Krosmedija i dokumentarni film

Lekić-Fridrih, Arijana

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Academy of dramatic art / Sveučilište u Zagrebu, Akademija dramske umjetnosti**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:205:313735

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

Repository of Academy of Dramatic Art

Akademija dramske umjetnosti Sveučilišta u Zagrebu

Odsjek Filmske i TV režije - dokumentarni film

Diplomski rad

Krosmedija i dokumentarni film

Studentica: Arijana Lekić- Fridrih

Mentor: red.prof.art. Nenad Puhovski, akad.red.

Zagreb, prosinac 2016.

Sadržaj:

Uvod **2**
Nove tendencije u dokumentarnom filmu **3**
Transmedija, intermedija i krosmedija **10**
Krosmedija- jedna priča, više platformi **16**
Krosmedijski dokumentarni projekti **20**
Analiza krosmedijskih projekata **23**
Zaključak **37**
Literatura **38**
Izjava o samostalnoj izradi diplomskog rada **41**
Sažetak **42**

1. UVOD

Predmet ovog diplomskog rada je analiza načina na koji se priča dokumentarnog filma može ispričati unutar krosmedijskog projekta i pozicije krosmedijskih dokumentarnih filmova u odnosu na moderni dokumentarni film. Krosmedijski projekti nastali su zbog pojave novih medija i njihove konvergencije, a u posljednjih je dvadeset godina broj takvih dokumentarističkih projekata sve veći zbog čega udruge, produkcijske kuće, festivali i pitching forumi specijalizirani za dokumentarni film danas otvaraju posebne odjele i događaje upravo za takvu vrstu dokumentarnog izlaganja.

U drugom su poglavlju *Nove tendencije u dokumentarnom filmu* opisane neke od inovacija i trendova u stilu i naraciji dokumentarnog filma koje su se pojavile u posljednjih petnaestak godina. Neke su od tih inovacija u dokumentarni film uveli autori, a neke su, primjerice krosmedijski dokumentarni filmovi, posljedica razvoja tehnologije. Ovaj popis novih tendencija u dokumentarnom filmu ni na koji način ne teži popisati sve tendencije koje moderni dokumentarni film poprima, on je arbitraran i teži demonstrirati širinu spektra koji one pokrivaju

U trećem poglavlju *Transmedija, intermedija i krosmedija* analizirala sam razliku između tri često zajedno spominjana pojma koja definiraju odnos priče i medija ili platforme putem koje se ta priča priča.

U četvrtom poglavlju *Krosmedija- jedna priča, više platformi* definirala sam pojam medija i uz njega povezan pojam remedijacije te uz definiciju krosmedijskog sadržaja predočila i njihov kratak povijesni pregled.

U petom sam poglavlju *Analiza krosmedijskih projekata* opisala nekoliko različitih dokumentarnih krosmedijskih projekata, a to su redom projekti: „24h Berlin“ Volkera Heise-a, „Do not track“ Bretta Gaylora, „Gaza/Sderot- life in spite of everything“ Khallil M. Al Muzayyen-a, „Alma: a tale of violence“ Miquel Dewever-a Plana-e i Isabelle Fougere i „Bear 71“ Jeremy-a Mendes-a i Leanne Allison dok sam u šestom poglavlju izvela zaključak.

2. NOVE TENDENCIJE U DOKUMENTARNOM FILMU

Iako je vjerojatni autor pojma „dokumentarni film“ John Grierson već 1933. godine dokumentarni film definirao kao kreativni tretman stvarnosti[1] ipak postoje značajke prototipskog dokumentarnog filma koje gledatelju neovisno o postojanju teksta koji klasificira film kao dokumentarni daju do znanja da se film referira na stvarnost. Ti su izlagački postupci primjerice glas komentara, neuredna kompozicija filmske slike i crnobijela fotografija (osobito, ali ne i isključivo u epohi u kojoj je film u boji norma za fikcionalni film). Glas komentara istovremeno je često sredstvo tipične dokumentarističke naracije kojom se regulira izlaganje.[2]

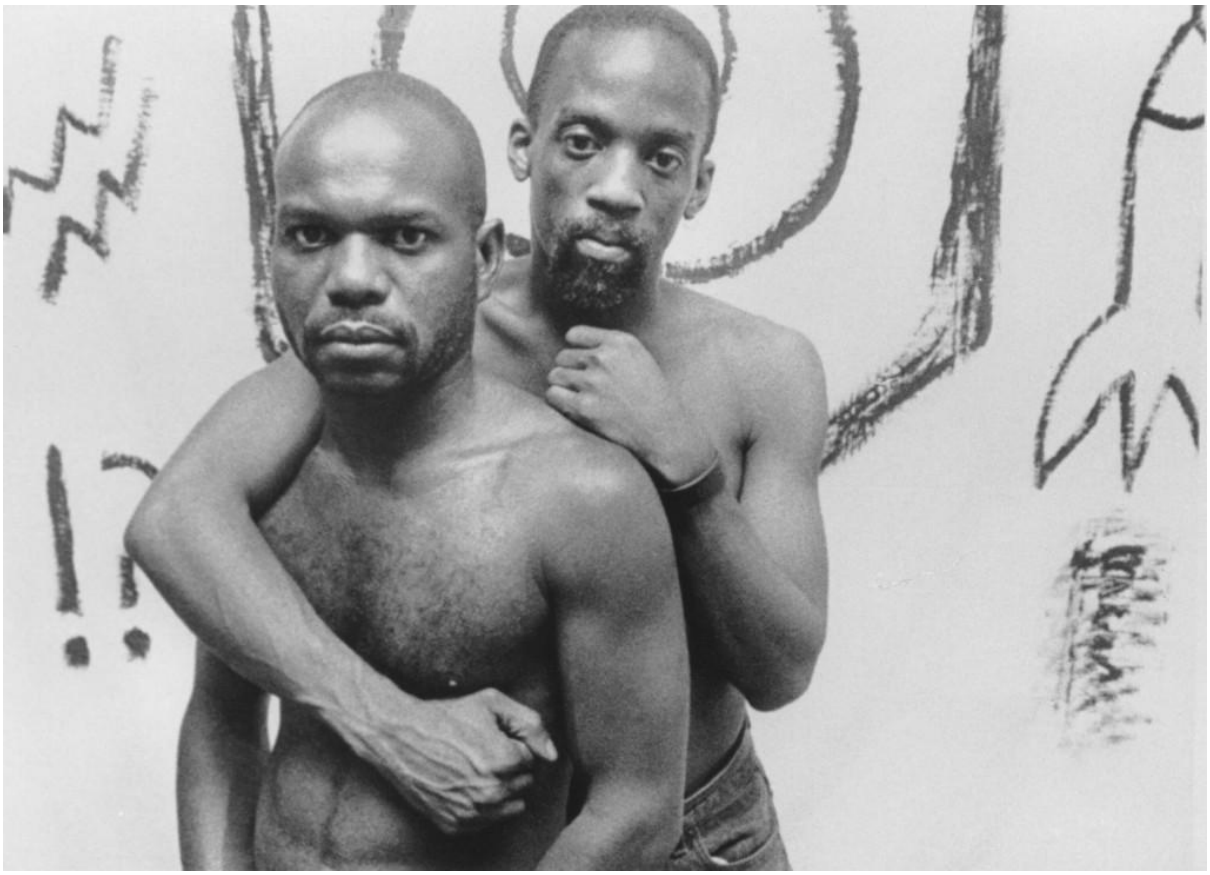
Prototipski je dokumentarni film ipak samo to- prototip. Već u dvadesetim godinama modernisti propituju tadašnje konvencije dokumentarnog filma koje proizlaze iz realizma i koriste sredstva poput fragmentiranja, kolaža ili apstrakcija kako bi razbili tradicionalni narativ i stvorili nove modele izlaganja inzistirajući pritom na konceptu autorstva i autorskoj slobodi ili riječima Jorisa Ivensa, „jedino osobnost autora razlikuje ga od stvarnosti i jednostavne dokumentacije stvarnosti.“.[3]

Griersonova je definicija dokumentarnog filma nesumnjivo i dalje aktualna jer u njegovoj definiciji pojam „kreativni“ može obuhvaćati bilo koji od umjetničkih režijskih postupaka pa tako i eksperiment unutar samog filma ili korištenje bilo koje medijske platforme ili više njih. Početak 21. stoljeća obilježio je tako tzv. „hibridni dokumentarni film“. Definicija hibridnog filma koju ću koristiti jest da je hibridni dokumentarni film ne-fikcijski film koji koristi stiliziranu formu i može sadržavati eksperimentalne i autorefleksivne elemente. On može koristiti i elemente i karakteristike fikcije putem korištenja inovativnih elemenata u izvedbi, dizajnu i mizansceni, a karakterizira ga iznimno originalni redateljski pristup koji može uključivati i strukturalističku, novomedijsku ili performativnu praksu. [4] Iz ove definicije jasno je da se hibridni film nije pojavio početkom 21. stoljeća. Hibridni bi film tako

---

[1] Kristin Bluemel, *Intermodernism: Literary Culture in Mid-Twentieth- Century Britain*, Edinburgh University Press, 2009.
[2] Nikica Gilić, *Filmske vrste i rodovi*, AGM, 2007., 21-23
[3] Joris Ivens, *Reflections on the Avant-garde Documentary*, French Film Theory and Criticism: A History/Anthology, ed. Richard Abel, 2 vols. (Princeton, N.J., 1988), 2
[4] Janet Tempe Merewheter, Doctoral thesis- Innovation in style and performance in hybrid documentary Jabe Babe- a heightened life, http://hdl.handle.net/10453/37258, 4-8

primjerice bio i „Kronika jednog ljeta“ Roucha i Morina iz 1961. sa snažnim autorefleksivnim elementima kao i „Tongues untied“ Marlona Riggsa iz 1989. i „The Body Beautiful“ Ngozi Onwurah iz 1991. godine koji uz autorefleksivne elemente koriste i elemente performansa i novomedijske elemente. Ne čudi dakle da je Mary Lea Bandy, glavna kustosica odjela za Film i medijsku umjetnost Muzeja za suvremenu umjetnost u New Yorku 2004. godine kao selektorica američkog Full Frame Documentary Film Festivala u Durhamu u sekciju Hybrid koja je predstavljala hibridni film kao novu filmsku vrstu uvrstila i posljednji film Roberta Flaherty-a „Louisiana Story“ iz 1948. godine. Bandy je taj izbor objasnila argumentom da protagonisti filma pred Flaherty-evom kamerom postaju glumci ponavljajući scene iz vlastitih života pred kamerom. [5]



Fotografija iz filma „Tongues untied“ Marlona Riggsa

[5] Chuleean Swetvilas, *When documentary and fiction breead and create better truth* http://www.documentary.org/feature/hybrid-reality-when-documentary-and-fiction-breed-create-better-truth

Gotovo svaki autorski i metodološki pomak unutar dokumentarnog filma danas pripada rodu hibridnog dokumentarnog filma, a neke su od novih tendencija primjerice performativni dokumentarni film, found footage dokumentarni film, istraživački dokumentarni film, casting couch dokumentarni film, web dokumentarni film- webdoc i krosmedijski dokumentarni film. Ovaj popis novih tendencija u dokumentarnom filmu ni na koji način ne teži popisati sve tendencije koje moderni dokumentarni film poprima već samo na njihovom primjeru demonstrirati golemi spektar koji one pokrivaju.

