sprememb. (Vasi in drugi 2015, 935) Več primerov takšnih praks in filmov bomo omenili v nadaljevanju, kjer bomo podali kratek oris zgodovine politično angažiranih dokumentarnih filmov. Kot so zapisali v *American Sociological Review*, pa morajo družbene vede še ugotoviti, na kakšne načine sistematično preučevati, kako družbena gibanja uporabljajo dokumentarne filme za spodbujanje kampanj za družbene spremembe. Namreč, ni še znano, ali so dokumentarni filmi učinkovita orodja za lokalne mobilizacije vsaj v tolikšni meri, da bi lahko vplivali na oblikovanje politik, bodisi posredno ali neposredno. (Vasi in drugi 2015, 935)

2.2 DOKUMENTARNI FILM IN DRUŽBENI AKTIVIZEM SKOZI ZGODOVINO

Občasno, a pogosto z izjemnim učinkom se kakšen dokumentarni film zasidra v javno zavest in sproži verigo dogodkov, ki spremenijo družbo. (Finneran in Matters 2014, 11) V tem poglavju bomo podali zgodovinski oris začetkov političnega dokumentarnega filma in njegovega razvoja ter našteali nekaj dokumentarnih klasik zadnjega pol stoletja, ki so prinesle spremembe v družbi. Primerov je zelo veliko, zato se bomo osredotočili le na

nekaj najprepoznavnejših.

Dokumentarni film je v svojem zgodovinskem razvoju prešel vrsto faznih prelomov, ki so vplivali tako na konfiguracijo njegovih ustvarjalnih vidikov kot njegovega sprejemanja. Prelomna dogajanja, ki jih je spremljal ali povzročal, so se v skladu z generično naravo dokumentaristične dovzetnosti za družbene, individualne, pa tudi tehnološke in znotraj-filmske spremembe odražala tako v osrčju »sedme umetnosti« kakor v sociokulturnih ter političnih razmerjih na splošno. (Šprah 2010, 9)

2.2.1 LETA DO DRUGE SVETOVNE VOJNE

Med leti 1910 in 1930 je prišlo do treh različnih razvojnih poti na področju filmskega ustvarjanja, ki so oblikovala nastanek tega, čemur danes rečemo angažirani dokumentarni film. Prva takšna razvojna pot se je začela v Rusiji, kjer so filmski ustvarjalci podali prvi teoretični pregled politično angažiranega nefikcijskega filma in njegovega delovanja. Delali so nefikcijske filme, ki so služili potrebam politične vzgoje in propagandnim potrebam boljševikov med revolucijo leta 1917 in kasneje. Druga razvojna pot se je pojavila v Severni Ameriki v zgodnjih dvajsetih letih, ko je filmski pionir Robert Flaherty prenesel tehnike montaže in dramatičnih narativnih stilov z igranega filma na neigran film. Posledica tega prenosa se je pokazala v dramaturškem slogu celovečernega dokumentarnega filma, kjer vidimo ljudi, ki niso igralci, realne lokacije in elemente etnografskih študij skupaj z dramatično pripovedjo. (Davies 2009, 34–35) Tretja razvojna pot pa se je pojavila v Veliki Britaniji, ko je John Grierson združil družboslovna načela raziskovanja in pozitivistične teorije socialnega napredka z nefikcijskim filmskim ustvarjanjem. Grierson je tudi prvi, ki je uporabil izraz »dokumentarni film«, s katerim je označil nefikcijski film, ki je po njegovem »kreativna obdelava resničnega« in združuje ravno pravšnje ravnovesje med dejstvi in umetnostjo filmskega. Grierson se je močno zavzemal za uveljavitev dokumentarnega filma kot filmske forme in je uspešno pridobil institucionalno priznanje za svoje prepričanje, da se lahko dokumentarni film uporabi za preučevanje družbe, v izobraževalne namene ali kot prizadevanja za socialne reforme. (Davies 2009, 35–36) Najbolj očitno sta na delovanje dokumentarnega filma danes vplivali druga in tretja razvoja pot. Dokumentarna načela in metode, ki jih je predstavil Grierson, in dramaturške pripovedne strukture, ki jih je uveljavil Flaherty, so običajno

prisotne na celotnem področju sodobne dokumentarne produkcije. Vendar je za angažiran dokumentarni film, predvsem kakor je deloval v poznih 30-ih in kasneje v 60-ih in 70-ih letih 20. stoletja, veliko bolj pomembno delo Sovjetov. (Davies 2009, 36) Med najprepoznavnejšimi začetniki angažiranega filma sta predvsem Dziga Vertov in Esfir Shub (začetnica kompilacijskega dokumentarnega filma). (Davies 2009, 37–38)

Sovjetski film je bil ključen za ustanovitev delavskih filmskih skupin, kot je bila na primer skupina Kino, ki je pokazala, kako se lahko film uporabi za določeno politično agendo, poleg tega pa so njihove projekcije povezale ljudi, ki so začeli delati svoje filme. Medtem ko je državna cenzura sicer onemogočala projekcije sovjetskega filma širši publiki, so ravno te restrikcije katalizirale združevanje istomislečih posameznikov, kar je pripeljalo do paralelne mreže za distribucijo tako sovjetskih kot tudi drugih neodvisnih britanskih filmov. (Davies 2009, 43) Poleg Rusije so bile na tem področju dejavne tudi Združene države Amerike, kjer sta bili leta 1930 ustanovljeni dve združenji, The Workers Film in Photo League. Njihov cilj je bila redna produkcija in distribucija tako imenovanih »newsreel« filmov – filmskih novic, ki so prikazovale hude razmere za delavce in nezaposlene med veliko depresijo. Zlom borze leta 1929 je prinesel množično brezposelnost, ogromne vrste čakajočih na hrano, izselitev, brezdomstvo in nevarnost stradanja za milijone ljudi. (Davies 2009, 48) Delavci so predstavljali velik del publike, saj komercialne novice niso ustrezno poročale o boju za delavsko gibanje. Delavski protesti so bili namreč prikazani v negativni luči, policijska represija pa ni bila omenjana. (Davies 2009, 49) Filmi združenj The Workers Film in Photo League so upodabljali ameriško življenje v času depresije, ki je bilo nevidno za gledalce komercialnih novic. Opozarjali so, da so nujno potrebne družbene spremembe, ki jih bo prineslo le aktivistično delovanje delavcev in brezposelnih. (Davies 2009, 55) Njihova najbolj odmevna filma sta bila *Hunger: The National Hunger March to Washington DC* in *Bonus March*. Čeprav so bili ti filmi formalno manj inovativni kot sovjetski dokumentarci tistega časa, so podajali satirični komentar in radikalne prizore, iz česar je razvidno, da so bili pod vplivom sovjetskih tehnik montaže. (Davies 2009, 53) Podobno dogajanju v ZDA so doživljali delavci na Japonskem in levičarsko organizirani protesti so bili nekaj običajnega. Leta 1929 je bila ustanovljena delavska filmska skupina Prokino, nastala iz radikalne gledališke skupine Trunk Theater, ki je uprizarjala gledališke predstave za delavce po celotni Japonski. Med njihovimi člani je bil Sasa Genju, filmski entuziast in kritik ter lastnik

9,5-mm filmske kamere. Delal je kratke filme in jih prikazoval kot del gledaliških predstav. Po navdušenju delavcev je napisal manifest, v katerem je razlagal, kako so lahko majhne kamere uporabljene za namene političnega boja. (Davies 2009, 57–58) V petih letih delovanja je Prokino naredil 48 filmov, večinoma newsreel novic in dokumentarcev. (Davies 2009, 60)

Težko je oceniti vpliv delavskih newsreel novic in dokumentarcev na širše delavsko gibanje tistega časa. Največji problem takratnih filmskih skupin je bil najti načine za distribucijo svojih filmov. Davies kot primer podaja podatek, da so Workers Film in Photo League, med oktobrom in novembrom 1931 organizirali 75 projekcij svojih filmov po ZDA, vendar pravi, da kljub temu izrednemu dosežku male neodvisne organizacije to ni bilo primerljivo z distribucijo komercialnih filmskih novic. (Davies 2009, 61) Poleg tega današnji kritiki prepričljivo trdijo, da imajo ti filmi številne formalne pomanjkljivosti: William Alexander kritizira njihovo površinsko dokumentacijo dogodkov namesto kompleksnejšega razumevanja, kako motivirati ljudi, da bi ukrepali v smeri družbenih sprememb. Tudi Trevor Ryan se strinja in pravi, da so film videli predvsem v smislu prikazovanja vizualnih potrditev že uveljavljenih stališč občinstva, namesto da bi jih videli kot učinkovito orodje za vplivanje na tiste, ki še niso zavzemali njihovega stališča. (Davies 2009, 62) V 30-ih letih je dokumentarni film po celem svetu pridobival pozornost kot orodje za izobraževanje o državnih agendah. V desetletju pred drugo svetovno vojno je Sovjetska zveza nadaljevala s tokom dokumentarcev o prednostih komunizma, Velika Britanija je do konca desetletja ustvarila okoli tristo dokumentarnih filmov. V Ameriki državna finančna podpora ni bila tako velika kot v Rusiji in Veliki Britaniji, je bilo pa narejenih več vplivnih državnih filmov, ki so predlagali reforme, vključno z *The Plow That Broke the Plains* (Pere Lorentz, 1936, 26"), *The River* (Pere Lorentz, 1937, 30"), *The New Frontier* (H.B. McClure, 1934, 11") in *Power and the Land* (Joris Ivens, 1940, 38"). Narejeni s finančno podporo agencij, ustanovljenih s strani Rooseveltove administracije, so ti filmi ilustrirali uporabo dokumentarnega filma za podporo naprednih državnih reform. Kljub močni zgodovinski povezavi dokumentarnega filma z levičarskimi političnimi agendami, pa nacistični dokumentarni filmi Leni Riefenstahl kažejo, da si nobena politična ideologija ne more lastiti dokumentarnega žanra kot izključno svojega političnega orodja. (Davies 2009, 63)

2.2.2 LETA PO DRUGI SVETOVNI VOJNI

Prva leta po drugi svetovni vojni so bila obdobje nereda za ameriško in evropsko levico povezano s Sovjetsko zvezo, saj se je ideološki izvir sovjetskega komunizma, ki je prevladoval pred vojno, izkazal za pomanjkljivega. Ameriško politično ozračje se je premaknilo na desno, levičarsko politično organiziranje pa je iskalo nove smeri. Levičarski filmski ustvarjalci so začeli predstavljati nove teme, kot na primer teme o rasni nepravilnosti in nasprotovanju širjenja jedrskega orožja. (Davies 2009, 77) Podobno se je dogajalo v Evropi. Margaret Dickinson je v svoji študiji o opozicijski kinematografiji napisala, da je levičarsko filmsko ustvarjanje v poznih 40-ih in 50-ih letih izgubilo fokus. Kljub upočasnitvi britanske angažirane filmske produkcije, se levičarsko filmsko ustvarjanje ni popolnoma zaustavilo in nekateri ključni posamezniki in organizacije so nadaljevali s snemanjem in distribucijo filmov, s čimer so ohranjali kontinuiteto, ki je pomagala pri ponovni vzpostavitvi nove leve, opozicijskega filmskega ustvarjanja v naslednjih letih. Do konca 50-ih let so si levičarski filmski ustvarjalci popolnoma opomogli in prišlo je do ustanovitve različnih gibanj, kot na primer gibanje proti apartheidu (the Anti-Apartheid movement) in gibanje za jedrsko razorožitev (Campaign for Nuclear Disarmament). Predvsem slednje je privedlo do izjemne aktivnosti v filmskem ustvarjanju, vključno z izdelavo široko distribuiranega dokumentarca *March to Aldermaston* (The Film and T.V Committee for Nuclear Disarmament, 1959, 30"), ki prikazuje štiridnevni pohod tisočih podpornikov za jedrsko razorožitev od londonskega Trafalgar Square do raziskovalne ustanove jedrskega orožja Aldermaston na jugu Anglije. (Davies 2009, 78–79) Napredek je prinesla tudi nova tehnologija, predvsem manjše prenosne kamere, sinhronizirano snemanje zvoka in prihod televizije. Večja mobilnost in zmožnost snemanja dialogov je prinesla nov, opazovalski dokumentarni stil. (Davies 2009, 79–80)

Ustvarjalni proces in recepcijo filmov sta v tehničnem smislu do obisti spremenila zlasti video tehnologija ter razvoj satelitske in kabelske televizije. Podobno kot je ob koncu 50. let preteklega stoletja iznajdba lažjih, prenosnih avdiovizualnih naprav za sinhrono snemanje slike in zvoka do obisti predrugačila način dokumentarne produkcije in s tem vplivala tako na njegove estetske kot družbene elemente, je izpopolnitev video tehnologije v 80. letih omogočala vnovično prestrukturiranje »proizvodnega procesa«.

Vrsta tehnoloških prednosti, ki jih je prinesel video, je poenostavila ustvarjalni krogotok, hkrati pa omogočila, da so se filmarji z vedno manjšimi snemalnimi napravami v kočljivih situacijah lahko še bolj neopazno, »nevsiljivo« približali dogajanju. (Šprah 2010, 22–23)

Premiki mednarodnih geopolitičnih razmer so angažirane filmske ustvarjalce v Aziji, Afriki in v delih Srednje Amerike in Karibov vodili do ustvarjanja filmov, ki so služili potrebam gibanj proti evropskemu kolonializmu. V Latinski Ameriki so v istem obdobju, med 50-imi in 70-imi leti, Čile, Bolivija, Urugvaj, Brazilija in Argentina izkusili politična nihanja med populističnimi levičarskimi režimi in desničarskimi vojaškimi diktaturami, kar je vodilo do filmov, ki so podpirali levičarske boje proti imperializmu. (Davies 2009, 81) Leta 1956 se je Fernando Birri po končanem šolanju na prestižni filmski šoli Centro Sperimentale di Cinematografia v Rimu vrnil v Argentino. Kljub navdušenju nad italijanskim neorealističnim filmom je bila po njegovem mnenju v Argentini nujna ustanovitev dokumentaristične filmske šole, takšne, ki bi bila sposobna spodbujati izdelavo filmov, ki bi prikazovali življenje argentinskega naroda. Tako je ustanovil La Escuela Documental de Santa Fé (The Documentary School of Santa Fé), prvo šolo dokumentarnega filma v Latinski Ameriki. (Davies 2009, 86) Njegov cilj je bil ustvariti politični kino, ki bi bil nacionalen, kritičen in realističen. Njegov argument je bil preprost: nacionalni kino je bil potreben kot alternativa hollywoodskim filmom, ki so dominirali na platnih argentinskih kinodvoran; kritični kino je bil potreben zato, da bi razkril krivice, ki so jih doživljali argentinski delavski in nižji razredi; realistični kino pa je bil po Birrijevem mnenju potreben zato, ker je prikazovanje dejanskih socialnih razmer nujen predpogoj za družbene spremembe. Da so lahko prikazali filme, narejene v dokumentarni filmski šoli, je Birri naredil primitivno mobilno filmsko gledališče, ki se ga je lahko pripeljalo v revne soseske za filmske projekcije na ulici. (Davies 2009, 88)

V 60-ih letih so prakse levičarskih filmskih ustvarjalcev privedle do izoblikovanja izraza »third cinema«: ta izraz so prvotno uporabljali za opis filmov militantnih levičarskih filmskih ustvarjalcev v Latinski Ameriki, kasneje pa je bil sprejet za opis podobnih del po celem svetu. Izraz third cinema se nanaša na tretjo obliko kinematografske produkcije. V »first cinema« spadajo klasični filmi hollywoodske produkcije in evropskih filmskih industrij. »Second cinema« se nanaša na avtorski film, kamor spadajo na primer dela

francoskih novovalovcev, kot sta Jean Luc Godard in François Truffaut. Za latinske filmske ustvarjalce so bili njihovi filmi, čeprav so nastali kot nasprotje klasični kinematografiji, vseeno politično sporni, nagnjeni k buržoaznosti in premalo popularni, da bi imeli dovoljšno podporo. Third cinema je hotela odpraviti omejitve second cinema s tem, da so se neposredno soočili s političnim dogajanjem in se z uporabo filma kot orodja za direktno politično akcijo vključili v množična distribucijska omrežja in s tem vzpostavili neposredni dialog z občinstvom. (Getino v Davies 2009, 89–90) Gibanje third cinema je vplivalo na filmske ustvarjalce v Afriki, Aziji in Latinski Ameriki in hkrati pritegnilo pozornost ljudi tretjega sveta, ki so živeli v mestnih središčih Evrope in Amerike. Filmski ustvarjalci third cinema so se sprva držali filmskega realizma in delovali iz prepričanja, da je dovolj, če preprosto prikažejo realnost življenja delavcem in marginalnim skupinam. Toda ta pristop se je tekom 60-ih spremenil, realizem je zamenjala radikalna reportaža, newsreel in »agitprop« filmski stili. Ključna pa je bila didaktična kinematografija: oblika filma, ki je želela namesto prikaza sveta, kakršen je, zagotoviti radikalni poseg v svet in zavest gledalca. (Davies 2009, 92–93) Didaktični kino bi moral po Getinovem mnenju prisiliti gledalca, da ponovno razmisli, ovrednoti in se sooči s splošno sprejetimi zgodovinskimi okoliščinami, v katerih živi. Didaktični in tudi ostali pristopi third cinema so vodili filmske ustvarjalce do razvoja krepke in bogato poetične filmske estetike, medtem ko so želeli uničiti filmsko slovnico »buržoazne« kinematografije in obenem na njeno mesto postaviti radikalno senzibilnost. (Davies 2009, 93) Turbolentno politično ozračje Latinske Amerike v 60-ih in 70-ih letih, zaznamovano z vojaškimi udari, je pomenilo tveganje za resno politično represijo tudi na filmskem področju. V zgodnjih 60-ih letih so argentinski uradniki označili Birrijevo dokumentarno šolo za »center subverzivnih dejavnosti« ter zaplenili in prepovedali prikazovanje njihovega filma *The 40 Quarters*, ki so ga množično prikazovali v argentinskih slumih. (Birri v Davies 2009, 95–96)

Vojna v Vietnamu je bila razlog za nastanek številnih dokumentarnih filmov, čeprav so bili mnogi zasnovani kot televizijske reportaže. Celotni filmi, ki se niso želeli predstavljati kot nasprotniki vojne, so vsebovali podobe, ki so skoraj zagotovo vzpodbudile gledalce, da so se vprašali o nujnosti ali moralnosti vojne. (Davies 2009, 98) Čeprav so bili takšni filmi v obtoku na mednarodni ravni, so bili mnogi izmed njih zavrnjeni s strani ameriških televizijskih postaj. In čeprav se je o vojni v Vietnamu v Ameriki dnevno poročalo, so bile

te novice nepopolne, kot pravi Eric Barnouw, in so v smislu podpore vojne, služile ameriški vladi. (Davies 2009, 100) Med obema svetovnjima vojnama je dokumentarni film služil kot propaganda, med vojno v Vietnamu pa so neodvisni dokumentarci postali orodje za mobilizacijo nasprotovanja vojni. (Davies 2009, 102) Filmska prizadevanja proti vietnamski vojni so obravnavala različne tematike. Ena izmed njih je bila kampanja »Connie Stay Home«, ki so jo organizirali nasprotniki vojne v San Diegu in je nasprotovala plovbi ameriške letalonosilke iz San Diega v Vietnam. Kampanja je vodila do izdelave dokumentarnega filma z istim imenom, ki prikazuje njihove enoletne boje in na koncu javno glasovanje stanovalcev San Diega, ali naj letalonosilka izpluje ali ne. Dvainosemdeset odstotkov, vključno z velikim številom vojaškega osebja, jih je glasovalo proti. (Davies 2009, 103–104)

Kot neposredni odgovor na pomanjkljivo poročanje o vietnamski vojni in v podporo opozicijskim gibanjem proti vojni se je leta 1967 rodila vodilna levičarska filmska skupina Newsreel. Ustanovljena je bila v New Yorku kot odgovor na pomanjkljivo poročanje o ogromnih protivojnih protestih v Pentagonu, vključno z brutalnim ravnanjem s protestniki s strani policije. (Davies 2009, 107) Začetno članstvo Newsreela je bilo sestavljeno s približno petdesetimi evropsko-ameriški študenti iz protivojnega gibanja. V času ustanovitve je imela skupina tri glavne cilje: redno in hitro kroženje filmskih novic, ki prikazujejo aktualne dogodke; izdelava daljših in bolj poglobljenih filmov, ki raziskujejo različne problematike; in snemanje filmov, ki bi izobraževali množice v smislu lokalnih političnih organiziranj. (Downing v Davies 2009, 107) Poleg distribucije svojih filmov se je Newsreel zavzel tudi za uvoz in distribucijo radikalnih levičarskih filmov in filmov third cinema iz tujine, vključno z marksističnimi in antiimperialističnimi filmi s Kube, iz Severne Koreje in Severnega Vietnama. Tu Davies navaja Nicholso, ki pravi, da je bila zavzetost Newsreela za distribucijo angažiranih filmov, kljub prisotnosti drugih distributerjev tujih filmov, edinstvena in »je pomagala vključiti ameriško levico v boje tretjega sveta«. (Davies 2009, 113) Čeprav je bila infrastruktura za distribucijo dokaj slaba, je bil Newsreel kar uspešen pri oblikovanju lastne distribucijske mreže. Nichols je v svoji študiji o Newsreelu ugotovil, da je imela skupina v letu 1974 dva tisoč rezervacij za filme iz svojega kataloga. Šestdeset odstotkov teh rezervacij je bilo z različnih univerz, medtem ko so se druge enakomerno porazdelile med političnimi organizacijami in skupnostmi. (Davies 2009, 114) Newsreel je imel vpliv tudi zunaj ZDA v smislu inspiracije za podobne militantske

filmske aktivnosti v drugih državah. V Veliki Britaniji je majhna skupina nasprotnikov vojne v Vietnamu ustanovila odbor Stop it, kar je vodilo do gostovanja Angry Arts Week v Londonu (gledališke predstave, plaketiranje in druge dejavnosti proti vojni). Uspeh tega dogodka je vodil do oblikovanja Angry Arts Film Society, ki je postal distributer Newsreel filmov v Veliki Britaniji, kasneje pa so začeli delati svoje filme. (Davies 2009, 115–116) Filmi, narejeni s strani Newsreela, niso imeli zaključne špice z imeni sodelujočih zaradi dveh razlogov: anonimnost je zagotavljala varnost v primeru preganjanja s strani »esteblišmenta«, poleg tega pa je članom preprečevala iskanje zaslug in pohval za njihovo delo. Po uspešnih začetkih je znotraj organizacije postajalo vse bolj kaotično. Prihajalo je do ideoloških nesoglasij med zagovorniki leninističnih, maoističnih in marksističnih teorij ter med tistimi, ki so se nagibali k bolj radikalnim oblikam aktivizma, in tistimi, ki so si želeli bolj populističnih oblik aktivnosti za družbene spremembe. (Davies 2009, 117) Zgodovina Newsreela in nesoglasja znotraj skupnosti razkrivajo veliko o značaju radikalizma nove levice v 60-ih. Neuspeh v obravnavi vprašanj spolne, rasne in etnične enakosti je privedel do razpada skupine, ki pa je bila leta 1972 ponovno ustanovljena pod imenom Third World Newsreel. Njihov novi fokus je bila produkcija in distribucija filmov, ki prikazujejo življenja žensk, ameriških rasnih manjšin in nastanek novih političnih sporov (kar je tudi prevladovalo v temah angažiranih filmov v 70-ih in 80-ih). (Davies 2009, 118–119) Third World Newsreel je postal vodilni distributer tako igranih kot neigranih filmov, ki so prikazovali probleme tretjega sveta in marginalnih manjšin. Kalifornijski Newsreel pa je postal glavni vir informacij, izobraževanja in zagovorništva proti apartheidu. (Davies 2009, 120–121)

Sedemdeseta leta in dalje je zaznamoval velik porast izdelave manjših dokumentarcev. Na to so vplivale tako spremembe v tehnologiji, kot tudi spremembe na političnem prizorišču. Kar se tiče tehnoloških sprememb, je na porast vplivala predvsem uvedba cenovno dostopnejše in prenosne video opreme, ki je bila dovolj enostavna za uporabo tako za »semi-profesionalce« kot tudi neprofesionalne dokumentariste. (Davies 2009, 145) Zaradi tega je v tistem času nastajalo veliko manjših nizkoproračunskih aktivističnih video projektov. (Davies 2009, 147) V poznih sedemdesetih letih je filmska raziskovalka Ruby Rich ugotavljala, da so politični dokumentarci v tistem času postajali bolj estetsko formulirani in da so se začeli nagibati k predstavitvi predvidljive mešanice realnostnih posnetkov, intervjujev in arhivskega materiala. Danes ima njena ugotovitev še večjo veljavo, saj se velik del sodobne politične dokumentarne produkcije še vedno osredotoča

na izdelavo filmov, ki v ospredje raje postavijo pričevanja z intervjuji in preproste vizualne dokaze, za razliko od formalnih inovacij, ki so bile značilne za radikalne filme v šestdesetih in zgodnjih sedemdesetih letih dvajsetega stoletja. (Davies 2009, 146) V tem obdobju so postale kamere navzoče na vseh političnih shodih in protestih vseh vrst, saj so video aktivisti skušali zagotoviti dokumentacijo s teh dogodkov in jo distribuirati kot neodvisni mediji. V New Yorku je DIVA TV (Damn Interfering Video Activists TV) v sodelovanju z AIDS zagovorniško skupino ACT-UP dokumentirala ACT-UP akcije in izdelovala videoposnetke za podporo ozaveščanja in izobraževanja. Catherine Saalfeld je kot izdelovalka teh videoposnetkov in AIDS aktivistka trdila, da jim video predstavlja eno izmed najbolj uporabnih orodij. Video posnetki za ozaveščanje o AIDS-u so nastajali skoraj na dnevni ravni in so predstavljali vse od 15-sekundnih javnih napovedi, do 2-urnih dokumentarnih filmov in dram. Razočarani nad homofobnim odzivom ameriške vlade in splošne javnosti na AIDS krizo v 80-ih in zgodnjih 90-ih so AIDS aktivisti redno organizirali radikalne kampanje direktne akcije proti neposlušnim političnim osebnostim in korporativnim medijem ter na ta način zgradili alternativno omrežje za izmenjavo informacij prek distribucije aktivističnih videoposnetkov. (Davies 2009, 150) Danes video izdelava te vrste še vedno raste, vedno nove skupnosti pa prevzemajo dokumentarno formo kot orodje za izobraževanje in zagovorništvo. (Davies 2009, 151) Manjše aktivistične dokumentarne produkcije spodbujajo politični podjetniki in družbena gibanja po vsem svetu. Participatorni model filmske in video produkcije je postal sredstvo za pomoč pri kulturnem in ekonomskem razvoju in krepitvi vloge marginalnih skupin v mnogih regijah sveta. (Davies 2009, 152) Stephen Cocker trdi, da sta izdelava in transnacionalno kroženje manjših dokumentarcev v današnjem času posebej pomembna, saj globalizacija ločuje politične in gospodarske sile od sveta, ki ga ureja. Cocker nadaljuje, da dokumentarci, ki prikazujejo vpliv neoliberalne ekonomske politike na vsakdanje življenje lokalnih skupnosti, predstavljajo najbolj konkreten dokaz posledic neoliberalnega sistema in s tem krajšajo razdaljo med privilegiranimi regijami sveta, ki uživajo njegove ugodnosti in regijami, ki zaradi tega najbolj trpijo. (Cocker v Davies 2009, 152–153) V rokah posameznih filmskih ustvarjalcev ali filmskih skupin, kot so Esfir Shub, Joris Ivens, Emile de Antonio, Patricio Guzmán, Santiago Alvarez, Newsreel, Julia Reichert, Anand Patwardhan, Alanis Obomsawin, DIVA TV, Robert Greenwald in Big Noise Films, angažirani dokumentarni film že skoraj stoletje služi kot orodje za aktivizem, politično organiziranje, ozaveščanje ali revolucionarno agitacijo. Filmi teh in tudi drugih angažiranih

filmskih ustvarjalcev nam zagotavljajo vizualni zapis skoraj stoletnega političnega in ideološkega boja, ki je prisoten od zgodnjega dvajsetega stoletja vse do danes. (Davies 2009, 2)

2.2.3 ANGAŽIRAN DOKUMENTARNI FILM ZADNJEGA POL STOLETJA

Dokumentarni film kot orodje za skupine in gibanja za ozaveščanje o socialnih vprašanjih ima bogato in raznoliko zgodovino. Rast vpliva dokumentarnega filma na družbo se zdi naraven proces, ki predstavlja razburljiv razvoj za filmske ustvarjalce in industrijo dokumentarnega filma. (Finneran in Matters 2014, 12) Nemogoče je naštetih vse dokumentarne filme zadnjega pol stoletja, ki so na tak ali drugačen način vplivali na družbo, zato bomo v nadaljevanju naštetih le nekaj najprepoznavnejših. Razlikujejo se tako v tematiki kot tudi v filmskem pristopu, vse pa lahko uvrstimo med angažirane dokumentarne filme. Spadajo med klasike znotraj dokumentarnega žanra, poleg tega pa so tesno povezani z družbenimi spremembami v času in prostoru njihovega nastanka.

