



# In kralj reče, kako fantastičen stroj

## *And the King Said, What a Fantastic Machine*

**13+**

avtorica

mag. Tina Poglajen

**100** | Kinodvor.  
**15** | Mestni kino.

# Kazalo

<b>Uvodna beseda</b>	<b>3</b>
<b>O filmu</b>	<b>3</b>
Filmografski podatki	3
Kratka vsebina	4
Daljša vsebina	4
O avtorjih	6
Režiserja o filmu	6
Odzivi	7
<b>Pred ogledom filma</b>	<b>8</b>
Camera obscura	8
Družabna omrežja	10
<b>Izhodišča za pogovor po ogledu filma</b>	<b>10</b>
Kamera kot znanstveni aparat, film kot resnica?	10
Film, televizija in kapitalizem	11
Film, politika in propaganda	13
Medijske žanrske konvencije	14
Podoba – reprezentacija	14
Pozitivni in negativni vidiki vizualnih tehnologij	15
<b>Predlogi za dodatne dejavnosti</b>	<b>16</b>

Kinodvor dovoljuje in spodbuja nadaljnjo uporabo gradiva za filmskovzgojne namene. Veseli bomo vaših odzivov, poročil o uporabi, konkretnih učnih priprav na film, predlogov in pripomb. Gradivo je oblikovano kot pomoč staršem ali strokovnim delavcem v vzgojno-izobraževalnih ustanovah. Za vse druge uporabe nam pošljite pisno prošnjo na [solski@kinodvor.org](mailto:solski@kinodvor.org).

*Kolofon* | **In kralj reče, kako fantastičen stroj** • Gradivo za učitelje in starše  
• *Avtorica*: Tina Poglajen • *Uredila*: Barbara Kelbl • *Jezikovni pregled*: Mojca Hudolin • *Slikovno gradivo*: Beldocs, arhiv Kinodvora • *Izdal v elektronski obliki*: Javni zavod Kinodvor, zanj Metka Dariš, december 2023.

## Uvodna beseda

Film In kralj reče, kako fantastičen stroj je po uspehu na festivalih Sundance in Berlinale obkrožil svet. Švedski dokumentarec, ki duhovito niza posnetke, vse od tistih, nastalih s prvo kamero, pa do tistih, ki jih snema današnjih 45 milijard kamer na svetu, raziskuje »obsesijo človeštva« s podobami – predvsem s svojo lastno.

Skozi arhivske posnetke, domače videe, posnetke s prenosov v živo in zasebne dokumente se **In kralj reče, kako fantastičen stroj** loti vprašanja, kako te podobe oblikujejo naš pogled na svet. Je svet res tisto, kar vidimo v videih in na fotografijah? Ali je zmožnost kamere, da posname in shrani, kar je pred njo, mogoče tudi izkoriščati?

Skozi zanimivo, informativno, včasih komično in drugič neverjetno, celo šokantno pripoved dokumentarni film, ki ga je navdihnili vizualna sociologija in sociologija medijev, ponuja izvrstno priložnost za razmislek, kakšno vlogo mediji in vizualna kultura igrajo v današnji družbi in kako korenito so jo pričeli spreminjati, hkrati pa predstavlja dobro izhodišče za danes še kako potrebno večjo medijsko pismenost. Ali kot pravita avtorja filma: *»Sladkor je v prehrani že dolgo; vsi se strinjamo, da bi morali imeti pravila za urejanje njegove uporabe: hranilne tabele za živila, informacije o delovanju telesa, uravnotežene prehrane itd. Družba bo morala podoben trud vložiti v izobraževanje o podobi in naših potrošniških vzorcih. ... Sposobnost krmarjenja po medijski krajini je postala vprašanje demokracije.«*

## O filmu

**Filmografski podatki** **slovenski naslov** In kralj reče, kako fantastičen stroj  
**izvirni naslov** And the King Said, What a Fantastic Machine  
**država in leto produkcije** Švedska, Danska, 2023  
**tehnični podatki** DCP, črno-beli in barvni, 88 minut

**režija** Axel Danielson, Maximilien Van Aertryck  
**scenarij** Axel Danielson, Maximilien Van Aertryck  
**fotografija** Axel Danielson, Maximilien Van Aertryck  
**montaža** Mikel Cee Karlson, Axel Danielson, Maximilien Van Aertryck  
**zvok** Anne Gry Kristiansen  
**producenti** Axel Danielson, Maximilien Van Aertryck, Erik Hemmendorff, Ruben Östlund  
**produkcija** Plattform Produktion  
**koprodukcija** Bullitt Film, Film i Väst, Sveriges Television  
**distribucija** Beldocs

**festivali in nagrade** Berlinale 2023 – nagrada AG Kino Gilde – Cinema Vision 14plus; Sundance 2023 – posebna nagrada žirije za ustvarjalno vizijo za svetovni dokumentarni film, Cleveland 2023 IFF, Seattle 2023 – nagrada mladinske žirije za najboljši celovečerni film v programu »Val prihodnosti«, Visions du Réel 2023, Jerusalem 2023, Thessaloniki Doc IFF 2023, Transilvania IFF Bukarešta 2023, Fest IFF Espinho 2023, München CFF 2023, Galway Film Fleadh 2023, Haugesund IFF 2023, Buster CFF København 2023, Rejkjavik IFF 2023

**Kratka vsebina** Prve fotografske in filmske podobe so spremenile naše doživljanje sveta – prvič v zgodovini je bilo podobo moč ujeti, jo »zamrzniti v času« in reproducirati znova in znova. Ni dolgo tega, manj kot 200 let. Danes pa se 45 milijard kamer srečuje z zaljubljenostjo človeka vase in neomejenim prostim trgom.