Iako se neke od ovih vrsta poput primjerice istraživačkog dokumentarnog filma teško mogu svrstati u nove tendencije u dokumentarnom filmu, ono što ih svrstava u ovu grupu radikalna je promjena pristupa redatelja u odnosu na vrstu/rod što ću nastojati objasniti u nastavku. Hibridni dokumentarci naime često koriste izražajna sredstva karakteristična za uvjetno rečeno tradicionalne dokumentarce, ali istovremeno u svom radu kreativno propituju i ta izražajna sredstva i karakteristike.

Performativni dokumentarni film prema Nicholsu propituje što je znanje naglašavajući subjektivne i afektivne dimenzije znanja, a česti autobiografski diskurs naglašava subjektivnost iskustva i sjećanja naspram faktičkog pripovjedanja. Ipak, Nichols naglašava da je upravo kombinacija stvarnog i zamišljenog, realnog i fiktivnog, ono što je najčešća karakteristika performativnog dokumentarnog filma. Kao primjer Nichols koristi već spomenuti Riggsov „Tongues untied“ koji kako bi naglasio što sve sačinjava njegov identitet koristi pjesme i postavlja scene s glumcima.[6] Performativni dokumentarni filmovi obraćaju se gledatelju i pozivaju ga na identifikaciju sa subjektom izvedbe, ali i na akciju.

Iako su i prema Nicholsu svi performativni dokumentarni filmovi istovremeno i hibridni dokumentarni filmovi, nove su tendencije u performativnom dokumentarnom filmu vezane uz strategije, teme i promjenu fokusa s autobiografskog na lika i njegovu performativnu dimenziju. Ključna je promjena upravo ova posljednja- promjena fokusa s autobiografskog na lika pri čemu se režijskim postupcima postiže isti efekt kao i u tradicionalnom performativnom filmu- snažna identifikacija s likom i aktivacija gledatelja. Primjer je ovog tipa hibridnog filma film „Bombay Beach“ redateljice Alme Har´el iz 2011. godine. „Bombay Beach“ redateljice koja je dotad gradila karijeru u novomedijskoj umjetnosti i videu, portret je trojice protagonista koji žive u siromašnoj kalifornijskoj četvrti Bombay

[6] Bill Nichols, *Introduction to Documentary*, Indiana University Press, 2001, 131

Beach, a film je hibrid poetskog dokumentarca i performativnog dokumentarnog filma, dokumentarnog filma i plesa.

Druga je nova tendencija u performativnom dokumentarnom filmu ponovna izvedba povijesti pri čemu ta ponovna izvedba može značiti doslovnu ponovnu izvedbu kao primjerice u filmu „The battle of Orgreave“ Mike-a Figgis-a iz 2001. godine. Figgis dokumentira rad umjetnika Jeremy-a Deller-a na temu nacionalnog štrajka rudara koji je ugušen iznimno nasilnim sukobima između rudara i policije od kojih se jedan od ključnih dogodio 1984. godine kod mjesta Orgreave u Yorkshire-u. Sedamnaest godina nakon nemira Deller organizira ponovno izvođenje tog događaja na istoj lokaciji, a njegovi glumci, Figgisovi protagonisti, dijelom su i sami sudjelovali u sukobu na strani štrajkaša, policije ili zdravstvenih radnika, a dijelom su stanovnici Yorkshire-a. U ovom je dokumentarnom filmu središnja izvedba,a motivacija protagonista je dvostruka. Protagonisti koji su i sami sudjelovali u sukobu doslovno imaju priliku ponovno odglumiti vlastita sjećanja na događaj dok druga vrsta protagonista, zainteresirana javnost, interpretira događaje na način na koji su ih doživjeli putem medija. U ovu bi vrstu performativnog dokumentarnog filma i novih tendencija unutar smjera pripadali primjerice i filmovi „Act of killing“ Joshue Oppenheimera iz 2012. godine i film „The Arbor“ Clio Barnard iz 2010. godine.

Fotografija iz filma „The battle of Orgreave“ Mike-a Higgis-a

Found footage dokumentarni film vrsta je dokumentarnog filma koji audiovizualni materijal kreativno kombinira unutar filmskog djela izvan originalnog konteksta pojedinih dijelova materijala. Logika u pozadini ove vrste dokumentarnog filma- da redatelj preuzima avudiovizualni material kojem nije sam autor i pretvara ga u vlastito autorsko djelo pritom mu mijenjajući značenje, datira još od početka 20. stoljeća kad je već Marcel Duchamp postavljanjem pisoara u muzej u New Yorku predmet koji nije zamišljen kao umjetnički rad samim preuzimanjem i promjenom konteksta pretvorio u umjetničko djelo, a Andre Bazin dodatnu je potvrdu implementaciji te filozofije u svijet filma dao 1945. godine tvrdeći da je film konačno oslobodio slikarstvo okova realizma i omogućio mu estetsku autonomiju.[7] Dva su glavna moda rekontekstualizacije: ilustrativni i metaforički, a oba se često mogu pronaći u istom filmu.[8] Primjer found footage dokumentarnog filma možemo naći u dva dokumentarna biografska filma istog autora- Asifa Kapadie koji je najprije korištenjem arhivskih snimaka, privatnih i javnih, napravio film o prvaku Formule Ayrtonu Senni „Senna“, a kasnije na isti način i iznimno i od strane kritike i publike hvaljen dokumentarni film „Amy“ o životu prerano preminule pjevačice Amy Winehouse.

Istraživački dokumentarni film koristi medij filma ili televizije kako bi snimio potragu za istinitom informacijom o pojedinom pitanju. Istraživački dokumentarni film može biti povijesni ili suvremeni, a karaterizira ga pažljivo pripovijedanje koncentrirano oko dokaza i argumenata. Nova je tendencija u ovoj vrsti dokumentarnog filma autorski pristup pri kojem autor preuzima ulogu putem koje se postavlja u poziciju iz vlastite perspektive odnosno perspektive lika kojeg igra dokazati kako neki proces ili situacija zapravo izgleda.

Dobar su primjer takve nove tendencije u ovoj vrsti dokumentarnog filma filmovi Mads Brügger-a “Red chapel” i “The ambassador” od kojih se prvi bavi otkrivanjem obrazaca u sjevernokorejskom društvu dok drugi otkriva procese u pozadini krijumčarenja i trgovanja krvavim dijamantima u središnjoj Africi. U oba slučaja Brügger kako bi utvrdio istinu preuzima ulogu glumca. Dok u slučaju filma “Red chapel” on osobno zaista i jest protagonist, ali zajedno s ostatkom trupe komičara skriva vlastiti karakter i stav glumeći kako se slaže s politikom totalitarne Sjeverne Koreje, u filmu “The ambassador” nabavlja isprave počasnog

[7] Martin Jay, *Downcast Eyes: The Denigration of Vision in Twentieth- century French Thought,* University of California Press, 1993., 459
[8] Paul Arthur, *The status of found footage*, http://cinema.usc.edu/assets/099/15897.pdf

konzula Liberije u Srednjoafričkoj republici i formira potpuno neovisan lik kojeg glumi kako bi prokazao korupciju koja vlada unutar političkih struktura na tom području.

Casting couch dokumentarni film je kao što mu i samo ime govori film čiji se protagonisti i protagonistice pronalaze putem manje ili više otvorenog poziva na audiciju ili sudjelovanje. Primjer takve vrste filma je film Tinatin Gurchiani, "The Machine which makes everything disappear" ili hrvatski naslov "55+" u režiji Boruta Šeparovića u produkciji Montažstroja.

Projekt "55+" interdisciplinarni je umjetnički projekt u režiji Boruta Šeparovića iz 2012. godine. Projekt se sastoji od kazališne predstave, dokumentarnog filma koji prati stvaranje predstave i serije radionica i susreta, a svim elementima projekta zajednički su protagonisti-grupa od pedesetak osoba starijih od 55 godina koji su se javili na oglas, prošli audiciju i odlučili sudjelovati u projektu. Već iz same činjenice da svi protagonisti dolaze iz iste dobne skupine proizlazi ideja da autora zanima njihovo zajedničko iskustvo, a u ovom slučaju to je iskustvo života na istom prostoru u istom vremenu. Redatelj od niza individualnih sjećanja režijskim i općenito umjetničkim postupcima formira kolektivno sjećanje na jedan minuli politički sustav i, važnije, proces transformacije tog sustava u današnji, posttranzicijski sustav.

Web dokumentarac (web doc) poznat je i pod nazivima interaktivni dokumentarac, i-doc i multimedijalni dokumentarni film, a može se definirati kao format koji spaja digitalne, interaktivne i društvene medije s dokumentarnom formom.[9]

Neovisno o pristupima temi i sučeljima koja koriste, web dokumentarci imaju nekoliko zajedničkih karakteristika. Ovi filmovi od svoje publike zahtijevaju da bude aktivna i to ne samo mentalno u procesu interpretacije sadržaja već i fizički. I sam je čin gledateljevog pretraživanja stranice putem kompjuterskog miša i tipkovnice fizička aktivnost, a aktivnost se povećava ukoliko se radi o interaktivnom web dokumentarcu koji od gledatelja traži da sam sudjeluje u filmu postavljanjem neke vrste sadržaja na web platformu. Nadalje, većina

[9] Charlotte Jenner. (2014). *Navigating distant worlds: International development and social change in interactive web documentary* [EBL Reader Version] http://130.241.16.45/ojs/index.php/gt/article/view/2870/2480

dokumentarnih filmova koristi linearnu naraciju, a gledatelj slijedi priču koja se odvija na platnu pri čemu on zauzima isključivo ulogu gledatelja i ni na koji način ne može utjecati na naraciju koja se odvija na ekranu. Web dokumentarac gledatelja tretira kao korisnika i iako mu daje osnovnu narativnu strukturu, na samom je gledatelju da strukturira svoju priču i uglavnom sam može odabrati sadržaj koji će gledati ili redoslijed kojim će ga gledati. Posljedica tog pristupa je i veći broj različitih perspektiva pa tako mnogi autori web dokumentaraca umjesto uobičajenog autorskog pristupa priči biraju višeslojne sadržaje namijenjene različitim tipovima publike. Mrak kino dvorane kod web dokumentarca zamjenjuju kompjuterski krajolici izrađeni u 3D tehnici koje se često može pregledavati u 360 stupnjeva, a sve u svrhu kako bi gledatelj kroz osobno iskustvo doživio „realnost“ prikazanu u dokumentarnom filmu. Ta je logika shvaćanja gledatelja kao korisnika u konačnici dovela i do trenda pretvaranja web dokumentaraca u kompjuterske igre- docu games, a njihova je svrha da korisniku pruže osjećaj duboke uključenosti u sadržaj kako bi zadržale pažnju korisnika umjesto da mu sadržaj dosadi pa ga zamijeni novim.