TITICUT FOLLIES (1967)

Film Titicut Follies Fredericka Wisemana, ki dokumentira zlorabe in zanemarjanje bolnikov v psihiatrični bolnišnici v Massachusettsu, je bil prepovedan za javno distribucijo do leta 1991. (Finneran in Matters 2014, 11) Wisemanov pristop je bil opazovalni – gledalec tako nikoli ne vidi filmskega ustvarjalca, naracije ni. Kljub opazovalnemu pristopu, brez posredovanja filmskih ustvarjalcev, film s precizno montažo in izbiro teme postavi močno obsodbo sistemu in družbi, ki človeška bitja obravnava kot probleme, s katerimi se lahko upravlja. Film je bil tako kontroverzen, da ga označujejo kot enega od vzrokov za zaprtje institucije, prikazane v filmu. (Aufderheide 2007, 49–50)

HUNGER IN AMERICA (1968)

V zlati dobi televizijskih novic je CBS s filmom Hunger in America prikazal družine, ki so živele v revščini, medtem ko je gospodarstvo pridobivalo na moči. V tistem času je bila CBS ena izmed treh glavnih televizijskih mrež, zato je film dosegel milijone Američanov in hkrati vplival na oblikovalce politik. (Finneran in Matters 2014, 11) Z močno retoriko in podobami lačnih otrok je film izpostavil neuspehe zveznega sistema socialnega varstva in tako povzročil toliko javnega odziva, da je senat uvedel zaščitno mrežo in zbiranje

sredstev, kar je močno pripomoglo k zmanjšanju lakote v Ameriki. (Aufderheide 2007, 60)

HARLAN COUNTY, USA (1973)

Veliko ameriških dokumentaristov je svoje kariere začelo s političnim aktivizmom, s čimer so razširili doseg svojih filmov na veliko širše občinstvo. (Aufderheide 2007, 88) Tako je leta 1973 Barbara Kopple svojo kamero usmerila v življenja rudarjev premoga v Kentuckyju, ki so se borili za pravice do organiziranja in boljšega plačila. Film je osvojil oskarja za najboljši dokumentarni film 1976 zaradi podpore rudarjem in njihovim pravicam ter pokazal nevarnosti njihovega dela. (Finneran in Matters 2014, 11) Zaznamuje ga pametna montaža, ki poudarja močne retorične točke. Želja delavcev po stavki je vizualno predstavljena tako, da z lokalnih protestov preidemo na proteste pri korporacijskem sedežu podjetja in nato k protestom na Wall Streetu. Vsaka nova lokacija gledalca disorientira in ustvarja vzorec, ki sili k razmisleku o tem, kako lokalni problemi rudarjev neposredno vplivajo na celotno gospodarstvo. Film zaznamuje tudi inovativna uporaba zvoka. Glasbene himne delavskega razreda so ključnega pomena za vplivanje na čustva gledalcev. Ta dokumentarec je bil zelo pomemben za delavce in delavske sindikate, saj je služil kot orodje za organizacijo in zbiranje sredstev, široka distribucija pa je prinesla veliko javno podporo. (Aufderheide 2007, 88)

THE THIN BLUE LINE (1988)

Dokumentarni film o Randallu Adamsu, ki je bil po krivem obsojen na smrt zaradi umora teksaškega policista leta 1976, prikazuje pričevanja ključnih prič. Ko je bil primer ponovno odprt, je film postal izjemno pomemben, saj so ga uporabili kot dokazno gradivo. (Aufderheide 2007, 3–4) Režiser Errol Morris je počasi razkrival skrito vesolje, tako da je vsem vpletenim – storilcem kaznivih dejanj, sodnikom in pričam – dovolil, da govorijo v kamero, kolikor dolgo želijo. Na ta način so vpleteni med procesom intervjujev postali tako sproščeni, da so pozabili, da jih snemajo. Gre za performativno reprezentacijo, ki predstavi več vidikov hkrati, vendar neenakomerno. Mnogi zorni koti večajo verodostojnost in ne vodijo do zmede. Prikaz zgodbe ni dvoumen, saj so v filmu uporabljeni indeksikalni dokazi (fotografije morilskega orožja, trupla in izrezki iz časopisov) ter najdeni in arhivski posnetki, ki gledalca vodijo k sprejetju Morrisove trditve. Morris ni namenil enake dolžine časa v filmu vsem karakterjem. To je bila strateška odločitev, da so lahko gledalci sami v sebi našli čustveno občuljivost za vsakega

izmed likov. Adams, obsojen za umor, ki ga ni storil, je artikuliran in inteligenen, in več kot ga gledalci vidijo na zaslonu, manj kriv deluje. Na drugi strani je Harris, ki je počasen in neartikuliran ter neobremenjen s kriminalnim življenjem. To na čustveni ravni gledalcev vzbuja občutek, da je v resnici on kriv umora, kar se izkaže za resnično v zadnjem intervjuju, kjer Harris dejansko prizna krivdo. (Little 2007, 33–35). Zahvaljujoč prepričljivemu argumentu režiserja je bil Adams leta 1990 oproščen in izpuščen iz zapora. (Jones 2011)

SUPER SIZE ME (2004)

Marfo na vprašanje, ali imajo lahko dokumentarni filmi, ki jih ni videlo veliko število ljudi, kakšen učinek, odgovarja z da. Po njenem mnenju spremembe, ki jih lahko prinese dokumentarec, vplivajo tudi na ljudi, ki si določenega dokumentarca niso ogledali. Eden izmed najbolj znanih novejših primerov sprememb, ki so se zgodile zaradi filma, je bila ukinitvev ekstra velikih porcij z menija v McDonald's restavracijah s hitro prehrano (in uvedba bolj zdravih možnosti). To se je zgodilo po kritikah restavracij s hitro prehrano v filmu Super Size Me Morgana Spurlocka. In medtem ko je McDonald's odločno zanimal kakršno koli povezavo med spremembo menija in filma, pripisujejo široko distribucijo filma ravno agresivnosti, s katero je McDonald's skušal spremeniti svojo podobo, ki je bila ustvarjena s filmom. (Marfo 2007, 19) Spurlock se je v tem filmu tesno držal participacijskega načina dokumentiranja, saj se je odločil za strogo tridesetdnevno McDonald's dieto. V tridesetih dneh je torej jedel le hrano iz McDonald'sa in opazoval, kaj se dogaja z njegovim telesom ter to dokumentiral s kamero. Film zaznamuje ostra družbena izpostava režiserja, zaradi katere je sporočilo filma toliko bolj močno. Njegov prvoosebni dnevniški stil z mešanjem tradicionalnih pristopov, kot so intervjuji s strokovnjaki, posnetki s terena, obogateni z glasom pripovedovalca, in posnetki njega samega, ustvarjajo prepričljiv argument o problematiki hitre prehrane med ameriškim prebivalstvom. (Gilbert 2004, 47)

AN INCONVENIENT TRUTH (2006)

Prvi večji dokumentarec produkcije Participant Media, An Inconvenient Truth je film z Al Gorom iz leta 2006, ki govori o podnebnih spremembah in ki je postal merilo za mnoge druge družbeno kritične dokumentarne filme. Prejel je dva oskarja, dosegel več kot 4,9 milijona ljudi in začel s Climate Reality Project, ki je usposobil več kot tisoč aktivistov za

širjenje besede o podnebnih spremembah. S filmom so zaslužili več kot 24 milijonov ameriških dolarjev in s tem je postal šesti najuspešnejši dokumentarni film vseh časov. (Finneran in Matters 2014, 12) Marfo trdi, da je ta film ustvaril polje za alternativni diskurz. Čeprav je javna razprava o globalnem segrevanju potekala že pred filmom, je kasneje to postala bolj popularna tema med ljudmi, ki so videli film in delili svoje izkušnje in predloge s prijatelji. In čeprav se film ni širše in dobro zapisal med gledalci Fox News, je razsvetlil tiste, ki so bili neodločeni in neobveščeni, kar je posledično pripeljalo do večje ozaveščenosti o tej temi. (Marfo 2007, 44–45) Tudi Musser se strinja in film označuje kot ključen za utrditev okoljskega dokumentarnega žanra. Dokumentarec se začne s prizori nedotaknjene narave, a se kmalu premakne k podobam, ki prikazujejo ekološko uničenje (od trupel ljudi, ki so umrli v orkanu Katrina, do taljenja ledenikov), kar močno vpliva na čustva gledalcev. Poleg estetske dovršenosti film zaznamuje tudi prepričljiva naracija Al Gora, hkrati pa je izredno političen, saj je bil že v osnovi zasnovan tako, da se je vmešal v volilni proces in pomagal demokratom zagotoviti nekaj mest v senatu. (Musser 2015, 56)

FOOD, INC. (2008)

Dokumentarni film produkcije Participant Media, Food, Inc. je šokiral javnost s posnetki industrijske proizvodnje mesa iz piščancev in krav ter spodbudil javne razprave o hrani in zdravju. (Finneran in Matters 2014, 11) Za dokumentarcem Super Size Me Food, Inc. predstavlja drugi najširše distribuiran dokumentarni film o prehrani. Filmski stil tega dokumentarnega filma je izredno učinkovit zaradi visoke vrednosti produkcije in privlačne narativne strukture. Začetna scena filma nas postavlja nad koruzno polje, ki se kopa v mehki, topli svetlobi. Vidimo pretirano zeleno travo in sijočo koruzo, v naslednjem kadru pa podobe živo rdečega traktorja in total mitološkega kavboja, ki zre v svoje pašno govedo. Glas pripovedovalca nam ob tem sporoča, kako se je naš sistem prehrane bistveno spremenil, čeprav so podobe, s katerimi nam prodajajo hrano, še vedno močno mitološko obarvane. Kamera, osredotočena na rdeč skedenj, se nato začne oddaljevati, s čimer se razkrije, da je skedenj v resnici le slika, ki visi nad oddelkom z mlekom v supermarketu. Gledalci hitro ugotovimo, da film ne bo nadaljeval z grajenjem mita o idiličnem kmetovanju, temveč da nam bo pokazal skrivnosti, ki ležijo za proizvodnjo prehrane, ki jo kupujemo v supermarketih. Film zaznamuje serije intervjujev, dokumentarni posnetki, animirane sekvence in osebne zgodbe, vse skupaj pa predstavlja uspešno kritiko prehranske industrije. Zgodba se premika med osebnimi zgodbami in institucionalnimi

praksami, s katerimi predstavi pomembna dejstva, hkrati pa ustvarja prepričljivo pripoved, ki čustveno vključuje gledalce. Poleg tega gledalce poziva k aktivizmu in jih opogumlja, naj začnejo kupovati organsko, lokalno in sezonsko hrano. Kot pravi Lindenfeld, je imel ta film zasluge za večjo ozaveščenost in spremembe v vedenju potrošnikov in tako predstavlja upanje, da lahko imajo dokumentarni filmi pomembno vplogo pri obveščanju občinstva in vzpostavljanju aktivizma. (Lindenfeld 2010, 381–384)

Če govorimo o dokumentarnih filmih, ki so prispevali k javni razpravi o določeni temi ali celo spremembam v družbi v zadnjem času, moramo omeniti tudi vplivnega in kritičnega režiserja Michaela Moora. Njegovi dokumentarci in močna osebnost so bili središče razprav o nacionalnih vprašanjih ZDA in Kanade. Dokumentarec *Roger and Me* je odprl vprašanja o preusmerjanju delovnih mest v tujino, *Bowling for Columbine* o nadzoru nad orožjem in *Fahrenheit 9/11* o vojni proti terorizmu. Njegov filmski slog je zelo značilen – vedno gre za angažirane dokumentarce, v katerih je izpostavljen tudi on sam – in pogosto jih zaznamuje ogorčenje, šokin humor. *Fahrenheit 9/11* je prejel zlato palmo na filmskem festival v Cannesu leta 2004 in je bil prvi dokumentarni film, ki je prejel takšno nagrado po letu 1956. Od avgusta 2012 pa velja za proračunsko najuspešnejši film vseh časov z zaslužkom 200 milijonov dolarjev. S tako velikim dosegom občinstva je jasno, da ima Moorovo delo velik vpliv na dožemanje vrste socialnih vprašanj. (Finneran in Matters 2014, 12) Po drugi strani sicer Marfo ugotavlja, da njegov film *Fahrenheit 9/11* ni dosegel takšnega vpliva, kot je režiser želel. Po njenem mnenju filmu ni uspelo vzpostaviti in ohraniti alternativnega diskurza, čeprav ga je videlo zelo veliko število ljudi. Stališče, iz katerega je Moore izhajal, je bilo ekstremno, vendar ni obrodilo sadov, ko je prišel čas volitev, je bil Bush namreč izvoljen še enkrat. (Marfo 2007, 36–37) Tako kot Moore tudi Robert Greenwald dela zelo osebne dokumentarce, toda njegovi filmi so narejeni, kot temu reče Robert S. Boynton (*New York Times*), na gverilski način. Na ta način ustvarja politične filme v kratkem času, z majhnim proračunom in jih potem prodaja na DVD-jih prek partnerstev z lokalnimi političnimi organizacijami. Takšna sta bila na primer njegova filma *Wal-Mart: The High Cost of Low Price* in *Iraq for Sale: The War Profiteers*. Medtem ko se je Michael Moore bojeval z Disneyjem in Miramaxom, da bi distribuirali *Fahrenheit 9/11* po celotnih ZDA, je Greenwald svoj film prikazoval na domačih zabavah in v družabnih centrih. Po njegovem mnenju je tak način distribucije bolj učinkovit, saj pravi, da ima vsakdo prijatelja ali sorodnika, s katerim se politično ne strinja, in takšne ljudi želi

doseči s svojimi akcijami, saj s prikazovanjem filmov v cerkvi, pri sosedu, v študentskih organizacijah ali na kegljišču sproži večjo debato med ljudmi, kot če gre množica isto mislečih v kino. (Marfo 2007, 25–26) Za razliko od Moora, ki v svojih filmih zavzema središče pozornosti, je njegov pristop drugačen – ljudi doseže tako, da vzame njihove lastne besede, da pove zgodbo. Večinoma uporablja posnetke z govorov ali televizije, da pove, kar želi. Za film *Outfoxed!: Rupert Murdoch's War on Journalism*, je povedal, da je želel uporabiti posnetke s Foxa, da bi z njihovim lastnim materialom prikazal, kaj točno počne Fox. Podobno tehniko je uporabil pri filmu *Wal-Mart: The High Cost of Low Price*, kjer je film oblikoval okoli govora izvršnega direktorja. Z njihovimi lastnimi besedami, organsko in brez spornih tehnik montaže, pokaže pomanjkljivosti sistema, ki ga je želel predstaviti. Številne aktivistične skupine so uspele zapreti Wal-Marta v svojih mestih s pomočjo sporočila, ki ga podaja ta film. (Marfo 2007, 26–27)

2.3 AKTIVISTIČNI POTENCIAL SODOBNEGA DOKUMENTARNEGA FILMA

Izdelava in distribucija politično opozicijskih dokumentarnih filmov je polna izzivov. Ovire, s katerimi se soočajo dokumentaristi, segajo vse od zakonskih prepovedi, državne cenzure, omejenih finančnih in kadrovskih virov, pomanjkanja dostopa do filmske opreme pa vse do omejenih distribucijskih in razstavnih priložnosti. (Davies 2009, 160–161) V regijah sveta, kjer filmska industrija ni dobro razvita ali je sploh ni, je filmsko ustvarjanje neizmerno bolj zapleteno, saj primanjkuje tehničnega znanja. V regijah, kjer angažirani dokumentaristi imajo dostop do tehničnih sredstev, potrebnih za izdelavo dokumentarnega filma, pa lahko visoki stroški produkcije zahtevajo druge kompromise. V Severni Ameriki je produkcija angažiranih dokumentarnih filmov pogosto odvisna od finančnih sredstev zasebnih ali državnih televizijskih postaj ali pa od zasebnih altruističnih fundacij. (Davies 2009, 161–162) Čeprav je produkcija dokumentarnega filma lahko draga, zamudna in tehnično zapletena, je to malo v primerjavi z največjim izzivom – kako ga dostaviti širši množici. Davies pravi, da se na tem področju stvari močno izboljšujejo, saj so v okviru zdajšnjega digitalnega stanja v medijskem prostoru opozicijski politični mediji distribuirani na načine, ki so bili še pred dvema desetletjema nepredstavljeni. Kljub temu je bil velik del distribucije angažiranega dokumentarnega

filma skozi zgodovino omejen, saj so bili kino in drugi razstavní prostori (gledališča, televizijske oddaje, videoteke) vedno vezani na cilj čim večjega zasluška zabavne industrije. Politično angažirani dokumentarni filmi na splošno niso veljali za dovolj popularne, da bi bili komercialno uspešni oziroma zaradi svojega nehegemonskega sporočila niso bili zaželeni med menedžerji industrije in so bili zato ponavadi zavrñeni za široko distribucijo preko mainstream kanalov. (Davies 2009, 163) Ugotovitev, do katere pride Davies, je, da je angažirani dokumentarni film tesno povezan z družbenimi gibanji. Teoretik o družbenih gibanjih Sidney Tarrow trdi, da so družbena gibanja ponavadi opredeljena kot »vztrajne interakcije med oškodovanimi družbenimi akterji in njihovimi zavezniki z nasprotniki in javnimi organi«. (Tarrow v Davies 2009, 164) Tarrow predlaga tudi, da je pojav sodobnega družbenega gibanja tesno povezan s pojavom modernih množičnih medijev. Pravi, čeprav so bili takšni ali drugačni protesti vedno del družbe, se družbena gibanja, kot jih poznamo danes, niso pojavila do poznega 18. stoletja, ko je uvedba množičnih medijev omogočila lažje širjenje informacij. Da si olajšajo svoje razpršeno delovanje, družbena gibanja običajno stremijo k temu, da so njihove aktivnosti čim bolj zastopane v že obstoječih oblikah množičnih medijev, poleg tega pa si prizadevajo za objavo in proizvodnjo lastnih časopisov, filmov, sporočil za javnost in drugih oblik lastne medijske izpostave. (Tarrow v Davies 2009, 165) Iz zgodovine angažiranega dokumentarnega filma vidimo, da so družbena gibanja skoraj od izuma filma omogočala izdelavo in distribucijo dokumentarnih filmov, s čimer so privabljala nove člane, vzdrževala udeleženoost že obstoječih članov v svoje aktivnosti in propagirala svoje cilje in agende. Prav tako kot protesti služijo kot taktika različnim družbenim gibanjem, je izdelava in distribucija dokumentarnih filmov kot sredstvo za pospeševanje njihovih ciljev in kot boj proti hegemonskim razpravam oziroma za ohranjanje aktivnosti članov postala stalnica. (Davies 2009, 165)

Sedanja praksa, tako v ZDA kot tudi v Veliki Britaniji, kaže, da bo mainstream komercialni kino ostal težaven trg za prodajo dokumentarnih filmov, pravi Beattie. Medtem ko v mainstream kinodvoranah še vedno prevladuje igrani film, pa se za dokumentarni film vzpostavlja tržna niša zunaj kino multipleksov, v manjših tako imenovanih »art-hišah«, ki nadaljujejo s projekcijami inovativnih dokumentarnih del iz festivalskih krogov. (Beattie 2004, 207) Digitalne tehnologije (CD-romi, DVD-ji in predvsem internet) ponujajo platforme za prikaz novih oblik avdiovizualnih tekstov, z njimi pa se širi tudi

komunikacijski potencial teh tekstov. (Beattie 2004, 212–213) Filmska orodja, ki so nam na voljo v zdajšnjem času, ter družbena omrežja in splet preobražajo načine nefikcijskega pripovedovanja zgodb. Kako ustvarjamo in distribuiraemo dokumentarne medijske vsebine, se je v zadnjem času bistveno spremenilo – ne le kako predstavimo zgodbe, temveč tudi kdo jih predstavi, kdo jih gleda in kdo sodeluje v njih. Vsakdo s pametnim telefonom lahko ustvari in deli film. Digitalne naprave, internet, družbena omrežja, mobilne aplikacije in druge medijske tehnologije ponujajo razkošje različnih možnosti tako za filmske ustvarjalce kot za občinstvo. (Burnette Stogner 2015, 1) Novi mediji omogočajo gledalcem, da si uredijo video vsebine na interaktiven, nelinearen način. To gledalcu omogoči raziskovanje različnih vprašanj in možnosti, ko to sam želi, hkrati pa to moti enosmerni linearni retorični pogon že uveljavljenih dokumentarnih form. Spletni dokumentarci v svoji zmožnosti, da se lahko neskočno posodablajo in širijo s kontinuiranim dodajanjem novih informacij in povezav na sorodne spletne strani, redefinirajo idejo dokumentarnega filma kot stabilnega dela, ki roma v arhive po tem, ko je film končan in predvajan. Takšne spletne prakse preobražajo dokumentarne filme v odprt proces, ki se prestavi na druge medije, kot so na primer cd-romi, ali pa se nadalje širi po spletu z vključitvijo v razprave na forumih in kot informacijska vsebina. (Beattie 2004, 213–214) Širitev dokumentarnih del v takšnih oblikah je predvsem in neizogibno odvisna od osnovnih vprašanj produkcije, distribucije in trženja. Danes je večina dokumentarcev, ki jih uvrščamo med nove medije, plod neodvisne produkcije in nekomercialne distribucije. Zdajšnji trendi kažejo, da bo razvoj na področju novih medijev omejen predvsem zaradi nezanimanja trga. Medtem ko so nekateri dokumentaristi navdušeni nad spletom kot distribucijskim omrežjem (na primer Richard Leacock), se večina komercialnih producentov dokumentarnih filmov, skupaj z distributerji, ne navdušuje nad tem zaradi pomanjkanja prihodkov od te oblike distribucije. Doslej večina spletnih strani z dokumentarnimi deli ni prinesla denarja, zato dokumentaristi in distributerji niso prepričani o finančnem potencialu spleta v te namene. Kljub vsemu pa se bodo prostori znotraj komercialnega medijskega okolja za produkcijo dokumentarnega filma, ki ni nujno namenjen profitu, ohranili. Mnogi komentatorji pozdravljajo digitalno tehnologijo kot podlago za domačo video in filmsko produkcijo, ki odpira priložnosti amaterskim filmskim ustvarjalcem. Relativno poceni kamere in računalniki za montažo so orodja, ki bodo vodila do širitve nekomercialne dokumentarne produkcije, kjer je vsak lahko potencialen dokumentarist. (Beattie 2004, 214–215)

Na kakšne načine torej dokumentarni filmi prispevajo k potencialnim spremembam v družbi? To vprašanje se v zadnjem času vse pogosteje pojavlja. Pojem »vpliv« je nenadoma vseprisoten. Kot nekakšen trend se pojavlja na številnih področjih, ne le na področju dokumentarnega filma. V zadnjih letih sta se uveljavila izraza »prostor vpliva« (»impact space«) in »ustvarjanje vpliva« (»impact producing«), ki ju je skovala vodilna organizacija na tem področju – britanski BRITDOC. Označujeta cvetočo prakso spajanja družbenokritičnih dokumentarnih filmov s strategijami ozaveščanja, katerih cilj je, da pride do specifičnih sprememb v družbi. Vpliv nekega filma torej lahko privede do družbenih sprememb, vendar se, kot pravijo v poročilu Hot Docs, to le stežka zgodi po naključju – zahteva namreč strategijo. Vendar kdo določi strategijo, ko pride do družbene akcije, ki izhaja iz dokumentarca? Kdo artikulira jasne cilje? Kako so opredeljene ciljne skupine? Kako pospešiti partnerstva med različnimi organizacijami? Kako organizirati samo akcijo? In nenazadnje, kako meriti, ali se ta prizadevanja sploh izplačajo? (Finneran in Matters 2014, 4)

Preden skušamo odgovoriti na vsa ta vprašanja, opredelimo sam pojem vpliv. V našem kontekstu s tem pojmom označujemo družbene in kulturne spremembe, ki so jih sprožili dokumentarni filmi in z njimi povezane strateške kampanje. To vključuje vidne spremembe vrednot, prepričanj in obnašanj znotraj neke skupine, sistema ali skupnosti, kot tudi zakonodajne ali politične premike vlad, organizacij ali institucij. (Finneran in Matters 2014, 4) Najenostavnejši sinonim za vpliv, je po mnenju Bay Area Video Coalition in Harmony Institute, kar pojem »sprememba«. Pravijo, da vsak medijski projekt ali zgodba spremeni nek vidik sveta, vpliv pa je seštevek teh sprememb. Osnova za to abstraktno opredelitev je skupek kompleksnejših vprašanj: Kdo ali kaj se spremeni?; Kako lahko medijski ustvarjalci razlikujejo med spremembo posameznika, skupine, organizacije, vlade, društva ali drugih morebitnih akterjev?; Kakšen je časovni okvir, v katerem naj bi prišlo do sprememb?; Ali je mogoče izolirati vlogo medijev od vseh ostalih kompleksih dejavnikov, ki prispevajo k družbenim spremembam? Čeprav se sprememba v družbi začne na individualni ravni empatije gledalca, vpliv opredelimo s spremembami na širši, institucionalni, politični ali skupnostni ravni. Družbene spremembe pa je zelo težko ovrednotiti. Tudi po določenem preteku časa je razumevanje tega, kaj je povzročilo spremembe, vedno izpodbijano s strani raznih gibanj, teoretikov, medijev, vlad in drugih

skupnosti. (Finneran in Matters 2014, 4–5) Veliko študij in ustanov, ki se posvečajo merjenju vpliva medijev, se spopada s takšnimi kompleksnimi vprašanji. Nekatere izmed teh ustanov so The Norman Lear Center's Media Impact Institute, Video4Change project in MIT Open Doc Lab. Te ustanove se posvečajo razumevanju celotnega spektra izzivov merjenja vpliva medijev. Vsaka strategija temelji na drugačnem pristopu razumevanja družbenih sprememb. BRITDOC je definiral različne tipe sprememb – tako imenovane »bottom up« oziroma spremembe od spodaj navzgor in »top down« oziroma od zgoraj navzdol. Pod prve se štejejo tiste spremembe, ki prinašajo ozaveščenost javnosti (ozaveščanje o novih dejstvih, boj proti predsodkom, ustvarjanje javne razprave), in tiste, ki javnost angažirajo (peticije, glasovanja, pisanje javnih pisem, bojkot oziroma spremembe potrošniških praks, prostovoljstvo, donacije itd.). Pod druge pa se štejejo politične spremembe, korporativne spremembe (notranje politike, spremembe proizvodnje, produktov in trženja, investicije) in pravne spremembe (perspektivne vlade, korporacije in močni posamezniki, ki uporabljajo že obstoječe zakone). (Finneran in Matters 2014, 5–6) Pristopi v raziskovanju vpliva filma in medijev izhajajo iz močne tradicije vrednotenja v drugih sektorjih, kot so javno zdravje, mednarodni razvoj in družbena blaginja. Medtem ko se v nekaterih pogledih lahko zgledujemo po raziskovanju v drugih disciplinah, pa dokumentarni filmi in drugi mediji vseeno potrebujejo še drugačne rubrike merjenja vpliva. Nekatera orodja in platforme, ki ocenjujejo vpliv medijev, uporabljajo internetne podatke in zapletene algoritme za analizo podatkov. Rezultate potem postavijo v kontekst in predstavijo njihov pomen na vizualen način. Vendar kvantitativne metode preučevanja, kljub časovni in količinski učinkovitosti, niso sposobne dati bolj prefinjenih in globljih interpretacij vpliva, kot so na primer kulturne in vedenjske spremembe v družbi. (Finneran in Matters 2014, 10) Nekatere najpomembnejše platforme za raziskovanje in prikaz vpliva filmov in medijev so Video4Change; The Lear Center, ki si prizadeva razviti globlje razumevanje vpliva medijev na družbene trende in individualno vedenje; in Harmony Institute, interdisciplinarni raziskovalni center, ki raziskuje vpliv zabavnih vsebin na posameznike in družbo in razvija dinamično vizualno platformo StoryPilot, na kateri ilustrirajo, kako se dokumentarni filmi povezujejo s publiko in kakšen je medijski odziv na njih. (Finneran in Matters 2014, 10) Takšne platforme in raziskave se ukvarjajo predvsem z vprašanjem, koliko ljudi je film dosegel, kakšna je bila vključenost občinstva oziroma kakšen odziv je film dosegel (tu upoštevajo vse od všečkov na Facebooku, objavljanje povezav na

Twitterju, sodelovanje v anketah in prostovoljno delo ali doniranje za problematiko predstavljeno v filmu) in kakšen vpliv je imel film (ali je imel film širši vpliv oziroma vpliv na skupnost, ki lahko naredi spremembe na določenem področju). Ta tri področja vplivajo eden na drugega. Če film na primer doseže pomembneže, ki lahko vplivajo na javno mnenje, je to dober način za oceno vpliva. Ali če se, na primer, veliko število ljudi odzove na film s podpisom peticije ali z donacijami, lahko to vpliva na rezultate. (Finneran in Matters 2014, 10)

Zelo težko je na splošno oceniti, kakšno vlogo med različnimi medijskimi žanri igra dokumentarni film. Poleg visokoproračunskih dokumentarcev se z razmahom manjših lokalnih dokumentarnih produkcij po celem svetu in drugimi oblikami video aktivizma aktivistični potencial tega žanra zagotovo večja, ampak je tudi bolj razpršen, pogosto usmerjen lokalno. V Sloveniji tako na primer že dvajset let deluje Luksuz produkcija, ki se poleg vključevanja Romov in v zadnjem času beguncev v različne filmske delavnice ukvarja tudi z izobraževanjem mladih na področju filma in videa. Sodijo »med pionirje demokratizacije filma kot medija in umetniškega sredstva v Sloveniji, s čimer so pripomogli k uveljavljanju neodvisnega filma. Krško je po zaslugi društva postalo pomembna učilnica za mlade video ustvarjalce ter produkcijski center za nove generacije režiserjev in novinarjev s kamero«. (Luksuz produkcija)

2.4 KLJUČNI DEJAVNIKI, KI PRIPOMOREJO K DRUŽBENEMU AKTIVIZMU IN POTENCIALNIM SPREMEMBAM V DRUŽBI

Kateri so ključni dejavniki, na katere morajo angažirani filmski dokumentaristi misliti, če želijo, da bo imel njihov film več možnosti za uspeh? V nadaljevanju bomo našli te dejavnike, kot so jih zapisali v poročilu festivala Hot Docs 2014, *Documentary Impact: Social Change Through Storytelling*. Zelo uporaben je tudi vodnik *Video for Change: A Guide for Advocacy and Activism*, ki sicer govori o uporabi kakršnih koli video vsebin (od dolgometražnih dokumentarcev do kratkih video klipov) za namene aktivizma. Nabor ugotovitev, do katerih so prišli oboji, se zdi zelo uporaben v smislu smernic za angažirane dokumentariste, saj zaobjema celotno strategijo produkcije, distribucije in trženja.

Ustvarjalci dokumentarnih filmov se namreč pogosto bolj osredotočajo na filmski jezik in pozabijo, kako pomembna je kampanja, da bi film dosegel čim večje število ljudi.