Filmska ustvarjalca kamere usmerita v družbo, da bi raziskala, kako se je razvila naša nenadzorovana obsedenost s podobo in kako spreminja naše človeško doživljanje in vedenje. Od *camere obscure* in bratov Lumière, prek arhivskih in domačih posnetkov, pa do YouTubea in sveta družabnih omrežij, ki so postala več milijard evrov vredna industrija vsebin. Film se potaplja v ocean medijske kulture in nam z izzivalno duhovitostjo zastavlja vprašanja o podobah, ki nas obdajajo.



Slika 1: Iz filma *In kralj reče, kako fantastičen stroj*

**Daljša vsebina** Film se prične s posnetkom, narejenim s telefonom, na katerem se ženski glas čudi učinku *camere obscure* na steni njene spalnice. Nato vidimo mimoidoče, ki se čudijo ulični instalaciji, delujoči po istem načelu. Razložijo jim, da tako delujejo tudi človeški vid in kamere.

Skozi arhivske fotografije in posnetke film osvetli ključne mejnike v razvoju fotografije in filma konec 19. stoletja, vključno z domnevo Elizabeth Eastlake, da kamera – tako kot to lahko stori le stroj – nepristransko in natančno posname dejstva, prostor in čas, in da je fotografija zato avtentična reprezentacija sveta.

Sledi posnetek s telefonom, na katerem mlada ženska v oprijeti obleki razkazuje plosk trebuh, nato pa pokaže, da je v resnici stiskala trebušne mišice – in da je realnost drugačna, s čimer namigne na potvarjanje resničnosti na posnetkih in fotografijah, ki se pojavljajo na družabnih omrežjih in drugod.

Sledi kolaž posnetkov, ki so nastali z najrazličnejšimi kamerami – od astronautskih do nadzornih, medicinskih, letalskih, spletnih in drugih kamer, ki ilustrirajo raznolikost uporabe tega medija v današnjem svetu.

S prepletom dokumentarnih in igranih arhivskih posnetkov film oriše začetke filmske umetnosti. Pionirja filmske umetnosti, brata Lumière, sta imela kamero za znanstveni aparat, a že kmalu zatem so film na najrazličnejše načine začeli izkoriščati za zabavo in zaslužek. Še en pionir, Georges Méliès, je filmski medij uporabljal za iluzije. Uprizoril je tudi kronanje angleškega kralja – a v studiu in s francoskimi igralci. Kralj je ob tem izjavil: *»Kakšen fantastičen stroj je kamera – posnela je celo dele obreda, ki se sploh niso zgodili.«*

Skozi posnetke Hitlerja Leni Riefenstahl, ISIS in političnih osebnosti vidimo, kako je film ključen pri propagandi in ustvarjanju podobe veličastja določenega voditelja. Vidimo, da film lahko dejanskost tudi prikrije – bodisi s posebnimi učinki, z uporabo perspektive, vsebino, ki jo izreže iz končnega posnetka, pa tudi določenimi koti in premikanjem kamere. Ob koncu druge svetovne vojne so zavezniki, da bi dokazali obstoj koncentracijskih taborišč, ta snemali v dolgih kader-sekvencah, brez rezov, ki jih naj bi bilo nemogoče ponarediti.

Povojna leta je zaznamoval razmah televizije. Irski predsednik v svojem nagovoru ob zagonu nacionalne televizije poudari, da gre za tehnologijo z ogromno močjo, ki jo je mogoče uporabiti za neizmerno dobro, pa tudi za nepopravljivo škodo. Vidimo, kako televizija v naslednjih desetletjih postane prostor za oglaševanje, zabavo, poročanje, hkrati pa tudi način sprostitev po delovnem dnevu. Vsebino določa gledanost in čustveno vznemirjenje občinstva, ki naj bi omogočilo večjo dojemljivost za oglase. Ker je večji gledanosti podrejeno tudi vse bolj senzacionalistično novinarsko poročanje, ima to lahko za družbeno dogajanje zelo škodljive posledice – ko na primer morilce na strelskih pohodih dodatno spodbudi »slava«, ki jim jo prinese intenzivno medijsko poročanje o napadu.

Ljudje se v prisotnosti kamere začnemo vesti drugače; ker ustvari našo podobo, se začnemo zelo zavedati svojega videza, postanemo manj sproščeni.

Z digitalno revolucijo okrog leta 2000 sta fotografija in film postala množična medija – zdaj vsak lahko snema in deli svoje posnetke, hkrati pa spremlja posnetke drugih. Kamera postane orodje za deljenje (prirejenih in kuriranih) vsebin iz osebnega življenja z vsem svetom. Nekateri od teh posnetkov, ki vzbudijo takšna ali drugačna silovita čustva, se začnejo s pomočjo spletnih platform viralno širiti po vsem svetu. Ti posnetki v nas povzročijo sproščanje dopamina, hormona sreče. Z razvojem algoritmov, ki temeljijo na tem, kakšne videe smo gledali, spletne platforme gledalcem ponujajo vse več podobne vsebine – tudi vse bolj specifične in vse bolj radikalne. Vsebine začnejo nastajati z namenom, da bi ustvarjalci in platforme z njimi

zaslužili. Prenašanje lastnega življenja v živo je za mnoge postala služba. Na svetu bo kmalu 45 milijard kamer, vsako minuto pa objavijo več kot za 500 ur posnetkov. Na izbiro je neskončno veliko vsebine, ki tekmuje za našo pozornost.

Pripovedovalec zaključi, da kamera shrani tisto, kar je pred njo, vprašanje pa je, kaj bomo s to zmožnostjo naredili.

#### O avtorjih **Axel Danielson**

Rojen leta 1976 v Vittskövleju na Švedskem. Študiral je film na akademiji Valand v Göteborgu in se leta 2013 pridružil švedski produkcijski hiši Plattform Produktion. Od takrat tesno sodeluje z Maximilienom Van Aertryckom; pri njunih kratkih filmih je sodeloval kot režiser/producent in snemalec/montažer. Njun kratki film **Hoptornet** je bil prikazan na Berlinale Shorts leta 2016. **In kralj reče, kako fantastičen stroj** je njun celovečerni prvenec.