Konačno, posljednja je vrsta dokumentarnog filma koja pripada novim tendencijama u dokumentarnom filmu krosmedijski dokumentarni film. Iako se u ovoj vrsti filma ne radi o eksperimentu izražajnim sredstvima zasićenjem autorskim postupcima karakterističnim za dokumentarni film ili jednostavno autorskom inovacijom, krosmedijalni dokumentarni film nerijetko sadrži jednu ili više vrsta gore navedenih novih tendencija u dokumentarnom filmu. Ipak, on nastaje iz drugog razloga- zbog pojave novih medija i njihove konvergencije.

3. TRANSMEDIJA, INTERMEDIJA I KROSMEDIJA

Budući da sam ranije definirala termin dokumentarnog filma preostaje definirati pojam krosmedijalnosti kako ću je kasnije koristiti u tekstu. Krosmedijalnost je mreža složenih i povezanih dijelova u materijalnoj i osjetilnoj dimenziji pri čemu svaki dio ima vlastita svojstva, ali i svojstva koja ga povezuju sa cjelinom. Krosmedijski sadržaj je dakle posljedica hibridizacije medija, procesa koji za posljedicu ima gubitak identiteta pojedinačnog sadržaja, ali i stvaranje zajedničke karakteristične osobine- povezanosti unutar sustava, budući da je svaki pojedinačni dio stvoren na bazi povezujućih točaka, a različite su komunikacijske platforme povezane putem slika, zvuka, teksta ili podataka čije se izvođenje zbog njihove ograničavajuće prirode obavlja dijagonalno. [10]

Ovaj se proces može povezati s konceptima intertekstualnosti, intermedijalnosti i transtekstualnosti koji se koriste kako bi se opisao odnos između tekstualnog sadržaja te u analizi diskursa sa semiotičke perspektive.

Pod pojmom intertekstualnosti podrazumijeva se odnos među književnim tekstovima, pri čemu, da bismo razumjeli jedan tekst moramo poznavati i drugi, a tek na taj način tekstovi dobivaju svoje značenje. O intertekstualnosti govorimo onda kada su tuđi tekstovi postali zbilja vlastitog teksta pa se taj isti tekst može razumjeti samo u međusobnom odnosu s tuđim tekstovima.[11] Intermedijalnost bi tako u književnosti značila povezivanje književnih tekstova s drugim umjetnostima ili organiziranim medijima. Pojam transtekstualnosti direktan je odnos između određenih tekstova, primjerice u slučaju utjecaja jednog teksta na drugi.

Pitanja na relaciji film – druge umjetnosti, dakle, pitanja interdisciplinarnog i intermedijalnog karaktera među najčešćim su temama filmologije, stoga, kad je riječ o novosti, o filmu se često razmišlja kao o mediju izloženom svim mogućim dodirima s drugim umjetnostima („utjecajima“, „preuzimanjima“, „posudbama“, „prožimanjima“, „adaptacijama“, „citiranjima“ i sl.)[12]

---

[10] Bechmann Petersen, A. (2009). *Crossmedia: Innovation Networks for Traditional Media Organizations*. Tesis Doctoral. University of Aarhus, 37

[11] Antonela Vlajčić, *„Intertekstualnost u djelima Dubravke Ugrešić*“, http://othes.univie.ac.at/14773/1/2011-05-23_0647223.pdf, Beč, 2016.

[12] Peterlić, A., *Prilog proučavanju filmskoga citata, u: Intertekstualnost i intermedijalnost,* 197

Slične se distinkcije mogu uočiti između pojmova transmedija, intermedija i krosmedija.

Intermedijalnost se u filmu pojavila osamdesetih godina prošlog stoljeća proizašavši iz činjenice da je filmskoj slici i tekstu zajednička njihova mogućnost da budu preneseni putem citata i citiranja, a kao vezu između filma i drugih umjetnosti razlikujemo citate iz drugih filmova i citate iz drugih umjetnosti.[13] Intermedijska naracija odvija se na način da se sadržaj izmjenjuje između dvije platforme, ali odvija se između isključivo dva različita medija.

Pojam "Intermedija" prvi je put upotrijebio Dick Higgins , umjetnik pripadnik Fluxus pokreta želeći opisati različite interdisciplinarne umjetničke aktivnosti koje su se odvijale 1960-ih godina rekavši da velik dio najkvalitetnije umjetnosti tog doba pripada području koje se nalazi "negdje između dvije umjetnosti". Kao primjer takve vrste intermedijske umjetnosti spominje happeninge Allana Kaprowa koji su se prema autorovom opisu sastojali od niza aktivnosti, događaja koji se samo dogode, a zajednički tvore igru, avanturu, a Kaprow je prvi happening postavio već 1959. godine u Reuben Galeriji u New Yorku.[14]

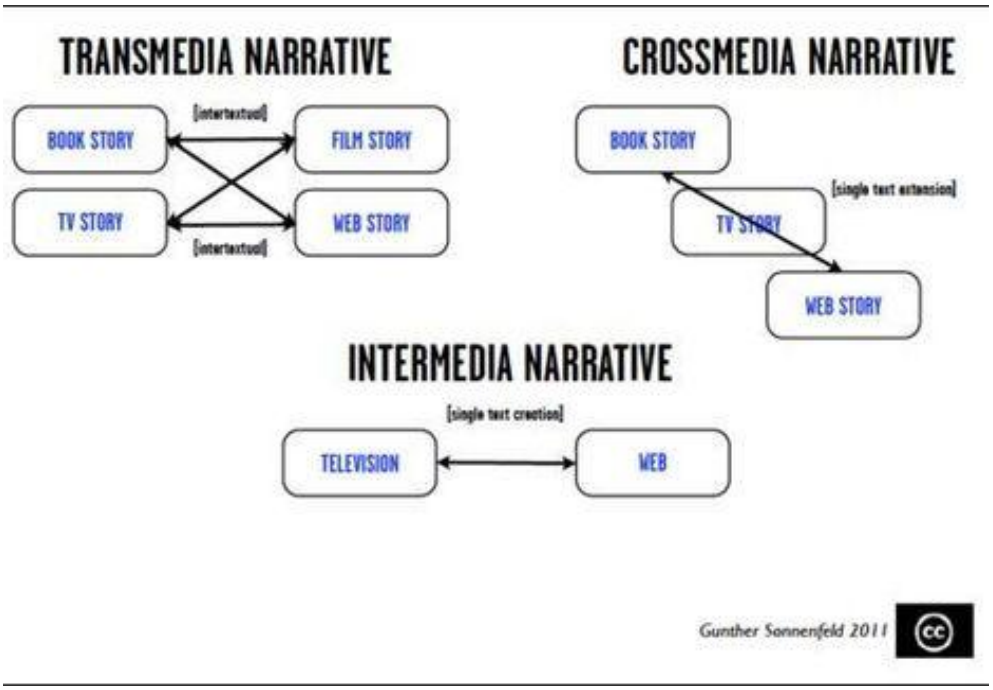
Fotografija iz happeninga "Fluids" Allana Kaprow-a

[13] Ivana Keser Battista, *Intertekstualnost, intermedijalnost i interdisciplinarnost u filmskom eseju* , Medij. istraž. (god. 16, br. 1) 2010., 137

[14] Kirstie Beaven, *Performance art 101: The happening, Allan Kaprow*, http://www.tate.org.uk/context-comment/blogs/performance-art-101-happening-allan-kaprow

Yvonne Spielmann koncept intermedije definira u svojem eseju “Intermedija u elektroničkim slikama” gdje intermediju kategorizira kao medijsku umjetnost u kojoj se elementi različitih medija kombiniraju i transformiraju što dovodi do specifične, jedinstvene promjene u slici. Spielmann tvrdi kako takav medij nadilazi tradicionalne medije pri čemu razlikuje i pojmove intermedije i multimedije na način da intermediju u definiciji ograničava na međuvezu između dva različita medija dok na primjeru kazališta pojašnjava kako multimedija označava sinhroniziranu pojavu različitih umjetničkih formi unutar jednog medija.[15]

Danas su intermedijalni projekti iznimno prisutni ne samo u umjetničkim radovima nego i u reklamnim kampanjama, a razlog za to nalazi se u činjenici da danas većina konzumenata audiovizualnih sadržaja sadržaje istovremeno ili paralelno pregledava na dva različita sučelja dostupna u velikom broju kućanstava- ekranu računala i ekranu mobilnog telefona.



Gunther Sonnenfeld, 2011.

Transmedija predstavlja proces pri kojem se ključni elementi sadržaja sistematično dijele putem više različitih medija pri čemu u idealnoj varijanti svaki medij na vlastiti način pridonosi pričanju priče kako bi u konačnici došlo do unificiranog i koordiniranog iskustva. Transmedijske priče rijetko u fokusu imaju jednog lika i jedan zaplet, a češće uspostavljaju virtualne svjetove u kojima možemo kroz različite platforme pratiti različite likove i zaplete. Budući da je za uspješno vođenje zapleta potrebna snažna koordinacija između sadržaja na

[15] Yvonne Spielmann, *Video, the reflexive medium,* The MIT Press, Cambridge, 2008.

različitim medijima, transmedijski su projekti najuspješniji ukoliko imaju jednog autora ili barem jednu produkcijsku kuću koja koordinira različite sadržaje i platforme, a posebice u potonjem slučaju i kod komercijalnih projekata zanimljivo je da je sadržaj prilagođen svakoj platformi i kako bi se privukla određena interesna skupina. Postoje brojne vrste transmedijskog sadržaja, a uglavnom se mogu razlikovati po vrsti narativa, broju platformi i simultanosti sadržaja između platformi (linearno, simultano, u nastavcima...) te prema tipu publike i vrsti njihove uključenosti u projekt. (pasivna, aktivna, kolaborativna...).

Prema Christy Dena, transmedija je nastala zbog sve većeg broja internetskih priključaka koji su dovoljno prilagođeni korisniku da on postaje aktivan u stvaranju ili mijenjanju sadržaja. Dena primjer za to nalazi u korisničkom korištenju osnovnih funkcija poput kopiranja, premještanja ili mijenjanja datoteke[16], dok bi nešto suvremeniji primjer bio onaj korištenja društvenih mreža poput primjerice YouTube-a čija je primarna namjena stvaranje korisničkog sadržaja i njihovo pretraživanje. Dena tvrdi da je godina začetka transmedije poetično pretposljednja godina 20. stoljeća. Te je 1999. godine, prema autorici, nastupio trenutak kad je razvoj velikog broja različitih tehnologija, ali i njihovo češće korištenje i pojava velikog broja različitih novih vrsta i podvrsta umjetnosti doveo do sve češćeg korištenja tih novih tehnologija u svrhu novih načina i metoda umjetničkog izražavanja.