Zgodba je vse

Dobra zgodba, ki je dobro povedana, je ključnega pomena za uspešno strategijo vpliva. Če se film ne poveže z občinstvom in ne ustvari empatije, je zelo malo verjetno, da bo prinesel kakšne spremembe. Najboljši dokumentarni filmi osvetlijo človeško izkušnjo. Na tak način lahko povlečejo občinstvo v zgodbe in skupnosti, ki jih drugače ne bi poznali, izzovejo dialog in navdihnejo ljudi, da ukrepajo. Izpolnjujejo globoko potrebo ljudi po povezovanju in če je ta potreba izpolnjena, se lahko pretvori v globoko in strastno podporo problema, ki je bil predstavljen v filmu. Ta čustvena podpora gledalcev je bistvenega pomena za uspešno strategijo družbenega vpliva. (Finneran in Matters 2014, 6) Rosenthal opisuje, kako izbrati temo za dokumentarni film, in pravi, da filmski ustvarjalec pogosto nima izbire, saj ga neka tema tako obsede, da jo preprosto mora raziskati. Vpliva na filmarjevo domišljijo, čustva in politične poglede. Po njegovem mnenju iz takšne notranje potrebe nastanejo najboljši dokumentarci, saj se strast, ki jo čuti dokumentarist do določene teme, tako najlažje prenese tudi na občinstvo. (Rosenthal 2007, 10)

Strategija

V današnjem natrpanem medijskem trgu morajo filmske kampanje postaviti jasne cilje, sodelovati s partnerji in pridobiti ključno občinstvo. Pomembno je omeniti, da je proces razvoja uspešne kampanje popolnoma drugačen od procesa izdelave dokumentarnega filma. Številne uspešne kampanje so bile vodene s strani strategov in ekip za odnose z javnostmi ali pa so bile pod mentorstvom voditeljev na področju trženja in teorije družbenih sprememb z namenom razvoja strateških načrtov za ozaveščanje, ki so se uskladili z načrtom distribucije filma. Filmske ekipe so razvile uspešne kampanje tako, da so že zgodaj določile, koga želijo pritegniti, kako bodo to dosegle in kakšen vpliv skušajo imeti. (Finneran in Matters 2014, 7) Tudi Gillian Caldwell ugotavlja, da je za uspešno strategijo v prvi vrsti pomembno, da se določi jasne cilje, kaj želi ekipa doseči. Fokus strategije je dokumentirati in poudariti kršitve človekovih pravic in s tem bodisi ustvarjati pritisk na odgovorne bodisi prepričevati posameznike ali skupine v spremembe obnašanja. (Gregory in drugi 2005, 4–5) Te strategije se lahko zelo razlikujejo. Lahko gre za lobiranje vlade za uvedbo zakona o vojaški politiki, kot je bilo to v filmu *The Invisible*

War, lahko za spodbujanje javnosti, da razmišlja o svoji porabi in potrošnji, kot na primer v filmu *No Impact Man*, ali pa za spodbujanje družbe k drugačnemu razmisleku o imigrantih, kot na primer v filmu *Welcome to Shelbyville*. Določitev končnega cilja omogoča ekipi, da razmišlja o tem, koga morajo doseči in na kakšen način jim predstaviti zgodbo, da bodo dosegli svoj cilj. (Finneran in Matters 2014, 7)

Določitev ciljne publike

Tradicionalne distribucijske strategije merijo uspeh z dosegom občinstva, torej številom ljudi, ki si je film ogledalo. V kontekstu družbenega vpliva pa to ne pomeni nujno uspeha – tudi če si je film ogledalo milijon gledalcev, še ne pomeni, da bo to prineslo spremembe v družbi. Specifični cilji strategije družbenega vpliva so določitev, katera publika je najbolj pomembna, kakšen pristop distribucije bo najboljši za doseganje te publike in kaj je tisto, za kar se bo to publiko spodbujalo, da naredi, da se poveča vpliv filma. Ko se občinstvu neposredno predstavi program, s katerim lahko pride do vpliva, in če se jih je film čustveno dotaknil, je zelo verjetno, da se bodo odzvali pozivom za ukrepanje. (Finneran in Matters 2014, 7) Caldwell pravi, da je zelo pomembno, da nam je že od začetka jasno, kdo je naša ciljna publika. Na ta način je lažje ustvariti prepričljiv argument. Potrebno je ugotoviti, katero občinstvo ima največ vpliva na potencialne spremembe, ki jih želimo s filmom doseči, in na kakšne načine je mogoče priti do tega občinstva. Prepoznati je potrebno, kaj je za določeno publiko privlačno, kaj jih lahko prepriča ali spodbudi njihovo zanimanje – na podlagi tega se izbere, katere informacije se bodo predstavile ter kateri ljudje in strokovnjaki vključili, da bodo te informacije posredovali. (Gregory in drugi 2005, 8–9)

Programi za doseganje ciljne publike lahko vključujejo še:

- povezovanje publike z že obstoječimi lokalnimi kampanjami in skupinami, ki se ukvarjajo s problematiko, predstavljeno v filmu (tak primer je kampanja filma *Gasland*);
- spodbujanje občinstva, da postanejo lobisti prek družbenih omrežij: na primer tweetanje, usmerjeno v določene politike, organizacije in korporacije (tak primer je kampanja #NotInvisible za film *The Invisible War*);
- spodbujanje občinstva, da podpišejo peticije in postanejo ambasadorji za cilj filma v njihovi lokalni skupnosti (tak primer je strategija filma *Bully*);

- organizacija dogodkov takoj po ogledu filma (primer, ko je ekipa filma The Yes Man takoj po predvajanju filma v kinu, povabila občinstvo na vnaprej načrtovano protestniško akcijo pri bližnjem sedežu podjetja);
- povezovanje občinstva na razpravah po predvajanju filma;
- spodbujanje občinstva za promocijo filma v svojih krogih z namenom nadaljnega širjenja publike. (Finneran in Matters 2014, 7)

Filmski ustvarjalci naj ostanejo filmski ustvarjalci

Ker se vedno več govori in raziskuje o potencialnem vplivu dokumentarnega filma, se je povečal pritisk na filmske ustvarjalce in njihove ekipe, da skupaj s projektom predstavijo tudi strategijo potencialnega vpliva. Vendar filmski ustvarjalci ne morejo postati strokovnjaki za družbene spremembe, temveč morajo sestaviti ekipo in partnerstva, vključno z družbenimi gibanji in nevladnimi organizacijami, ki se že ukvarjajo z enako problematiko. Takšni partnerji prinašajo znanje, kontakte, trženje, kredibilnost in druga komunikacijska sredstva. Ko cilj po neki spremembi v družbi zahteva angažiranje javnosti ali spremembo vodenja, so sodelovanje in močna partnerstva bistvenega pomena. V številnih sektorjih so aktivisti in gibanja delali na določenem področju vrsto let. Poleg tega, da padejo v ciljno publiko, je tudi najbolj verjetno, da bodo imeli ideje za strategijo, saj poznajo glavne akterje iz določenega sektorja in prepoznajo ključne ciljne skupine. (Finneran in Matters 2014, 8) Tudi Caldwell govori o izjemni pomembnosti povezovanja s partnerji in organizacijami, ki že delujejo na določenem področju. Potrebno se je učiti iz dela, ki so ga drugi na tem področju že opravili. Povezava z že uveljavljenimi strokovnjaki dodaja projektu kredibilnost, kar je ključnega pomena za uspešno strategijo. (Gregory in drugi 2005, 6–8)

Širši kontekst in opozarjanje na problematiko

Večina strategij družbenega vpliva se osredotoča na ozaveščanje o neki problematiki. Ta temelji na pridobivanju precejšnje medijske pozornosti o tej problematiki in filmu. Filmske ekipe in udeleženci iz filma lahko ustvarijo močne zgodbe v medijih, z raznimi intervjuji in kolumnami, z delitvijo pomožnega materiala in pridobivanjem ugleda z govori na javnih prireditvah. Medijski vpliv se kaže, ko ljudje govorijo o problematiki iz filma – tudi, če filma niso videli – torej ko govorjenje o problematiki iz filma vstopi v javni diskurz. (Finneran in Matters 2014, 8)

Sredstva (in partnerstva) povečajo možnosti vpliva

Za realizacijo potencialnega vpliva določenega dokumentarca so potrebna sredstva (za razvoj strategije, gradnjo partnerstev, projekcije, tržni material, transport ekipe ...). Z rastjo tega področja raste tudi število programov, ki se osredotočajo na financiranje filmov s potencialnim družbenim vplivom. The Fledgling Fund, BRITDOC Connect Fund in The Ford Foundation's JustFilms program so nekateri izmed njih. Good Pitch je forum za povezovanje s partnerji in pridobivanje sredstev za družbeno kritične dokumentarce. (Finneran in Matters 2014, 8) Takšnih programov in razpisov je vedno več in če želi filmski ustvarjalec dobiti sredstva, mora narediti podroben proračunski plan. Vanj mora vključiti vse predvidene in nepredvidene stroške, iz česar ugotovi, koliko denarja potrebuje za izdelavo filma. (Rosenthal 2007, 129)

Beleženje vpliva

Z večanjem tega področja je tudi vedno več raziskav o vplivu medijev na družbo. Izgradnja prakse na tem področju je zelo pomembna, saj bomo le tako lahko razvili mehanizme za določanje pomena uspeha in merjenje, kako je do uspeha prišlo. V kontekstu merjenja vpliva je pomembno, da definicija vpliva ne temelji zgolj na meritvah. Vpliv namreč ni nujno povezan z velikim obsegom, pač pa bolj z globino vključevanja in premikom ključnih akterjev za doseg ciljev sprememb v družbi. Merjenje kulturnih in vedenjskih premikov pa je veliko težje kot sledenje meritvam v številkah in zahteva kvalitativne, in ne zgolj kvantitativnih raziskav. (Finneran in Matters 2014, 9)

Hiter odziv na spremembe v medijskem svetu

Razvoj strategij vpliva mora korakati vzporedno s hitrimi premiki v medijskem prostoru. Vedenje občinstev se hitro razvija s pojavom novih medijskih platform, naprav in tehnologij. Nekatere takšne spremembe v proizvodnji in distribuciji vključujejo platforme za množično financiranje, kot sta Kickstarter in Indiegogo, ki omogočata tako financiranje produkcije kot tudi zvestobo občinstva že zelo zgodaj v razvoju projekta; nove digitalne distribucijske platforme oziroma video na zahtevo, kot so Netflix, Amazon in iTunes; neodvisne platforme za filmske ustvarjalce, kot na primer Distrify in platforme za kinometografsko distribucijo, zahtevano s strani množic, kot sta Gathr in Tugg. (Finneran in Matters 2014, 9)

3 DOKUMENTARNI FILM KOT UMETNOST

Ko je govora o nekem umetniškem delu, ga bodo ljudje pogosto skušali ovrednotiti; torej povedali bodo svoje razloge, zakaj je neko umetniško delo dobro ali slabo. Recenzije v časopisih, revijah in na internetu obstajajo skoraj samo zato, da nam povedo, ali je film vreden ogleda ali ne. Naši prijatelji nas pogosto napotijo h gledanju njihovega najnovejšega favorita. Vendar vse prepogosto odkrijemo, da se film, ki ga nekdo drug močno ceni, nam zdi le povprečen. Na tej točki se morda pritožujemo, da ljudje ocenjujejo filme le na podlagi svojega izjemno subjektivnega okusa. (Bordwell in Thomson 2008, 63) Kako naj torej ocenimo filme s kakršno koli stopnjo objektivnosti? Bordwell predlaga, da lahko začnemo s tem, da se zavedamo razlike med osebnim okusom in evalvacijsko sodbo. Reči »ta film mi je bil všeč« ali »sploh mi ni bil všeč« ni enako, kot reči »to je dober film« ali »to je slab film«. Zelo malo ljudi omeji svoj užitek le na največja filmska dela. Večina ljudi lahko uživa v filmu, čeprav vedo, da določen film ni pretirano dober. In to je popolnoma smiselno, pravi Bordwell, če le ne začnejo prepričevati ljudi, da se ti prijetni filmi uvrščajo med večne mojstrovine. Takrat bodo drugi verjetno prenehali poslušati njihove sodbe. (Bordwell in Thomson 2008, 63) Kot je rekel francoski režiser François Truffaut, obstajata dve vrsti režiserjev: tisti, ki imajo v mislih občinstvo, ko si zamislijo in delajo svoje filme, in tisti, ki občinstva sploh ne upoštevajo. Za prve je kino umetnost spektakla, za druge pa individualna pustolovščina. Vendar ne eno ne drugo ni samo po sebi boljše ali slabše; gre preprosto za stvar različnih pristopov. (Bordwell in Thomson 2008, 3) Analiziranje umetniškega dela, kot je slika, zahteva znanje o barvi, obliki in kompoziciji, in analiziranje romana zahteva znanje o jeziku. Da bi razumeli formo v kateri koli sferi umetnosti, moramo poznati medij, skozi katerega se določena umetnost izraža. (Bordwell in Thompson 2008, 111) Zato bomo v tem poglavju naredili pregled nad filmskim jezikom, formo in stilom v dokumentarnem filmu.

3.1 KONVENCIJE DOKUMENTARNEGA FILMA

Filmski slog se nanaša na vzorce, konvencije ali tehnike, s katerimi nastajajo določeni pomeni. Slog v dokumentarnem filmu ponavadi ni uporabljen sam zaradi sebe, kot tehnična virtuoznost ali okras, ampak se ga uporabi za razvoj določene perspektive in za prikaz informacij. (Plantinga v Beattie 2004, 14) Stilske značilnosti niso univerzalne; posamezni filmski ustvarjalci razvijajo svoj slog in različne dokumentarne forme so zaznamovane z različnimi stili. Vse te variacije pa navadno delujejo v okviru realističnega impulza, ki deluje tako, da daje občutek, da je dokumentarist bil tam oziroma, da smo mi – gledalci, bili tam. (Nichols v Beattie 2004, 14) Ustvarjalci dokumentarnih filmov uporabljajo iste tehnike kot ustvarjalci igranih filmov. Snemalci, oblikovalci zvoka, digitalni dizajnerji, glasbeniki in montažerji lahko delajo tako za dokumentarni kot za igrani film. Tudi pri dokumentarnem filmu so lahko potrebne luči in režiserji lahko prosijo protagoniste, da kakšen prizor ponovijo. (Aufderheide 2007, 12) Konvencije dokumentarnega filma skupaj z oblikami pripovedovanja predstavljajo različne načine reprezentacije. Med mnogimi klasifikacijami dokumentarnih načinov komunikacije je še posebej uporabna Nicholsova. Nichols je opredelil šest načinov dokumentarne reprezentacije: razlagalni, opazovalni, reflektivni, performativni, participacijski in poetski dokumentarec. (Beattie 2004, 20; Šprah 2010, 41)

3.1.1 NAČINI DOKUMENTARNIH REPREZENTACIJ PO BILLU NICHOLSU

Različni načini so se kronološko različno razvijali, od razlagalnega, ki je značilen za začetke dokumentarnega filma, do performativnega, ki zaznamuje mnogo sodobnih dokumentarnih del. Različni načini se med seboj ne izključujejo, formalne inovacije novo nastalih načinov pa sobivajo z že uveljavljenimi praksami. Istočasno lahko dokumentarni film kaže značilnosti več kot enega načina, saj se lahko načini prekrivajo znotraj istega dela. (Beattie 2004, 20) V nadaljevanju bomo opisali različne načine dokumentarnih reprezentacij in podali mnenje o tem, za katerega izmed načinov lahko rečemo, da je najprimernejši in najbolj razširjen v smislu aktivističnega potenciala dokumentarnega filma.

POETSKI NAČIN

Poetski način si prostor deli z modernistično avantgardo. Način predstavitve realnosti je seštevek fragmentov, subjektivnih vtisov, nepovezanih dejanj in ohlapnih asociacij. Ta

način žrtvuje konvencije kontinuirane montaže in smisel za čas in prostor, za raziskovanje asociacij in vzorcev, ki vključujejo časovno ritmičnost in igre prostora. Veliko bolj se posveča prikazu razpoloženja, tona in čustev kot pa prikazu znanj ali tehnik prepričevanj. Retorični element ostaja nerazvit. Razbijanje časa in prostora v različne perspektive, zanikanje skladnosti osebam, nagnjenim k izbruhom nezavednega in zavračanje ponujanja rešitev za nepremagljive probleme je ponujalo občutek iskrenosti, tudi ko so iz tega nastala nenavadna in dvoumna umetniška dela. Čeprav so nekateri filmi prakticirali bolj klasične načine poetike v smislu reda, celovitosti in enotnosti, pa poudarek na fregmentaciji in dvoumnosti ostaja pomembna značilnost mnogih poetskih dokumentarnih filmov. (Nichols 2001, 102–105)

RAZLAGALNI NAČIN

Razlagalni način združuje fragmente zgodovinskega sveta v bolj retorični ali argumentacijski okvir kot pa estetski ali poetski. Ta način nagovarja gledalca neposredno, z napisi ali glasovi, ki ponujajo perspektivo, podajajo argument ali recitirajo zgodovino. Za takšne filme je značilen glas pripovedovalca oziroma tako imenovan »glas boga«, kjer pripovedovalca slišimo, vendar ne vidimo, ali »glas avtoritete«, kjer pripovedovalca tako slišimo kot vidimo. Za tak način pripovedovanja je značilen strokoven in bogat moški glas, čeprav so se pri nekaterih najbolj impresivnih filmih izognili preveč spoliranemu glasu in da bi povečali verodostojnost, izbrali manj izpiljene moške glasove. Razlagalni način se močno opira na logiko obveščanja skozi izgovorjeno besedo. Slika služi kot podpora komentarju ter ponazarja in osvetljuje izrečeno, komentar pa služi kot organizator podob in jim daje smisel. Komentar tako deluje nad sliko, prihaja iz nedoločenega kraja, vendar je povezan z objektivnostjo. Predstavlja stališče filma in mi kot gledalci ga vzamemo kot izhodišče, podobe pa razumemo kot dokaz ali demonstracijo tega, kar slišimo. Montaža pri razlagalnem načinu služi bolj za ohranjanje kontinuitete izgovorjenega in manj za vzpostavitev ritma ali formalnega vzorca, kot je to značilno za poetski način. Razlagalni dokumentarec je idealen način za posredovanje informacij ali za ohranjanje podpore določeni problematiki, s katero so gledalci že seznanjeni. V tem primeru bo film povečal našo zalogo znanja, ne pa spodbijal ali razvrednotil kategorij, po katerih je to znanje organizirano. Zdrav razum je odlična podlaga za to vrsto reprezentacije, saj je, prav tako kot retorika, bolj nagnjen k prepričanju kot pa logiki. (Nichols 2001, 105–109)

OPAZOVALNI NAČIN

V šestdesetih letih se je pojavila nova oblika dokumentacije, katere načelo je bilo, da filmski ustvarjalec samo opazuje, kaj se dogaja pred kamero, brez očitnega posredovanja. Takšen način je postal mogoč z napredkom v filmski tehnologiji, ko je oprema postala manjša in lažje prenosljiva, zvok pa je bilo mogoče snemati skupaj s sliko. Tako se je filmski ustvarjalec lahko prosto gibal in snemal, kar se je dogajalo okoli njega. Vse oblike nadzora, ki so jih izvajali poetski ali razlagalni dokumentaristi (urejanje scene, kompozicija) so bile nadvladane s spontanim opazovanjem dogajanja. Tudi montaža je potekala v istem duhu in rezultat so bili filmi brez glasu pripovedovalca, brez dodatnih glasbenih ali zvočnih učinkov, brez vmesnih napisov ali zgodovinskih ponazoritev in brez ponovitev prizorov. Filmii so bili celo brez intervjujev. Kar se je dogajalo, to smo videli. Protagonisti so pogosto ujeti v kriznih trenutkih, kar jih odvrne od prisotnosti kamere in filmske ekipe. Neaktivnost filmskega ustvarjalca prisili gledalca, da zavzame bolj aktivno vlogo v določanju pomena tega, kar vidi in sliši. Gledalec torej sklepa na podlagi obnašanja, ki ga vidi in sliši na ekranu. To kar vidimo, je to, kar bi se zgodilo, če kamere ne bi bilo tam – to je osnovna predpostavka dokumentarcev, narejenih na opazovalni način. Filmski ustvarjalec naj bi se obnašal kot »muha na steni«. (Nichols 2001, 109–115)

PARTICIPACIJSKI NAČIN

Participacijski dokumentarec nam daje občutek, kako je filmskemu ustvarjalcu v določeni situaciji in kako se ta situacija spreminja zaradi njegove prisotnosti. Namesto da filmar nevsiljivo opazuje, poetično preoblikuje ali argumentativno sestavlja svet, se v participacijskem načinu aktivno udeje v njem. Ne predstavlja več glasu pripovedovalca, pesniške meditacije, muhe na steni, ampak postane socialni akter, (skoraj) kot vsak drug. (Skoraj kot vsak drug zato, ker še vedno poseduje kamero in s tem določeno stopnjo potencialne moči nad dogodki.) Gledalci tako vidimo, kot slišimo filmskega ustvarjalca, kako se odziva v istem zgodovinskem prostoru kot ostali filmski subjekti. V tem smislu lahko predstavlja mentorja, kritika, izpraševalca, sodelavca ali provokatorja – njegova prisotnost prevzema večji pomen. Začetnik tega sloga je Dziga Vertov s svojim filmom *The Man with a Movie Camera* in gibanjem Kinopravda. Kasneje so ta slog poimenovali *cinéma vérité*, kjer pa z resnico ni mišljena neka absolutna resnica, temveč predvsem resnica, ki se razkrije z odnosom med akterji v filmu. V participacijskem načinu dokumentiranja velja ravno obratno kot v opazovalnem, saj resnica tukaj leži v

obliki interakcije, ki ne bi obstajala, če ne bi bilo kamere. Filmski ustvarjalec se lahko v film vključi na različne načine. Lahko ga vidimo in slišimo kot raziskovalca oziroma poročevalca, lahko gre za osebno izpoved v obliki dnevniškega zapisa, lahko pa njegovo prisotnost zaznamo skozi intervjuje. Intervju lahko pokriva široko paleto tem, od zelo osebnih do zgodovinskih, in predstavlja najpogostejšo obliko interakcije med filmskim ustvarjalcem in subjektom v participacijskem načinu. (Nichols 2001, 115–124)

REFLEKSIVNI NAČIN

Pri reflektivnem načinu dokumentiranja se za razliko od participacijskega načina, kjer proces pogajanj teče med filmarjem in subjektom, v središče pozornosti postavlja odnos med filmskim ustvarjalcem in gledalci. Takšni filmi naslavljajo gledalce in ne govorijo le o zgodovinskem svetu, temveč o problemih same reprezentacije tega sveta. Namesto da nam dokumentarci predstavijo svet zunaj njih, nas reflektivni dokumentarci ženejo k temu, da jih vidimo kot to, kar so – konstrukt oziroma reprezentacija resničnosti. Dokumentarni film *Surname Viet Given Name Nam* (1989), na primer, temelji na intervjuju z vietnamsko žensko, ki opisuje slabe življenjske razmere, v katerih so se znašli po koncu vojne. Trik reflektivnega načina gledalci spoznajo na sredini filma, ko izvemo, da je intervju zaigran in da je igralka v resnici ameriška priseljenka, ki recitira pričevanja neke druge ženske iz Vietnama. Takšni dokumentarci nas torej spodbudijo, da podvomimo v verodostojnost dokumentarnega filma kot takega. Vprašamo se, kakšno resnico dokumentarci razkrivajo o sebi, kako se razlikujejo od igranega filma, katere konvencije nas prepričajo, da mu verjamemo, in kako se nam lahko to prepričanje zamaje. Reflektivni način je najbolj samozaveden in samopreizprašujoč način reprezentacije. Realističen dostop do sveta, sposobnost predstavitve prepričljivih dokazov, indeksikalna vez med indeksikalno podobo in tem, kar predstavlja – vsi ti pojmi so podvrženi sumničanju. V tem načinu nas bolj zanima narava gledalčevega zaupanja temu, kar vidi, kot pa verodostojnost vsebine, ki ji verjame. V najboljšem primeru reflektivnemu dokumentarcu uspe pripeljati gledalca do zavedanja o njegovem odnosu do dokumentarnega filma in kaj le-ta predstavlja. Kot formalna strategija, nas preobrazba domačega v tuje opominja, kako dokumentarec deluje kot filmski žanr, katerega trditve lahko sprejemamo preveč brezbrizno; kot politična strategija pa nas opominja, da družba deluje na podlagi kod in konvencij, ki jih prevečkrat vzamemo za samoumevne. (Nichols 2001, 125–130)

PERFORMATIVNI NAČIN

Tako kot poetski način dokumentarne reprezentacije se tudi performativni način sprašuje o tem, kaj je znanje. Kaj poleg dejanskih informacij gre v naše razumevanje sveta? Ali je znanje najbolje opisano kot abstraktno, ki temelji na posplošitvah in tipičnem za tradicijo zahodne filozofije? Ali je znanje bolje opisano kot konkretno in utelešeno na podlagi osebnih izkušenj v tradiciji poezije, literature in retorike? Performativni dokumentarec se nagiba k slednjemu in predstavlja, kako takšno znanje omogoča vpogled v razumevanje bolj splošnih procesov delovanja družbe. Takšni dokumentarci razkrivajo kompleksnost našega znanja o svetu s poudarjanjem subjektivnih in čustvenih dimenzij. Film *Tongues Untied* (1989), na primer, uporabi recitirane pesmi in igrane prizore, ki ponazarjajo intenzivne osebne boje, povezane s črnsko homoseksualno identiteto. Imaginarni dogodki postanejo pomembnejši od resničnih. Prosta kombinacija dejanskega in domišljjskega je pogosta značilnost performativnega dokumentarnega filma. Kar je skupno performativnim dokumentarcem, je odklon od dokumentarnega poudarka realistične reprezentacije zgodovinskega sveta k pesniški svobodi, nekonvencionalnim narativnim strukturam in bolj subjektivnim oblikam reprezentacije. (Nichols 2001, 130–137)

Kot smo videli v poglavju o zgodovini dokumentarnega filma, za aktivistični potencial določenega filma ni nujno primeren izključno en način reprezentacije, čeprav je res, da so nekateri načini, vsaj med angažiranimi dokumentarnimi filmi, prevladujoči. V nekaterih primerih bolje deluje opazovalni način, medtem ko je za druge bolj primeren participacijski način reprezentacije. Dokumentarec *Super Size Me*, na primer, deluje izjemno močno ravno zaradi participacijskega načina dokumentiranja, medtem ko ta način nikoli ne bi tako dobro deloval pri filmu *Titicut Follies*. To, da se Spurlock postavi v vlogo običajnega Američana in jo še pretirano poudari, tako da je izključno hrano iz McDonald'sa, ima povsem drugačen učinek, kot če bi Wiseman poskušal postati eden izmed bolnikov v psihiatrični bolnišnici. Gledalci se s Spurlockom lažje identificirajo, saj jim je način življenja, v katerega se poda, bolj poznan. V filmu *Titicut Follies* pa so posnetki dogajanja v psihiatrični ustanovi sami po sebi tako zgovorni, da bi aktivna udeležba filmskega ustvarjalca pred kamero odvrnila pozornost od subjektov, ki jih opazujemo. Kateri način reprezentacije je najbolj primeren, je torej zelo odvisno od teme in od subjektov v filmu. Med vsemi načini reprezentacije, ki jih opisuje Nichols, pa se angažiran

dokumentarni film največkrat poslužuje razlagalnega in participacijskega načina reprezentacije. Razlagalni način najbolj zaznamuje izjemno močna retorika, ki je zelo pomembna za pozivanje k akciji. Poleg močnih retoričnih elementov ta način najbolj povezujemo z objektivnostjo, zaradi česar mnogi gledalci sklepajo, da je tak način reprezentacije tudi najbolj verodostojen. Forma takšnih dokumentarcev je pogosto zelo podobna propagandnim filmom ali oglasom, njihov namen pa je vedno prepričati gledalca, bodisi v spremembo mišljenja o določeni temi bodisi v nakup določenega izdelka. Poleg razlagalnega je za angažirane dokumentarce zelo pogost tudi participacijski način reprezentacije. Tudi ta način gledalci pogosto povezujejo z verodostojnostjo, saj se filmski ustvarjalec sam izpostavi. Najbolj prepričljivo deluje, kadar je v vlogi kritika ali provokatorja. Kot rečeno, pa ni absolutnega pravila, kateri način reprezentacije poveča aktivistični potencial nekega dokumentarca, temveč je to odvisno tako od teme in subjektov kot tudi od širšega konteksta, v katerem je film nastal in krožil.

3.1.2 FILMSKI JEZIK PO BORDWELLU

David Bordwell je ameriški filmski teoretik in profesor filmskih študij. Napisal je mnogo knjig na temo filma, filmske naracije in filmskega stila. Skupaj z ženo Kristin Thompson, ki prav tako piše o filmu, sta napisala knjigo *Film Art: an introduction*. Že od leta 1979, ko je izšla prva izdaja, velja ta knjiga za enega najbolj spoštovanih uvodov v študij kinematografije in filma. (Bordwell in Thompson 2008) Kot teoretsko izhodišče obravnave filmskega jezika smo izbrali njuno klasifikacijo, in sicer na podlagi osme izdaje te knjige. Zelo natančno in pregledno opišeta vse štiri vidike, ki oblikujejo filmski stil: mizansceno, kinematografijo, montažo in zvok. V nadaljevanju bomo povzeli glavne značilnosti vseh štirih, pri čemer bo poudarek na dokumentarnem filmu.