#### **Maximilien Van Aertryck**

Filmski ustvarjalec, rojen leta 1989 v Parizu v Franciji. Od leta 2013 sodeluje z Axelom Danielsonom v okviru švedske produkcijske hiše Plattform Produktion. Par je skupaj posnel več kratkih filmov, ki so bili premierno prikazani na festivalih, vključno s Cannesom, Torontom, Aspnom in Sundanceom. Njun film **Hoptornet**, ki je bil leta 2016 prikazan na Berlinale Shorts, je prejel več kot 30 mednarodnih nagrad, bil leta 2017 v ožjem izboru za oskarja in nominiran za nagrado emmy. Danielson in Van Aertryck tesno sodelujeta s strateginjo za oblikovanje občinstva Kathleen McInnis.

#### Režiserja o filmu

*»Pozitiven vidik gibljivih slik je, da delujejo kot podaljšek naših oči in nam tako omogočijo, da se na neverjetno učinkovit način vživimo v izkušnje drugih. Težava je, da je ogromno tega, kar dandanes gledamo, le »za zabavo«, hkrati pa nas pripravi do tega, da gledamo še več enega in istega. Algoritme lahko primerjamo s sladkorjem v naši hrani, vendar sladkorjem, ki je posebej oblikovan za vsakega od nas posebej, da bi si ga zaželeli še več. Telo je programirano, da si želi še več, to ni nekaj, kar bi lahko nadzorovali z voljo. Algoritmi takšno biološko »poslastico« uporabljajo tako, da nas spodbujajo, naj jih uporabljamo še več, in posledično višajo dobičke podjetij. Kot družba smo o posledicah algoritmov začeli razpravljati šele pred kratkim. Sladkor je v prehrani že dolgo; vsi se strinjamo, da bi morali imeti pravila za urejanje njegove uporabe: hranilne tabele za živila, informacije o delovanju telesa, uravnotežene prehrane itd. Družba bo morala podoben trud vložiti v izobraževanje o podobi in naših potrošniških vzorcih. Če zdaj ne govorimo o vplivu podob na družbo in nas same – kdaj bomo? Ukvarjava se s tem, čemur UNESCO pravi 'medijska in informacijska pismenost', ta film pa je tudi prispevek filmskih ustvarjalcev na tem področju. V šoli smo se dolga leta učili brati in pisati besedila, biti kritični do prebranega in prepoznavati, kdo nas nagovarja. Skrajni čas je, da začnemo na enak način v šolah poučevati tudi slikovno pismenost. Sposobnost krmarjenja po medijski krajini je postala vprašanje demokracije.«*

– Axel Danielson, Maximilien Van Aertryck

**Odzivi** »Seveda film ne zanika moči, ki jo imajo kamere in slike – še posebej v današnjem času. Njun pristop je poziv k medijski pismenosti, izobraževanju ljudi o tem, kako kritično obravnavati preobremenjenost z informacijami, ki sestavlja sodobno življenje. V času, ko ljudje hitro obsojajo 'lažne novice', takšno kritično razmišljanje pogosto umanjka.

Ogromna količina arhivskih posnetkov je dobro izbrana, marsikaj preseneti, na primer intervju s Tedom Turnerjem, ki je bil opravljen v času, preden je bilo medijsko usposabljanje uveljavljena praksa, ali propagandni video ISIS, v katerem glavni igralec kar naprej pozablja svoje besedilo. To je pomenljiv – in včasih šaljiv – izbor, ki kaže, da so številni pomisleki in ideje o kamerah in posnetkih prisotni že od njihove iznajdbe naprej.«

– Laurence Boyce, Cineuropa

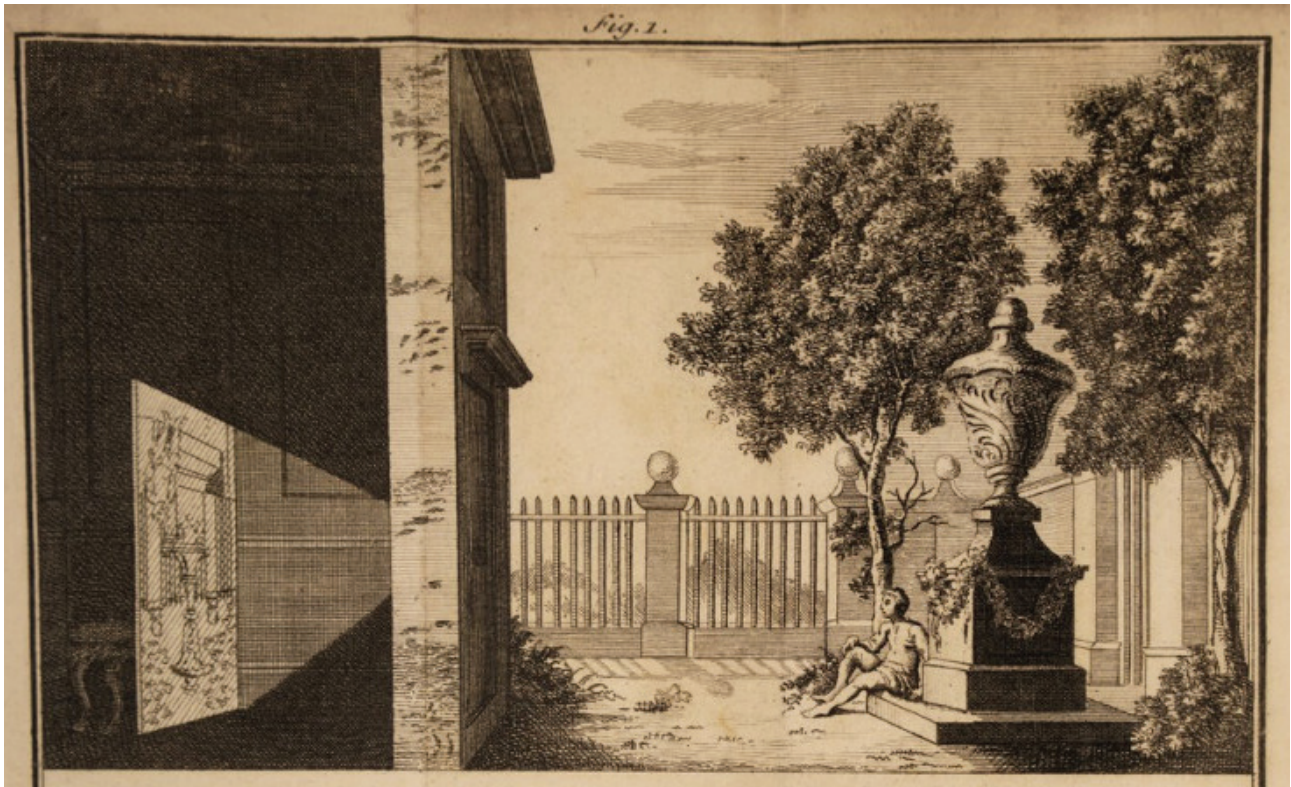
»Danielson in Van Aertryck priznavata vrednost gibljivih slik kot načina za zajemanje in beleženje zgodovine ter sredstva za odpiranje sveta vsem gledalcem. Nato nadaljujeta z vzponom televizije in načina, kako se slike uporabljajo za prodajo izdelkov potrošnikom. Vse večja demokratizacija gibljivih slik ustvarja svet neomejenih možnosti, v katerem za našo pozornost tekmujejo norčije igrivih mačk s stisko obupanih beguncev.