Dena kao prve primjere transmedije navodi radove umjetnika Paula Sermana i Andree Zapp. Rad Andree Zapp kao jedne od prvih transmedijskih umjetnica bavi se kompleksnošću pojave između realne i virtualne akcije, a pitanja kojima se autorica bavi su primjerice ono o estetskim mehanizmnima koji konstruiraju pojavu, može li ona biti locirana i kako na pojavu utječe prostorna i vremenska percepcija.[17]

Drugi je primjer koji Dena navodi prva igrica za mobilne telefone, Nokia game, koja je osim mobilne igrice uključivala i časopise i televiziju uvijek s istim glavnim likom- likom snowboardera Sisu-a.[18]

Teoretičar transmedije Henry Jenkins smatra da se transmedijski sadržaj pojavljuje paralelno s kolektivnom inteligencijom. Kolekivna je inteligencija pojam kojeg je definirao Pierre Levy kako bi se referirao na nove društvene strukture koje omogućavaju širenje znanja unutar

[16] Dena, Christy, *Transmedia Narrative: Diverged Technology, Converged People, New Stories*. Podcast. http://lamp.edu.au/2005/11/08/podcast-new-stories
[17] http://spa.exeter.ac.uk/drama/presence/presence.stanford.edu_3455/Collaboratory/370aa88.html?view=print
[18] Dena, Christy. *Transmedia Narrative: Diverged Technology, Converged People*, New Stories. Podcast. http://lamp.edu.au/2005/11/08/podcast-new-stories

umreženog društva. Kolektivna inteligencija također podrazumijeva da korisnici nužno moraju međusobno komunicirati kako bi zajednički došli do informacije, a slično se događa i s transmedijskim sadržajem- informacije su uvijek disperzirane kako bi se osiguralo da svaki korisnik mora potražiti dodatne informacije u kontaktu s ostalim korisnicima jer jedino tako može iz niza disperziranih informacija doći do koherentnog znanja.[19]

Jedan je od pionira transmedijalnog storytelling-a Lance Weiler, autor filmova „The Last Broadcast“ i „Head Trauma“ kao i kratkog filma „Pandemic“ čija se priča prepričava putem filma, mobilnih telefona, osobnog kontakta, glumaca i tableta, a set filma je čitav jedan mali grad. U intervjuu za portal Filmmaker Magazine, Weiler je opisujući svoju motivaciju za rad na upravo transmedijskim projektima za sebe rekao da je platformski agnostik što bi po njemu trebali biti i ostali suvremeni redatelji koji se bave transmedijskim sadržajem. Osim toga po Weileru, redatelji bi trebali biti dizajneri iskustva i arhitekti priče što znači da sadržaj njihovog posla u režiranju ovakvog tipa filma i filmskog sadržaja zahtijeva da redateljev režijski pristup nudi rješenja i po pitanju priče i po pitanju tehnologije, ali i da redatelj unaprijed mora znati kakvo će ono biti i „režirati“ i gledateljevo iskustvo. Oni koje smo nekad poznavali kao gledatelje pak, prema Weileru postaju suradnici. Dani kad se od publike očekivalo da plati i pasivno sjedi i gleda film gotovi su, kaže Weiler, gledatelji se danas osjećaju kao scenaristi.[20]

Weiler je kasnije u svojem predavanju na konferenciji DIY Days u New Yorku postavio šest pravila kojih se autori transmedijalnih projekata moraju pridržavati u svojem radu, a ona su redom:

1. Nađite način da privučete, ali i zadržite publiku tako da je uvučete u priču
2. Zaigrajte na emocije gledatelja
3. Imajte jasnu narativnu strukturu koja se mijenja kroz vrijeme (kraj mora biti različit od početka)
4. Iznenadite gledatelje
5. Dobro oglasite proizvod kako biste za svoj projekt privukli što više publike koja je u transmedijskim projektima često i sudionik[21]

[19] Jenkins, Henry, *Convergence Culture*, New York: New York University Press, 2006.
[20] http://opendoclab.mit.edu/the-new-digital-storytelling-series-lance-weiler
[21] https://econsultancy.com/blog/9383-five-ways-to-create-effective-transmedia-stories

Primjer transmedijalnog dokumentarnog projekta projekt je redateljice i producentice Luise Dantas iz 2006. godine pod nazivom „The Land of Opportunity“. Projekt obuhvaća dugometražni film i interaktivnu web platformu koja se nalazi na web stranici http://www.landofopportunitymovie.com/ . Film je snimljen 2006. godine i slijedi nekoliko protagonista koji obnavljaju svoje domove, živote i zajednicu nekoliko godina nakon što je njihov grad New Orleans pogodio razorni uragan Katrina. Šest godina nakon filma, 2012. godine, u projekt je uključena i web platforma koja za cilj ima njegovati dijalog unutar zajednice koja se ponovno izgrađuje.[22] Web platforma sadrži niz priča protagonista koji sudjeluju u ponovnoj izgradnji New Orleansa od kojih su neke dokumentirane tijekom snimanja filma, a neke posebno za potrebe web platforme, a osim što postoje moderirani forumi na kojima se raspravlja o zajednici i temama od interesa za zajednicu, web platforma korisnicima nudi da doprinesu dokumentarnom projektu na način da sami kreiraju sadržaje koje potom mogu postaviti na web platformu.

Transmedijski dokumentarni projekti sve su češći izbor redatelja i producenata čemu sigurno pridonosi i veći broj foruma i fondova za razvoj i financiranje upravo tog tipa dokumentarnih projekata. Magnus Gertten, švedski redatelj i producent tako je čak izjavio da budućnost dokumentarnog filma vidi upravo u transmedijalnim projektima koji filmu produljuju trajanje, a paralelno proširuju publiku filma i na korisnike Interneta.[23]

[22] http://www.landofopportunitymovie.com/
[23] https://www.dokweb.net/articles/detail/59/i-see-the-future-of-documentary-films-in-transmedia

4. KROSMEDIJA- JEDNA PRIČA, VIŠE PLATFORMI

Iako djeluje da je interes za krosmedijske sadržaje novijeg datuma i potaknut suvemenim procesom konvergencije, istraživanja ove vrste sadržaja datiraju od same pojave novih medija i interesa koji je zavladao za njihovo korištenje.

Za daljnju analizu potrebno je definirati pojam medija koji se razumijeva u užem i širem smislu. U užem, tehnološkom smislu mediji su sredstva komunikacije određena tehnološkim razvojem (materijalnim uređajima, aparatima prijenosa) i institucijama povezanima s tim tehnologijama (radio, televizija, novine). Šira definicija medija odnosi se na svaki izraz, kanal komunikacije koji je posrednik nekog značenja.[24]

Bolter i Grusin koristili su koncept remedijacije kako bi utvrdili karakteristike sadržaja koji se pojavljuje u različitim medijima. Remedijacija predstavlja proces u kojem mediji kontinuirano komentiraju, zamjenjuju i reproduciraju ostale medije. Prema Bolteru i Grusinu remedijacija je ključna karakteristika novih digitalnih medija zato što novi mediji konstatno vrše remedijaciju nad svojim predhodnicima (radio, televizija, tiskani mediji…). Iako ova studija ne spominje koncept krosmedije, ova je studija koja objašnjava kako novi mediji oblikuju nove medijske konvencije i kreiraju nove hibridne forme zajedno s ovakvom definicijom koncepta remedijacije korisna u istraživanju krosmedijskog fenomena.[25]

Ribas pak remedijaciju u digitalnom kontekstu tumači kao preuzimanje starog medija od strane novog, a ideja remedijacije u pozadini ima dvije sasvim različite logike: logiku imedijacije i hipermedije pri čemu imedijacija znači da vizualni stil teži tome da gledatelj/korisnik zaboravi na prisutnost medija dok se hipermedija odnosi na vizualni stil koji ima za cilj podsjetiti gledatelja na prisutnost medija korištenjem vlastitih razlikovnih sredstava i kodova.[26]

---

[24] Katarina Peović Vuković, *Književnost i remedijacija. Mediji kao kulturalna dominanta kasnog kapitalizma,* http://www.academia.edu/3670103/Knji%C5%BEevnost_i_remedijacija._Mediji_kao_kulturalna_dominanta_kasnog_kapitalizma, 2

[25] Bolter and Grusin, *Remediation: Understanding New Media,* https://monoskop.org/images/a/ae/Bolter_Jay_David_Grusin_Richard_Remediation_Understanding_New_Media_low_quality.pdf, 40-78

[26] Rosa Franquet y María Isabel Villa Montoya, *Interpretation and analysis of cross media content: the case of Televisió de Catalunya,* http://www.raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/252604/339173, 2

Današnja se medijska slika sastoji od velikog broja međusobno povezanih platormi na kojima se nalazi sadržaj. Svaka od platformi ima svoje prednosti i ograničenja o kojima se treba voditi računa u procesu kreiranja sadržaja za određenu platformu.

PLATFORM	ELEMENTS	UNIQUE FEATURES
Film	Moving image, audio, non-interactive, fixed interaction time, passive viewing	Popular, reaches a wide audience, commercial
Episodic Shows	Moving image, audio, non-interactive, fixed interaction time, passive viewing, shorter, episodic	Quick; episodes extend the duration of the transmedia work over time. changes the nature of how audience engages. overall extended narrative
Gaming	interactive, animated/moving graphics, music, sound effects, no fixed interaction time,	players become an extension of the story world: they can act as a character, manipulate the world, and possibly form their own narrative
Toys (action figures, costumes, trading cards)	playable, physical, tactile	hands-on media, collectible, allows players to become part of the world physically. helps form ideas of collective identity and competition and passion! (i.e. trading card collections)
Music (Song)	only audio, fixed interaction time, single media environment (just sound).	sing-alongable
Artwork (Photography, Painting, Installation etc.)	only image, no fixed interaction time, single media environment (just image).	highlights key moments, encourages hardcore fans to appreciate and engage further
Literature (Novels)	written word, more detailed, fixed time, but longer than most other media	encourages reader's imagination
Graphic Novels, Comics	written word, images, expressive, fixed time but duration is quite long.	encourages reader's imagination, niche market
Social Media	videos, audio, text, image, networked, quick and fast connectivity, interactive	direct interaction with the personal audience member - personalization. encourages audience participation. bridge between the story world and the real world.

Crossmedia convergence in a connected world

Pojam krosmedija najvjerojatnije potječe iz oglašavačke industije koja je prva shvatila kako iskoristiti različite nove platforme za prenošenje poruke. Tako je The Coca Cola Company svoju kampanju "Coke adds life" iz 1970. godine uspješno prilagodila prenošenju istih reklamnih poruka na čak tri različite platforme: televiziji, radiju i novinama. Nešto kasnije, agencije koje se bave vijestima poput Reutersa i The Associated Press-a svoje su vijesti distribuirale ne samo u različitim novinama i magazinima, već i putem televizije i radija.[27]

Oglašivačka industrija i danas prva prati globalne trendove i razvoj novih medija, a krosmedijske marketinške kampanje gotovo pa da su postale standard u oglašavanju. Tome zasigurno pridonosi sve veća medijska pismenost, ali i već spomenuta činjenica da danas velik broj stanovništva posjeduje više sučelja na kojima katkad i istovremeno pregledava sadržaje s više različitih platformi.