3.1.2.1 MIZANSCENA

Od vseh tehnik kinematografije je mizanscena tista, ki nam je najbolj znana. Po ogledu filma se najverjetneje ne bomo spomnili določenih rezov v montaži ali gibanja kamere, prelivov ali zvokov, zapomnili pa si bomo, na primer, kostume. V francoskem originalu besedna zveza »mise en scène« pomeni »postavljati na sceno« in se je sprva uporabljala pri režiji gledaliških iger. Filmski teoretiki pa so termin razširili in ga označili kot izraz, ki

označuje nadzor režiserja nad tem, kaj se pojavi znotraj filmskega okvirja. Vključuje iste vidike filma, ki jih najdemo tudi v gledališki umetnosti – prizorišče, osvetlitev, kostumografija in obnašanje protagonistov. Mizanscena običajno vključuje načrtovanje, nekateri filmski ustvarjalci pa so odprti tudi za nenačrtovane dogodke. Protagonist lahko doda kaj svojega ali pa se pojavi nepričakovana sprememba osvetlitve, ki lahko poveča dramatičen učinek. (Bordwell in Thompson 2008, 112) Mizanscena je seveda veliko manj predvidljiva v dokumentarnem filmu kot v igranem, čeprav tudi dokumentaristi pogosto kaj dodajo v kader ali pa na primer prosijo protagonista, da prinese predmete, povezane s temo, o kateri bo govoril. Vplivanje na mizansceno je odvisno tudi od načina dokumentiranja. V opazovalnem dokumentarcu se filmski ustvarjalci izogibajo kakršnemu koli spreminjanju okolice in protagonistov, medtem ko je lahko v performativnem ali refleksivnem dokumentarcu teh sprememb veliko. Poznamo štiri splošna področja izbire in nadzora, ki jih mizanscena ponuja filmskemu ustvarjalcu – izbira prizorišča, kostumografija in ličenje, osvetlitev in postavitve predmetov in protagonistov v prostoru. (Bordwell in Thompson 2008, 115)

Izbira prizorišča

Režiser lahko nadzoruje prizorišče na več načinov. Lahko izbere že obstoječo lokacijo ali pa jo skonstruira na novo. Slednja je seveda bolj pogosta za igrane filme. V manipulacijo prizorišča lahko vključi tudi razne rekvizite. (Bordwell in Thompson 2008, 115–118) V dokumentarnem filmu je izbira prizorišča največkrat pogojena s temo in protagonisti.

Kostumografija in ličenje

Prav tako kot prizorišče ima lahko tudi kostumografija posebno funkcijo v celotnem filmu. Erich von Stroheim je bil na primer tako predan avtentičnosti kostumov, da je dal oblikovati spodnje perilo, ki naj bi igralce popeljala v primerno razpoloženje, čeprav spodnje perilo ni bilo vidno v filmu. Kostumi so lahko precej stilizirani, lahko imajo povsem grafično funkcijo, da se uskladijo s prizoriščem. Pomembno vlogo v mizansceni predstavljajo tudi ličila. Ta so bila sprva nujno potrebna, saj so poudarjala obrazne poteze igralcev, ki se jih drugače ne bi dobro videlo na zgodnjih filmskih trakovih. (Bordwell in Thompson 2008, 119–124) V dokumentarnem filmu kostumi in ličila ne igrajo tako pomembne vloge, jih pa dokumentaristi ne smejo zanemariti. V nekaterih primerih večdnevnega snemanja je potrebno protagoniste pogosto opozoriti, naj oblečejo enake

obleke kot prvi snemalni dan. S tem se dokumentarist izogne problemom nekontinuirane montaže.

Osvetlitev

Osvetlitev v filmu predstavlja več kot le vir svetlobe, ki nam omogoča, da vidimo dogajanje. Svetlejša in temnejša območja pomagajo ustvariti celotno kompozicijo in tako usmerjajo našo pozornost na določene predmete ali dogajanja. Poznamo štiri glavne značilnosti filmske svetlobe: kvaliteta, smer, izvor in barva. *Kvaliteta svetlobe* se nanaša na relativno intenzivnost osvetlitve. Trda svetloba ustvarja jasno definirane sence, ostre teksture in ostre robove, medtem ko mehka svetloba ustvarja razpršeno osvetlitev. V naravi opoldansko sonce ustvarja trdo svetlobo, oblačno nebo pa mehko, razpršeno svetlobo. *Smer svetlobe* se nanaša na pot svetlobe od njenega vira do predmeta, ki je osvetljen. Razlikujemo med frontalno osvetlitvijo, stransko osvetlitvijo, osvetlitvijo od zadaj, od spodaj in od zgoraj. Frontalna osvetlitev zmanjšuje sence, vendar brez stranske luči deluje plosko. Stranska osvetlitev doda učinek globine in tridimenzionalnosti. Če uporabimo osvetlitev od zadaj, brez drugih virov svetlobe, bomo dobili učinek silhuet. Če pa bomo takšni osvetlitvi dodali več frontalnih virov svetlobe, bo osvetlitev postala naravnejša in nevsiljiva. Osvetlitev od spodaj izkrivi obrazne značilnosti in se pogosto uporablja za ustvarjanje dramatičnih, grozljivih učinkov. Svetloba od zgoraj pa na primer poudarja obrazne ličnice. Določena tehnika lahko učinkuje drugače glede na kontekst. Poleg kvalitete in smeri svetlobe je zelo pomemben tudi *izvor svetlobe*. Pri snemanju dokumentarnega filma je filmski ustvarjalec pogosto primoran uporabiti vire svetlobe, ki so prisotni v dejanski okolici. Večina igranih filmov pa uporablja dodatne vire svetlobe, saj s tem dobi kontrolo nad izgledom posnetka. (Bordwell in Thompson 2008, 124–130) Pri osvetlitvi ima izjemen učinek tudi *barva svetlobe*, ki ni omejena zgolj na belo svetlobo sonca in rumenkasto, ki prihaja iz žarnice z žarilno nitko. V praksi filmski ustvarjalci ponavadi delajo s karseda belo lučjo, na katero polagajo barvne filtre, ki imajo različne učinke. V prostoru je lahko realističen vir svetlobe, ki motivira odtenek – na primer oranžna za svetlobo sveče. Lahko pa je motiv nerealističen – na primer nenadna sprememba svetlobe v modrikasto, ki lahko prikaže grozo na protagonistovem obrazu. (Bordwell in Thompson 2008, 130–131) Ljudje smo navajeni, da ne zaznavamo osvetlitve našega vsakdanjega okolja, zato se nam filmska osvetlitev pogosto zdi samoumevna. Toda videz posnetka je močno kontroliran s kvaliteto, smerjo, izvorom in barvo svetlobe. Filmski ustvarjalci lahko s kombinacijo le-teh, manipulirajo gledalčevo izkušnjo na mnogo

načinov. (Bordwell in Thompson 2008, 131)

Postavitvev – gibanje in igra

Režiser lahko nadzira tudi vedenje različnih figur na mizansceni. Čeprav so lahko abstraktne oblike in animirane figure pomemben del mizanscene, so najbolj intuitivno znani primeri izražanja in gibanja, ko igralci igrajo svoje vloge. Igralčeva izvedba je sestavljena z različnimi vizualnimi elementi (videz, geste, obrazno izražanje) in zvokom (glas, zvočni učinki). Kontekst izvedbe se oblikuje tudi v montaži, saj lahko montažer izbira med več posnetki istega prizora in izbere tistega, kjer je bila izvedba igralca najboljša. Tako lahko skombinira izvedbo, ki na odru nikoli ne bi bila mogoča. (Bordwell in Thompson 2008, 132–140) Čeprav v dokumentarnem filmu protagonisti ne igrajo, ima dokumentarist vseeno določen nadzor nad dogajanjem. Protagonistu na primer lahko naroči, naj med intervjujem ne gleda v kamero ali naj izvaja neko aktivnost.

3.1.2.2 KINEMATOGRAFIJA

Filmski ustvarjalec nadzira kinematografske lastnosti posnetka – ne le, kaj se snema, ampak tudi, kako se snema. Kinematografske lastnosti vključujejo tri dejavnike: fotografski vidik posnetka, uokvirjanje posnetka oziroma kadriranje in trajanje posnetka. (Bordwell in Thompson 2008, 162)

3.1.2.2.1 FOTOGRAFSKI VIDIKI POSNETKA

Razpon barvnih tonov

Slika se lahko zdi siva ali črno bela, lahko prikazuje vrsto barv in teksture lahko jasno izstopajo ali pa so zabrisane. Filmski ustvarjalec lahko nadzoruje vse te vizualne lastnosti, tako da manipulira z izbiro filmskega traku, s tem, koliko svetlobe spusti na filmski trak in kako filmski trak razvije. Razpon barvnih tonov je najbolj odvisen od izpostavljenosti filmskega traku svetlobi med samim snemanjem. Najboljši učinek bomo dobili, če bomo skozi objektiv spustili ravno pravšnjo količino svetlobe. Če bo slika preveč temna, pomeni, da skozi objektiv nismo spustili dovolj svetlobe, in obratno, če bo presvetla, pomeni, da smo skozi objektiv spustili preveč svetlobe. Ta pravila niso dokončna, filmski ustvarjalec jih lahko krši za namene določenih učinkov (na primer temnejši film noir). Na razpon

barvnih tonov lahko vplivajo tudi filtri. Pred modernimi izboljšavami filmskih trakov in osvetlitve so večino zunanjih nočnih prizorov snemali podnevi, nočni učinek pa so ustvarili z modrimi filtri. Digitalna kinematografija sicer ne uporablja filmskih trakov, še vedno pa se morajo filmski ustvarjalci odločiti glede barve, osvetlitve in kontrastov. (Bordwell in Thompson 2008, 162–166)

Hitrost gibanja

Filmski ustvarjalec lahko narekuje hitrost akcije protagonistov, toda hitrost je mogoče nadzorovati tudi s fotografsko močjo, edinstveno za film: nadzorovanje hitrosti gibanja, ki se vidi na zaslonu. Snemalec lahko z načinom snemanja doseže učinek počasnega ali pohitrenega posnetka, zamrznjene slike in podobno. Hitrost gibanja, ki jo vidimo na zaslonu, je odvisna od razmerja med hitrostjo, s katero je bil film posnet, in hitrostjo projekcije. Oboje je odvisno od števila sličic na sekundo. Standardna stopnja je 24 sličic na sekundo. Z manj sličicami na sekundo bo gibanje delovalo hitrejše. To včasih vidimo v komedijah, fantazijskih filmih ali ko želi filmski ustvarjalec dobiti našo pozornost in pospešiti ritem. Nasprotno bo z več sličicami na sekundo gibanje videti počasnejše. Takšen učinek se pogosto uporablja za namige, da se akcija dogaja v sanjah, fantaziji ali za izražanje lirične kakovosti. V digitalni produkciji je za počasne posnetke potrebna posebna kamera, ostale učinke pa lahko dosežemo tudi v digitalni postprodukciji. (Bordwell in Thompson 2008, 166–168)

Perspektiva

Objektiv kamere dela približno to, kar dela človeško oko. Zbira svetlobo iz okolice, ki jo potem projicira na površino filmskega traku, iz česar nastane slika, ki prikazuje velikost, globino in druge dimenzije scene. Razlika med objektivom in očesom je, da obstaja več vrst objektivov in vsaka vrsta objektiva drugače prikaže perspektivo. Če bomo z dvema različnima objektivoma fotografirali ali posneli isto sceno, bodo razmerja perspektive na nastali podobi lahko drastično drugačna. (Bordwell in Thompson 2008, 168–169)

Običajno razlikujemo med tremi vrstami objektivov glede na njihove učinke na perspektivo. Širokokotni objektiv, katerega goriščna razdalja je pod 35 mm, izkrivi ravne linije ob robu slike in jih zabriše navzven. Ima lastnost, da lahko ujame izredno globino. Ker se zdi, da so razdalje med ospredjem in ozadjem večje, je videti, da se subjekti, ki se gibajo stran od kamere ali proti njej, premikajo hitreje. Tako imenovan normalen objektiv,

z goriščno razdaljo od 35 do 50 mm, poskuša preprečiti opazno izkrivljanje v perspektivi. Vodoravne in navpične linije ostajajo ravne in pravokotne. Sprednji del slike in ozadje ne delujeta raztegnjeno (kot pri širokokotnem objektivu) in ne stisnjeno (kot pri ozkokotnem objektivu). Ozkokotni oziroma tako imenovani teleobjektiv izkrivlja prostor vzdolž osi kamere. Perspektiva za globino in prostornino je zmanjšana, slika deluje stisnjeno, kot če bi gledal skozi teleskop ali daljnogled. Ozadje deluje dvodimenzionalno. Goriščna razdalja teleobjektivov se giblje med 75 in 250 mm ali več. Običajno jih uporabljajo za snemanje športnih dogodkov, saj omogočajo snemanje z večje razdalje. Zaradi zmanjšane perspektive globine deluje, da se subjekt, ki se premika proti kameri, giblje počasneje. Goriščna razdalja objektivov lahko močno vpliva na izkušnjo gledalca. Subjekt ali predmet se lahko zlije z okolico ali pa izstopa z ostrim reliefom. Poleg objektivov z različnimi goriščnimi razdaljami poznamo še objektiv, ki snemalcu omogoča spreminjanje goriščne razdalje med samim snemanjem. To je tako imenovan zoom objektiv. Prvotno je bil ustvarjen za fotografiranje iz zraka, kasneje pa je postal standardno orodje za snemanje newsreel filmov. V praksi se sicer ni spreminjalo goriščne razdalje med snemanjem, ampak je snemalec nastavil želeno goriščno razdaljo in potem začel snemati. Konec 50-ih pa je zoom med snemanjem postal trend in je bil pogosto uporabljen kot zamenjava za fizično premikanje kamere naprej ali nazaj. Čeprav zoom posnetek predstavlja gibljivo sliko, kamera ostaja pri miru, na zaslonu pa to vidimo kot povečavo ali zmanjšanje objekta/subjekta. (Bordwell in Thompson 2008, 169–172) Goriščna razdalja ne vpliva le na povečanje ali izkrivljanje oblike, temveč tudi na globinsko ostrino. To je razpon razdalj pred objektivom, znotraj katerih bo predmet ali oseba še vedno v fokusu oziroma izostren. Širokokotni objektiv ima večjo globinsko ostrino kot teleobjektiv. Filmski ustvarjalec lahko spreminja perspektivo med snemanjem tudi s spreminjanjem ostrine. Posnetek se lahko začne s predmetom v ospredju v ostrem fokusu in z neostrim ozadjem, ki se nato spremeni v izostreno ozadje in neizostren predmet v ospredju. (Bordwell in Thompson 2008, 172–173)

3.1.2.2.2 KADRIRANJE

Okvir slike ni le nevtralna meja. Je zelo pomemben, saj definira velikost in obliko slike, način kako razumemo prostor na zaslonu in zunaj njega, oblikuje razumevanje razdalje, kota in višine izhodiščne točke ter gibanje slike. S tem je definirano, kaj in kako vidimo na

zaslonu. (Bordwell in Thompson 2008, 182–183)

Dimenzije in oblike slike

V slikarstvu in fotografiji najdemo različne oblike in velikosti slik, medtem ko je v filmu primarna izbira pravokotna slika z različnimi razmerji med stranicama. Včasih je bilo najbolj uveljavljeno razmerje 4 : 3, danes pa vidimo veliko različnih razmerij. Izbira formata zaslona je lahko pomemben dejavnik za gledalčevo izkušnjo, saj vpliva na pozornost gledalca. (Bordwell in Thompson 2008, 183–187)

Prostor na zaslonu in zunaj zaslona

Tisto, kar je na sliki in kar je z nje izvzeto, naredi končno sliko. Če se kamera premakne stran od predmeta ali osebe, gledalec predpostavlja, da je ta predmet ali oseba še vedno tam. Filmski ustvarjalec lahko namiguje na prisotnost stvari na območjih zunaj zaslona (to so prostor za vsakim od robov slike, prostor za prizoriščem in prostor za kamero). Protagonist lahko na primer pogleda ali pokaže na nekaj, česar ni na sliki. Na takšne namige lahko močno vpliva tudi uporaba zvoka, kot bomo videli v nadaljevanju. Poleg tega se lahko na zaslonu prikaže nekaj, česar ni bilo na sliki, kar se pogosto upora blja za učinke presenečenja. (Bordwell in Thompson 2008, 187–190)

Kot, raven, višina in razdalja

Slika nas postavlja tako, da na mizansceno gledamo pod določenim kotom. Število kotov je neskončno, saj lahko kamero postavimo kamor koli, v praksi pa razlikujemo tri glavne kategorije. Najpogosteje uporabljen kot je ravni kot, kar pomeni, da je kamera postavljena v višini oči protagonista. Snemanje od zgoraj navzdol nas postavlja nad subjekt, snemanje od spodaj navzgor pa pod subjekt. Slika je lahko bolj ali manj vodoravno poravnana – se pravi vzporedna z obzorjem. Nekateri filmski ustvarjalci uporabljajo neporavnano sliko, da dosežejo dolečene groteskne učinke. Slika nam ponavadi daje občutek, da smo postavljeni na določeno višino, glede na prizorišče in subjekte. Kot kamere je do neke mere seveda povezan z višino kamere, saj jo moramo postaviti višje, če želimo doseči visoki kot. Ni pa višina kamere vedno povezana s kotom. Kamero se lahko na primer postavi bližje tlam, da se posname predmete na tleh, snema pa se pod ravnim kotom.

Slika nam daje tudi občutek razdalje, torej kako blizu smo mizansceni. Ta razdalja določa

tako imenovane plane kamere. Standardno merilo za določanje planov je človeško telo. Pri daljnem totalu je človeško telo komaj vidno. Ta plan se ponavadi uporablja za snemanje pokrajin ali mest in drugih panoram. Pri totalu je človeško telo bolj izrazito, še vedno pa prevladuje ozadje. Plan, pri katerem je človeško telo vidno od kolen ali od pasu navzgor, se imenuje srednji plan in je zelo pogost, saj omogoča lepo ravnotežje med subjektom in okolico. Geste in izrazi postanejo vidnejši. Srednji bližnji plan prikaže človeško telo od prsi navzgor, medtem ko bližnji plan pokaže le glavo, roke, noge ali male predmete. Poudari izraze na obrazu, geste ali pomembne predmete. Detajl pa izpostavi le del obraza (na primer oči, ustnice) ali izolira in izpostavi predmet. (Bordwell in Thompson 2008, 190–192)

Bordwell pravi, da skušamo pogosto dodeliti absolutne pomene določenim kotom, planom in ostalim lastnostim kadriranja. Lahko je trditi, da snemanje od spodaj navzgor avtomatično naredi subjekt močnejši, in obratno, da ga s snemanjem od zgoraj navzdol naredi krhkega ali ponižanega. Analiza filma kot umetnosti bi bila veliko lažja, če bi lahko filmom določili tako absolutne pomene, ampak hkrati bi posamezni filmi izgubili veliko svoje edinstvenosti. Pogosto ta pravila res držijo, vendar pa jim, kot trdi Bordwell, ne moremo dodeliti absolutnega ali splošnega pomena. Poleg narativnega pomena različno kadriranje dodaja k vizualnemu interesu kot takemu. Bližnji plani lahko prikažejo teksture ali detajle in prikrite geste, ki bi jih drugače prezrli. Totali nam omogočajo raziskovanje panoram, ki lahko prinesejo vizualne užitke (kot na primer v dokumentarnem filmu *Lessons of Darkness* Wernerja Herzoga). Bordwell pravi, da težko klasificiramo vse funkcije različno oblikovanih kadrov in da je vse, kar lahko trdimo o kotu, ravni, višini in razdalji kamere, to, da imajo vedno možnost oblikovanja naše zavesti. (Bordwell in Thompson 2008, 192–194)

Gibljiva slika

Ena izmed značilnosti kadriranja, ki je specifična filmu in videu, je sposobnost slike, da se giba. Med gibanjem slike se spreminjajo koti, raven, višina in razdalja. Gledalec se lahko pogosto počuti, kot da potuje s sliko, saj se, na primer, približa predmetu, ga obkroži ali gre mimo njega. Poznamo več vrst gibanja kamere in vsak ima svoj učinek.

Zasuk od leve proti desni ali obratno (angl. pan, ki je krajše za panoramo) oziroma tako

imenovani »švenk« predstavlja gibanje kamere, ki na zaslonu daje vtis horizontalnega skeniranja prostora. Kamera stoji na mestu in premika »svojo glavo« levo ali desno. Zasuk od spodaj navzgor oziroma od zgoraj navzdol (angl. tilt), predstavlja ravno obratno gibanje – glava kamere se obrača navzgor ali navzdol, kamera pa ne spremeni svojega položaja. »Dolly« predstavlja gibanje, kjer kamera premika svoj položaj naprej, nazaj, diagonalno, z ene strani na drugo ali krožno. Običajno so za takšne posnetke kamero pritrčili na tirnice, danes pa se veliko uporablja tudi »steadicam«. To je naprava, ki si jo snemalec pritrdi na telo in uravnoteži gibanje kamere. Tako lahko hodi in snema, ne da bi se kamera preveč tresla, rezultat pa so fluidni, tekoči posnetki. Včasih želi filmski ustvarjalec dobiti ravno obraten učinek, namesto gladko tekočega želi tresoč posnetek. Običajno se to doseže s snemanjem iz roke. Takšno gibanje kamere je postalo bolj pogosto v poznih 50-ih letih z rastjo cinema verite dokumentarcev. Snemanje iz roke se pojavlja tudi v igranem filmu. Ker tehnika izvira iz dokumentarnega žanra, posoja učinek avtentičnosti igranemu filmu ali psevdo-dokumentarcem, kot je na primer The Blair Witch Project. V drugih primerih lahko snemanje iz roke služi za ustvarjanje posnetkov subjektivnega pogleda. Pri posnetku s kranom se kamera premika nad tlemi. Običajno se premika s pomočjo mehanične roke ne le navzgor ali navzdol kot dvigalo, temveč tudi naprej ali nazaj ter z ene strani na drugo. Alternativa snemanju s kranom, so posnetki iz helikopterja ali letala in v zadnjem času z »droni« oziroma brezpilotnimi malimi letali, kamor se namesti kamero. Filmski ustvarjalci pogosto kombinirajo različne načine gibanja kamere in jih združijo v enem posnetku: kamera lahko na primer hkrati sledi in naredi švenk ali pa se premika s kranom in zoomira. (Bordwell in Thompson 2008, 194–199)

3.2.2.3 DOLŽINA POSNETKA

Film je umetnost prostora kot tudi časa. Dolžina zgodbe se ponavadi razlikuje od dolžine filma. Film lahko predstavi v nekaj minutah dogodke, ki bi v resnici potekali več ur. Režiserji so se skozi zgodovino odločali za različno dolge posnetke. Zgodnji film so zaznamovali razmeroma dolgi posnetki, saj je pogosto en posnetek predstavljal en film. S kontinuirano montažo so prišli tudi krajši posnetki. V 20-ih letih 20. stoletja je bil povprečen posnetek ameriškega filma dolg pet sekund. Po prihodu zvoka pa se je to povprečje dvignilo na deset sekund. Skozi celotno zgodovino pa so nekateri filmski ustvarjalci raje uporabljali posnetke, ki so bili daljši od povprečja. Sredi 30-ih let so

režiserji po celem svetu začeli eksperimentirati z zelo dolgimi posnetki, ki so jim predstavljali močan ustvarjali vir. Režiser se lahko odloči, ali bo prizor prikazal bodisi z enim oziroma kombinacijo nekaj dolgih posnetkov bodisi s kombinacijo veliko krajših posnetkov. Filmski ustvarjalci dolge posnetke ponavadi uporabljajo selektivno. Določen prizor je lahko močno odvisen od montaže, medtem ko je za drugega dovolj en dolg posnetek. To režiserju omogoča, da poveže določene pripovedne vidike z različnimi stilističnimi možnostmi. Tak primer je dokumentarni film *Hour of the Furnances*, kjer se večina filma zanaša na montažo newsreel in igranih posnetkov, zato da prikaže, kako evropske in severno-ameriške ideologije prodirajo v države v razvoju. Zadnji posnetek filma je počasni zoom na fotografijo trupla Che Guevare, simbola gverile in upora proti imperializmu. Posnetek, dolg tri minute, gledalca prisili, da se zamisli o posledicah upora. (Bordwell in Thompson 2008, 207–213)

3.1.2.3 MONTAŽA

Filmska montaža močno oblikuje gledalčevo izkušnjo, čeprav se gledalci tega običajno ne zavedajo. Montaža prispeva ogromno k sami organizaciji filma. O njej lahko razmišljamo kot o koordinaciji enega posnetka z naslednjim. Montažer pregleda ves material, odstrani neželene posnetke in odreže odvečne sličice z začetka in konca posnetka (na primer tiste, ki prikazujejo filmsko klapo). Potem združi želene posnetke. Najpogostejši način za združitev dveh posnetkov je tako imenovan rez. Do porasta digitalne montaže v 90-ih se je rezalo filmski trak in potem spajalo skupaj zelene trakove. Posnetki so posneti z idejo, kako jih bodo kasneje spajali. V igranem filmu pomagajo planirati montažo scenariji, medtem ko v dokumentarnem filmu režiserji pogosto razmišljajo o montaži že med snemanjem. (Bordwell in Thompson 2008, 218–220)

Grafično razmerje med posnetkoma A in B

Spajanje dveh posnetkov dopušča interakcijo bodisi s podobnostjo ali razliko v povsem slikovnih lastnostih teh dveh posnetkov. Tako mizanscena kot kinematografske lastnosti predstavljajo grafične elemente. Vsak posnetek zato omogoča možnosti za montažo na podlagi grafičnih značilnosti različnih posnetkov. Takšna montaža lahko dosega gladko kontinuiteto, če se filmski ustvarjalec odloči za povezavo grafično podobnih posnetkov, ali pa nenaden kontrast, če se odloči obratno. Oblike, barve, kompozicija in gibanje s

posnetka A se lahko nadaljujejo na posnetku B. Režiser ponavadi stremi k temu, da okrog reza konstantno ohranja središče zanimanja, torej da ohranja splošno raven osvetlitve in se izogne močnim barvnim nasprotjem med dvema posnetkoma. Grafično kontinuirana montaža sicer ni nujna, a je v nekaterih primerih lahko zelo dobrodošla. Dokumentarni film *Night and Fog* Alaina Resnaisa zaznamuje uporaba ekstremnega, vendar primerne grafičnega konflikta. Barvni posnetki zapuščenega koncentracijskega taborišča po vojni so združeni s črno-belimi newsreel posnetki taborišča iz časa vojne. Resnais je uravnotežil tako velik kontrast tako, da je našel podobnosti v obliki in kompoziciji (na primer posnetek sledenja ograje se grafično sklada s posnetkom korakanja nog nacističnih vojakov iz nizkega kota). (Bordwell in Thompson 2008, 220–226)

Razmerje ritma med posnetkoma A in B

Kot že vemo, 24 sličic predstavlja eno sekundo projekcije. Posnetek je lahko kratek za eno sličico ali dolg za tisoče sličic. Montaža omogoča določanje dolžine vsakega posnetka. Z urejanjem dolžine posnetkov v medsebojno razmerje montažer nadzoruje ritemski potencial montaže. Ritem filma ne izhaja samo iz montaže, temveč tudi iz drugih filmskih tehnik. Filmski ustvarjalec se za določanje ritma montaže zanaša na gibanje v mizansceni, pozicijo in gibanje kamere, ritem zvoka in celoten kontekst. Kljub temu pa vzpostavljanje vzorca glede na dolžino posnetkov bistveno vpliva na to, kar gledalci intuitivno prepoznamo kot ritem filma. Če so vsi posnetki približno enako dolgi, dobimo enakomeren ritem. Za bolj dinamični ritem se zmontira različno dolge posnetke – vedno daljši posnetki postopoma upočasnijo tempo, medtem ko ga vedno hitrejši pospešijo. Zaporedje kratkih posnetkov gledalcu ne dopušča dovolj časa, da razmišlja o tem, kaj gleda, kar se ponavadi uporablja za naraščanje navdušenja v akcijskih prizorih, televizijskih oglasih ali glasbenih videih. (Bordwell in Thompson 2008, 226–227)

Prostorsko razmerje med posnetkoma A in B

Poleg nadzora nad grafiko in ritmom montaža konstruira tudi prostor v filmu. Montažer lahko uskladi dve točki v prostoru in tako ustvari nekakšno razmerje med njima. Režiser se lahko odloči, da bo na primer s prvim posnetkom prikazal celotni prostor, čemur bo sledil posnetek le dela tega prostora. Takšna analitična razčlenitev predstavlja zelo pogost montažerski vzorec, ki je, kot bomo videli v nadaljevanju, značilen za kontinuirano montažo. V montaži so zelo pogoste manipulacije prostora. Osebo lahko posnamemo v

nekem notranjem prostoru in v zunanem prostoru, ki se ne nahaja blizu prvega prostora. Če ta dva posnetka združimo v montaži, bomo gledalci verjeli, da se prvi prostor nahaja na ulici iz drugega posnetka. V kompilacijskih dokumentarnih filmih, narejenih iz newsreel posnetkov, lahko na enem posnetku vidimo izstrelitev iz topa in na drugem zadetek v tarčo. Sklepamo, da je top iz prvega posnetka zadel tarčo iz drugega, v resnici pa sta lahko posnetka vzeta iz dveh različnih bitk. Prav tako bomo sklepali, da gre za isti prostor, če bo posnetku nekega govora sledil posnetek navdušene množice. Razsežnosti takšnih prostorskih manipulacij je preučil sovjetski režiser Lev Kuleshov. Kuleshov je izvedel vrsto eksperimentov, med katerimi je najbolj znan tisti, kjer je združil nevtralne posnetke igralčevega obraza z različnimi posnetki – posnetek juhe, narave, mrtve ženske in otroka. Gledalci so domnevali, da se je igralčev izraz na obrazu spreminjal glede na to, kar je videl, v resnici pa so bili posnetki popolnoma nepovezani, posnetek igralca pa je bil v vseh primerih isti. Tako imenovan Kuleshov efekt je torej serija posnetkov, ki spodbudi gledalca, da na podlagi delov prostora presodi, kakšna je prostorska celota. (Bordwell in Thompson 2008, 227–229)

Časovno razmerje med posnetkoma A in B

Režiser se lahko odloča o časovnem zaporedju dogodkov, ki se jih ureja z montažo. Zaporedje dogodkov v filmu ni nujno enako zaporedju dogodkov v sami zgodbi. Tako v filmu vidimo posnetke, kjer se protagonist vrne v preteklost (flashback), ali redkeje, kjer je prikazan dogodek, ki se še ni zgodil (flash-forward). Če si posnetki sledijo po »pravilnem« vrstnem redu, je to zato, ker se je režiser tako odločil, in ne, ker bi bilo to pravilo. Poleg zaporedja dogodkov lahko montažer vpliva tudi na dolžino trajanja dogodkov. Na primer, da želi režiser prikazati moškega, ki hodi po stopnicah, vendar ne želi prikazati cele poti od vznožja do vrha stopnic. V tem primeru se lahko odloči za zatemnitev med posnetkoma z vznožja stopnic in z vrha stopnic, kar nakazuje, da je preteklo nekaj časa. Takšna tehnika je bila bolj pogosta v preteklosti. Drugi način je, da prikaže moškega na vznožju stopnic, ga pusti, da odkoraka iz slike in za kratek čas pusti prazno sliko, čemur sledi rez na prazno sliko z vrha stopnic, kamor spet vkoraka moški. Tretji način je, da posnetek s stopnic prekine s posnetkom drugega dogodka. V tem primeru začne z moškim na vznožju stopnic, temu sledi posnetek ženske v stanovanju, nato pa posnetek moškega na vrhu stopnic. To so primeri načinov, kako z montažo skrajšati čas dogodka. Čas dogodka pa lahko tudi podaljšamo. Če je akcija s konca

posnetka delno ponovljena na naslednjem, govorimo o prekrivajoči montaži. Čeprav je tak način montaže redek, so jo ruski filmski ustvarjalci iz 20-ih let, predvsem Sergei Eisenstein, pogosto uporabljali. Če se del nekega posnetka sistematično ponavlja, se stopnjuje napetost, naše pričakovanje pa raste, saj se z vsako ponovitvijo vedno bolj bližamo razrešitvi akcije. (Bordwell in Thompson 2008, 229–231)

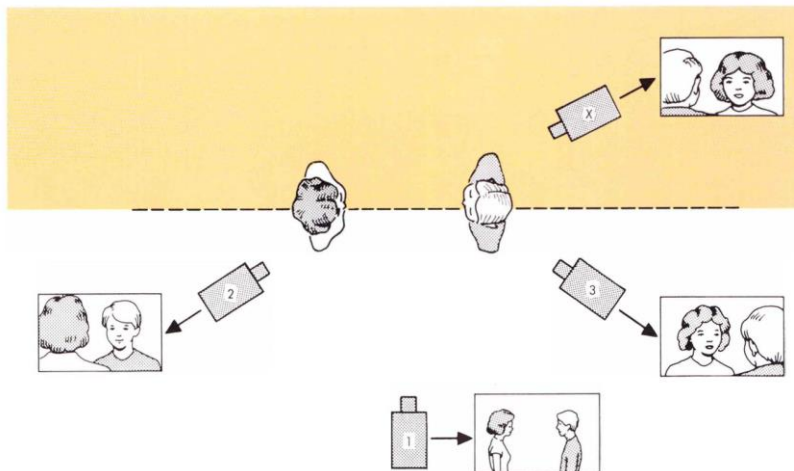
Kontinuirana montaža

Režiserjev vpliv na to, kako bo uredil grafiko, ritem, prostor in čas, predstavlja neskončni kreativni potencial. Kljub neskončnim možnostim večina filmov uporablja ozek nabor možnosti montaže – tako ozek, da lahko govorimo o prevladujočem stilu montaže skozi celotno zgodovino filma. To je kontinuirana montaža. Kot pove že ime, je njen osnovni namen omogočiti prostoru, času in akciji, da se odvijajo v gladkem toku skozi niz posnetkov. Grafične lastnosti se neprekinjeno ohranjajo od posnetka do posnetka. Figure so uravnotežene in simetrično razporejene, celotna osvetlitev in ton ostajata konstantna, akcija zavzema centralno pozicijo. Ritem je ponavadi odvisen od planov. Totali so ponavadi časovno daljši od srednjih planov, srednji plan pa je časovno daljši od detajla. Predpostavka je, da gledalec potrebuje več časa za ogled totala, saj ta vsebuje več informacij. (Bordwell in Thompson 2008, 231)

Prostorska kontinuiteta in sistem 180°

Prostorska kontinuiteta se ohranja z uporabo osi, vzdolž katere poteka akcija. Os predstavlja nevidno premico, okrog katere se v krogu 180° lahko postavi kamere. Filmski ustvarjalec bo načrtoval, snemal in montiral v skladu s tem pravilom. Tak sistem zagotavlja, da relativni položaji znotraj slike ostajajo konsistentni. Če si predstavljamo fanta in dekle, ki si stojita nasproti in se pogovarjata (tako kot na Sliki 3.1), os poteka v smeri njunega pogleda. Kamere bomo postavili na eno ali drugo stran te osi, nikakor pa ne na obe. Na ta način bosta protagonista ohranila enake pozicije, relativno ena na drugega. Če tudi ju bomo videli z različnih kotov, bo dekle vedno na levi strani slike in fant na desni. Če bi os prečkali in kamero postavili na drugo stran, bi dekle kar naenkrat stalo na desni strani slike in fant na levi. To bi nas kot gledalca seveda zmedlo. (Bordwell in Thompson 2008, 231–234)

Slika 3.1: Postavitev kamer v skladu s prostorsko kontinuiteto.