Zdaj je lahko vsak kronist svojega življenja, vsi odtenki mnenj cvetijo v odmevni komori blogerjev, vlogerjev, You Tube senzacij in Tik Tok vplivnežev. Izvemo, da je na svetu 45 milijard kamer in da vsako minuto nastane 500 ur 'vsebine'. Danielson in Van Aertryck nas temu primerno soočita z obilico informacij, idej in povezav ter tako ustvarita film, ki bi lahko služil kot odličen primer za nadaljnje razprave o spreminjajoči se moči in vplivu podob skozi desetletja. Težko se ne vprašamo, ali bi bil kralj Edvard VII. tudi danes tako navdušen nad tem medijem.«

- Allan Hunter, ScreenDaily

## Pred ogledom filma

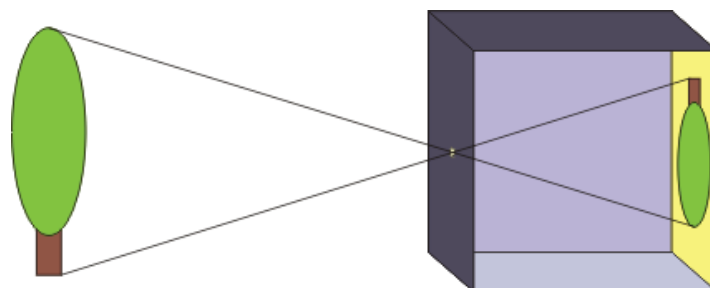
**Camera obscura** Je kdo že slišal za izraz *camera obscura*? Kaj pomeni? *Camera obscura*, lat. temna komora, je temen zaprt prostor z majhno luknjico ali lečo na eni strani, skozi katero pronica svetloba in projicira sliko na površino nasproti luknje. Je temeljna tehnologija za razumevanje delovanja fotografije in filma.



Slika 2: Ilustracija delovanja camere obscure. James Ayscough, A short account of the eye and nature of vision, 1755. Wikipedija.

Skupaj z učenci in učenkami si lahko ogledate [kratak video National Geographica](#), ki prikazuje, kako lahko *camera obscura* postane vsaka soba z oknom.

Nato jih lahko povprašate, ali so pričakovali, da bo slika obrnjena na glavo, in zakaj mislijo, da je tako. Pri razumevanju pojava jim bo morda v pomoč informacija, da žarki svetlobe, ki gredo skozi luknjico, potujejo v ravnih črtah – zato je slika, ki jo dobimo na zadnji strani, obrnjena za 180°. Bolj podrobno se lahko učenci in učenke o pojavu pogovarjajo pri urah fizike.

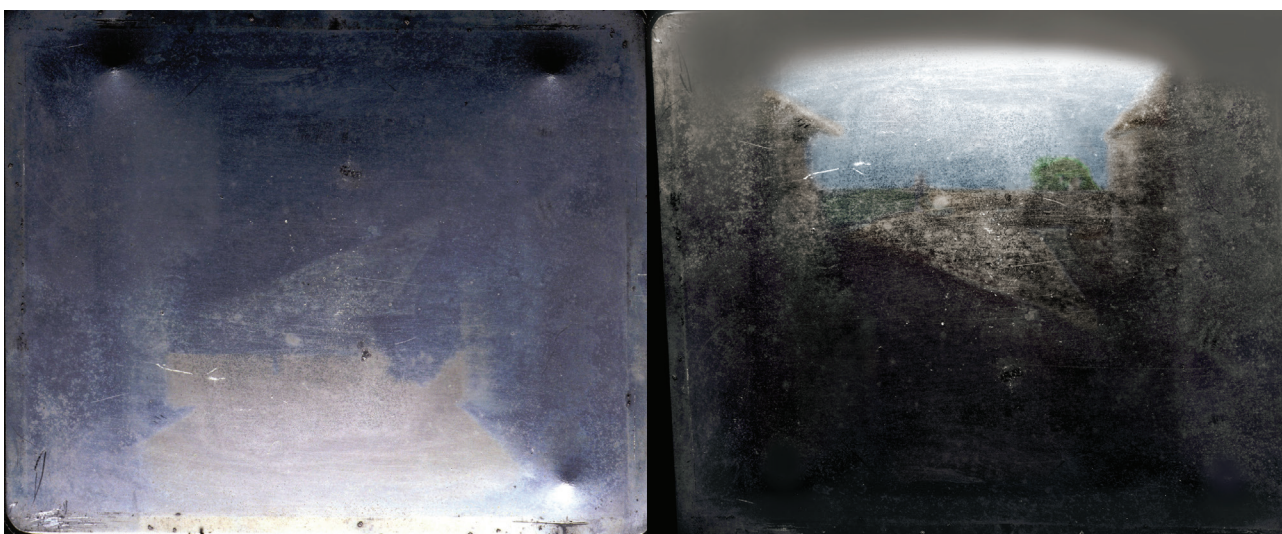


Slika 3: Delovanje camere obscure. Wikipedija.