Jedan je od uspješnijih suvremenih primjera krosmedijske marketinške kampanje onaj danske financijske kompanije koja je za potrebe promocije svojeg projekta financijske pomoći izradila web seriju od osam epizoda pod nazivom "Anders i Henriette" o mladom paru koji započinje zajednički život. Serija je bila iznimno gledana, a financijska je kompanija širenjem svoje poruke putem još jednog medija privlačnog njihovoj ciljanoj skupini ostvarila značajnu dobit. [28]

Vjerojatno prvi filmski krosmedijalni projekt koji je privukao pažnju javnosti bio je film "The Blair Witch Project" iz 1999. godine koji je sadržaj nudio putem dva medija- filma i interneta. Film se bavi grupom mladih filmaša koji snimaju film o legendarnoj vještici s tog područja, a zatim nestanu u lokalnoj šumi pod nerazjašnjenim okolnostima i za sobom ostavljaju samo video materijale od kojih je kasnije, navodno metodom found footage dokumentarca, napravljen dokumentarni film.

Iako u 1999. godini nije bilo neobično da promociju filma prati i web stranica, ona je uobičajeno sadržavala podatke o ekipi filma, trailer, sinopsis i filmske fotografije dok je ova, stranica filma "The Blair Witch Project"[29], postavljena nekoliko mjeseci prije premijere filma posjetiteljima nudila sasvim drugačiju vrstu sadržaja. Na stranici naime nije bilo nikakvih

---

[27] Kevin Moloney, *Multimedia, Transmedia, Crossmedia, what´s in the name?*, https://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name/

[28] Bruck, P.A., Buchholz, A., Karssen, Z., Zerfass, A. (Eds.), *E-content, Technologies and Perspectives for the European Market*, Springer, 2005., 136

[29] http://www.blairwitch.com/

pokazatelja da je ona načinjena u svrhu promocije filma, ona je sadržavala samo navodne dokumentarističke snimke članova ekipe navodnih filmaša koji su likovi u filmu kao i razgovore sa stanovnicima mjesta u kojem su nestali, njihovom obitelji i prijateljima te navodni arhivski materijal.

U ovom se primjeru iz 1999. godine radilo o inovativnoj promociji niskobudžetnog horror filma koja je zaista uspjela u priču uvući ogroman broj posjetitelja web stranice i film je kasnije postao hit sa zaradom od čak $140,530,114. [30] Zanimljivo je da je iako se radilo o igranom filmu upravo taj lažni marketing koji je inzistirao na dokumentarističkom karakteru filma i materijala na web stranici doveo do iznimnog interesa javnosti i time je zasigurno proširio prostor za nove ideje redatelja i producenata dokumentaraca.

[30] http://www.imdb.com/title/tt0185937/

5. KROSMEDIJSKI DOKUMENTARNI PROJEKTI

Autori krosmedijskih dokumentarnih projekata danas imaju na raspolaganju širok spektar foruma i radionica za razradu, prezentaciju i pitch vlastitih projekata. Dvije su najvažnije adrese zasigurno Power to the Pixel i IDFA DocLab.

Power to the Pixel je kompanija koja se specijalizirala za pomoć autorima i producentima u kreiranju i produciranju sadržaja koji se prikazuje na različitim platformama. Kompanija postoji deset godina, a njezina je osnivačica Liz Rozenthal jedna od pionirki novomedijske produkcije. Ključne su aktivnosti kompanije:

- Pružanje konzultantskih usluga međunarodnim medijskim organizacijama, autorima i tvrtkama
- Organizacija inkubatora, sajmova, konferencija i izložbi koje tematiziraju inovativnu i interaktivnu naraciju ili naraciju u virtualnoj stvarnosti
- Stvaranje međunarodnih partnerstava između medijskih producenata, fondova i distributera
- Kreiranje inovativnih in-house treninga i inicijativa[31]

IDFA DocLab je festivalski program unutar International Documentary Film Amsterdam(IDFA) koji se fokusira na nove medije. Misija IDFA DocLab-a je prikazati interaktivne dokumentarce i druge novomedijske digitalne radove koji uspješno pomiču granice dokumentarne naracije u vremenu sučelja. Projekti su kurirani i prikazani online, ali i putem izložbi, kino prikazivanja, radionica i stručnih panela.[32]

Pitching dokumentarnih krosmedijalnih projekata ne razlikuje se znatno od pitcha dokumentarnih filmova, ali ono što ih razlikuje jest činjenica da autor, redatelj ili producent osim na pitanja o samoj priči i metodi naracije kojom je planira ispričati, protagonistima i sl. mora potencijalnim ulagačima znati odgovoriti i na pitanje na kojim će platformama priča biti ispričana i zašto te na koji će je način prilagoditi takvoj vrsti naracije.

[31] http://www.powertothepixel.com/#all-programmes-area
[32] http://www.doclab.org/about/

Jim Thacker iz Power to the Pixela sumirao je iz iskustva Londonskog pitching foruma za krosmedijske projekte deset pitanja na koja svaki autor ili producent krosmedijskog projekta mora znati odgovor, a ona su:

1. Gdje je emotivna srž?

Ovo je pitanje naravno zajedničko svim vrstama umjetnosti, ali kod krosmedijalnog projekta dodatno je bitno odgovoriti na njega jer u ovom slučaju emotivni učinak može oslabiti samim dijeljenjem sadržaja putem različitih platformi. Upravo je zato od iznimne važnosti pronaći emotivnu srž i naći način kako je učinkovito distribuirati na različitim platformama.

2. Snažno je, ali je li jedinstveno?

Ovo se pitanje najviše tiče krosmedijskih projekata koji se oslanjaju na sudjelovanje korisnika. Svaki bi autor morao istražiti bavi li se istom temom koju obrađuje i njegov krosmedijalni projekt i na jednoj od istih platformi i neki drugi već postojeći izvor kojem korisnici već vjeruju i skloniji su svoju priču ili komentar podijeliti tamo.

3. Radi li se o krosmedijalnom ili transmedijalnom sadržaju ili samo o marketingu?

Nije dovoljno da projekt bude prisutan na više platformi da bismo ga mogli definirati kao krosmedijalni projekt. Sadržaj koji se objavljuje na svakoj pojedinoj platfomi mora obavezno biti umjetnički valjan tj. ne smije služiti samo kako bi se privukla pozornost na sadržaj koji se objavljuje na jednoj ili ostalim platormama.

4. Je li projekt previše razgranat?

Kompleksnost krosmedijalnih i transmedijalnih projekata raste s brojem platformi koje obuhvaća, ali to ne garantira kvalitetu. Sadržaj obavezno mora biti prilagođen svaoj pojedinoj platformi kako bi iskustvo korisnika bilo zadovoljavajuće.

5**.** Kako ćete povezati sve točke?

Svaki novi medij mora nedvosmisleno biti povezan s projektom što na elementarnoj razini znači da treba imati primjerice isti naslov ili iste protagoniste, ali dodatno, treba imati i istu publiku što je katkad teško postići između dva različita medija.

6. Pokušavate li učiniti previše istovremeno?

Ukoliko iza projekta ne postoji tim koji se može simultano baviti stvaranjem sadržaja za svaku pojedinu platformu potrebno je imati jasnu kronologiju razvoja projekta i potencijalnih partnera projekta poput primjerice tvrtke koja će izraditi aplikaciju ili programera koji će izraditi kompjutersku igricu.

7. Na koji način ćete moderirati i organizirati sadržaj koji stvaraju korisnici?

Ovo se pitanje ponovno direktno tiče krosmedijalnih dokumentaraca koji potiču korisnike na sudjelovanje i objavljivanje vlastitog sadržaja. Bitno je imati na umu pravilo 1:9:90 koje govori da će na svakih devedeset ljudi koji pregledaju vaš sadržaj samo njih devet ostaviti neku vrstu komentara, a tek jedan će objaviti vlastiti sadržaj. Također, iznimno je bitno moderirati i organizirati takvu vrstu sadržaja što je također jedan segment umjetničkog rada na projektu.

8. Jeste li se savjetovali po pitanju etike?

Pitanje etičnosti iznimno je bitno za svaku vrstu dokumentarnog sadržaja, a u slučaju krosmedijalnog dokumentarnog projekta još je od veće važnosti jer autor preuzima odgovornost ne samo za svoj režijski postupak već i za sadržaj koji korisnici sami stvaraju i postavljaju na platforme.

9. Na koji će način financiranje krosmedijalnog projekta osnažiti naš brand?

Ukoliko autor traži sponzore za svoj krosmedijalni projekt mora biti svjestan da je broj platformi na kojima se projekt realizira manje bitan od same ideje.

10. Na koji ćete način završiti projekt?

Autori moraju biti svjesni činjenice da su mediji različiti i u trajanju pa tako primjerice web platforma može opstati mnogo dulje nakon što se završi prikazivanje filma. Autor mora znati na koji će način završiti projekt, kronološki i zasebno prema svakoj pojedinoj platformi. [33]

[33] Jim Thacker, *10 questions potential partners will ask about your crossmedia project*, http://www.powertothepixel.com/10-questions-development-partners-crossmedia-project/

6. ANALIZA KROSMEDIJSKIH PROJEKATA

Svaki krosmedijski dokumentarni projekt mora potencijalnim donatorima i sponzorima moći odgovoriti na prethodnih deset pitanja Jima Thackera, a kako bih objasnila što čini uspješni krosmedijski dokumentarni projekt analizirat ću nekoliko različitih novih uspješnih krosmedijskih projekata kojima je primarni sadržaj film.

6.1. 24h Berlin

"24h Berlin" krosmedijalni je dokumentarni film Volkera Heise-a iz 2009. godine. Ideja filma bila je snimiti jedan dan u životu stanovnika Berlina 20 godina nakon pada Berlinskog zida, a redatelja je osobito zanimalo kako stanovnici Berlina žive ujedinjeni nakon razdoblja separacije i proturječja i što se promijenilo u njihovim životima.

Autor originalne ideje za snimanje ovog najduljeg postojećeg dokumentarnog filma bio je Thomas Kufus producent filma u Njemačkoj uglavnom poznat po reality projektima. Njegova je ideja bila snimati niz berlinskih minijatura tijekom jednog dana, simbolički dana godišnjice pada Berlinskog zida- 05. rujna 2009. godine. Kufus je kasnije izjavio kako ga je iznenadio interes sponzora i fondova za projekt budući da se radi o iznimno zahtjevnom projektu kakav dotad nije viđen na televiziji. On smatra da razlog leži u činjenici da su televizijski urednici uvijek u potrazi za "događajem", nečim što bi ih izdvojilo od ostalih i podiglo gledanost, a da istovremeno ne bude van okvira njihovog budžeta.[34]

Sam proces pripreme projekta trajao je godinu dana. Redatelj Volker Heise i producent Thomas Kufus zajednički su godinu dana tražili prave lokacije, teme i priče. Nakon temeljite pripreme odlučeno je da će čitav događaj na dan snimanja snimati ukupno osamdeset filmskih ekipa na razičitim lokacijama s protagonistima koji uključuju primjerice gradonačelnika Berlina, beskućnika, imigranta ili transvestita, a sve u svrhu prikazivanja što većeg spektra likova i lokacija. Kako bi projekt bio stilski i tehnički jedinstven u snimanje filma se uključio velik broj redatelja koji su kasnije dozvolili redatelju i producentu da

[34] http://www.hauptstadtkulturfonds.berlin.de/fileadmin//2009/1114_24hberlin-ei/Hollywood_Reporter_Feb09.pdf

manipuliraju njihovim materijalom bez njihove uključenosti u montažu. U konačnici film je imao dvadeset glavnih i pedeset sporednih protagonista.