Vir: Bordwell in Thompson (2008, 233).

Delovanje kontinuirane montaže, ki ji večina narativnih filmov sledi še danes, ima določena pravila oziroma vzorec delovanja. Na začetku filma ali sekvence ponavadi najprej vidimo predstavitveni posnetek (establishing shot). To je posnetek, ki definira prostor, kjer se zgodba odvija. Temu ponavadi sledi posnetek, ki določi os 180°. Za tem pa se odvije vzorec posnetek/nasprotni posnetek (shot/reverse shot). Ko je os 180° določena, najprej prikažemo en konec osi in potem drugega. Če se navežemo na sliko 3.1, to pomeni, da bomo dobili izmenjajoče se posnetke dekleta in fanta. Nasprotni posnetek ne pomeni, da je dobesedno nasproten prvemu, pač pa, da je posnet z druge strani i osi in običajno prikazuje tričetrtinski pogled subjekta. Ena izmed taktik kontinuirane montaže je ujemanje pogleda (eyeline match). V vzorcu posnetek/nasprotni posnetek je pogled obeh protagonistov usmerjen proti drugemu. Ujemanje pogleda v kontinuirani montaži ni nujno, je pa zelo učinkovito, saj ustvarja močno prostorsko kontinuiteto. Ustvari se Kuleshov efekt, saj deluje, kot da protagonist gleda tisto, kar vidimo na naslednjem posnetku, občinstvo pa predpostavlja, da se protagonist odzove ustrezno temu, kar gleda. Zahvaljujoč tema dvema tehnikama gledalci razumemo lokacijo protagonistov, četudi ju nikoli ne vidimo skupaj na istem posnetku. Vzorcju posnetek/nasprotni posnetek sledi ponovitev predstavitvenega posnetka (reestablishing shot), ki ponovno predstavi celoten prostor. Vzorec »predstavitveni posnetek – posnetek/nasprotni posnetek – ponovni predstavitveni posnetek« je eden najbolj pogostih v prostorski montaži klasičnega kontinuiranega stila. Tretja taktika za zagotavljanje prostorke kontinuitete je ujemanje akcije (match on action). Če se začne protagonist premikati iz sedečega v stoječ položaj,

lahko celotno akcijo prikažemo z enim posnetkom – od trenutka, ko se začne premikati, do trenutka, ko se neha. Namesto tega lahko akcijo predstavimo z dvema posnetkoma – začetek njegovega premika predstavi posnetek z enega kota, temu sledi rez na posnetek z drugega kota, kjer protagonist nadaljuje svoj premik. (Bordwell in Thompson 2008, 234–238) Še ena taktika kontinuirane montaže se imenuje prečna montaža (angl. crosscutting). Prečna montaža nam daje neomejeno znanje o vzročnih, časovnih ali prostorskih informacijah z izmenjavanjem posnetkov akcije iz enega prostora s posnetki akcije iz drugih prostorov. Zaradi tega lahko pride do prostorske diskontinuitete, vendar povezuje istočasne akcije z ustvarjanjem občutka vzroka in posledice. (Bordwell in Thompson 2008, 242–244) Tak način kontinuirane montaže je značilen predvsem za konvencionalno filmsko ustvarjanje. Poleg ujemajoče se grafične podobe, nemotečega ritma in prostora je v takšni montaži pomemben tudi čas. Ta je organiziran tako, da omogoča razvijanje vzroka in posledice, kar spodbuja radovednost, napetost in presenečenje. Obstaja veliko alternativ kontinuirani montaži, ki imajo prav tako lahko mogočen in prepričljiv učinek. (Bordwell in Thompson 2008, 251)

3.1.2.4 ZVOK

Primarne informacije o okolici, ki nas obdaja, prihajajo iz tega, kar vidimo, zato je v vsakdanjem življenju zvok pogosto le ozadje za našo vizualno pozornost. Ne glede na to, ali ga opazimo ali ne, je zvok mogočna filmska tehnika iz več razlogov. Prva pomembna stvar je, da ustvarja naš način čutenja. Že preden so znali snemati zvok, so imeli nemi filmi spremljavo orkestra, klavirja ali kašnega drugega glasbila. Filmski zvok ima sposobnost natančno usmeriti našo pozornost na določen del slike. Na ta način nas zvok vodi skozi gibljive slike in namiguje na stvari, ki jih je treba gledati. Recimo, da imamo bližnji plan moškega v sobi in slišimo odpiranje vrat. Če bo naslednji posnetek prikazal odprta vrata, bomo pozornost preusmerili na vrata, ki so vir zvoka iz zaslona. Če pa bo naslednji posnetek prikazal vrata, ki so še vedno zaprta, bomo najverjetneje razmišljali o tem, kako interpretirati ta zvok. (Morda pa to sploh niso bila vrata?) Poleg tega lahko zvok oblikuje naša pričakovanja. Če slišimo odpiranje vrat, pričakujemo, da je nekdo vstopil v sobo in da bomo na naslednjem posnetku videli to osebo. Če pa gre za, na primer, grozljivko, se lahko zgodi, da bo kamera ostala na moškem, ki se bo odzval s prestrašenim pogledom. Gledalci bomo zato v nestrpnem pričakovanju, da bomo na naslednjem posnetku videli

nekaj stašnega. Poleg tega daje zvok novo vrednost tišini. Nemi prehod v filmu lahko ustvari nezno napetost, ki prisili gledalca, da se osredotoči na zaslon v pričakovanju kakršnega koli zvoka. Na ta način lahko zvok razlaga slikovne dogodke, jim nasprotuje ali jih naredi dvoumne. V vsakem primeru pa zvok vstopa v aktivno razmerje s sliko. (Bordwell in Thompson 2008, 264–265)

Poznamo tri vrste filmskega zvoka: govor, glasba in zvok okolice ali tako imenovani zvočni učinki. Ustvarjanje filmskega zvoka spominja na montažo slike. Prav tako kot v montaži med mnogimi posnetki izberemo najboljšega, na enak način izbiramo točno določen zvok za točno določeno situacijo. Zvoku, ki je bil posnet med snemanjem, se lahko dodajajo tudi drugi zvočni učinki in čeprav običajno nismo tako pozorni na zvočne manipulacije, te zahtevajo enako število izbir in nadzora kot slika. Tako kot pri ostalih filmskih tehnikah, zvok usmerja pozornost gledalcev. To običajno pomeni, da mora pomemben material izstopati. Dialog kot vir informacij o zgodbi ne sme tekmovati z glasbo ali zvočnim ozadjem. Zvočni učinki so po navadi manj pomembni. Zagotavljajo splošen občutek realnega okolja in jih redko opazimo. Bilo pa bi zelo moteče, če jih ne bi bilo. Tudi glasba je običajno podrejena dialogu in po navadi vstopa med premori. Kljub temu pa dialog ni vedno najpomembnejši. Zvočni učinki so navadno osrednji del akcijskih prizorov, medtem ko lahko glasba dominira plesnim prizorom, prehodom ali čustvenim prizorom brez dialoga. (Bordwell in Thompson 2008, 268)

Ritem, melodija, harmoničnost in instrumentalnost glasbe lahko močno vplivajo na gledalčev čustveni odziv. Melodija je lahko povezana z določenim karakterjem, prizoriščem, situacijo ali idejo. Film *Local Hero*, ki govori o zmedenem mladem direktorju, ki zaradi posla odide iz Teksasa v odročno škotsko vasico, zaznamujeta dve glavni glasbeni temi. V urbanem okolju slišimo rockabilly melodijo, na vasi pa počasnejšo in bolj poglobljeno ljudsko melodijo. V zadnjih prizorih filma, ko se protagonist vrne v Houston in se z naklonjenostjo spominja Škotske, slišimo kako obe melodiji igrata hkrati. S takšnim preurejanjem in spreminjanjem glasbenih motivov lahko filmski ustvarjalec subtilno primerja prizore, ustvarja vzorce in predlaga implicitne pomene. (Bordwell in Thompson 2008, 273)

3.2 OBLIKOVANJE POMENA IN FILMSKA FORMA

Ljudje zelo pogosto mislijo, da je »forma« nasprotje »vsebini«. To bi pomenilo, da je poezija, glasbeno delo ali film kot vrč – neko zunanje ogrodje. Vrč vsebuje nekaj, kar bi lahko dali tudi v skodelico ali vedro. S takšno predpostavko postane forma manj pomembna od kakršne koli vsebine, ki naj bi bila notri. Bordwell pravi, da takšne predpostavke ne sprejme, saj ne moremo določiti, kaj je znotraj ali zunaj, če forma deluje kot celotni sistem, ki ga gledalec pripisuje filmu. Vsak sestavni del filma vpliva na celotni vzorec, ki gledalca prevzame. Zato Bordwell v nadaljevanju veliko stvari, ki bi jih mnogi uvrstili k vsebini, obravnava kot formalne elemente. Z njegovega vidika predmet obravnave oziroma vsebina prav tako kot abstraktne ideje spadata v celotni sistem umetniškega dela. Vsi ti elementi nas lahko usmerijo k določenim pričakovanjem ali nam zarišeje določene sklepe. Gledalec na dinamičen način poveže takšne elemente med seboj, celotna forma pa usmerja njegovo aktivnost. Zakaj nas prekinjena pesem ali nedokončana zgodba motita? Zaradi naše nuje po formi, pravi Bordwell. Razumemo, da sistem razmerij v nekem delu še ni končan, da je potrebnega nekaj več, da postane delo celota in s tem zadovoljujoče. Eden od načinov, kako forma vpliva na našo izkušnjo, je ustvariti občutek, da je »vse tam«. Zakaj uživamo v tem, da se karakter, ki se je pojavil zgodaj v zgodbi, ponovno pojavi uro kasneje, ali da je neka oblika uravnotežena z drugo obliko? Zato, ker takšne povezave med formalnimi deli kažejo na to, da ima film lastne zakone organiziranosti in pravil – sebi lastni sistem. Filmska forma lahko celo doseže, da dojamemo stvari na novo, nam zatrese temelje naših navad in pokaže nove načine, kako slišati, videti, občutiti in razmišljati. (Bordwell in Thomson 2008, 56–57) Forma se pojavlja v različnih medijskih žanrih, vključno z dokumentarnim filmom, kjer nekatere forme, zlasti novinarsko poročilo, zavzemajo argumentativno ali retorično stališče. Med mnogimi oblikami forme se tvorita dva reprezentativna izida: perspektiva o svetu in komentar o svetu. (Nichols v Beattie 2004, 18) Perspektiva se nanaša na stališče, ki ga tekst izraža in predstavlja implicitno, in na neprekinjeno obliko argumentacije – kot na primer v opazovalnem dokumentarcu, ki strukturira svojo interpretacijo o svetu, ki ga opazuje na posreden, vendar nenehno opazovan način. Komentar pa, nasprotno, predstavlja jasno obliko argumentacije, ki je posredovana z glasom pripovedovalca ali neposrednim pričevanjem ljudi v obliki »govorečih glav«. (Beattie 2004, 18)

Z vidika gledalca, percepcija umetniške forme izhaja iz dela samega in iz preteklih izkušenj – izkušenj iz vsakdanjega življenja in izkušenj drugih umetniških del. (Bordwell in Thomson 2008, 58) Zelo inovativno umetniško delo lahko sprva deluje čudno, ker se ne drži norm, ki jih poznamo in pričakujemo. Kubizem, francoski »novi roman« v petdesetih in ambientalna glasba so se sprva zdeli bizarni ravno zaradi njihovega zavračanja konvencij. Toda podrobnejši pregled lahko pokaže, da ima nenavadno umetniško delo svoja pravila, ki ustvarijo neobičajen formalni sistem, ki se ga lahko naučimo prepoznati in se nanj odzvati. Sčasoma lahko novi ponujeni sistemi, ki jih ponujajo takšna nenavadna dela, sami ustvarijo konvencije in s tem nova pričakovanja. (Bordwell in Thompson 2008, 59) Skupna konvencija večine dokumentarnih filmov je njihova narativna struktura. Tudi dokumentarni filmi so zgodbe: imajo začetek, sredino in konec; gledalce ponesejo na čustvena potovanja in jim približajo svoje karakterje. (Aufderheide 2007, 12) Dokumentaristi izbirajo med številni formalnimi odločitvami, kako na verodostojen način prikazati pomen tega, kar želijo predstaviti gledalcem. (Aufderheide 2007, 10) Že izbira plana ima lahko zelo različne učinke na gledalce – bližnji plan žalujočega očeta sporoča nekaj drugega kot total iste situacije; odločitev, da bo ambientalen zvok iz pogreba dominiral, bo imela drugačen učinek, kot če ne bo. V reprezentaciji realnosti v dokumentarnem filmu ni nič naravnega in dokumentaristi se zavedajo, da njihove odločitve oblikujejo pomen. Vse konvencije dokumentarnega filma izhajajo iz potrebe prepričati gledalce, da je to, kar vidijo, verodostojno. (Aufderheide 2007, 11) Dokumentarni filmi pogosto zamenjajo strukturo »vzrok in posledica« s strukturo »problem in rešitev«. Predstavi se problematiko, njeno zgodovinsko ozadje in trenutne razsežnosti. Nato je predlagana rešitev oziroma rešitve. (Kilborn in Izod v Beattie 2004, 19) Ena izmed lastnosti umetniških del je, da nas sprašujejo po interpretaciji, pogosto na več načinov hkrati. Vabijo nas k opravljanju določenih aktivnosti. (Bordwell in Thomson 2008, 62) Tudi čustveni odziv gledalca na film, je povezan s formo. Pogosto se forma umetniških del poslužuje vnaprej znanih reakcij na določene podobe (na primer na seksualnost, raso ali družbeni razred). (Bordwell in Thompson 2008, 59) V prvi vrsti pa je dinamični aspekt forme tisti, ki vzbudi naša čustva. Pričakovanje, na primer, vzbuja čustva. Imeti pričakovanje »kaj se bo zgodilo«, pomeni investirati nekaj čustev v celotno situacijo. Zapoznala potešitev pričakovanja, vzdrževanje napetosti lahko vzbudi bodisi naklonjenost bodisi tesnobo. (Bo detektiv našel zločinca? Bo fant osvojil dekle? Se bo melodija ponovila?) Zadovoljitev pričakovanja lahko vzbudi občutke zadovoljstva in

olajšanja. (Detektiv razreši skrivnost; fant osvoji dekle; in melodija se še enkrat ponovi.) Neizpolnjena pričakovanja lahko vzbudijo zmedenost ali pa še večje zanimanje. (Se pravi, on sploh ni detektiv? To ni romantična zgodba? Je prvo melodijo zamenjala druga?) (Bordwell in Thomson 2008, 60)

S formalnimi odločitvami želijo filmski ustvarjalci gledalcem dati prepričljiv občutek o točnosti njihovih trditev ter o njihovi dobri veri in razumnosti. Vendar nas dejstvo, da imajo dokumentaristi tako širok nabor možnosti reprezentacije realnosti, opominja, da nekaj takšnega, kot je transparenta reprezentacija realnosti, ne obstaja. Nihče ne more rešiti te etične dileme in nobena formalna odločitev ni napačna sama po sebi. Bistvenega pomena je dober odnos med dokumentaristom in občinstvom in dokumentarist lahko to doseže tako, da je na jasnem sam s sabo o tem, zakaj uporablja določene tehnike in da stremi k temu, da so formalne odločitve skladne z realnostjo, ki jo želijo deliti. (Aufderheide 2007, 25)

3.2.1 FORME DOKUMENTARNEGA FILMA PO BORDWELLU

Vse, kar smo do zdaj povedali o filmski formi, velja tako za igrane filme kot tudi za dokumentarne. Bordwell pa nadalje razlikuje med dvema glavnima kategorijama forme v dokumentarnem filmu. Dokumentarec, ki je namenjen preprostemu posredovanju informacij, ima tako imenovano kategorično formo. Dokumentarec, katerega namen je, da gledalca v nekaj prepriča, pa ima retorično formo. (Bordwell in Thompson 2008, 342–343)

Kategorična forma

Če želi dokumentarist posredovati občinstvu neke informacije o svetu, lahko kategorije ali podkategorije zagotovijo osnovo za oblikovanje filmske forme. Dokumentarni film o metuljih bi lahko uporabil znanstveno klasifikacijo in najprej pokazal in podal informacije o enem tipu metuljev, nato o drugemu tipu in tako dalje. Podobno bi lahko potopisni dokumentarec o Švici prikazal lokalne znamenitosti in običaje. Pri kategorični formi dokumentarnega filma bodo izbrane kategorije ohlapne in preproste, takšne, ki jih občinstvo zlahka prepozna. Film se bo na primer premikal od manjšega k večjemu, od lokalnega k državnemu, od osebnega k javnemu ... Dokumentarec o metuljih bi se na

primer lahko začel s predstavitvijo manjših vrst in se postopoma premikal k večjim. Ali pa bi najprej predstavil nebarvne in nato barvne vrste. (Bordwell in Thompson 2008, 343)

Retorična forma

Druga vrsta dokumentarnega filma uporablja retorično formo. Glavna značilnost je, da predstavlja prepričljiv argument. Cilj takšnega filma je prepričati občinstvo, da sprejme mnenje o neki temi in morda ukrepa na tem področju. Retorična forma je pogosta v mnogo medijskih žanrih. Eno najbolj prepričljivih uporab te forme, vidimo v televizijskih oglasih, ki skušajo gledalce spodbuditi k nakupu določenih izdelkov ali h glasovanju za politične kandidate. Retorično formo v filmu lahko opredelimo s štirimi osnovnimi atributi. Prvič – gledalca nagovarja odkrito in ga poskuša prepričati v novo intelektualno prepričanje, v nov čustven odnos ali pa v dejanja aktivizma. V slednjem primeru gledalec lahko že verjame v nekaj, vendar ga je morda treba prepričati, da je to, v kar verjame, dovolj pomembno, da ukrepa na tak ali drugačen način. Drugič – tema filma ponavadi ni vprašanje znanstvene resnice, temveč bolj vprašanje mnenja, do katerega lahko oseba sprejme enako stališče. Režiser skuša predstaviti svoje mnenje kot najpravilnejše z uporabo različnih argumentov in dokazov. Toda ker stališča ne moremo absolutno dokazati, ga lahko sprejmemo preprosto zato, ker je režiser predstavil prepričljiv primer. Ker se retorični filmi ukvarjajo s prepričanji in argumenti, vključujejo izražanje ideologije. Tretjič – v primeru, da režiser svojega stališča ne more absolutno dokazati, bo pogosto poskušal vplivati na gledalčeva čustva. In četrtič – tak film pogosto poskuša prepričati gledalca, da sprejme odločitev, ki bo vplivala na njegovo vsakdanje življenje. To je lahko nekaj tako preprostega kot odločitev, kateri šampon naj uporablja, lahko pa je to odločitev o tem, katerega političnega kandidata podpreti, ali celo odločitev, ali naj se gre mlada oseba borit v vojni. (Bordwell in Thompson 2008, 348–349)

Takšni filmi uporabljajo razne vrste argumentov, da bi nas prepričali k sprejetju neke odločitve. Pogosto pa ti argumenti sploh niso predstavljeni kot argumenti, temveč kot preprosta opažanja ali sklepi. Retorični filmi uporabljajo tri glavne vrste argumentov. Argumenti v filmu se lahko zanašajo na domnevno zanesljive vire informacij. Film lahko na primer predstavi pričevanja o dogodkih iz prve roke, strokovno pričevanje na zaslišanju ali intervjuje z ljudmi, za katere se domneva, da so dobro seznanjeni s temo, o kateri film govori. Večina političnih dokumentarcev vključuje intervjuje z raziskovalci,

znanstveniki ali drugimi sodelujočimi. Obenem bo tudi režiser skušal pokazati, da je dobro obveščen in zanesljiv vir. Lahko se vključi v film kot izpraševalec intervjuvancev ali pa uporabi glas pripovedovalca. Druga vrsta argumentov se nanaša na vsebino filma. Včasih film predstavlja stališča, ki so značilna za določen čas in kulturo. Tako na primer v današnjih ZDA velik del prebivalstva verjame, da je večina politikov ciničnih in pokvarjenih. To lahko za določenega politika drži ali pa ne. Ne glede na to, lahko ta to prepričanje obrne sebi v prid in svojim potencialnim volilcem zatrdi, da on ne bo tak. Pogosta je tudi uporaba primerov, ki podpirajo določeno stališče. Oglas, na primer, predstavi eno osebo, ki je izbrala določen produkt, kar lahko namiguje na to, da je ta produkt res boljši od ostalih, vendar ne omenja drugih ljudi – morda večine – ki imajo raje druge blagovne znamke. Argumenti, ki se nanašajo na vsebino, so lahko tudi takšni, ki se zanašajo na širše uveljavljeno mnenje. Tretja vrsta argumentov se nanaša na gledalce. To so filmi, ki podajajo argumente, ki nagovarjajo gledalčeva čustva. Primer so politiki, ki pozirajo z zastavo, družino ali domačimi ljubljenci. Spogledovanje s patriotizmom, romantično nostalgijo in drugimi čustvi je zelo pogosto v retoričnih filmih. Režiserji pogosto uporabijo konvencije iz drugih filmov, da bi dobili željeno reakcijo. Občasno lahko takšni argumenti prekrijejo šibkost drugih argumentov in tako prepričajo občutljivejše člane občinstva. Dokumentarni filmi z retorično formo lahko organizirajo argumente na več načinov. Nekateri najprej predstavijo temeljne argumente, potem predstavijo dokaze in opišejo probleme ter predlagajo možne rešitve. Drugi začnejo s problemom, ga podrobno opišejo in predstavijo in šele kasneje predstavijo spremembo, ki jo zagovarjajo. Tak pristop lahko ustvari več radovednosti in napetosti, ki lahko vodijo gledalca k razmišljanju o možnih rešitvah. En standardnih opisov retorične forme je: začetek z opisom situacije, ki mu sledi razprava o relevantnih dejstvih, predstavitev dokazov, da predlagana rešitev ustreza tem dejstvom, in konec z epilogom, ki vse skupaj povzame. (Bordwell in Thompson 2008, 349–350)

3.3 TEHNIKE VZBUJANJA ČUSTEV IN EMPATIJE PRI GLEDALCIH

Ljudje se odzivamo na različne vrste dokumentarnih filmov. Marfo našteje štiri tehnike, ki jih dokumentaristi uporabljajo za pridobitev čustvenega odziva in altruizma gledalcev, čeprav je načinov za to verjetno še precej več. Ena izmed tehnik, ki jih Marfo opisuje, je opogumljanje. Za primer poda Greenwaldov film *Wal-Mart: The High Cost of Low Price*, ki smo ga v nalogi že omenjali. Film se konča s prizori aktivističnih skupin, ki so se zbrale, da bi ustavile odpiranje novih Wal-Mart trgovin v njihovih mestih. Za ljudi, ki so si film pogledali, je po njenem mnenju to inspiracija, da se tudi sami vključijo v aktivistične kampanje in naredijo spremembe v svojih skupnostih. Ker vidijo, da je drugim uspelo, jih film opogumi, da lahko uspe tudi njim. Druga tehnika, o kateri govori, je ekskluzivnost in primer, kjer je ta pomembna za gledalce, je film *The Fog of War: Eleven Lessons from the Life of Robert S. McNamara*. Marfo pravi, da najbolj zgovorni posnetki tega filma sploh niso posnetki, temveč fotografije McNamare, ki jih spremlja njegovo govorjenje o vojni, ter ekskluzivni zvočni posnetki s konference, kjer nekdanji državni sekretar in predsednik govori o nezmožnosti zmage v vojni. Ta prizor je izredno pomemben, pravi Marfo, saj so bili ti pogovori takrat prvič objavljeni v javnosti. Ekskluzivnost teh posnetkov daje gledalcu poseben občutek privilegiranosti, kar ustvarja zaupanje med filmskim ustvarjalcem in občinstvom. Tretja tehnika za čustven odziv na film, je domačnost. Za primer Marfo vzame film *Super Size Me*. Režiser ni izbral, da bo govoril o McDonald'su zato, ker bi bila to edina problematična veriga s hitro prehrano, temveč zato, ker je najbolj prepoznavna. Ljudem ni tuja, ampak domača – vsi jo poznajo. In ko občinstvo vidi ikonične podobe, ga le-te pritegnejo in ga na nezavedni ravni do neke mere sprostijo, saj so gledalci z njimi dobro seznanjeni. Posledično jih toliko bolj pretrese, ko ugotovijo, da ta podjetja niso poštena in v skladu z javno predstavo. Podobe, s katerimi so seznanjeni iz vsakdanjega življenja, jih vznemirijo, pretresejo njihovo dožemanje sveta in jim dajo misliti, kako bodo ravnali naslednjič, ko bodo v kontaktu z njimi. Četrta tehnika pa je strah. Primer je film *Jesus Camp*, ki govori o otroških poletnih kampih z versko vsebino. V eni izmed scen filma, je otrokom naročeno, da s kladivi razbijejo keramične skodelice, ki predstavljajo vlado in njeno željo po ublažitvi vere v vsakdanjem življenju. Jeza, s katero otroci razbijajo skodelice v božjem imenu, je za gledalce zelo neprijetna. In nelagodje, s katerim občinstvo odide iz kino dvorane, v njih ostane še dolgo. Kot pravi Marfo, lahko strah in nelagodje rezultirata v želji po spremembah in akciji. (Marfo 2007, 27–33) Zelo močna tehnika, ki vzbuja sočutje in empatijo, pa je predstavitev osebnih stisk in tragedij ljudi. Tako na primer v filmu *An Inconvenient Truth* Al Gore govori o svojih najtežjih

preizkušnjah v življenju – smrt njegove sestre zaradi pljučnega raka in skorajšnja smrt njegovega sina zaradi avtomobilske nesreče. Gledalci začutijo sočutje s človekom, ki je izkusil smrt ali skorajšnjo smrt bližnjega. (Marfo 2007, 45)

4 ANALIZA FILMA THE TRUE COST

4.1 VSEBINA FILMA IN NJEGOVE DRUŽBENE IMPLIKACIJE

Dokumentarni film *The true cost* je zgodba o oblačilih, ki jih nosimo, o ljudeh, ki jih izdelujejo, in o vplivu, ki ga ima ta industrija na svet. Film govori o številnih vidikih proizvodnje oblačil, od življenja slabo plačanih delavcev iz držav v razvoju do škodljivih vplivov na okolje, kot so onesnaženost rek in tal ter s tem povezanim škodljivim vplivom na zdravje ljudi. Poleg okoljskih, socialnih in psiholoških vidikov govori tudi o potrošništvu in množičnih medijih, ki jih povezuje z globalnim kapitalizmom. Poleg delavcev z oblačili vidimo v filmu tudi intervjuje z okoljevarstveniki, lastniki tovarn in ljudmi, ki promovirajo poštene (angl. fair trade) trgovine ali trajnostno proizvodnjo oblačil. Cene oblačil že desetletja padajo, cena, ki jo industrija terja od človeštva in okolja pa dramatično raste. Dokumentarec razkriva ozadje industrije hitre mode in nas sili k razmisleku o tem, kdo zares plačuje za poceni obleke, ki jih nosimo. Film je posnet v državah po celem svetu in prikazuje vse od bleščečih modnih pist na Zahodu do mračnih slumov v državah tretjega sveta. Režiser filma je Andrew Morgan, ki deluje tako na področju dokumentarnega kot igranega filma. Sam zase pravi, da se osredotoča na pripovedovanje zgodb za boljši jutri, redno pa tudi predava o moči pripovedništva kot boja za človekove pravice. Študiral je kinematografijo na filmski šoli v Los Angelesu, kasneje pa je soustanovil filmski studio Untold Creative.