Princip *camere obscurae* so poznali že davno: njeno delovanje so opisali ali uporabljali v starodavni Kitajski, v antični Grčiji sta o njej pisala Aristotel in Evklid, arabski fizik Alhacen je okrog leta 1000 izumil prvo kamero z luknjico, za pomoč pri slikanju so jo uporabljali renesančni slikarji. Za rojstvo fotografije pa vendarle štejemo šele začetek 19. stoletja. Zakaj mislite, da je tako?

Kljub temu da so ljudje že znali projicirati sliko na nasprotno površino, niso poznali načina, kako sliko zajeti in ohraniti. Najzgodnejša ohranjena fotografija je tako nastala leta 1826, posnel pa jo je Nicéphore Niépce z okna svoje spalnice v Le Grasu.



Slika 4: Pogled z okna v Le Gras, 1826, najstarejša ohranjena fotografija. Levo: originalna plošča, desno: obarvana, zasukana in poudarjena fotografija

Prve fotografije so nastajale na kovinske plošče, premazane s snovmi, občutljivimi na svetlobo. Prva javnosti dostopna fotografska tehnologija pa so bili dagerotipi: tanke bakrene plošče, prevlečene s srebrom in obdelane s hlapi, ki so jih naredili občutljive na svetlobo.

Ali morda kdo ve, na kateri material so kamere in fotoaparati zajemali sliko pred digitalnimi tehnologijami? Zakaj filmu rečemo film? Kako je videti filmski trak? Kako pa je videti fotografski film?

Ste že kdaj slišali izraz »gibljive slike«? V angleščini je to »motion picture«. Kaj pomeni? Kako slike, na primer fotografije, postanejo »gibljive« – kako iz fotografij nastane film? Kaj pomeni število »sličic na sekundo«?

**Družabna omrežja** Učence in učenke lahko povprašate, kaj delijo na družabnih omrežjih. So to fotografije in videi sebe, svojih prijateljev, hrane, krajev, ki jih obiščejo? Kako izberejo, katero fotografijo ali kateri video bodo objavili? Ali jih posnamejo več, preden najdejo pravo? Na kaj pazijo? Se začnejo vesti drugače, si popravijo frizuro, ličila (če jih nosijo), oblačila, držo – preden začne kamera snemati? Zakaj? Kako se počutijo, če jih snema nekdo drug? Zakaj? Ali morda vedo, kako so narejeni in obdelani videi in fotografije osebnosti, ki jih vidijo na družabnih omrežjih, na televiziji ...? Zakaj mislijo, da je tako?

## Izhodišča za pogovor po ogledu filma

### **Kamera kot znanstveni aparat, film kot resnica?**

V filmu izvemo, da so kamero sprva obravnavali kot znanstveni aparat, saj naj bi prikazovala resničnost. Potem pa se izkaže, da je z resničnostjo, ki jo kamera posname, mogoče tudi manipulirati. Se morda učenke in učenci spomnijo, na kakšne načine, jih lahko naštejejo? Omenjeni so posebni učinki, uporaba perspektive, vsebina, ki jo izrežejo iz končnega posnetka, pa tudi določeni koti in premikanje kamere.

Pogovorite se o vsakem izmed teh orodij. Kaj so **posebni učinki**? Kako se jim še reče – so že slišali za izraz CGI? V filmu vidimo, da pri sporočanju rezultatov glasovanja napovedovalci stopajo pred **zelen zaslon** (v angleščini in pogosto tudi pri nas mu pravijo *green screen*). Morda vedo, zakaj? Če ne, jim lahko razložite, da zato, ker se zelena ne ujema z naravnimi toni kože in las, zato je sliko osebe veliko lažje izrezati – in jo postaviti pred novo ozadje. Zakaj pri prenosu Evrovizije uporabljajo *green screen* tam, kjer poteka slovesnost, namesto da bi napovedovalce posneli v dejanskih mestih, od koder prihajajo?

Kako v filmu vidimo, da lahko vtis o dogajanju spremeni **perspektiva**? Zakaj je ustvarjalcem televizijskih prenosov pomembno, da izberejo zorni kot, s katerega je občinstvo videti najbolj množično, kot v filmu vidimo pri občinstvu Evrovizije? Kako to dosežejo? Če ste v učilnici, se lahko poigrate s tem, da preizkusite, iz katerega zornega kota je prostor videti najbolj poln.

Kaj pa **izrezki iz končnega posnetka**? V angleščini se zanje uporablja izraz *outtakes*. Kakšen primer vidimo v filmu? Kaj/kdo je ISIS? Zakaj snemajo videe in jih objavljajo na spletu? Kakšen je njihov cilj? Kako njihovo podobo spremenijo ti izrezki, ki so jih iz končnega videa izrezali? Zakaj mislite, da so jih izrezali?

Z učenci in učenkami se pogovorite o **filmskih planih**, najdete jih na primer [tukaj](#). Kdaj uporabljajo katerega? Kako je na primer pri poročilih – kako kadrirajo napovedovalce v studiu (od pasu navzgor) in kako ljudi, s katerimi poročevalci ke na terenu naredijo intervju? Zakaj jih posnamejo od pasu navzgor in zakaj ne, denimo, od daleč? Zakaj pa ne čisto od blizu – v velikem bližnjem planu? Kje bi pričakovali takšen kader, v kakšni situaciji? Veliki

bližnji plan človeka na zaslonu zelo približa – kar deluje kot poudarek v igranih filmih, intimnih izpovedih, v drugih situacijah pa tako posnet človek lahko deluje tudi grozeče – ker čutimo, da nam je »preblizu«. Kadar od pasu navzgor oz. zgornje tretjine telesa – rečemo jima srednji plan ali polbližnji plan – običajno izberejo zato, ker tako po navadi vidimo ljudi, ko se z njimi pogovarjamo v živo.