Budući da je bilo veoma teško opremiti osamdeset timova Kufus je osigurao partnerstvo s tvrtkom Sony koja se na suradnju odlučila upravo zbog inovativnosti i krosmedijalne prirode projekta te na taj način uspješno osnažila svoj brand.

Na sam dan snimanja ekipe su krenule na lokacije, bio im je osiguran centralni punkt za odlaganje materijala, a dodatne su ekipe snimale vinjete i netonske snimke berlinske svakodnevice.

Fotografija iz filma "24h Berlin" Volker-a Heise-a

Filmska ekipa je dva mjeseca slagala i uređivala materijale, a montaža je potrajala idućih deset mjeseci. Rezultat je film u trajanju od 24 sata koji se točno godinu dana nakon snimanja, na obljetnicu pada berlinskog zida, prikazivao paralelno na dva televizijska kanala- Francuskom ARTE i Njemačkom RBB. Paralelno s prikazivanjem filma po čitavom su Berlinu bile organizirane izložbe, javna prikazivanja filma i predavanja o Berlinu.

Ono što ovaj film čini krosmedijskim filmom dodatni je sadržaj koji su korisnici mogli sami postaviti na web stranicu http://www.24berlin.tv/ na dan snimanja. Dva medija koja su emitirala sadržaj bila su Internet i televizija. Web stranica je prije samog snimanja nudila samo opis projekta, ali nešto prije snimanja korisnicima je ponudila mogućnost da sami stvore sadržaj koji bi nužno morala biti dokumentacija njhovih vlastitih aktivnosti na dan snimanja nakon kojeg bi ostali korisnici ocijenili priloge od čega bi tri prvoplasirana bila uvrštena u film kao jednako važni dijelovi i doprinosi. Web platforma je osim toga u mjesecima između snimanja i montaže filma korisnicima nudila kratke isječke snimljenog

materijala u formi videa koje su korisnici mogli pregledavati vlastitim redoslijedom kao i komentirati. Na sam je dan emitiranja filma film streaman i na web stranici simultano s njegovim prikazivanjem na tv postajama. Kod oba je medija, i interneta i televizije, prema riječima redatelja i producenta zamišljeno da se film ne gleda u kontinuitetu pa zato i trajanje od 24 sata.[35] Budući da je web adresa po prestanku projekta prestala postojati, sadržaji koji su se na njoj nalazili više nisu dostupni.

„24h Berlin“ emblematski je primjer činjenice da kultura slijedi napredak u tehnologiji. Čak 82 godine nakon Ruttmannovog „Berlin: simfonija velegrada“, „24h Berlin“ suvremeni je pripadnik žanra simfonije velegrada i film kojeg je bilo moguće snimiti bez vanserijskog budžeta tek napretkom tehnologije.

[35] https://www.sony.co.uk/pro/article/broadcast-products-24h-berlin-a-new-dimension-in-television

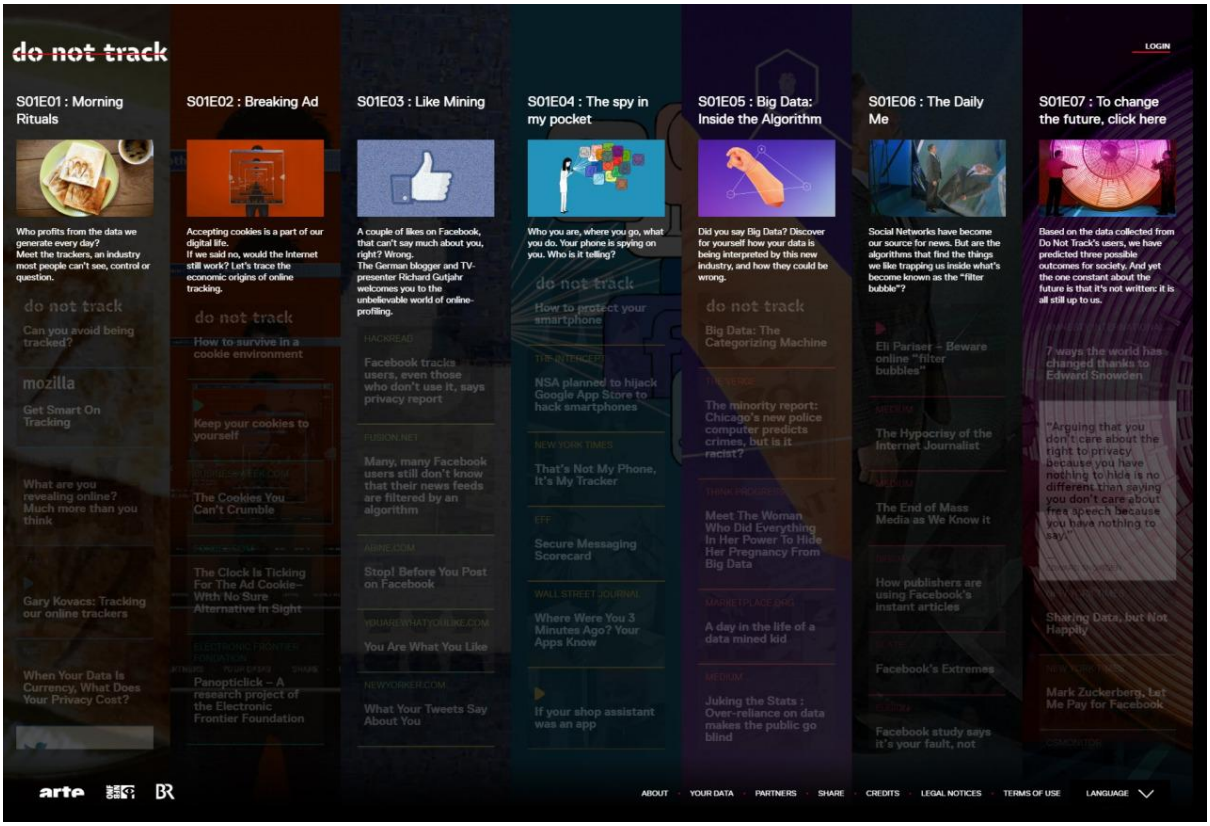
6.2. Do not track

„Do not track“ interaktivni je web dokumentarac Bretta Gaylora iz 2015. godine u produkciji Upian.com-a, jedne od najpoznatijih filmskih produkcijskih kuća specijaliziranih za web dokumetarce i ONF-a, a u projekt su uključene i dvije televizijske kuće- ARTE i BR koje su preuzele dio sadržaja dostupnog na web stranici za prikazivanje na televiziji. Van web stranice i već spomenutih televizijskih prikazivanja projekt „Do not track“ često se na izložbama može vidjeti i u formi interaktivne video instalacije.

Primarni je sadržaj projekta „Do not track“ sedmodijelna web serija koja se može pronaći na stranici projekta https://donottrack-doc.com/en/intro/ , a osobito je zanimljiva činjenica da je i sam sadržaj serije kao i niz drugih interaktivnih sadržaja na web stranici drugačiji za svakog pojedinačnog gledatelja ili korisnika. Stranica naime zahtijeva registraciju prije nego što dozvoli pristup materijalima, a razlog zašto je registracija nezaobilazna krije se u činjenici da se upravo to individualno iskustvo stvara analizom podataka korisnika koji pristupaju web stranici. Stranica već pri samom pristupu i registraciji korisnika analizira primjerice IP adresu i vezu koju korisnik koristi kako bi otkrila u kojoj se državi korisnik nalazi, kakvo je vrijeme, koje je doba dana i kakvom se vrstom računala korisnik služi.

Upravo je takvo neovlašteno preuzimanje podataka i tema ovog interaktivnog web dokumentarca- on se bavi sigurnosti na Internetu i načinima na koje društvene mreže i web stranice preuzimaju naše podatke i šalju ih vladama, kompanijama i reklamnim agencijama ugrožavajući time našu privatnost. Sekundarni sadržaji projekta koji od korisnika uglavnom zahtijevaju sudjelovanje ovdje su kako bi korisnik iz prve ruke otkrio na koji se način to događa, a taj proces započinje upravo uvodnom obveznom registracijom, a završava korisnikovim ispunjavanjem brojnih anketa i upitnika od onih o vlastitim preferencijama do onih o zadovoljstvu sadržajem stranice na kojoj se nalazi pri čemu, prema riječima Bretta Gaylora u proglasu koji se nalazi na web stranici- „Do not track“ podatke korisnika koristi isključivo unutar projekta kako bi korisnicima vjerno dočarao što se s podacima inače događa. [36]

[36] https://donottrack-doc.com/en/your-datas/



Screenshot web stranice „Do not track“, Bretta Gaylora

Razlog da „Do not track“ bude krosmedijalni projekt, a ne isključivo sedmodijelna televizijska serija vrlo je jasan- dokumentarna serija koja se bavi Internetom logično će svoju publiku potražiti i na samom Internetu.

Brett Gaylor je paralelno sa svojom filmskom karijerom gradio i karijeru u korporaciji Mozilla koja se bavi internetskim aplikacijama pa mu je ovakav krosmedijski projekt bio osobito izazovan. Dok je radio u korporaciji često je okupljao filmske umjetnike zajedno s inžinjerima na radu na aplikacijama i internet projektima pa je izlišno pitati se koji je njegov stav o budućnosti krosmedijskih projekata, a osobito onih koji uključuju Internet. U skladu s time njegova je najveća zamjerka timu koji je radio na „Do not track“ nedovoljna priprema samog sučelja na web stranici iz čega je autor izveo zaključak da bi svaki krosmedijski autor koji koristi platformu koja uključuje dizajn vlastite izrade trebao koristiti podatke dobivene istraživanjem preferencija korisnika.[37]

[37] Interview: ‘Do Not Track’ director, Brett Gaylor,

http://www.bellyfeel.co.uk/2015/06/interview-do-not-track-director-brett-gaylor/

Drugi je izazov bio internetsku platfomu koja je krenula iz teze da su joj ciljana publika jednostavno svi korisnici Interneta prilagoditi činjenici da njezini korisnici dolaze iz različitih kultura i imaju različito gledanje na pojam privatnosti. Iako su dijelovi sadržaja personalizirani bilo je potrebno pronaći kreativne načine kako bi se korisnike koji tek prvi put posjete stranicu i nisu zabrinuti za pitanje anonimnosti i sigurnosti na Internetu na toj stranici i zadržati.[38]

Zanimljivo je na koji je način ovaj projekt na tragu pitanja Jima Thackera o emotivnoj srži projekta. Iako na prvi pogled djeluje da se radi o projektu koji je prije svega informativan, eventualno aktivističke prirode, iz ovog se projekta koji pokazuje na koji je način i u kolikoj mjeri tehnologija povezana s identitetom postavlja pitanje može li i sama platforma ukoliko je personalizirana proizvesti emotivni učinak kod gledatelja, a prema reakcijama korisnika čini se da može.