Modna industrija predstavlja eno največjih povezovalnih točk za milijone ljudi po vsem svetu, od kmetijstva in proizvodnje do maloprodaje. Je ena vodilnih industrij, ki izkoriščajo možnosti globalizacije, kar prinaša veliko stopnjo neenakosti in uničevanja okolja. Osnovna struktura modne industrije do poznih 80-ih let prejšnjega stoletja se precej razlikuje od današnje. V zadnjih letih morajo trgovci modnih oblačil tekmovati med

seboj, da bi svojim potrošnikom, kar se da hitro, zagotovili najnovejše modne trende, ki jih določajo modni poznavalci. Če smo tradicionalno imeli dve modni sezoni na leto, spomladansko-poletno in jesensko-zimsko, je to zdaj napredovalo s svetlobno hitrostjo. Sezone se zdaj menjajo iz meseca v mesec, celo iz tedna v teden in trgovci se uspešno trudijo zadovoljiti hitro spreminjajoče se potrebe potrošnikov. Poleg tega je današnji modni trg močno konkurenčen, zato imajo prednost na trgu velika podjetja, kot sta Zara in H&M. (Bhardwaj in Fairhurst 2010, 165–166) Globalne modne znamke so večje kot kdaj koli prej z letnimi prihodki v milijardah, ki jih dobivajo tudi na račun izkoriščanja poceni delovne sile v tujih državah. Zaradi zagotavljanja hitro menjajočih se modnih trendov in nizkih cen oblačil se je večina (po podatkih iz filma kar 97 %) proizvodnje preselila v dežele v razvoju. Zdaj je na svetu približno štirideset milijonov delavcev v proizvodnji oblačil, od tega približno 85 % žensk, in mnogi med njimi nimajo enakih pravic in zaščite, ki smo ju vajeni na Zahodu. Izpostavljeni so nevarnim kemikalijam, delavnik se razteza precej nad osmimi urami, dnevno plačilo pa je manjše od povprečne cene skodelice kave v evropskem lokalju. So med najnižje plačanimi delavci na svetu. Poleg tega ima modna industrija izredno slab vpliv na okolje. Raziskovalci Changing Markets Foundation so obiskali deset proizvodnih obratov na Kitajskem, v Indiji in Indoneziji in našli hudo okoljsko škodo, vključno z onesnaženim zrakom in vodo. (Hoskins 2017) Ta problematika sicer ni nova in vedno več je tako imenovanih pravičnih in etičnih trgovin z oblačili. Ta podjetja se zavzemajo za izboljšanje delovnih razmer, uporabo organskih materialov in obenem za proizvodnjo modnih oblačil, ki bi jih mladi radi kupovali. (Joergens 2006, 361) Dogodki v zadnjih letih so še bolj izpostavili težave hitre mode – najbolj odmeven primer je bilo porušenje tovarne oblačil Rana Plaza v Bangladešu, kjer je umrlo več kot tisoč delavcev, ki so delali v neizprosni razmerah propadajoče stavbe. Ta dogodek je režiserja Morgana navdihnil za izdelavo dokumentarnega filma, za katerega je upal, da bo odprl oči globalnemu problemu in ponudil možne rešitve. (Kickstarter: The true cost 2013)

Proračun za film, okrog 500.000 ameriških dolarjev, so snovalci filma dobili od posameznih investitorjev in s Kickstarter kampanjo, ki je prinesla okrog 75.000 ameriških dolarjev. Morgan ni želel investicij s strani podjetij, fundacij in nevladnih organizacij zato, da bi projekt ostal avtonomen. (Cheng 2015) V dveh letih je filmska ekipa obiskala petindvajset mest v trinajstih državah, kjer so izvedli intervjuje in obiskali tovarne oblačil.

Morganu je s priporočili koga intervjuvati in s poznanstvi iz krogov eko mode pomagala Livia Firth, s katero je najprej želel le narediti intervju, kasneje pa je postala ena izmed izvršnih producentk filma. (Mohr 2015). Morgan je načrtoval tudi intervjuje s petindvajsetimi največjimi modnimi podjetji, vendar se nihče od njih ni želel pojaviti v filmu. (Cheng 2015) Izjavil je, da njegov cilj ni bil okriviti točno določenih podjetij niti same industrije hitre mode, saj ni ta tista, ki je izumila neodgovoren način proizvodnje in množično potrošnjo. Dodal je, da tudi ne želi, da bi film spodbudil razpravo o ekonomskem sistemu in da sam ni proti svobodnemu trgovanju in profitu, temveč, da želi opozoriti na kršenje osnovnih človekovih pravic in pokazati meje naravnih virov – s tem pa vplivati na to, da začnemo na nakupovanje gledati kot na moralno dejanje z verižno reakcijo posledic. Verjame, da lahko potrošniki s svojimi zahtevami naredimo veliko v smeri bolj človeškega in bolj trajnostnega odnosa do ljudi in narave. (Cheng 2015; Lee 2015) 92-minutni film je bil premierno prikazan leta 2015 na filmskem festivalu v Cannesu, teden pred tem pa so podporniki s Kickstarterja prejeli povezavo do filma. 29. maja 2015 je film prišel v kinodvorane in na storitve video na zahtevo ter iTunes, DVD in Blu-Ray. Preveden je bil v 19 jezikov in bil nominiran za najboljši dokumentarni film na Environmental Media Awards. (Cheng 2015; Stone 2015) Kritike filma so se gibale med zelo pozitivnimi, ki so film oklicale za izjemno pomemben, in zelo odklonilnimi, ki so ga označile za liberalno propagando. V New York Timesu so film pohvalili in kot najmočnejši vidik filma izpostavili humano raziskavo režiserja, ki mu je uspelo film prikazati kot portret izkoriščanja in ne le kot dihotomijo korporativnega pohlepa v primerjavi z okoljskim blagostanjem. (Catsoulismay 2015) Kritik Frank Scheck ga je pohvalil zaradi predstavitve problematike, ki se je velike medijske hiše pogosto ne lotijo. Za film je sicer rekel, da te bolj spravi v obup, kot da bi dal dobre napotke, vendar je optimističen o možnem vplivu, ki bi ga film lahko imel na modno kulturo – kot sta ga, po njegovem mnenju, imela filma Super Size Me in Fast Food Nation na industrijo hitre hrane. (Scheck 2015) David Noh iz Film Journal International ga je oklical za izredno pomemben dokumentarec, ki vsebuje prizore, zaradi katerih ne bomo več hoteli nakupovati, medtem ko je Gabrielle Wilson rekla, da bo ta film opogumil gledalce, da bodo spremenili svoje nakupovalne navade. (Noh 2015; Wilson 2015) Casey Jarman je bila razočarana nad, po njenem mnenju, edino rešitvijo, ki jo je film ponudil – odprava globalnega kapitalizma – vendar je kljub temu napisala, da gre za prepričljiv film, ki, če ne drugega, predstavlja začetek zelo nujne razprave. (Spitz 2015) Na drugi strani je bil Alan Scherstuhl izredno kritičen in je film označil za predvidljiv in

ponavljajoč, vseboval pa naj bi nekaj dejstev, ki naj bi bila javno znana že leta. Napisal je, da film predstavlja stvari, za katere vsi vemo, da so slabe, ne ponudi pa zaključka ali alternative. Poleg tega naj bi ga običajni ljudje, po njegovem mnenju, zavrnilo kot nejasno liberalno propagando. (Scherstuhl 2015) Tudi Lizzie Crocker iz The Daily Beast se strinja, da ima Morgan socialistične poglede na svet in da film na impliciten način predlaga, naj se vrnemo v 60. leta. Film naj bi po njenem mnenju izgubil fokus in kredibilnost, saj poleg modne industrije kritizira tudi kapitalistični sistem, ki to industrijo podpira. (Crocker 2015) Ne glede na različna mnenja je film dosegel veliko prepoznavnost in dvignil kar nekaj prahu. Po dveh letih se še vedno pojavlja v medijih in na socialnih omrežjih, na njihovi spletni strani pa najdemo povezave do raznih aktivističnih gibanj in iniciativ s tega področja, kot je na primer Fashion Revolution. (Fashion Revolution; The true cost)

4.2 FILMSKI JEZIK IN STILISTIČNI ELEMENTI FILMA

Film je sestavljen iz različnih vrst posnetkov. Izmenjujejo se intervjuji s strokovnjaki (način govorečih glav), osebne zgodbe delavcev, arhivski zgodovinski posnetki, arhivske fotografije, oglasi, posnetki mest, posnetki televizijskih novic in informativni deli, kjer glas pripovedovalca bodisi povzema, kar smo slišali od drugih, bodisi podaja informacije in dejstva v številkah. Glas pripovedovalca, za katerega vemo, da je glas režiserja filma, se pojavlja skozi celoten film in nas vodi skozi zgodbo. Prav tako se skozi celoten film pojavljajo različni strokovnjaki, tako iz industrije kot tudi ekonomisti, družboslovni profesorji, zdravniki, okoljevarstveniki in aktivisti. Skozi film spremljamo tudi tri osebne zgodbe. Prva je zgodba Safie Minney, ustanoviteljice ene prvih pravičnih trgovin z oblačili. Druga je zgodba Shime Akhter, ene izmed mnogih delavk oblek iz Bangladeša. In tretja je zgodba Larhee Pepper, pridelovalke bombaža iz Teksasa.

Film smo za lažjo analizo in boljše razumevanje najprej razdelili na več tematskih sklopov, čeprav ti niso zelo ostro ločeni in so nekateri sklopi razpotegnjeni čez celoten film. V nadaljevanju bomo opisali te sklope po kronološkem vrstnem redu, kakor si sledijo v filmu. Temu bo sledila uvrstitev filma v vrsto dokumentarne reprezentacije po Billu Nicholisu in določitev dokumentarne forme po Bordwellu ter analiza filmskega jezika. Na koncu sledi še razprava o aktivističnem potencialu tega dokumentarnega filma.

4.2.1 TEMATSKI SKLOPI

UVODNI DEL

Po uvodni špici, kjer ob glasbi poleg naslova filma in glavnih ustvarjalcev vidimo izmenjajoče se posnetke z modnih pist na Zahodu in delavcev oblačil iz Azije, slišimo tudi glas pripovedovalca, ki nam pove, o čem bo film govoril. Kmalu ugotovimo, da glas pripada režiserju Morganu in da bo to njegova zgodba o raziskovanju modne industrije. Že na začetku nam pove, da po tem, kar je videl med snemanjem, ne gleda več enako na obleke, ki jih nosi, in da upa, da bo imel film enak učinek tudi na nas.

SPOZNAVANJE S PROBLEMATIKO

Uvodnemu delu sledi spoznavanje s problematiko industrije hitre mode. V tem delu se izmenjujejo intervjuji več sogovornikov, predvsem Orsole de Castro, modne oblikovalke, in Lucy Siegle, novinarke in pisateljice, ki se ukvarja z vplivom hitre mode na okolje in ljudi. Ta sklop govori o tem, kaj je moda in kaj z oblačili izražamo o sebi, ter o tem, kako se je modna industrija drastično spremenila, o selitvi celotne proizvodnje v države v razvoju, o nizkih cenah oblačil in izključno finančnem interesu velikih modnih podjetij. Poleg intervjujev vidimo v temu delu posnetke oglasov za poceni oblačila, arhivske posnetke izdelovanja oblačil nekoč, posnetke z modnih pist, posnetke televizijskih novic o odprtju novih modnih trgovin v New Yorku in posnetke navdušenih ljudi, ki ob tem skačejo od veselja. Temu sledijo posnetki Bangladeša in žensk za šivalnimi stroji ter intervju z lastnikom ene od tovarn oblačil, ki govori o pritiskih s strani naročnikov in tekmovanju za posel med tovarnami.

RANA PLAZA

Prejšnjemu delu sledi sklop, ki opisuje porušenje tovarne oblačil Rana Plaza. Izmenjujejo se posnetki televizijskih novic o dogodku ter odseki intervjujev, ki govorijo o tem dogodku. V tem delu je gledalec prvič soočen s podobami, ki imajo namen šokirati. Nekdanja delavka iz Rane Plaze razlaga o porušenju stavbe in kako ga je ona preživela. Kasneje vidimo, da je zaradi nesreče ostala brez nog.

ZAGOVORNIKI HITRE MODE

V tem sklopu se pojavijo intervjuji z ljudmi, ki trdijo, da je tak način dela še vedno boljša izbira za ljudi iz držav v razvoju, kot pa da bi morali delati kaj drugega. Poleg intervjujev vidimo tudi televizijske novice, ki se sprašujejo o isti stvari.

ALTERNATIVE

Tu spoznamo Safio Minney, ustanoviteljico pravičnega podjetja People Tree. Najprej jo vidimo v delovnem okolju v Londonu, kasneje pa jo spremljamo na Japonsko, kamor je odšla v okviru dneva pravične trgovine. Tudi tam jo vidimo z njenimi zaposlenimi. Temu sledi še manjša modna revija njene modne znamke. Sklop Alternative se kasneje spet pojavi in pokaže tudi druge primere.

SHIMINA ZGODBA

V tem sklopu spoznamo Shimo Akhter, delavko v tovarni oblačil v Daki v Bangladešu in njeno hčerko Nadio. Njena zgodba se od tu dalje pojavlja do konca filma. V tem delu izvemo, da je prišla v Dako z dvanajstimi leti in da ima sedaj 23 let. Ko je prišla, je bila njena plača 10 dolarjev na mesec. Za tem izvemo, da hčerke ne bo mogla obdržati pri sebi, ker nima nikogar, ki bi jo čuval, med tem ko ona dela, v tovarni pa je izpostavljena kemikalijam, ki so otrokom nevarne. Vidimo tudi Shiminega šefa, ki razlaga, da morajo biti delavci pokorni in da ga morajo spoštovati. Za tem izvemo, da je Shima ustanovila delavski sindikat, ki je lastnikom izročil njihove zahteve. Za tem so jih zaprli v tovarno in brutalno pretepli.

PRIDELOVANJE BOMBAŽA

Tu se zgodba premakne v Teksas, ZDA. Spoznamo Larheo Pepper, kmetovalko z bombažem, ki pove, da je v Teksasu največje strnjeno območje pridelovanja bombaža na svetu in da je 80 % tega bombaža zdaj gensko spremenjenega. Izvemo, da je povečana potreba po bombažu spodbudila izdelavo gensko spremenjenih semen in pesticidov. Vidimo tudi oglas podjetja Monsanto. Iz Teksasa se zgodba preseli v Indijo, kjer oko ljska aktivistka Vandana Shiva govori o spremenjenem načinu pridelovanja bombaža v Indiji. Tu od režiserja izvemo, da je uspel intervjuvati nekdanjega direktorja Monsanto v Indiji. Ta nam govori o monopolu Monsanto nad semeni, ki so jih začeli drago prodajati indijskim kmetom. Od tu se vrnemo nazaj k Vandani Shivi, ki razlaga, na kakšen način delujejo ta

podjetja – kmeti se zadolžijo za semena, ker so ta tako draga, potem se še bolj zadolžijo, ker morajo kupiti pesticide, saj semena ne zdržijo obljubljenega.

BOLEZNI

V tem sklopu spoznamo, kakšen je vpliv kemikalij in pesticidov na zdravje ljudi. Spoznamo zdravnika Pritpala Singha iz regije Punjab v Indiji. Izvemo, da je to regija, ki porabi največ pesticidov v Indiji. Raziskave, ki jih dela Pritpal Singh, kažejo na povezavo uporabe pesticidov z velikim porastom napak pri novorojenčkih, rakom in mentalnimi boleznimi. Tu gledalci doživimo drugi šok v filmu, saj vidimo posnetke zaostalih otrok in slišimo izjavo zdravnika, ki pove, da starši čakajo na smrt svojih otrok. Temu sledi del intervjuja z Vandano Shivo, kjer razloži, da podjetja, ki izdelujejo gensko spremenjena semena in pesticide, izdelujejo tudi zdravila za ljudi. Ta ista podjetja kmetom zaplenijo zemljo, ker so jim ti dolžni. Veliko kmetov, ki na tak način izgubi zemljo, potem naredi samomor. Glas pripovedovalca nam pove, da vsakih 30 minut en indijski kmet naredi samomor.

NEGATIVNI UČINKI MODNE INDUSTRIJE NA ZAHODNJAKE

Sklopu o boleznih sledi sklop intervjujev z različnimi strokovnjaki (Tim Kasser – profesor psihologije, Mark Miller – profesor medijev na NYU, Guido Brera – vodja naložb) o negativnih učinkih modne industrije na Zahodnjake. Govorijo o potrošništvu, oglaševanju in zadovoljevanju naših potreb. V tem sklopu vidimo tudi sekvenco posnetkov različnih modnih blogerk z YouTube kanalov. Gre za tretji šok, ki ga gledalci doživimo v filmu. Čeprav so nam takšni prizori zelo znani iz vsakdanjega življenja, postanejo v primerjavi s prejšnjimi prizori bolnih otrok in utrujenih delavcev izjemno šokantni in trivialni. V tem sklopu izvemo tudi, da zdaj kupimo več kot 80 bilijonov kosov novih oblačil letno, kar je 400 % več kot pred dvema desetletjema.

ODPADKI

Ta sklop se začne s parodijo oglasa za obleke, ki so cenejše od papirnatih brisač in jih lahko zavržeš po tem, ko z njimi nekaj pobrišeš. Ta del govori o odpadkih, ki nastajajo zaradi zavrženih oblačil. Vidimo intervjuje s Cristino Dean, ustanoviteljico poštenega podjetja Redress, Lucy Siegle in Orsola de Castro, ki smo ju spoznali že na začetku filma in Catherine Charlot, oblikovalko s Haitija, ki reciklira stara oblačila. Izvemo, da povprečen Američan odvrže okoli 37 kg tekstila na leto, kar znaša 11 milijonov ton za celotno državo. Večina teh odpadkov ni biorazgradljivih, kar pomeni, da se ne razgradijo več kot 200 let,

istočasno pa oddajajo strupene pline. S Kitajske se tu premaknemo na Haiti, ki je ena izmed držav, kamor se pošiljajo obleke, ki so bile darovane v dobrodelne namene in ki jih niso dali naprej ali prodali. Izvemo, da se le 10 % oblek, ki jih doniramo, proda v lokalnih trgovinah iz druge roke, ostalo pa pristane v državah v razvoju, kot je Haiti. S tem, ko so začeli dobivati tja odpadne obleke, se je njihova proizvodnja oblačil ustavila. Delajo le še poceni kratke majice za izvoz v ZDA. To je prineslo veliko pomanjkanje služb in revščino.

ALTERNATIVE, ZAVESTNA POTROŠNJA, ORGANSKI BOMBAŽ

V tem sklopu spoznamo nekaj ključnih ljudi iz modne industrije, ki so se začeli spraševati o modelu, ki temelji na brezskrbni produkciji in neskončni potrošnji. V intervjuju z Rickom Ridgewayom izvemo njegovo mnenje o tem, da brez zmanjšane potrošnje ne bomo rešili problemov industrije hitre mode in da se vedno več ljudi tega zaveda. Modna oblikovalka Stella McCartney govori o alternativah in zavestni potrošnji ter o tem, kakšno moč imamo potrošniki. Za tem vidimo posnetke Safie Minney med njenim obiskom vasice v Bangladešu, kjer cela vas dela za pošteno podjetje. To pomaga skupnosti 3000 ljudi v tej vasi. Za tem se vrnemo v Teksas, kjer Larhea Pepper razloži, kakšno je pridelovanje organskega bombaža in zakaj je to dobro.

ONESNAŽEVANJE

Izvemo, da je modna industrija druga najbolj onesnažujoča industrija, takoj za naftno. Ustanovitelj Eco Friends Rakesh Jaiswal iz Kanpur regije v Indiji razlaga o onesnaževanju reke Ganges s kromom zaradi pridelovanja poceni usnja. Zaradi tega tamkajšnji prebivalci nimajo pitne vode, onesnažena je zemlja in poljedelski pridelki, veliko je zdravstvenih problemov, kot so dermatološke težave in rak pljuč. Vidimo posnetke ljudi z dermatološkimi težavami in zgodbo očeta in njegove hčerke, ki ima pljučno bolezen zaradi kroma v vodi. V tem sklopu se tudi nadaljuje Shimina zgodba. S hčerko sta prispeli v vas, kjer živijo Shimini starši. Sledi čustven prizor, kjer se Shima zlomi in zajoka. Temu sledi posnetek s konference o prihodnosti modne industrije v Copenhagenu, kjer se Livia Firth preroka z vodjo za trajnostno poslovanje H&M-a.

KAPITALIZEM

Ta sklop govori o kapitalističnem sistemu. Začne se s posnetki protestov za minimalno plačo v Kambodži, kjer so policisti streljali na delavce oblačil. Posnetkom, kako ljudi

pretepajo in streljajo nanje in kako ti bežijo, sledi informacija aktivistke za človekove pravice, da so delavci zahtevali minimalno plačo v višini 160 dolarjev, čemur je sledilo dvodnevno vojno stanje. Temu sledi intervju z dvema delavkama, ki razlagata, da je med protesti umrlo 5 delavcev in da je bilo ogromno poškodovanih. Prizor je čustven, saj ena izmed delavk zajoka. Temu sledi še bolj čustven prizor pogreba enega izmed delavcev. O njegovi smrti razlaga Sam Rainsy, predsednik stranke za narodno rešitev (Cambodian National Rescue Party), ki ob izjavi, da bodo nadaljevali njegov boj za boljše življenjske razmere, tudi zajoka. Potem vidimo intervjuje, večinoma s sogovorniki, ki smo jih skozi film že spoznali. Govorijo o problemih v ekonomskem sistemu in o kapitalizmu. Temu sledijo posnetek oglasa, ki nagovarja, da pojdimo nakupovat, ter posnetki televizijskih novic o črnem petku, dnevu, ko so v ZDA veliki popusti. Vmes je tudi posnetek iz pogovornega šova, kjer voditelj sarkastično govori o ameriški obsedenosti z nakupovanjem.

ZAKLJUČEK

V zadnjem sklopu je najprej predstavljen zaključek Shimine zgodbe, ko zlomljenega srca pusti hčerko pri svojih starših, sama pa gre na pot nazaj v Dako. Ve, da hčerke ne bo mogla obiskati še dolgo časa. Temu sledi čustvena zgodba Larhee Pepper, kjer izvemo, da je njen mož umrl zaradi tumorja na možganih. Pravi, da njegove smrti sicer ne more nujno povezati z uporabo pesticidov, ampak da je zaradi tega vseeno začela s pridelovanjem organskega bombaža. Potem Safia Minney, Tim Kasser, Richard Wolff, Vandana Shiva in Lucy Siegle zaključijo z mislijo o boljši prihodnosti modne industrije. Temu sledi še zaključna misel režiserja, ki nas nagovori, da bi lahko ob vseh izzivih človeštva, ki se zdijo nerešljivi in večji od nas, začeli pri oblekah. Temu sledi še napis »learn more and take action« ter povezava na spletno stran filma. Za tem se odvrti še odjavna špica s posnetki s terena.

4.2.2 UVRSTITEV OBRAVNAVANEGA FILMA V DOKUMENTARNO REPREZENTACIJO PO NICHOLSU IN FORMO PO BORDWELLU

Glede na Nicholsovo klasifikacijo, v dokumentarnem filmu *The true cost* brez dvoma prevladuje razlagalni način reprezentacije, saj vsebuje vse glavne značilnosti tega načina. Prva značilnost je glas pripovedovalca, za katerega v tem primeru vemo, čigav je. Ne gre

torej za glas boga, temveč za glas režiserja filma in v tem smislu tu najdemo tudi delček participacijskega načina reprezentacije. Čutimo prisotnost filmskega ustvarjalca, jasno nam je, da gre za njegovo osebno raziskovanje in da se ga problematika dotika tudi čustveno. Režiserja sicer nikoli ne vidimo, ga pa poleg vloge naratorja in razlagalca zgodbe zaznamo tudi pri nekaterih intervjujih. Čisto na začetku ga slišimo, kako daje navodila kaj povedati prvi intervjuvanki, kar je narejeno z namenom, da nam je res jasno, da je on tisti, ki sprašuje. Četudi v nadaljevanju ne slišimo več njegovih navodil ali vprašanj intervjuvancem, vseeno občasno slišimo njegov glas v obliki pogovora ali zahvale za intervju. Ostale značilnosti spadajo v razlagalni način reprezentacije. Gre torej za retorični oziroma argumentacijski okvir, ki nas gledalce nagovarja neposredno. To, da so za vlogo naratorja izbrali glas režiserja in ne strokovnega moškega glasu, daje filmu večjo verodostojnost, saj se z njim bolj poistovetimo. Občutek je, kot da bi se skupaj z njim podali na pot raziskovanja problematike hitre mode. Logika obveščanja se opira na glasovni komentar, vse potrebne informacije izvemo iz intervjujev in glasovne naracije. Slika potrjuje in poudarja to, kar je izrečeno, ter deluje kot dokaz tega, kar slišimo.

Po Bordwellovi klasifikaciji ima film retorično formo. Cilj filma je, da nas prepriča, da je industrija hitre mode res škodljiva za ljudi in naravo in da lahko nekaj ukrenemo na tem poročju. Film vsebuje vse štiri osnovne atribute retorične forme. Odkrito nas nagovarja in poskuša prepričati tako v novo prepričanje kot tudi čustven odnos in dejanja aktivizma. Namenjen je tudi tistim, ki potrebujejo dodatno spodbudo k ukrepanju, torej tistim, ki so s temo že seznanjeni in še niso ukrepali. Poleg tega je film poln nekih dejstev, za katere ne vemo, ali so resnična. Glas pripovedovalca pogosto postreže z informacijami v številkah, ki jih nato še enkrat poudari v drugačni obliki – takšni, ki si jo znamo bolje predstavljati. Tako na primer pove, da je bilo v zadnjih šestnajstih letih več kot 250.000 zabeleženih samomorov kmetov v Indiji. To številko potem še enkrat poudari tako, da pove, da je to en samomor vsakih 30 minut. To lahko sprva deluje kot šokantna informacija, vendar ne vemo, kako je režiser prišel do tega izračuna. Poleg tega tudi ni nujno, da so vsi samomori povezani z izgubo zemlje zaradi prihoda korporacij, kot je Monsanto, kot to trdi film. Argumentov režiser torej ne more absolutno dokazati, vendar je način, kako jih podaja, tako prepričljiv, da jim gledalci verjamemo. Poleg takšnega podajanja argumentov skuša film pogosto vplivati na naša čustva. Predvsem s posnetki bolnih otrok in izmučenih delavcev, ki vzbujajo sočutje, in na drugi strani s posnetki razvajenih potrošnikov

razvitega Zahoda in zagovornikov industrije hitre mode, ki vzbujajo jezo, krivdo in gnus. Film nas tudi poskuša prepričati, da sprejmemo odločitev, ki bo vplivala na naše vsakdanje življenje – torej odločitev o drugačnem, bolj zavednem načinu potrošnje. Argumenti v filmu se zanašajo na domnevno zanesljive vire informacij – vidimo pričevanja o dogodkih iz prve roke, intervjuje z raziskovalci, znanstveniki in ljudmi, za katere se domneva, da dobro poznajo tematiko. Tudi režiser deluje kot zanesljiv vir, tako v vlogi glasu pripovedovalca kot tudi v vlogi izpraševalca intervjuvancev. Pove, da o tej temi pred odločitvijo za snemanje filma, ni vedel ničesar, zaradi česar izpade še bolj iskren v svojih namelih. Nekateri argumenti v filmu pa se nanašajo tudi na gledalce, in sicer tisti, ki nagovarjajo naša čustva. Ko Shima na robu joka govori, da ne želi, da kdor koli nosi obleke, ki so narejene z njihovo krvjo, je zelo težko, da to ne bi delovalo na gledalčeva čustva. Ti argumenti, ki delujejo na naša čustva, lahko delujejo močnejše kot ostali argumenti. Tako se o ostalih argumentih gledalci ne sprašujemo toliko, pač pa jim še bolj verjamemo, saj smo čustveno že vpleteni v osebne zgodbe delavcev.