Kaj pa **montaža**? Zakaj slišimo, da so po koncu vojne zavezniki naročili snemalcem, naj koncentracijska taborišča posnamejo v dolgih kader-sekvencah? Kadar posnetek prekinemo z rezom, je veliko lažje nato v montaži dodati posnetek, ki lahko izvira od drugod, ali pa ne ustreza zaporedju dogajanja, kot se je dejansko zgodilo. Montaža je eden izmed temeljev filmske umetnosti – saj filmi običajno pripovedujejo prav z izbiro posnetkov, ki jih v montaži združijo v zgodbo. Kadar je dogajanje posneto neprekinjeno, je dogajanje pred kamero težje prirediti. Včasih režiserji to vseeno storijo, denimo tako, da kamera posname črnino oz. temo, v kateri je rez lažje prikriti.

Kako je dejanskost še mogoče prikrojiti? Se spomnijo še kakšnega načina? Kaj pa kostumi, igra, maska (ličila)? ...

Pomembno se je zavedati, da je s filmom ali videom mogoče manipulirati tudi brez teh orodij. Vsak **posnetek je namreč izsek iz resničnosti** po izbiri – in že z odločitvijo, kaj bomo posneli in česa ne, to resničnost prikažemo po svoje.

### Film, televizija in kapitalizem

Medij filma in fotografije je zaradi moči vizualnih podob v kapitalizmu že zelo zgodaj postal ključno **orodje zaslužka** – bodisi s prodajanjem filmskega izdelka samega (na primer s spodbujanjem množičnega obiska kina in prodajo kinovstopnic) ali pa kot sredstvo za prodajo drugih stvari (denimo za promocijo filmskih zvezd, njihovega videza in oblačil, na televiziji pa s pojavom oglasov – in programa, ki je oglase naredil bolj gledane).



Slika 5: Iz filma In kralj reče, kako fantastičen stroj

V filmu vidimo ogromno primerov videov, ki na tak ali drugačen način **šokirajo ali pritegnejo pozornost**: ljudi, ki se za dobro fotografijo ali video lotevajo tveganih podvigov, ljudi, ki neprekinjeno snemajo svoj vsakdan, ljudi, ki z izstopanjem na različne načine skušajo pritegniti in ohraniti pozornost svetovnega spleta. Našo pozornost običajno najbolj učinkovito pritegne film ali video, ki v nas prebudi **močna čustva** – denimo žalost, ki jo čutijo otroci ob **Levjem kralju**, osuplost in tesnobo ob spremljanju tveganih podvigov, zgroženost, gnus ... pa seveda tudi vsebine, ki nas zaradi takšnega ali drugačnega razloga **nasmejijo**. Z učenci in učenkami skupaj razmislite, na kakšne načine lahko to ustvarjalci filmskih, televizijskih in spletnih vsebin izkoriščajo. Če pomislimo na filme: kateri filmi ali filmske franšize so na učence in učenke naredili največji vtis? Morda **Levji kralj**, **Ledeno kraljestvo**, **Marvelovi** superjunaški filmi ali kaj drugega? Pogovorite se, kaj imajo ustvarjalci filmov od tega, da je film všeč veliko otrokom in mladim. Ga gredo gledat v kino? So naročeni na storitve VOD? Imajo ali so imeli kakšne izdelke, povezane s temi filmi?

V filmu slišimo, da televizijski program gledalce in gledalke naredi bolj **dojemljive za oglase**. Kaj to pomeni? Kdaj smo bolj dojemljivi za oglase? Na kakšen način televizijske in spletne vsebine pritegnejo in potem tudi obdržijo našo pozornost? Kaj nas pritegne, ko denimo na družabnih omrežjih drsimo od vsebine do vsebine – kje se ustavimo? Kako lahko naša pozornost, spremljanje vsebin, nekemu koristi? Se učenci spomnijo programov z risankami, ki so jih gledali, ko so bili mlajši – kateri oglasi so se vrteli med risankami? Kaj so oglaševali, katere izdelke? Zakaj jih vrtijo ravno med risankami? Oglaševanje otrokom je sicer prepovedano oz. močno omejeno (povezava), a v praksi vidimo mnogo primerov, ko se to krši. Poiščite take primere v svojem vsakdanu.

Vizualne vsebine na družabnih omrežjih so oblikovane s psihološkimi tehnikami, ki so izposojene od načrtovalcev avtomatov za igre na srečo in spodbujajo **kompulzivno vedenje**. **Odvisnost od tehnologij**, ki so zasnovane na ta način, se kaže tudi tako, da se druge dejavnosti (ki jih ni zasnovala ekipa psihologov s ciljem, da naše pozornosti ne izgubijo niti za trenutek) naenkrat začnejo zdeti dolgočasne. Ker dejanskost ni zasnovana tako, da bi se neprenehoma prilagajala našim zanimanjem in ker ne pritiska na naše psihološke vzvode, da bi ohranila našo pozornost, včasih z močnimi dražljaji družabnih medijev in drugih tehnologij ne more tekrovati. Kot je to ubesedil neki tehnološki kritik: *»Vsakič, ko odpremo aplikacijo za družabna omrežja, je na drugi strani zaslona tisoč ljudi, ki so plačani, da jo ohranimo odprto.«*

Z učenci in učenkami se lahko pogovorite, ali se jim zdi, da imajo vedno **nadzor** nad tem, koliko časa prebijejo na kakšnem **spletnem omrežju ali v kakšni aplikaciji**, ali se jim kdaj zazdi tudi, da jih »nekaj žene«, da bi s tem še nadaljevali (tudi če jih denimo čakajo druge stvari). Če je tako, jih lahko povprašate, kaj je tisto, kar jih »žene«; zakaj se jim zdi, da včasih ne morejo zapreti aplikacije ali odložiti telefona. Če gledajo ljudi, ki snemajo svoj vsakdan – t. i. lifestreamerje –, kaj jih pri tem pritegne? Ob kakšnih vsebinah se jim sicer to najpogosteje zgodi? Besedilu? Fotografijah? Videih? Kako se počutijo, ko jih gledajo?