[38] Interview: 'Do Not Track' director, Brett Gaylor,

http://www.bellyfeel.co.uk/2015/06/interview-do-not-track-director-brett-gaylor/

6.3. Gaza/Sderot: Life in Spite of Everything

Screenshot s web stranice filma Gaza/Sderot: Life in Spite of Everything

"Gaza/Sderot: Life in Spite of Everything" je web dokumentarac redatelja Khalil al Muzayyen-a i producenta Alexandre-a Branchet-a iz 2008. godine, a radi se o koprodukciji Arte.tv-a, službene stranice francusko-njemačke televizijske postaje ARTE, izraelske Alma Films/Trabelsi Produkcije i palestinskog Rammatan Studia, francuske produkcijske kuće specijalizirane za dokumentarni film Bo Travail! te produkcijske kuće specijalizirane za interaktivne i web dokumentarce Upian.com.

Naslov filma odnosi se na dva grada koja se nalaze svaki u jednoj državi u pograničnom prostoru između Izraela i Palestine gdje se neovisno o svakodnevnim ratnim sukobima život stanovnika i stanovnica oba grada odvija unatoč ratu.

Kako bi se dokumentirao svakodnevni život koji se odvija u ta dva grada Alexandre Branchet je osmislio koncept u kojem bi svakog dana tijekom dva mjeseca izraelski i palestinski tim zasebno snimao kratke dvominutne kronike koje prate šest protagonista s izraelske strane, iz Sderota i šest protagonista iz Gaze, s palestinske strane. Tako bi gledatelj mogao pratiti što se događa sa svakim pojedinim likom na tjednoj bazi te ga slijediti u situacijama i ramišljanjima u razdoblju od ukupno deset tjedana, od oktobra do prosinca 2008. godine.[39]

[39] http://gaza-sderot.arte.tv/en/#/faces/12

Sama web stranica nudi niz izbornika od kojih nam svaki omogućava da film doživimo iz drugačije perspektive. Priče se tako mogu pretraživati po kriteriju vremena snimanja, lica, lokacija koje se nalaze na izborniku geografske karte te po tematici o kojoj protagonisti i protagonistice govore u pojedinoj priči.

Pretraživanje po kriteriju vremena omogućuje nam da film gledamo kronološki, izbornik lica dopušta nam da označimo osobu čiju priču želimo gledati i otvara nam sve snimke te osobe u razdoblju snimanja, preglednik „karte“ otvara nam zemljopisnu kartu na kojoj se nalazi čitav prostor ta dva pogranična grada s ucrtanim lokacijama na kojima se odvijaju snimanja i konačno preglednik tema, sva videa svrstava u odnosu na teme o kojima se u pojedinom dijelu filma govori od kojih su one s najviše oznaka teme poput obitelji, opsade, nestašice, bolesti, optimizma, glazbe, novca, granica, doma i strpljenja.[40]

Screenshot s web stranice filma Gaza/Sderot: Life in Spite of Everything

Gledatelj ima mogućnost ostaviti komentar na svaki pojedini video ili ga integrirati na vlastitu stranicu ili stranicu društvene mreže što je zanimljivo u odnosu na pitanje kako će gledatelj tumačiti film ukoliko pogleda samo djelić filma van zamišljenog zadanog konteksta.

[40] http://gaza-sderot.arte.tv/en/#/topics/

Ipak, neovisno o ovim značajkama koje su zajedničke i velikom broju web projekata različitih tematika, za web stranicu projekta “Gaza/Sderot: Life in Spite of Everything” ne može se reći, van samog specifičnog izbornika, da je interaktivna u skladu s očekivanjem od krosmedijskog projekta koji paralelno uz web platformu svoj sadržaj emitira i unutar televizijskog programa televizijske kuće ARTE. Ipak, osim mogućnosti da gledatelj sam bira redoslijed prema različitim kriterijima, web platforma za razliku od televizije nudi drugu vrstu doživljaja. Naglašavajući u svakom segmentu web platforme moment granice koja dijelom i otežava pretraživanje korisniku koji se pregledavajući nalazi unutar zatvorenog sustava ta granica postaje stvarna i za samog korisnika.

6.4. Alma: a tale of violence

„Alma: a tale of violence“ film je Miquel Dewever-Plana-e i Isabelle Fougère, a film je koprodukcija televizijske kuće ARTE France, produkcijske kuće specijalizirane za web dokumentarce Upian i produkcijske kuće Agencija VU.

Primarni dio ovog web dokumentarca je 40- minutni intervju s protagonisticom Almom koja govori o svojem iskustvu članice bande koju je u konačnici odlučila napustiti zbog čega su je članovi njezine bande pokušali ubiti pa je Alma danas paraplegičarka. Već na samom početku Alma priznaje kako je ubila djevojku koju je njezina banda zatočila i silovala, ali iz današnje perspektive osobe koja se pokajala i uspjela preživjeti njezina je priča puna tuge i kajanja.

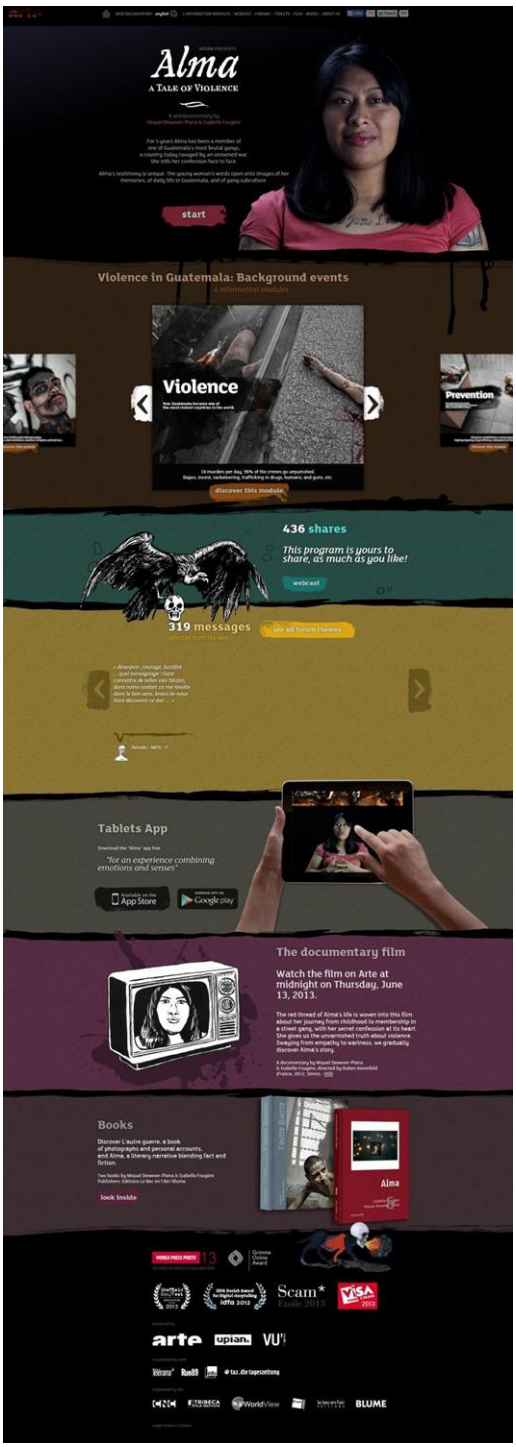
Almu je otkrio fotograf Miquel Dewever-Plana dok je fotografirao bande u Guatemali i odlučio je ostati u kontaktu s njom smatrajući kako je njezina priča uz njezine osobne karakteristike primjer onoga što se događa mladim ljudima kad postanu članovi bande, ali istovremeno i put prema tumačenju ponašanja bandi u Guatemali koje je uvijek predstavljalo misterij. Alma je o snimanju razmišljala više od godinu dana prije nego što je odlučila ispričati svoju priču i javnosti otkriti svoj identitet, a konačni je proizvod ovaj krosmedijski projekt koji je dijelom prilagođen i podučavanju u školama kako bi se mlade upozorilo na opasnosti koje donosi članstvo u bandi.[41]

Proces snimanja filma i organizacije dodatnih sadržaja trajao je ukupno dvije godine, a u konačnici se ovaj krosmedijski projekt sastoji od filma, web platforme i dvije knjige uz nastavne materijale, a svi su sadržaji prevedeni na četiri jezika.

Sam film koji se nalazi i na web platformi zapravo je tzv. talking heads dokumentarac. Almu vidimo u krupnom planu, a u dijelovima filma gledatelju se nudi mogućnost da spuštanjem ili podizanjem kursora dobije pristup dodatnim sadržajima poput fotografija, skica ili video snimaka koji opisuju ono o čemu protagonistica u tom trenutku govori bez da se njezin govor prekida pomicanjem strelice.

[41] http://time.com/3792903/alma-a-tale-of-guatemalas-violence/

Naracija je linearna i ne postoji podjela na poglavlja koja je uobičajena u ovom tipu web dokumentarnog filma. Jedini interaktivni dio samog filma jest izbor između slike koju ćemo gledati dok protagnistica priča svoju priču- hoće li to biti njezino lice ili neka vrsta ilustracije koja prati ono o čemu ona priča.



Arte

Web stranica http://alma.arte.tv/en/ osim samog filma koji je emitiran i u programu televizijske kuće ARTE, koproducenta filma, sadrži i ostale dostupne sadržaje koji ovaj projekt čine krosmedijskim.

Knjige „Alma“ autora dokumentarnog filma objedinjuju fotografije Alme i općenito fotografije koje dokumentiraju ili oslikavaju njezinu priču s transkriptom njezinog govora iz filma i dokumentacijom i zapisima o djelovanju bandi na području Guatemale zajedno sa zapisima koji kombiniraju ispovijedi i fikciju.

Na stranici je moguće i skinuti aplikaciju za mobilne telefone i tablet na kojoj se također nalazi film sa svim dodatnim sadržajima prilagođen pregledavanju na sučelju tableta ili mobilnog telefona.

Sam je autor rekao da se odlučio za krosmedijski projekt kako bi što bolje približio kulturu bandi koju je proučavao, ali i kako bi projekt učinio dostupnijim mladim ljudima koji i jesu ciljana publika ovog projekta, a statistika pregleda web platforme dokazuje da je u tome i uspio.