4.2.3 MIZANSCENA

Kot že rečeno, se v dokumentaren filmu manj pozornosti posveča mizansceni, saj je potek snemanja veliko manj predvidljiv kot pri igranem filmu. Filmska ekipa mora pogosto sprejemati hitre odločitve, da ujamejo kakšno pomembno dogajanje. Protagonisti niso igralci in čeprav so se odločili, da bodo sodelovali v filmu, to ponavadi ne pomeni, da se jim daje navodila, kaj naj počnejo. V našem primeru je filmska ekipa spremljala Shimo na njeni poti iz Dake v vas njenih staršev. Izbira prizorišča je bila torej odvisna od protagonistke in njenega življenja. Tudi izbira ostalih prizorišč v filmu je bila večinoma pogojena, bodisi z lokacijo tovarne ali modnega studia bodisi z lokacijo doma ali pisarne protagonistov. Rekviziti niso bili uporabljeni. Tudi kostumi in ličila niso igrala pomembne vloge. Razen intervjujev s strokovnjaki in posnetkov znotraj tovarn je večina posnetkov narejenih zunaj ob dnevni svetlobi. Ustvarjalci filma so se zanašali na obstoječe vire svetlobe, tako v eksterierju kot tudi v interierju. Nekateri intervjuji zato nimajo idealne osvetlitve in je polovica obraza intervjuvanca na primer obsijana s soncem, polovica pa je v senci. Kljub temu nepravilna osvetlitev nikjer v filmu ne zmoti, temveč daje filmu večjo pristnost.

Slika 4.1: Osvetlitev v intervjuju s Safio Minney na vlaku.



Vir: Morgan (2015).

V enem izmed prizorov, ko spremljamo Safio Minney, je intervju izveden med potjo na vlaku. Ko se vlak pelje, je njen obraz izmenično cel zasenčen ali cel viden (Slika 4.1). Zaradi tega deluje film bolj avtentično, saj kaže na to, da so naredili intervju z njo takrat, ko je želela nekaj povedati ne glede na okoliščine. Ker se pelje z vlakom in ne z avtomobilom, se zdi skromnejša in bolj trajnostno naravnana. Slika nekako sovпада s tem, kar govori Razlaga namreč, da je imela upanje, da njeno podjetje People Tree, ne bi bilo potrebno, vendar bolj ko je bila vpletena v sistem, več umazanije je odkrila. Ko izgovori besedi »dirt« in »filth«, se njen obraz prvič zavije v temo. To je bilo sicer naključje, ki pa poveča učinek temačnosti, s katero je povezana modna industrija.

Slika 4.2: Osvetlitev: Shima s svojo mamo v domači hiši.



Vir: Morgan (2015).

Svetlobne razmere niso idealne tudi v prizorih, kjer je Shima v domači hiši, saj je ta dokaj temna (Slika 4.2) ali v enem izmed redkih večernih prizorov (Slika 4.3). Tudi v teh dveh primerih obstoječa osvetlitev priča o avtentičnosti prizorišč in o skromnosti protagonistke. Shima je prikazana kot ljubeča hči – vidi se njeno pristno veselje, ko vidi starša po dolgem času – objema ju in jima pomaga pri postrežbi hrane. Poleg svoje hčerke se igra tudi z drugimi otroki. Gledalec jo zaradi prikaza v takšnih situacijah sprejme kot dobro osebo, ki se ji lahko zaupa.

Slika 4.3: Osvetlitev: večerni prizor Shime z otroki.



Vir: Morgan (2015).

4.2.4 KINEMATOGRAFIJA

Film je posnet z digitalno kamero z zoom objektivom, kar je filmski ekipi omogočalo največjo možno mobilnost. Večinoma je uporabljena normalna goriščna razdalja, v nekaterih primerih pa vidimo plitko globinsko ostrino (primer je Slika 4.4).

Slika 4.4: Plitka globinska ostrina na posnetku odpadnih oblačil.



Vir: Morgan (2015).

V sklopu, ki govori o tekstilnih odpadkih, vidimo ogromne kupe smeti. Posnetki so bodisi totali bodisi bližnji plani, kjer se v ozadju vidijo kupi smeti (kot na Sliki 4.4). Slednji imajo vsi izostreno ospredje in neizostreno ozadje. Takšna tehnika usmeri pozornost gledalca na izostren del. Tako gledalci vidimo, da gre res za tekstilne odpadke, in ne za kakšne druge.

Format zaslona je 16 : 9, kar je danes najbolj razširjena izbira. Kot kamere je večinoma raven, torej je kamera na isti višini kot oči intervjuvancev. Le v redkih primerih vidimo posnetke s spodnjega ali zgornjega kota. Primer spodnjega kota vidimo na Slikah 4.5 in 4.7.

Slika 4.5: Spodnji kot: vhod v modno trgovino Zara.



Vir: Morgan (2015).

Slika 4.5 predstavlja pokrivni posnetek intervjuja z Orsola de Castro, ki razlaga, kako velike modne znamke skrbijo zgolj za čim večji profit. V tem kontekstu deluje napis Zara bolj zlovešče kot naslednji kader, ki je posnet z normalnega kota (Slika 4.6). Oba posnetka sta zelo zgovorna. Prvi predstavlja modno trgovino Zara, ki zaradi spodnjega kota in konteksta, v katerem je prikazan, deluje mogočno in zlovešče. Gledalec zato dobi negativno asociacijo, ko pomisli na to modno znamko. Tudi naslednji posnetek ima mogočen učinek na gledalca. Velika množica ljudi pred trgovino H&M, predstavlja gledalcu znan prizor iz vsakdana, ki pa zaradi konteksta, v katerem je prikazan, dobi popolnoma drug pomen. Ustvarja občutke nelagodja, saj gledalec ob popolnoma vsakdanjem prizoru prvič pomisli na posledice množičnega nakupovanja v takšnih trgovinah.

Slika 4.6: Normalni kot: modna trgovina H&M.



Vir: Morgan (2015).

Posnetek s spodnjega kota vidimo tudi na sliki spodaj (Slika 4.7). Policisti, ki so na nasilen način odstranjevali protestnike v Kambodži, so s takšnim kotom prikazani v še bolj nadrejenem položaju, kot so že sicer. Protestnica z gesto prošnje in pozicionirana pod njimi njihovo moč le še povečuje. Čeprav Bordwell pravi, da ne moremo vseh posnetkov s spodnjega kota označiti kot namensko ustvarjanje učinka nadrejenosti in moči, v našem primeru to velja.

Slika 4.7: Spodnji kot: protestniki in policisti na protestih v Kambodži.



Vir: Morgan (2015).

Primer zgornjega kota vidimo na Sliki 4.8, ki prikazuje total notranjosti tovarne oblačil in delavce ob delu. Poleg zgornjega kota, ki delavce postavlja v podrejen položaj, je na tem posnetku zgovorna tudi izbira plana. Total, ki prikazuje tovarno, polno delavcev, in zgornji kot dajeta občutek, kot da gledamo na mravljišče, delavci pa so pridne mravljice. Robovi slike namigujejo, da se enak vzorec nadaljuje v nedogled, torej da je prostor zunaj zaslona enak prostoru na zaslonu. Ponavljajoč vzorec luči, ustvarja izjemno kompozicijo, ki utrjuje prepričanje o razsežnosti tovarne in o množični proizvodnji oblačil.

Slika 4.8: Zgornji kot: tovarna oblačil.



Vir: Morgan (2015).

Najbolj opazen primer načrtne izbire plana z namenom šokirati gledalce, se pojavi na začetku filma v sklopu o porušenju Rane Plaze. Srednji bližnji plan prikazuje nekdanjo delavko iz te tovarne. Po njenem opisu dogajanja sledi total, na katerem vidimo, da sedi v invalidskem vozičku in da je ostala brez nog (Sliki 4.9 in 4.10).

Slika 4.9: Srednji bližnji plan ...



Vir: Morgan (2015).

Slika 4.10: ... ki mu sledi total.



Vir: Morgan (2015).

Takšna izbira kadriranja ima veliko močnejši učinek, kot če bi intervju posneli samo s totalom ali samo s srednjim planom. Ko začne pripovedovati svojo zgodbo, je izbran srednji bližnji plan, zaradi česar gledalci bolje vidimo njen obraz in trpljenje, ko podoživlja dogodke iz Rane Plaze. Tu se ustvari čustvena vez med njo in gledalcem. Do nje čutimo

sočutje in ko v naslednjem kadru izvemo, da je ostala brez nog, nas to bolj šokira, kot če bi že od začetka vedeli, da je brez nog, saj je bila čustvena vez z njo že vzpostavljena.

Razen naštetih primerov je večina planov v filmu izbranih zelo konvencionalno. Daljni totali prikazujejo mesta (Slika 4.11) ali velike količine nečesa, kot na primer ogromno delavcev v tovarni (Slika 4.8) in smetišče oblačil (Slika 4.12).

Slika 4.11: Daljni total: panorama s Haitija.



Vir: Morgan (2015).

Daljni total, ki prikazuje panoramo s Haitija, je primer predstavitvenega posnetka mesta. Tudi vsa ostala mesta, prikazana v filmu, so predstavljena na enak način. Gre za klasičen prikaz prizorišča, kjer se odvija zgodba. Tak kader se prikaže, preden se začne odvijati zgodba v tem mestu, in je namenjen prostorskemu razumevanju. Gledalec tako ni zmeden glede tega, kje se zgodba odvija.

Slika 4.12: Daljni total: odpadne obleke.



Vir: Morgan (2015).

Daljni totali smetišč z oblačili so kombinirani z bližnjimi posnetki teh odpadkov. Kombinacija obojih ustvarja razumevanje o razsežnosti problema odpadnega tekstila. Tudi tu deluje slika kot podpora komentarju. Glas pripovedovalca nam tu namreč razlaga, koliko oblačil v povprečju odvržemo in kakšne posledice ima to za naravo. Na posnetku, ki ga predstavlja zgornja slika, vidimo psa, ki je v primerjavi s kupom odpadnih oblek, zelo majhen (črna pika na sredini je pes, vendar se ga na sliki težko opazi, ker se ne premika). Tako gledalec vidi, da je to smetišče ogromno, ob komentarju pa predpostavlja, da je takšnih smetišč še zelo veliko.

Vsi intervjuji so v srednjem ali sredjem bližnjem planu, od pasu ali prsi navzgor (na primer Slika 4.9). To je klasičen plan, ki se ga uporablja za intervjuje, saj najbolj spominja na pogovor z neko osebo v živo (oddaljenost od osebe, s katero se pogovarjamo, je ponavadi približno taka, kakor se zdi, ko je uporabljen srednji/srednji bližnji plan). Namen takšnega kadriranja pri intervjujih je torej, da čim bolj spominjajo na resničen pogovor. Vidimo obrazne poteze, grimase, čustva. Bližnjih planov v filmu ni veliko, uporabljeni pa so predvsem za prikaz šivanja (Slika 4.13). Predstavljajo pokrivne posnetke v intervjujih, kjer subjekti govorijo o šivanju, ki je osnovna dejavnost modne industrije. S takšnimi posnetki želi film gledalce opomniti na to, da njihova oblačila izdelujejo roke realnih oseb.

Slika 4.13: Bližnji plan: šivanje.



Vir: Morgan (2015).

Zasuki, tako vodoravni kot navpični, so uporabljeni smiselno, zmerno in približno enakovredno kot statični posnetki. Precej je posnetkov z napravo steadicam, predvsem, ko kamera sledi protagonistom. Nekateri intervjuji so posneti tako, da kamera stoji na stojalu in je posnetek povsem pri miru, več pa je tudi takšnih, ki se malce premikajo. Slednji so bili najverjetneje posneti z monopodom, stojalom, ki ima eno nogo in lahko zelo umiri premikanje kamere, ne pa povsem, tako kot navadno stojalo. Monopod je bil po vsej verjetnosti uporabljen, kadar ni bilo dovolj časa, saj predstavlja dobro alternativo navadnemu stojalu s tem, da je veliko bolj mobilno. Večina posnetkov je narejenih bodisi iz roke oziroma s steadicamom bodisi z monopodom. Da so uporabljali monopod, je razvidno tudi iz odjavne špice, kjer vidimo posnetke ekipe na terenu. Celoten film zato ne deluje popolnoma statično, kar že v osnovi bolj spominja na dokumentarni videz, nikoli pa se kamera ne trese toliko, da bi nas to zmotilo. To daje filmu ravnovesje in pripomore k avtentičnosti filma. Deluje zelo spontano in naravno.

Kinematografija v tem filmu na splošno ne želi preveč opozarjati nase. Izbire kotov, planov in ostalih tehnik so večinoma takšne, da delujejo karseda naravno. Kako to, da nam film vseeno daje občutek, da imamo na eni strani dobro in na drugi strani zlo? Za intervjuje

delavcev so prav tako izbrani srednji plani kot za intervjuje z zagovorniki hitre mode. Osvetlitev je pri obojih enaka. Nobena kinematografska tehnika, razen opisanih izjem, ne povečuje enih ali drugih. Odgovor na vprašanje, zakaj do delavcev čutimo empatijo, do modnih podjetij in njihovih zagovornikov pa jezo, se v veliki meri skriva v montaži.

4.2.5 MONTAŽA

Film sledi pravilom kontinuirane montaže. Grafično razmerje med posnetki ohranja splošno raven osvetlitve. Vidimo nekaj ujemanj gibanja, ko se zasuk od leve proti desni nadaljuje iz enega posnetka v drugega. Arhivski posnetki, posnetki oglasov in televizijskih novic se od ostalih razlikujejo po tem, da je okrog njih črn rob. Na ta način takoj ločimo med posnetki, ki jih je naredila filmska ekipa, in ostalimi, ki so bili dodani k filmu v času postprodukcije. Zaradi ohranjanja dinamike posnetki fotografij nikoli niso statični, temveč se vedno malce premikajo (zoom in ali zoom out). Ritem je razmeroma enakomeren. Film je razdeljen na 14 sklopov in vsak sklop vsebuje intervjuje, pokrivne posnetke in posnetke televizijskih novic, oglasov ali fotografij. Posnetki večinoma trajajo približno enako dolgo. Primer, kjer dolžina posnetka izstopa, najdemo v sklopu o Rani Plazi. V tem sklopu se posnetki gibljejo med dvema in petimi sekundami, zato toliko bolj izstopa enajst sekundni posnetek fotografije objetega para v ruševinah (Slika 4.14). Ker je posnetek vsaj dvakrat daljši od povprečja posnetkov pred njim, se gledalcu toliko bolj vtisne v spomin in vpliva na njegovo čustveno dožemanje.

Slika 4.14: Primer daljšega posnetka.



Vir: Morgan (2015).

Najopaznejša in najučinkovitejša tehnika montaže tega filma je prečna montaža. Kot že omenjeno, je to montaža, ki sočasno izmenjuje posnetke dveh ali več linij dogajanja iz različnih prostorov. Film se začne s sekvenco, ki jo zaznamuje prečna montaža. Vidimo posnetke manekenk, modnih pist in posnetke delavcev oblačil. Ta sekvenca še ne vpliva na naša čustva, vsaka naslednja takšna sekvenca, pa je vedno močnejša. Takšna montaža daje občutek, da med tem, ko mi nakupujemo, nekje nekdo dela v slabih razmerah in za slabo plačo ali ima bolnega otroka oziroma je sam bolan. Ustvarja občutke vzroka in posledice in občutek delitve na njih in nas. Poleg prečne montaže nam iste občutke ustvarja izbira sosledja posnetkov. Tako skozi celoten film spremljamo razliko med njimi in nami. Ko posnetkom bolnih otrok sledijo posnetki oglasov za poceni oblačila in posnetki najstnic z Youtuba, ki kažejo, kaj vse so si kupile, ima to močan učinek na gledalca. Celotno zaporedje posnetkov v filmu je organizirano tako, da posnetkom iz držav v razvoju, sledijo posnetki, ki so nam znani iz našega vsakdanjega življenja. Gledalci že ob samih podobah bolnih otrok začutimo sočutje in žalost, ko pa vidimo podobe oglasov in najstnic z Youtuba, se nam ti občutki le še okrepijo. Ena izmed močnih sekvenc prečne montaže se pojavi proti koncu filma. Posnetki množic potrošnikov na črni petek, oglasi, posnetki Youtube blogerk in manekenk se prepletajo s posnetki delavcev oblačil (Slike od 4.15 do 4.31). To je sekvenca, ki zaključuje film in za katero lahko rečemo, da je reprezentativna za montažo

celotnega filma (v smislu občutkov, ki jih sproža gledalcem). Zato bomo v nadaljevanju opisali to sekvenco ter s slikami ponazorili zaporedje in pomen, ki ga ustvarja.

Slika 4.15: Odprtje ene izmed trgovin na črni petek.



Vir: Morgan (2015).

Sekvenca se začne s posnetkom odprtja trgovine na črni petek. Množica se drenja pred zaprtimi vrati in čaka na odprtje trgovine. Ko se vrata odprejo, ljudje navdušeno (slišimo navdušene vzklike) stečejo v notranjost trgovine.

Slika 4.16: Domovi ljudi iz držav v razvoju.



Vir: Morgan (2015).

Sledi posnetek domov ljudi iz držav v razvoju, kjer vidimo razpadajoče hiše ob reki (kamera je pozicionirana na premikajočem se čolnu). Tu se pokaže prva razlika med »nami« (ki se prerivamo v trgovinah) in »njimi« (katerih življenjske razmere so precej pod standardom, ki smo ga navajeni na Zahodu).

Slika 4.17: Nakupovanje oblačil na črni petek.



Vir: Morgan (2015).

Naslednji kader prikazuje nadaljevanje prvega kadra v tej sekvenci – ljudje so prišli v trgovino in začeli z izbiro oblačil. Posnetek prikazuje ljudi, ki vsi naenkrat planejo k mizam, obloženim s kupi oblačil. Prikazuje njihovo prerivanje in vlečenje oblek.

Slika 4.18: Izdelovanje čevljev v Indiji.



Vir: Morgan (2015).

Z naslednjim posnetkom se spet vrnemo k delavcem držav v razvoju. Vidimo izdelovalce čevljev v Indiji. Tu je vzročna posledična logika že vzpostavljena, saj gledalec že dobi občutek, da je za luksuz na enem koncu sveta potrebna beda na drugem koncu.

Slika 4.19: Modna Youtube blogerka.



Vir: Morgan (2015).

Sledi posnetek modne blogerke, ki navdušeno maha s svojimi čevlji. Za razliko od prejšnjega posnetka, na katerem prevladujejo temne, neizrazite barve, je ta zelo barvit in živahen. Grafično razmerje med tema dvema posnetkoma se ne sklada, zato gledalec še toliko bolj začuti razliko med dvema svetovoma.

Slika 4.20: Delavka v tovarni oblačil.



Vir: Morgan (2015).

Če se prejšnja dva posnetka grafično nista ujemala, se naslednji barvno ujema s prejšnjim. Nadaljuje se rumena barva, vendar v povsem drugačnem kontekstu. Od živahnega k zgaranemu in utrujenemu obrazu nas v tem primeru torej vodi grafično ujemanje med posnetkoma. Gledalcu to na nezavedni ravni krepi misel, da bi dekleta iz prejšnjega posnetka prav lahko bila na mestu delavke na tem posnetku, če bi bila rojena drugje.

Slika 4.21: Manekenka.



Vir: Morgan (2015).

Slika 4.22: Množica pred modno trgovino.



Vir: Morgan (2015).

Temu sledita kratek posnetek manekenke in množica, ki čaka pred modno trgovino Forever 21. Tu je vzročno posledična logika že zelo dobro vzpostavljena. Gledalec dobi občutek, da se dogodki na dveh koncih sveta dogajajo simultano.

Slika 4.23: Vožnja na delo.



Vir: Morgan (2015).

Naslednji posnetek predstavlja množico delavcev, ki se natrpani v zadnje dele kombijev vozijo na delo. Za razliko od prejšnjih množic ljudi izgleda, kot da so ti zaprti v kletke.

Slika 4.24: Množice pred trgovino.



Vir: Morgan (2015).

Naslednji posnetek ponovno pokaže množico ljudi, a za razliko od prejšnje, je to spet množica, ki se drenja pred trgovino. Gledalci si sebe težko predstavljajo v položaju, kjer bi se morali vsakodnevno peljati v službo s toliko ljudmi v kletki podobnem vozilu, medtem ko si lažje predstavljajo sebe v gneči pred trgovino ali pa so v takšni situaciji celo že bili. To močno vpliva na gledalčeva čustva, saj se lahko počuti krivega in osramočenega.

Slika 4.25: Tovarna oblačil.



Vir: Morgan (2015).

Sledi posnetek delavk v tovarni z oblačili. Kamera se premika od leve proti desni in prikazuje vrste šivalnih strojev in delavk.

Slika 4.26: Oglas za obleke.



Vir: Morgan (2015).

Posnetku iz tovarne, ki zaradi močnih luči in svetlih barv deluje nekako sterilno, sledi posnetek iz oglasa za oblačila, ki se grafično ujema s prejšnim. Tudi ta ima svetlo ozadje, zaradi česar deluje sterilno. Menjajo se le barve oblačil.

Slika 4.27: Škopljenje s pesticidi.



Vir: Morgan (2015).

Grafično ujemanje med posnetki se nadaljuje tudi na naslednjem posnetku, ki prikazuje škropljenje s pesticidi. Ta posnetek je prvi v tej sekvenci, ki predstavlja negativne posledice modne industrije na naravo in zdravje.

Slika 4.28: Onesnažena voda.



Vir: Morgan (2015).

Sledita posnetka onesnaženja vode in ženske z dermatološkimi težavami. Zaporedje in izbira posnetkov gledalca do tu že prepriča, da so njegove potrošniške izbire ali pa izbire ljudi, ki jih pozna, vzrok za slabe življenjske razmere ljudi iz držav v razvoju. Občutek, ki ga gledalec dobi, je, da se eno dogaja zaradi drugega in da se oboje dogaja istočasno.

Slika 4.29: Ženska z dermatološkimi težavami.



Vir: Morgan (2015).

Slika 4.30: Delavka z otrokom na delovnem mestu.



Vir: Morgan (2015).

Na koncu vidimo še delavko, ki ima poleg sebe na tleh majhnega otroka. Za povprečnega starša z Zahoda je to nekaj nepredstavljivega. Sekvenca se konča s prizori navdušenega nakupovanja oblačil, s čimer se je tudi začela.

Slika 4.31: Nakupovanje na črni petek.



Vir: Morgan (2015).

Slike torej prikazujejo zaporedje posnetkov v sekvenci prečne montaže ob koncu filma. Takšne stilske odločitve ustvarjajo občutek vedno večje tesnobe in nas prepričujejo, da je nakupovanje oblačil slabo. Posnetki, ki predstavljajo Zahod, so si več ali manj podobni. Največ je takšnih, ki prikazujejo čakanje množic na odprtje trgovine ali množično nakupovanje. Na drugi strani posnetki, ki predstavljajo države v razvoju, prikazujejo vse negativne vidike industrije hitre mode. Na ta način se napetost stopnjuje, občutek tesnobe pa je vedno večji. Če ne bi občutili tesnobe, empatije, jeze, sramu, bi bilo celotno stališče filma veliko manj prepričljivo. Film bi namreč lahko deloval kot celota, tudi brez posnetkov oglasov, nakupovanja in televizijskih novic, torej samo z intervjuji. Vendar ravno ta kontrast v posnetkih med »nami« in »njimi« dela film tako prepričljiv. To, da je gledalec soočen tako s posnetki iz držav v razvoju kot tudi s posnetki, ki so mu znani iz vsakdanjega življenja, naredi večji učinek na gledalca, saj se vpraša o svojih navadah in dobi občutek, da imajo le-te velik vpliv na nekoga drugega. Poleg slike pa v tej sekvenci in skozi celoten film na naša čustva močno vpliva tudi zvok.

4.2.6 ZVOK

Obravnavani dokumentarec vsebuje vse tri vrste filmskega zvoka: govor, glasbo in zvok okolice. Tudi zvok je organiziran konvencionalno, glasba in zvočni učinki se ob govoru utišajo, med prehodi in nekaterimi čustvenimi prizori pa dominirajo. Film se začne s počasno dramatično glasbo, ki ob tem, ko se pojavi naslov filma, dobi udarnejši ritem. Prvih šest minut je glasba stalno prisotna, glasnejša, ko ni govora, in tišja, ko je. Tudi v nadaljevanju filma igra glasba močno vlogo in zavzema velik del filma. Ob intervjujih in čustvenih prizorih slišimo počasnejšo instrumentalno glasbo, ki poudarja napetost ali tesnobo. V sekvencah, ki prikazujejo Zahod, slišimo bolj dinamično in poskočno glasbo, pogosto pesmi z besedilom. Tako v prvi takšni sekvenci, slišimo pesem Next Life (Souls), kjer pevka obljublja, da bo dobra v naslednjem življenju, v tem življenju pa bo počela, kar bo hotela. Takšna izbira glasbe vpliva na čustva gledalcev, saj jih opominja, da se veliko ljudi osredotoča le nase in jim ni mar za druge. Čustveno napetost ustvarja tudi pesem, ki se vrti v sekvenci prečne montaže ob koncu filma, ki smo jo omenjali v analizi montaže (slike 4. 15 do 4. 31). Pevka (Natalie Taylor) v pesmi I Want it All poje o tem, da vedno dobi, kar hoče, in da hoče imeti vse, na primer zlate prstane, diamante in ostale lepe stvari. Besedilo tako še bolj poudarja banalnost tega, kar si veliko ljudi na Zahodu želi, v

primerjavi s tem, kaj si želijo delavci iz držav v razvoju. Ob zadnjem posnetku (Slika 4. 31), ki prikazuje množico ljudi, ki se preriva v trgovini z oblačili, se pesmi najprej pridruži zvok vreščče in navdušene množice ob odprtju trgovine. Potem se pesem konča in slišimo le še zvok vreščanja množice, ki se nadaljuje tudi, ko se posnetek množice spremeni v črn zaslon. To je primer, kjer z manipulacijo zvoka ustvarjalci filma namenoma vplivajo na naša čustva. Najprej slišimo samo pesem, potem slišimo še vreščanje in ko se pesem konča in slišimo le še vreščanje, se toliko bolj osredotočimo na ta zvok. Za dodaten poudarek zvoka pa na ekranu vidimo le črnino.

Še pomembnejšo vlogo kot glasba ima v tem filmu govor. Tako naracija (glas pripovedovalca) kot tudi to, kar je povedano v intervjujih. Film se začne z glasom pripovedovalca, ki pravi:

To je zgodba o oblačilih. Je zgodba o oblačilih, ki jih nosimo, o ljudeh, ki ta oblačila izdelujejo, in o vplivu, ki ga ima to na naš svet. Je zgodba o pohlepu in strahu, o moči in revščini. Je kompleksna, saj se razteza po vsem svetu, ampak je tudi preprosta in razkriva, kako povezani smo z mnogimi srci in rokami za našimi oblačili. K tej zgodbi sem pristopil le z nekaj preprostimi vprašanji in brez kakršnega koli znanja o modi. Kar sem odkril, je za vedno spremenilo moje razmišljanje o stvareh, ki jih nosim. In moje upanje je, da lahko ta zgodba naredi enako tudi zate. (Morgan 2015)

Čeprav prvi stavek namiguje, da bo zgodba predstavljena objektivno, kmalu ugotovimo, da gre za subjektiven odnos režiserja do teme, ki nam jo bo predstavil. Že takoj na začetku smo gledalci naslovljeni neposredno. To, da v stavku, kjer govori, kako smo povezani z ljudmi, ki delajo oblačila, namesto besede ljudje uporabi besedi srca in roke, namiguje, da do teh ljudi čuti večjo povezanost, kot bi jo morda čutil, če ne bi raziskoval te tematike. S takšnimi retoričnimi strategijami, ki se ponavljajo skozi celoten film, dobimo občutek, da smo vsi odgovorni za probleme hitre mode in tudi mi smo kmalu čustveno vpleteni v zgodbo. Izbira čustveno obarvanih besed, ponavljanje informacij in neposredno naslavljanje gledalcev ustvarjajo močno poetično in čustveno navezavo. Na takšne načine, pravi Bordwell, pa lahko retorična forma dokumentarnega filma vodi do dejanj aktivizma. (Bordwell in Thimpson 2008, 355)

4.3 AKTIVISTIČNI POTENCIAL OBRAVNAVANEGA FILMA

Če se sprehodimo od točke do točke po dejavnikih, ki pripomorejo k družbenemu aktivizmu, glede na poročilo festivala Hot Docs in vodnika Video for Change, vidimo, da so si ustvarjalci dokumentarnega filma *The true cost* zastavili celovito strategijo od predpriprav in raziskave do produkcije, distribucije in trženja. Tema, ki so jo izbrali, je zanimiva že s stališča, da se tiče vseh nas. Vsi potrebujemo oblačila in že to dela zgodbo zanimivo in aktualno. S svojo retorično formo gledalce neposredno na slavlja in nagovarja k spremembam njihovih potrošniških navad. Argumenti, ki jih film uporabi, kot smo videli, močno delujejo na gledalčeva čustva. Od štirih tehnik za pridobivanje čustvenega odziva gledalcev, ki jih opisuje Marfo, se *The true cost* poslužuje treh. Film nas, kljub razsežnosti problema hitre mode, s predstavljenimi alternativami opogumlja, da je mogoče nekaj narediti. Poleg predstavljenih alternativ nas preusmerja tudi na uradno spletno stran filma, kjer usmerja k peticijam in civilnim iniciativam. Prav tako se poslužuje tehnike domačnosti. S prizori navdušenih potrošnikov ter oglasov in trgovin, ki jih na razvitem Zahodu poznamo in so nam domači, nas film na nezavedni ravni pritegne. Ravno zaradi tega smo toliko bolj šokirani, ko vidimo drugo stran poslovanja teh trgovin. To v nas vzbuja občutke jeze in hkrati še večje občutke empatije do ljudi, ki jih modna industrija izkorišča. Zaradi te tehnike ne bo občinstvo po ogledu filma nikoli več gledalo enako na trgovine, kot sta Zara in H&M. Tretja tehnika za vzbujanje čustev občinstva, ki jo film uporablja, je strah. Ko smo gledalci seznanjeni z vplivom industrije hitre mode na okolje in zdravje ljudi, nas postane strah. Posebej ko vidimo, da niso le države v razvoju tiste, kjer se proizvaja gensko spremenjen bombaž, ampak tudi ZDA (ki so nam kulturno bližje). Edina izmed štirih tehnik, ki jih Marfo omenja in se je ta film ne poslužuje, je ekskluzivnost. Ogromno vlogo pri vzbujanju empatije pa imajo v tem filmu predvsem osebne zgodbe ljudi. Shimina zgodba o ločitvi od svoje hčerke, Larheina zgodba o smrti njenega moža, prizori bolnih otrok in odraslih, prizori smrti ob zrušenju tovarne Rana Plaza in prizori smrti delavca ob protestih v Kambodži – vse to v občinstvu vzbuja globoke občutke sočutja in empatije, kar je bistvenega pomena za uspešno strategijo družbenega vpliva.