Če spremljajo **televizijska poročila**, se lahko pogovorite, katere oddaje spremljajo in na katerih programih. Se slog poročanja od ene do druge televizije in od ene do druge oddaje razlikuje? Kako bi primerjali denimo Dnevnik na Televiziji Slovenija, 24UR na POP TV, Svet na Kanalu A, Novice oz. Planet 18 na Planet TV ... in druge? Kje vidijo največje razlike? Kakšni so videi, glasba, besedilo poročanja? Poskusite oddaje razvrstiti od tistih, ki so namenjene predvsem obveščanju, do tistih, ki imajo za cilj pritegniti čim širši krog občinstva.

### Film, politika in propaganda

Učence in učenke vprašajte, ali se spomnijo, kateri politiki se pojavijo v filmu. Morda prepoznajo Hitlerja, Stalina, Trumpa, Putina, Kim Jong Una, Macrona ... kako so prikazani? V kakšnih situacijah? Kako sta prikazana še posebno Vladimir Putin in Kim Jong Un? Zakaj jezditata na konju? Zakaj mislijo, da so njihove ekipe izbrale in ustvarile prav te posnetke in ne kakšnih drugih? Zakaj mislijo, da želijo prav te svetovne voditelje prikazati kot močne, veličastne, mišičaste ...?

Vprašajte jih, ali vedo, kaj pomeni **propaganda**. Kaj je namen propagande? Kakšne oblike lahko še privzame – video, fotografije, besedilo ...? Je kdo morda že slišal za Leni Riefenstahl, ki jo vidimo v filmu? Bila je nemška režiserka in je v času nacistične Nemčije snemala propagandne filme, ki so slavili Adolfa Hitlerja, nacionalsocialistično stranko in Tretji rajh. Po vojni je niso obsodili za vojne zločine, saj je trdila, da ni vedela za holokavst. V filmu komentira izseke iz svojega dela **Zmagoslavje volje**. Kako v tem filmu prikazuje Hitlerja, njegovo vojsko in podpornike? Kaj izpostavi? Riefenstahl je za namene propagande uporabila tehnike, kot so dinamična kamera, teleskopske leče, ki so spremenile perspektivo na dogajanje, glasbo in izčiščeno fotografijo, s katerimi je dogajanje prikazala kot veličastno. Vprašajte, kako dejstvo, da je film posnet kot dokumentarec, vpliva na to, kako so ga ljudje gledali? Ali so ga zaradi tega imeli za bolj ali manj verodostojnega?



Slika 6: Iz filma **In kralj reče, kako fantastičen stroj**

Kakšne posledice je imela propaganda za dogajanje v 20. stoletju? Če ostanete pri Tretjem rajhu – kakšen cilj so imeli Hitler in njegovi pomočniki pri snemanju filmov, ustvarjanju propagandnih plakatov? V kaj so z njimi želeli prepričati Nemce in zakaj je bilo to pomembno? Zakaj je bilo zaveznikom tako pomembno posneti koncentracijska taborišča, dokazati, da so zares obstajala?

Ali poznajo še kakšne primere propagande iz zgodovine? Čemu so služili? Kaj pa danes? Kako bi s tem primerjali video ISIS, ki je bil tudi prikazan v filmu?

### Medijske žanrske konvencije

V filmu slišimo, da osebnosti v televizijskih oddajah igrajo vnaprej določene **vloge**, ki jih zlahka prepoznamo – denimo vloga strokovnjaka\_inje, silaka, provokatorja\_ice ali verodostojne\_ga poročevalke\_ca. Vprašajte učenke in učence, ali so jih prepoznali. V kakšnih tipih oddaj in kakšnih filmih bi pričakovali vloge strokovnjakov\_inj? Kaj pa provokatorjev\_ic in ostalih? Se spomnijo, lahko naštejejo kakšne primere? Kako jih prepoznajo? Po oblačilih, ličilih, vedenju, načinu govora ...? Kako se ti od enega do drugega razlikujejo? Čemu mislijo, da služijo ti **tipi osebnosti**, zakaj se vedno pojavljajo znova in znova? Ali bi informacijo sprejeli drugače, če bi jo podal\_a strokovnjak\_inja ali pa provokator\_ica? Zakaj? Ali mislijo, da je te »tipske vloge« mogoče tudi zlorabiti?

Kako še prepoznamo, za kakšno **vrsto televizijske oddaje** ali pa **filmski žanr** gre? Če neko oddajo pričnemo gledati nekje na sredini, kako bomo vedeli, ali gre za poročila, resničnostni šov, pogovorno oddajo ...? Kaj pa če film ujamemo nekje na sredini – kako nemudoma ugotovimo, ali gre za komedijo, akcijski film, dokumentarni film, znanstveno fantastiko? Katere so tiste lastnosti, po katerih oddajo ali film takoj prepoznamo? Omenite lahko na primer glas pripovedovalca, diagrame in arhivsko gradivo, intervjuje pri dokumentarnemu filmu, ali pa studio, urejena voditelja pri poročilih, posebno obliko prispevkov s terena – na primer prometni znak z imenom kraja, kjer je prispevek posnet, intervjuji, na katerih se vidi mikrofona z znakom televizije, pa drugačno govorico in vedenje nastopajočih pri resničnostnih šovih, »izpovedi« v kamero ...