Filmska ekipa je bila sestavljena iz strokovnjakov z različnih področij. Poleg poznavalcev modne industrije so v filmu sodelovali tudi strokovnjaki s področij trženja in odnosov z

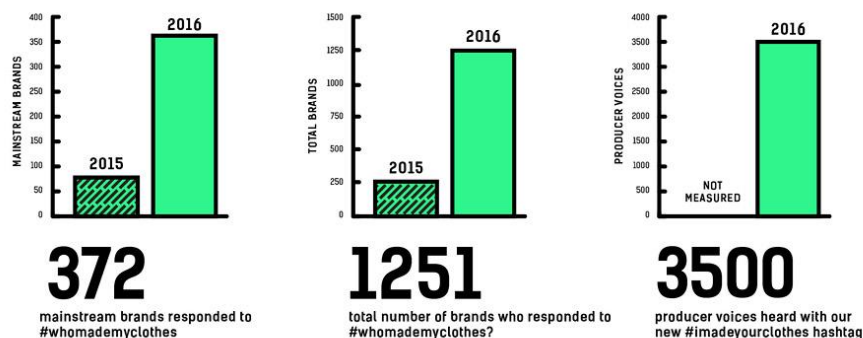
javnostjo ter oblikovanja produkcijske in distribucijske strategije. Za slednjo sta bila odgovorna izvršna producenta Vincent Vittorio in Christopher L. Harvey, ustanovitelj in operativni vodja podjetja Life Is My Movie Entertainment. To je podjetje, ki temelji na želji po zvišanju dokumentarnega žanra z vizionarnimi sredstvi za razvoj, produkcijo in distribucijo. Izvršni producentki filma, Lucy Siegle in Livia Firth, sta v ameriški javnosti že dolgo prepoznavni po ozaveščanju o problemih hitre mode. Filmski ekipi sta tako pomagali s pridobivanjem pomembnih kontaktov ter s širjenjem besede o filmu in problematiki hitre mode. Producent Michael Ross, ki je bil med drugim tudi drugi snemalec in montažer filma, je v preteklosti deloval kot kreativni producent in koordinator projektov v filmu in oglaševanju, po izobrazbi pa je medijski producent in podjetnik. (The true cost) S takšno ekipo je režiser pridobil znanje, kontakte, tržno strategijo, kredibilnost in ključne partnerje, kar je bistvenega pomena za angažiranje javnosti. Poleg distribucije samega filma je bila ekipa aktivna tudi pri pridobivanju medijske pozornosti o tej problematiki. Preko družbenih omrežij so in še vedno širijo intervjuje in drug medijski material o tej temi. Na uradni spletni strani so objavili spisek nasvetov, kako kupovati pametneje, in spisek modnih znamk, ki poslujejo po načelu fair trade. Povezava s prepoznavnimi imeni, kot je na primer modna oblikovalka Stella McCartney, je bila izredno dobrodošla za promocijo filma in ozaveščanje o temi. Poleg že omenjenih partnerstev je bila dobra promocija tudi zbiranje sredstev na platformi za množično financiranje Kickstarter, s čimer so dobili zvesto občinstvo že zelo zgodaj v razvoju projekta. Zbiranje sredstev na Kickstarterju za dokumentarec o človekovih pravicah se zdi v času potrošniške kulture primer dobre prakse. Na enak način je skušal sredstva dobiti Erik Valenčič za dokumentarec Guardians of Civilisation, vendar mu na žalost ni uspelo. (Kickstarter: Guardians of Civilisation 2017; Petrovčič 2017) Tudi to priča o izrednem pomenu povezave s ključnimi partnerji, ki omogočajo medijsko prepoznavnost. Za film je pomembna tudi distribucija preko kanalov videa na zahtevo. Poleg tega, da je film dostopen na uradni spletni strani, se ga lahko pogleda tudi na iTunes, Netflix in Amazon Instant Video. Na uradni spletni strani, stane digitalni prenos 9,99 ameriških dolarjev, za 3,99 dolarja pa je možna 24-urna izposoja. Poleg tega je film mogoče kupiti tudi kot DVD ali Blu-ray. (The true cost) Za distribucijo filma v Sloveniji se je zavzela Zadruga Buna, ki je organizirala projekcije po vsej državi. (Buna)

Filmska ekipa se je torej močno zavzela za promocijo filma in niso pozabili na strategijo preko sodobnih oblik in platform. Po poročilu Hot Docs se medijski vpliv kaže, ko govorjenje o problematiki iz filma vstopi v javni diskurz. V zadnjem času je v medijih, tudi slovenskih, res vedno več govora o problematiki hitre mode. Vedno več je civilnih iniciativ in gibanj, ki se zavzemajo za ozaveščenost in aktivizem na področju hitre mode. Najbolj aktualna je civilna iniciativa organizacije Changing Markets Foundation, ki prek organizacije We Move Europe trenutno zbira podpise, da bi velika podjetja, kot sta Zara in H&M, začela z uporabo čistih tehnologij, ki bi preprečile onesnaženje rek in zemlje z nevarnimi kemikalijami. Do zdaj je zbranih 217,545 podpisov. (We Move Europe: H&M and Zara's dirty secret 2017) Na peticijo se je odzvalo podjetje H&M, ki trdi, da so zaradi podatkov poročila Changing Markets Foundation, globoko zaskrbljeni. Predstavniki podjetja je povedal, da so že določili cilj, da do leta 2020 dosežejo ničelno odvajanje nevarnih kemikalij in najdejo trajnostne alternative pridobivanja viskoze. (Spary 2017) Druga prepoznavna iniciativa je Fashion Revolution, ki izvaja pritisk nad velikimi modnimi podjetji in zahteva transparentno poslovanje. Začeli so s tednom Fashion Revolution Week, ki so ga prvič izvedli med 18. in 24. aprilom 2016. Preko kampanje je več kot 70,000 ljudi na spletnih omrežjih vprašalo modna podjetja, kdo je naredil njihove obleke. Na družbenih medijih so zabeležili 156 milijonov omemb *#whomademyclothes?*. Grafično ponazoritev o pojavljanju na družbenih medijih in odzivu modnih podjetij na kampanjo vidimo na Sliki 4.32. (Fashion Revolution) Podobnih civilnih iniciativ, ki ozaveščajo in pozivajo k akciji, je še veliko (Garment Worker Diaries, Clean Clothes Campaign, BRAC USA, Greenpeace Fashion Manifesto ...). Vedno več je podjetij in posameznikov, ki predstavljajo pravično trgovino oblačil. V tujini je takšnih trgovin že zelo veliko. En primer je ameriški par, ki je ustanovil pravično podjetje čevljev, zasluge za inspiracijo pa pripisujeta filmu *The true cost*. (Stites 2017) Tudi v Sloveniji je vedno več takšnih podjetij (na primer Loksse in Pirate Piška). (Loksse; Pirate Piška). Poleg tega se je v zadnjih dveh letih v Ljubljani odprlo večje število trgovin z oblačili iz druge roke.

Slika 4.32: Grafični prikaz pojavljanja #whomademyclothes na družbenih omrežjih in odziv modnih podjetij.



more brands are responding



Vir: Fashion Revolution.

Težko je oceniti, koliko je film *The true cost* pripomogel k vstopu problematike hitre mode v javni diskurz in koliko druge iniciative in gibanja. V vsakem primeru je javnost vedno bolj ozaveščena o problemu in vedno več je aktivistov. Ne le v tujini, temveč tudi v Sloveniji. Z izdelano medijsko strategijo ter filmskim jezikom in retorično formo, ki vplivajo na čustva občinstva, lahko zaključimo, da film *The true cost* ima aktivistični potencial. Spremembe v družbi, vsaj na ravni posameznih praks in gibanj, so že vidne. Prihodnost pa bo pokazala, če se bo industrija hitre mode spremenila ali jo bo premagal kapital.

5 SKLEP

Skozi zgodovino se je dokumentarni film že izkazal kot učinkovito orodje za vzpodbujanje družbenega aktivizma. V današnjem času pa so zaradi dostopnosti tehnologije medijske vsebine dokumentarnega značaja še posebej v razmahu. Tudi angažirani dokumentarni film ostaja pri življenju. Po Oberstarjevem mnenju je to zaradi »njegove okuženosti z družbeno politično realnostjo, ki vdira vanj preko žurnalistične forme« ali morda zaradi »njegove dovtetnosti za politično intervencijo ali celo propagando«. (Oberstar v Šprah 2014, 49–50) V vsakem primeru, pravi, se je »izkazal za eno izmed privilegiranih filmskih prizorišč razrednih in družbenih bojev«. (Oberstar v Šprah 2014, 50)

Subvertiranje obstoječega vrednostnega sistema in družbenih struktur v političnem filmu sega od kritike določenih perečih vprašanj do propagandističnega napada na državo ali oblastniški sistem, od subtilnega do zavestno neposrednega, od reformističnega do revolucionarnega. Njegove ključne tematike predstavljajo razkrivanje družbenih zagat in krivic, smešenje in demistifikacija institucij ter voditeljev, beleženje bojev ali nemirov ter spodbujanje k radikalnemu nasilju oziroma nenasilni revoluciji. (Vogel v Šprah 2014, 46)

Tudi v našem primeru je tako. Dokumentarni film *The true cost* se je izkazal kot pomemben akter pri vstopu problematike modne industrije v javni diskurz. In glede na naša štiri glavna raziskovalna vprašanja, ki smo si jih zastavili na začetku te naloge, jih raziskali in jih utemeljevali, smo prišli do globljega vpogleda v obravnavano tematiko in jasnejšega razumevanja le-te.

Na vprašanje, ali je dokumentarni film primernejši medijski žanr za prikazovanje družbenokritičnih tem od ostalih žanrov in če je, zakaj, nam odgovor ponudijo Nichols, Waugh, Davies ter Bordwell in Thompson. Skozi zgodovino in tudi danes se kaže, da je dokumentarni film, sploh angažirani dokumentarec, zelo pogosto boljša izbira za prikazovanje družbenokritičnih tem od ostalih medijskih žanrov. Žanrov, ki se lotevajo družbenokritičnih tem, je več. Razlogov, zakaj je dokumentarni žanr pogosto primernejši za prikazovanje takšnih tem, pa tudi. Eden izmed razlogov je, da je večina angažiranih

dokumentaristov povezanih z ideološko zavezo o solidarnosti, kot pravi Waugh. V večini primerov bo cilj angažiranega dokumentarista pokazati določen družbeni problem in ponuditi rešitev zanj, oziroma po Waughovo »radikalna družbeno-politična preobrazba«. To pogosto ne velja za druge žanre, ki se lotevajo družbenokritičnih tem. Korporativni mediji podpirajo prevladujoč hegemonski red in zato o določenih temah pogosto ne poročajo (dovolj) ali na primeren način. Vse prepogosto se poslužujejo senzacionalističnih pristopov, njihov primarni cilj pa je običajno čimvečji profit. Tudi zato se dokumentaristi lotevajo družbenokritičnih tem s ciljem večje ozaveščenosti ali rešitve določenega problema. Eden od razlogov je tudi neposredna povezava dokumentarnega filma z realnim. Medijski žanri, ki jih zaznamujejo podobe, ki vsebujejo indeksikalen odnos do realnega, predstavljajo pomembno vlogo pri oblikovanju naših prepričanj o svetu. Dokumentarni film se pogosto zdi prepričljivejši od ostalih takšnih žanrov. Tudi retorična forma takšnih dokumentarcev v povezavi s podobami, ki imajo indeksikalen odnos do realnega, ima večji učinek kot le eno ali drugo. Fotoreportaža na primer je lahko vizualno izredno močna, vendar ni tako močna v smislu forme, ki bi neposredno nagovarjala k spremembam in akciji. Poleg tega Nichols dokumentarni film uvršča med diskurze razuma, ki delujejo po principih pravičnosti, resnice in napredka, kar ga dela primernega za namene ozaveščanja o družbenih problemih.

S katerimi elementi dokumentarni film dosega svoj aktivistični potencial, je bilo drugo raziskovalno vprašanje, ki smo si ga zastavili. Kot smo videli, angažiranega dokumentarnega filma ne moremo dojemati zgolj kot film, temveč je zelo pomemben kontekst, v katerem je nastal in krožil. Da bi angažiran dokumentarec dosegel svoj aktivistični potencial, je pomembna strategija, s katero ga bo izpolnil. Ali kot pravi Davies, angažiran dokumentarist mora biti pozoren na »družbeno zgodovino, vidike trga in ekonomijo produkcije«. Za uspešno strategijo je na začetku najbolj pomembna zgodba, ki gledalca pritegne in vpliva na njegova čustva. Če gledalec začuti sočutje do protagonistov in si za trenutek predstavlja, kako je v njihovi koži, je zelo mogoče, da bo skušal bodisi širiti besedo o problemu, ki je predstavljen v filmu, bodisi sodelovati v aktivističnih dejanjih skupnosti, ki se zavzema za rešitev tega problema. Poleg dobro predstavljene zgodbe so prav tako zelo pomembni izbira ekipe za postavitve strategije, določitev ciljne publike, sodelovanje s ključnimi partnerji in organizacijami, medijska pokritost o

problematiki iz filma, pridobivanje sredstev in distribucija preko novih distribucijskih platform.

Na kakšne načine dokumentaristi ustvarjajo občutke empatije pri gledalcih, je vprašanje tako tehnik filmskega jezika kot tudi celostne forme. Kot smo videli, so retorična forma dokumentarnega filma in argumenti, ki jih takšni filmi uporabljajo, močno povezani z vplivanjem na čustva gledalcev. Tehnike vzbujanja čustev so opogumljanje gledalcev, da lahko dosežejo spremembe; ekskluzivnost prizorov, zaradi česar se gledalci počutijo posebne in tako bolj zaupajo filmskemu ustvarjalcu; domačnost prizorov, v smislu predstavitve poznanih stvari iz druge perspektive, kot so je gledalci vajeni; in strah, ki vzbuja nelagodje. Poleg naštetih največje občutke sočutja in empatije vzbujujejo osebne zgodbe stisk in tragedij ljudi. Kot smo videli v analizi obravnavanega filma, na čustva občinstva močno vpliva tudi izbira filmskega jezika: izbira planov in kotov, izbira dolžine posnetkov, različne tehnike montaže (v našem primeru predvsem prečna montaža) ter izbira glasbe in retorike.

Na zadnje vprašanje, ali je vzbujanje empatije eden ključnih elementov, ki lahko spodbudi družbeni aktivizem, lahko odgovorimo le površno. Kot smo videli, je za vzpodbuditev družbenega aktivizma, zelo pomembna celostna strategija, saj s strategijo dosežemo večjo gledanost in medijsko pokritost. Na čustva občinstva, ki jih vodijo v dejanja aktivizma, vpliva več dejavnikov. Ljudje imajo različna zanimanja in tudi njihovo čustvovanje je zelo različno. Nekateri so bolj dovzetni za občutke empatije, drugi manj. Poleg tega je nekaterim ljudem dokumentarni žanr bližji kot drugim. Zato ni nujno, da bo dokumentarni film, ki je meni vzbudil občutke empatije, imel enak učinek tudi na druge ljudi. Če se dokumentarec ne bo čustveno dotaknil številnih gledalcev, je veliko manj verjetno, da bodo ti ukrepali in začeli organizirati aktivistična dejanja. In obratno, če bodo začutili občutke empatije, je zelo verjetno, da bodo ukrepali. Menim, da je to vprašanje dobro izhodišče za nadaljnje raziskovanje aktivističnega potenciala dokumentarnega filma.

Zdi se, kot da bi dokumentarni film *The true cost* sledil receptu za uspešen angažirani dokumentarec, čeprav ni dokončnih pravil, ki zagotavljajo uspeh filma. Veliko osebno zanimanje režiserja Morgana za tematiko hitre mode je prispevalo h komentarju, ki mu

občinstvo zaupa. Sestava ekipe s filmskim in tehničnim znanjem, znanjem iz modne industrije in trženja ter povezava s kredibilnimi strokovnjaki so pripomogli k uspešni produkcijski in distribucijski strategiji ter verodostojnosti filma. Čeprav z vidika forme ta film ne predstavlja nič novega, pa predstavlja nekaj novega v polju javnega diskurza o industriji hitre mode. Čeprav za tako imenovane sweatshope vemo že kar nekaj časa in se je o tem poročalo tudi v množičnih medijih, se mnogih ljudi to ni dotaknilo na čustveni ravni. Šele s pomočjo retorične forme in čustveno obarvanih vizualnih prizorov so dejstva, ki jih poznamo že dolgo, pretresla velik del občinstva tega filma. Dokumentarec nas sili v globok razmislek o umetno ustvarjenih potrebah, ki jih prinaša kapitalizem, o občutkih, ki jih prinese zadovoljevanje teh potreb, in o lastnih potrošniških navadah. Verjamem, da je film prepričal mnoge, da podpišejo peticijo, se o tem pogovarjajo s prijatelji in spremenijo svoje potrošniške navade. V tem smislu igra ta dokumentarec pomembno vlogo za potencialne spremembe sicer le delčka negativnih posledic globalnega kapitalizma, kot je to industrija hitre mode.

Veliko raziskovalcev je ugotovilo, da dokumentarni žanr zaznamuje izjemna karakteristika ustvarjanja mreže učinkov na družbo, ki daje dokumentarnemu filmu potencial delovanja s konkretnimi posledicami v svetu. Ta moč je bila vedno del dokumentarne forme. V zadnjem času pa se je konceptualna in praktična struktura, ki zajema tisto, kar imenujemo dokumentarni film, preoblikovala. Na njenem mestu je zraslo izjemno število novih platform in vmesnikov, ki so preoblikovali formo in istočasno tudi potencial ustvarjanja političnih učinkov. Ta transformacija v tehničnem aparatusu produkcije in distribucije se je pojavila istočasno kot vstop vlagateljev, ki iščejo načine, kako uporabiti film, predvsem dokumentarni, za spodbujanje družbenih sprememb. (McLagan 2012, 305–306) Z gotovostjo lahko torej zaključimo, da lahko na dokumentarne filme gledamo kot na diskurzivne priložnosti, ki ustvarjajo javni interes, razpravo in problematizirajo kritična socialna vprašanja. Ustvarjajo lahko nove teme popularnega diskurza, navdihujejo politični aktivizem in vplivajo na oblikovanje politik. (Vasi in drugi 2015, 935) Ali kot pravi Nichols, nam dokumentarci posojajo sposobnost pravočasno videti aktualne težave, ki potrebujejo pozornost družbe. Pred nas postavljajo socialna vprašanja, aktualne dogodke, ponavljajoče se probleme in možne rešitve. Dodajajo nove dimenzije kolektivnemu spominu in družbeni zgodovini. (Nichols 2001, 2)

6 LITERATURA

Aufderheide, Patricia. 2007. *Documentary film: A very short introduction*. New York: Oxford University Press.

Barnouw, Erik. 1974. *Documentary: A History Of The Non Fiction Film*. New York: Oxford University Press. Dostopno prek: archive.org.

Beattie, Keith. 2004. *Documentary Screens: Non-Fiction Film and Television*. New York: Palgrave Macmillan.

Bhardwaj, Vertica in Ann Fairhurst. 2010. Fast fashion: response to changes in the fashion industry. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer research* 20 (1): 165–173.

Bordwell, David in Kristin Thompson. 2003. *Film History: An Introduction*. New York: McGraw-Hili.

--- 2008. *Film art: an introduction*. New York: McGraw-Hili.

Burnette Stogner, Maggie. 2015. *The New Storytellers: Documentary Filmmaking in the 21st Century*. Dostopno prek: <http://www.cilect.org/know/view/31#.WbExxq2B1E5> (7. september 2017).

Buna. Dostopno prek: <http://www.buna.si> (18. julij 2017).

Cambridge Dictionary. Dostopno prek: <http://dictionary.cambridge.org> (19. julij 2017).

Catsoulismay, Jeannette. 2015. Review: 'The True Cost' Investigates High Price of Fashion Bargains. *The New York Times*, 28. maj. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/2015/05/29/movies/review-the-true-cost-investigates-high-price-of-fashion-bargains.html> (11. julij 2017).

Cheng, Andria. 2015. This movie may change how you buy clothes. *Market Watch*, 29. maj. Dostopno prek: <http://www.marketwatch.com/story/this-movie-may-change-how-you-buy-clothes-2015-05-28> (11. julij 2017).

Crocker, Lizzie. 2015. There Are No Easy Answers to Fashion's Cruelty. *The Daily Beast*, 26. maj. Dostopno prek: <http://www.thedailybeast.com/there-are-no-easy-answers-to-fashions-cruelty> (11. julij 2017).

Davies, Lyell. 2009. *Expose, Impel, and Sustain Change: The Committed Documentary In Political Life*. Doktorska disertacija. Rochester, New York: University of Rochester.

English Oxford Living Dictionaries. Dostopno prek: <https://en.oxforddictionaries.com/> (19. julij 2017).

Fashion Revolution. Dostopno prek: <http://fashionrevolution.org> (11. julij 2017).

Finneran, Patricia in Story Matters. 2014. *Documentary Impact: Social Change Through Storytelling*. Toronto: Inspirit Foundation. Dostopno prek: http://s3.amazonaws.com/assets.hotdocs.ca/doc/HD14_Documentary_Impact_Report.PDF (31. januar 2017).

Gilbert, Anne. 2004. Review: Super Size Me by J.R. Morley; Dave Pederson; Morgan Spurlock; Heather M. Winters. *Cinéaste* 29 (4): 47–49.

Gregory, Sam, Gillian Caldwell, Ronit Avni in Thomas Harding. 2005. *Video for Change: A Guide for Advocacy and Activism*. London: Pluto Press.

Hooton, Christopher. 2016. More young people are watching Planet Earth 2 than The X Factor. *The Independent*, 1. december. Dostopno prek: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/planet-earth-2-ii-young-viewers-x-factor-bbc-itv-david-attenborough-viewing-figures-ratings-a7449296.html?cmpid=facebook-post> (17. januar 2017).

Hoskins, Tansy. 2017. H&M, Zara and Marks & Spencer linked to polluting viscose factories in Asia. *The Guardian*, 13. junij. Dostopno prek: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2017/jun/13/hm-zara-marks-spencer-linked-polluting-viscose-factories-asia-fashion> (10. julij 2017).

Joergens, Catrin. 2006. Ethical fashion: myth or future trend? *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal* 10 (3): 360–371.

Jones, Ellen E. 2011. Reel to real: can documentaries change the world? *The Guardian*, 6. oktober. Dostopno prek: <https://www.theguardian.com/film/2011/oct/06/documentaries-puma-creative-impact-award> (19. junij 2017).

Kickstarter: The true cost. 2013. Dostopno prek: <https://www.kickstarter.com/projects/truecost/the-true-cost/description> (10. julij 2017).

Kickstarter: Guardians of Civilisation. 2017. Dostopno prek: https://www.kickstarter.com/projects/61437492/guardians-of-civilisation?ref=nav_search (18. julij 2017).

Koski, Genevieve. 2015. The True Cost. *The Dissolve*, 26. maj. Dostopno prek: <http://thedissolve.com/reviews/1611-the-true-cost/> (11. julij 2017).

Lee, Benjamin. 2015. Livia Firth: the fashion industry is 'so messed up'. *The Guardian*, 19. maj. Dostopno prek: <https://www.theguardian.com/film/2015/may/19/livia-firth-the-fashion-industry-is-so-messed-up-cannes> (11. julij 2017).

Lindenfeld, Laura. 2010. Can Documentary Food Films Like Food Inc. Achieve their Promise?. *Environmental Communication* 4 (3). Dostopno prek: https://www.researchgate.net/publication/233163952_Can_Documentary_Food_Films_Like_Food_Inc_Achieve_their_Promise?_sg=WsApgH1RCiEugIPKXVmUBSz9dn-VHs3yHb45USqQ5RJFDp07VtSdKo3ImRhJ4HVQ (24. januar 2017).

Little, John Arthur. 2007. *The Power And Potential Of Performative Documentary Film*. Bozeman: Montana State University. Dostopno prek: <http://scholarworks.montana.edu/xmlui/handle/1/1741> (25. avgust 2017).

Loiperdinger, Martin in Bernd Elzer. 2004. Lumiere's Arrival of the Train: Cinema's Founding Myth. *The Moving Image* 4 (1). Dostopno prek: <https://muse.jhu.edu/article/171125> (23. januar 2017).

Loksse. Dostopno prek: <https://loksse.com> (18. julij 2017).

Luksuz produkcija. Dostopno prek: <http://luksuz.si> (20. junij 2017).

Marfo, Amma. 2007. *Evolution and Impact of Documentary Films*. Rhode Island: University of Rhode Island: Senior Honors Projects. Dostopno prek: <http://digitalcommons.uri.edu/srhonorsprog/42> (31. januar 2017).

McLagan, Meg. 2012. Imagining Impact: Documentary Film and the Production of Political Effects V *Sensible Politics: The Visual Culture of Nongovernmental Activism*, ur. Meg McLagan in Yates McKee, 304–319. New York: Zone Books.

Mohr, Ian. 2015. Colin Firth's wife takes on fashion's darkside. *Page Six*, 15. maj. Dostopno prek: <http://pagesix.com/2015/05/15/colin-firths-wife-takes-on-fashions-dark-side/> (11. julij 2017).

Morgan, Andrew. 2015. *The true cost*. Los Angeles: Life Is My Movie Entertainment Company, Untold Creative.

Musser, Charles. 2015. Trauma, thruth and the environmental documentary V *Eco-Trauma Cinema*, ur. Anil Narine, 46–71. New York: Routledge.

Nichols, Bill. 2001. *Introduction to documentary*. Bloomington: Indiana University Press.

Noh, David. 2015. Film Review: The True Cost. *Film Journal International*, 29. maj. Dostopno prek: <http://www.filmjournal.com/reviews/film-review-true-cost> (11. julij 2017).

Petrovčič, Peter. 2017. Človekove pravice na Kickstarterju. *Mladina*, 23. junij. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/180608/clovekove-pravice-na-kickstarterju/> (18. julij 2017).

Pirate Piška. Dostopno prek: <http://www.piratepiska.com> (18. julij 2017).

Quiros, Carson. 2015. The True Cost is for Fast Fashion what Supersize Me Was for Fast Food. *Paste magazine*, 3. junij. Dostopno prek: <https://www.pastemagazine.com/articles/2015/06/the-true-cost-might-just-be-for-fast-fashion-what.html> (11. julij 2017).

Rich, B. Ruby. 2006. Documentary Disciplines: An Introduction. *Cinema Journal* 46 (1). Dostopno prek: <http://www.jstor.org.nukweb.nuk.uni-lj.si/stable/4137154> (24. januar 2017).

Rosenthal, Alan. 2007. *Writing, Directing, and Producing Documentary Films and Videos*. Carbondale: Southern Illinois University Press.

Savić, Dejan. 2015. Voliti z evri. *Zofijini ljubimci: Društvo za razvoj humanistike*, 27. maj. Dostopno prek: <http://zofijini.net/voliti-z-evri/> (19. julij 2017).

Scheck, Frank. 2015. 'The True Cost': Film Review. *The Hollywood Reporter*, 1. junij. Dostopno prek: <http://www.hollywoodreporter.com/review/true-cost-film-review-799133> (11. julij 2017).

Scherstuhl, Alan. 2015. The True Cost Fumbles Its Attack on the Clothing Industry. *The Village Voice*, 27. maj. Dostopno prek: <https://www.villagevoice.com/2015/05/27/the-true-cost-fumbles-its-attack-on-the-clothing-industry/> (11. julij 2017).

Spary, Sara. 2017. Here's Why Thousands Of People Are Calling On Zara And H&M To Drop Some Of Their Suppliers. *BuzzFeed News Reporter*, 6. julij. Dostopno prek: https://www.buzzfeed.com/sarasparry/zara-and-hm-petitioned-by-129000-people-after-report-claims?utm_term=.qixgzOKGGJ#.thvyOqKWWj (18. julij 2017).

Spitz, Enid. 2015. Silver Screening: Movies to Watch Nov. 25-Dec. 1. *Willamette Week*, 25. november. Dostopno prek: <http://www.wweek.com/arts/2015/11/26/silver-screening-movies-to-watch-nov-25-dec-1/> (11. julij 2017).

Stites, Sam. 2017. Creating Platforms for Change. *Pamplin Media Group*, 29. junij. Dostopno prek: <http://portlandtribune.com/lor/106-business/364695-244778-creating-platforms-for-change> (18. julij 2017).

Stone, Natalie. 2015. 'Mad Max: Fury Road,' 'Interstellar,' 'Virunga' Among Environmental Media Awards Nominees. *The Hollywood Reporter*, 2. september. Dostopno prek: <http://www.hollywoodreporter.com/news/environmental-media-awards-nominees-2015-819977> (11. julij 2017).

Šprah, Andrej. 2010. *Prizorišče odpora: sodobni dokumentarni film in zagate postdokumentarne kulture*. Ljubljana: Društvo za širjenje filmske kulture Kino!.

--- 2014. Vztrajanje v poslanstvu: dokumentarni film in odporniška dejanja. *Dialogi: revija za kulturo in družbo* 50 (11-12). Dostopno prek: <http://www.aristej.si/slo/dialogi/dialogi-11-12-14.html> (31. januar 2017).

The true cost. Dostopno prek: <https://truecostmovie.com> (10. julij 2017).

Vasi, Ion Bogdan, Edward T. Walker, John S. Johnson in Hui Fen Tand. 2015. "No Fracking Way!" Documentary Film, Discursive Opportunity, and Local Opposition against Hydraulic Fracturing in the United States, 2010 to 2013. *American Sociological Review* 80 (5): 934–959.

We Move Europe. 2017. *H&M and Zara's dirty secret*. Dostopno prek: <https://act.wemove.eu/campaigns/fashion-victims> (21. september 2017).

Wilson, Gaby. 2015. Must-watch: 'The true cost' shines a light on the human price of your bargain shopping. *MTV News*, 29. maj. Dostopno prek: <http://www.mtv.com/news/2172703/the-true-cost-documentary-fast-fashion/> (11. julij 2017).