Katere tipe oddaj in katere filme imamo za bolj verodostojne? Zakaj? Ali je to mogoče zlorabiti? Kako?

### Podoba – reprezentacija

Včasih so v medijih različne družbene skupine upodobljene na določen način. Nekatere izmed teh upodobitev danes veljajo za **stereotipne** in žaljive – če so denimo svetlolase ženske upodobljene kot manj inteligentne, na primer filmski liki Marilyn Monroe, druge stereotipne podobe pa vztrajajo neopažene in nereflektirane in imajo zato še toliko večjo moč. Z učenci in učenkami se lahko pogovorite, kakšne medijske reprezentacije so opazili sami – kako so v filmih in na televiziji upodobljeni moški in kako ženske; kako seksualne, religiozne, rasne in etnične manjšine. So v filmih opazili, kako pogosto prikazujejo na primer pridne punce, piflarke, razredne lepotičke, šibke pametne fante z očali, pa močne in neumne nogometaše ...? Kateri so še stereotipi in klišeji, ki jih opažajo v filmih in oddajah?

Zakaj mislijo, da je to pomembno? Ali se jim je že kdaj zgodilo, da so na televiziji ali v filmih videli nekaj, kar se je v resničnosti izkazalo za povsem drugačno?

Kako mislijo, da se bo **odnos javnosti** spreminjal glede določenega družbenega vprašanja glede na **upodobitve, ki jih vidijo v medijih**? Pogovarjate se lahko na primerih poročanja o begunski krizi, romski problematiki, poplavah, sprejetju zakona, ki je izenačil pravice istospolnih in raznospolnih parov, epidemiji koronavirusne bolezni ... Kako se je odziv javnosti spreminjal glede na način poročanja?

**Pozitivni in negativni vidiki vizualnih tehnologij**

Filmske, televizijske in vizualne spletne vsebine so v naše življenje prinesle ogromno dobrega. V filmih lahko na platnu vidimo upodobljeno neskončno paleto zgodb iz vseh kotičkov sveta, fantastijskih svetov, lahko nam približajo življenja ljudi in drugih živih bitij, za katera sicer ne bi vedeli ali pa jih поблиžje spoznali. S pomočjo televizije lahko gledalci in gledalke že desetletja od doma spremljajo dogodke doma in po svetu, tudi sočasno s tem, ko potekajo. Spletni mediji in platforme, kot so YouTube in drugi družabni mediji, na katerih je mogoče deliti videovsebine, so to še pospešili: spremljamo lahko, kaj se dogaja na drugem koncu sveta, ne le skozi oči poročevalcev in poročevalk, temveč iz prve roke – od ljudi samih.

Imajo pa tudi svoje slabe strani, sploh če so podrejeni določenim interesom in ciljem, zlasti gospodarskim. Kot smo videli, lahko vizualne vsebine manipulirajo z našim dojetjem resničnosti in sveta na splošno, izrabljajo jih za politično-propagandne cilje in za zaslužek, tako na posredne kot neposredne načine – z oglaševanjem, spodbujanjem in glamurizacijo potrošniškega življenjskega sloga, s spodbujanjem odvisnosti, »prilepljenosti na zaslon« itd.

Pogovorite se z učenci in učenkami – kaj radi počnejo za zabavo in sprostitve? Če se večinoma zabavajo ob vizualnih vsebinah, filmih, serijah, spletnih vsebinah, videoigrah, zakaj jim (včasih) dajo prednost pred drugimi načini zabave in sproščanja? Kaj mislijo, s kakšnimi nameni nastaja ta zabava? Če se zavedajo, da denimo z namenom zaslužka – ali so glede tega razdvojeni ali jih ne moti? Kakšne »stranske učinke« opazijo sami? Kakšne negativne učinke bi npr. še lahko imele zabavne vsebine, ki prikazujejo določen videz, določene izdelke, spolnost, nasilje ...?

## Dodatne dejavnosti

S telefonom poskusite fotografirati ali posneti video v različnih »filmskih planih«: daljnem, splošnem, bližnjem, velikem ... in različnih zornih kotih: s ptičje perspektive, od zgoraj, v višini oči, od spodaj. Kako se slika spreminja, kaj sporoča o svojem predmetu? Kaj bolj opazimo? Kako predmet ali človek pred kamero deluje drugače v različnih planih in zornih kotih? Pri obravnavi planov si lahko pomagate z gradivom na [povezavi](#).

Poskusite posneti video, v katerem na poljuben način manipulirate z resničnostjo ali pa jo prikažete po svoje, z uporabo orodij, kot so montaža, koti kamere itd., ali pa le s selektivnim izborom, kaj boste posneli in česa ne.

Učenci\_ke naj en teden spremljajo poročila na različnih televizijah (ali spletnih platformah). Pozorni naj bodo na to, kako se med seboj razlikujejo: v najavni in odjavni špici, njeni vizualni podobi, glasbi; v nastopu voditeljev\_ic, v izbiri dogodkov, o katerih poročajo, in načinu poročanja. Po enem tednu primerjajte izsledke in se pogovorite, do kakšnih zaključkov so prišli. Zakaj mislijo, da so med njimi razlike? Katere televizijske postaje se morajo bolj boriti za gledanost kot druge?

Udeležite se lahko [delavnice piksilacije](#), ki je tehnika animacije, s katero lahko ljudje in predmeti na filmu čudežno izginejo, lebdiijo v zraku, drsajo po tleh, hodijo skozi zid, se preobrazijo v nekaj drugega ... Med začetnike lahko štejemo filmskega pionirja, iluzionista Georges-a Méliès-a, ki je leta 1902 posnel znanstvenofantastični film **Potovanje na luno**.

Več o Kinodvorovih programih za mlada občinstva:

[Kinodvorov šolski program](#)

[Kinobalon, program za otroke in mlade](#)

[Kinotrip, program mladi za mlade](#)

[Kinoigrišče](#)