6.5. Bear 71

„Bear 71“ je krosmedijalni dokumentarni projekt redatelja Leanne Allison and Jeremy-a Mendes-a iz 2012. godine. Tema projekta je život jednog medvjeda u nacionalnom parku Barff, a cilj mu je podići svijest kod gledatelja o načinima na koji se isprepliću čovjek, priroda i tehnologija.[42]

Krosmedijalni projekt „Bear 71“ sastoji se od interaktivnog web dokumentarca i instalacije. Dokumentarni film koji se nalazi na web lokaciji http://bear71.nfb.ca/bear71/ prati život ženke grizli medvjeda od trenutka kad je uhvaćena i kad joj je stavljena ogrlica do trenutka njezine smrti. Samim otvaranjem stranice dokumentarac se automatski učitava i počinje s reproduciranjem. Otvara se izbornik s uputama za pregledavanje dokumentarnog filma i pokreće se prvi video u kojem se u offu predstavlja glavna protagonistica- grizli medvjedica. Naracija je iz prvog lica iz perspektive medvjedice, a gledatelj pregledava stvarne snimke koje su generirane iz fotografija koje automatski stvaraju kamere osjetljive na pokret koje okružuju nacionalni park. Nakon uvodnog dijela u kojem se predstavlja, glas naratorice koja nas upoznaje s protagonisticom, njezinom povijesti i informacijama o prostoru u kojem se nalazi prelazi na izlaganje stavova vezanih uz opće teme poput prirode i tehnologije, a osobito koncepta nadzora.

Gledatelj web dokumentarca ima priliku sam istražiti stanište medvjeda koje je prikazano kao apstraktni krajolik u 3D-u koji je sačinjen od niza stiliziranih digitalnih podataka, a paralelno mu se nudi mogućnost istraživanja snimaka dobivenih s nadzornih kamera iz prostora rezervata čime se gledatelja stavlja u poziciju čuvara nacionalnog parka koji nadgleda zatočene životinje.

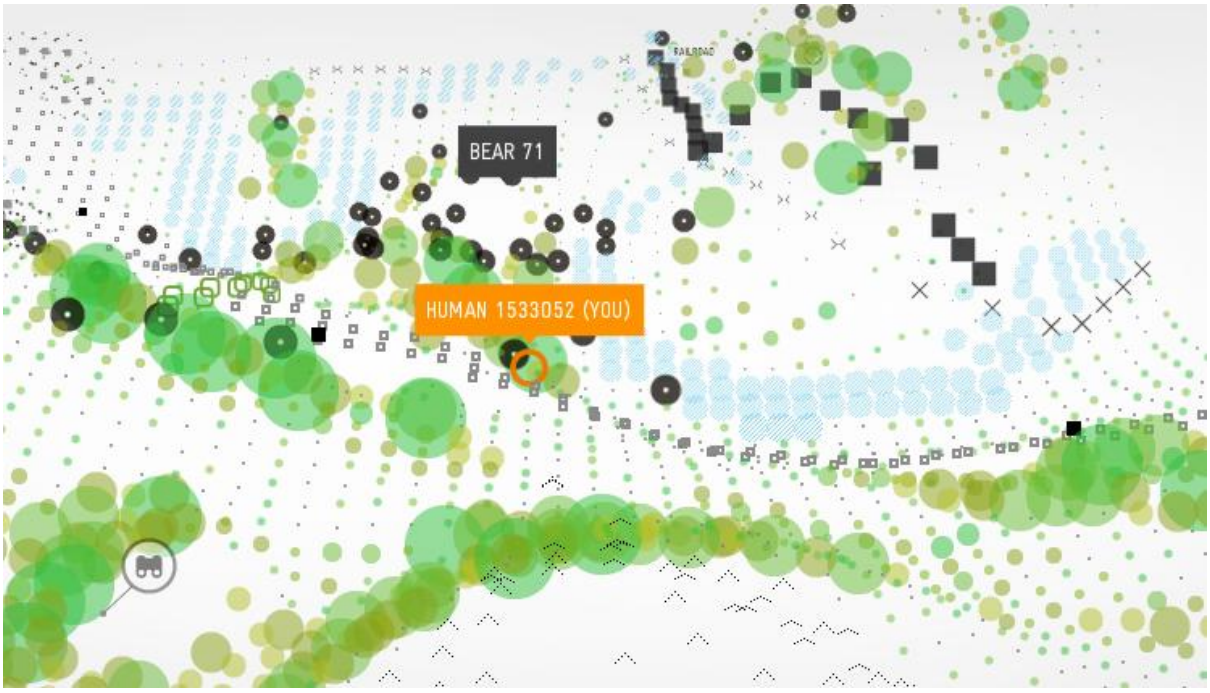
Film ima za cilj približiti gledatelju ljudsku potrebu da nas ovisnost o tehnologiji navodi da je koristimo kako bismo upravljali prirodom, a posljedica toga je da prirodu možemo kontrolirati, ali se na taj način od nje i udaljavamo.[43]

U dijelovima filma gledatelju se nudi mogućnost da se i sam pretvori u životinju koju se nadgleda. Naime, ukoliko gledatelj stranici dozvoli korištenje njegove web kamere, stranica će koristiti kameru kako bi promatrala gledatelja i emitirala video iz gledateljevog doma

[42] http://bear71.nfb.ca/bear71/
[43] http://bear71.nfb.ca/bear71/

ostalim gledateljima u dijelu stranice koji se naziva „surveillance wall“. Osim toga, gledatelji mogu i pratiti jedni druge i njihove lokacije na virtualnoj karti.

Sami autori o ovom prsistupu su rekli da taj pristup gledatelja tjera da se suoči s vlastitim odnosom prema tehnologiji i prirodi i tjera ga da propita ispravnost nadzora jednako u ljudskom društvu kao i u divljini. [44]



Krosmedijalni web projekt „Bear71“ nastao je s budžetom od 350 000 kanadskih dolara. Iako je autorski tim u početku planirao raditi dokumentarni film, nakon što su pregledali snimke dobivene od nacionalnog parka shvatili su da njihova kvaliteta nije dovoljno dobra da bi se film ikad mogao prikazati u kino dvoranama kako je originalno zamišljen. Krosmedijalni projekt je kasnije uključio i te snimke i podatke dobivene iz nacionalnog parka i postao jedan od najgledanijih krosmedijskih doukumentarnih web sadržaja u kratkoj povijesti krosmedijskih dokumentarnih filmova.

[44] http://bear71.nfb.ca/bear71/

7. ZAKLJUČAK

Od pet krosmedijskih filmova koje sam odabrala za analizu jedino je „Bear 71“ u početku planiran isključivo kao dokumentarni film što ne iznenađuje jer je popularizacijom donedavno još uvijek novih tehnologija i medija otvoren prostor za filmske, video i likovne umjetnike da te tehnologije na kreativni način iskoriste. Upravo zato je broj krosmedijskih dokumentarnih projekata u porastu, a u korist tome govori i činjenica da je nedavno u njemačkom Neustadtu otvoreno i prvo cross-kino specijalizirano isključivo za prikazivanje krosmedijskih projekata.

Hrvatska, ali i regionalna produkcija zaostaje za tim trendom pa su tako tek ove godine na natječaju Hrvatskog audiovizualnog centra (HAVC) financijska sredstva odobrena slovensko-hrvatskoj koprodukciji Astral Films-a i Factuma „iOtok“ scenarista i redatelja Mihe Čelara kojeg se opisuje kao multimedijalni i interaktivni dokumentarni film o povratku slovenskog pisca Mate Dolenca na hrvatski otok Biševo gdje namjerava napisati svoj posljednji roman dok će sporedni protagonisti biti stanovnici malenog otoka Biševa.[45]

Sustav financiranja krosmedijskih projekata vjerojatno je jedan od razloga zašto se regionalni filmaši i umjetnici ne odvažuju prihvatiti takve vrste projekta. Naime, iako cijena tehnike potrebne za stvaranje takve vrste projekta iz dana u dan sve više pada ipak je tim suradnika koji redatelj treba okupiti na ovakvoj vrsti projekta mnogo veći nego u uobičajenoj dokumentarnoj produkciji, a i profil suradnika mnogo je širi. Oba su ta uvjeta izazov za producente koji su jednako tako iz istog razloga vjerojatno manje skloni stimulirati takvu vrstu projekata i ulagati u njih.

Iako su krosmedijski, intermedijski i transmedijski projekti sigurno budućnost filma, ta budućnost će se vjerojatno sastojati od još niza projekata druge vrste koji će nastati nezaustavljivim razvojem još novijih tehnologija. Ipak, ni krosmedijski ni intermedijski ni transmedijski projekti nisu ničim ugrozili popularnost filma tako da je teško zamisliti da će neki novi medij moći zamijeniti onaj filmski kao i da će neki drugi format zamijeniti dokumentarni film.

[45] http://factum.com.hr/hr/filmovi_i_autori/projekti_u_razvoju/iotok

8. LITERATURA

Bluemel, K. (2009.) *Intermodernism: Literary Culture in Mid-Twentieth- Century Britain,* Edinburgh University Press

Gilić, N. (2007.), *Filmske vrste i rodovi*, Zagreb, AGM

Ivens, J. (1988.), *Reflections on the Avant-garde Documentary*, French Film Theory and Criticism: A History/Anthology, ed. Richard Abel, 2 vols., Princeton, N.J.

Tempe Merewheter J., Doctoral thesis- Innovation in style and performance in hybrid documentary Jabe Babe- a heightened life, http://hdl.handle.net/10453/37258, posjećeno 21.10.2016.

Documentary.org, http://www.documentary.org/feature/hybrid-reality-when-documentary-and-fiction-breed-create-better-truth, posjećeno 21.10.2016.

Nichols, B. (2001.). Introduction to Documentary, Indiana University Press

Jay, M. (2003.), *Downcast Eyes: The Denigration of Vision in Twentieth- century French Thought,* University of California Press

Arthur, P., *The status of found footage*, http://cinema.usc.edu/assets/099/15897.pdf, posjećeno 02.10.2016.

Jenner, C. (2014). *Navigating distant worlds: International development and social change in interactive web documentary* [EBL Reader Version] http://130.241.16.45/ojs/index.php/gt/article/view/2870/2480, posjećeno 04.10.2016.

Bechmann Petersen, A. (2009). *Crossmedia: Innovation Networks for Traditional Media Organizations*. Tesis Doctoral. University of Aarhus.

Vlajčić, A. (2016.), *Intertekstualnost u djelima Dubravke Ugrešić*, http://othes.univie.ac.at/14773/1/2011-05-23_0647223.pdf, Beč, posjećeno 01.10.2016.

Peterlić, A., *Prilog proučavanju filmskoga citata,* u: Intertekstualnost i intermedijalnost, Zagreb, Zavod za znanost o književnosti

Keser Battista, I.(2010.), *Intertekstualnost, intermedijalnost i interdisciplinarnost u filmskom eseju* , Medij. istraž. (god. 16, br. 1)

Beaven, K., *Performance art 101: The happening, Allan Kaprow*, http://www.tate.org.uk/context-comment/blogs/performance-art-101-happening-allan-kaprow, posjećeno 15.11.2016.
Spielmann, Y., *Video, the reflexive medium*, The MIT Press, Cambridge, 2008.

Dena, C., *Transmedia Narrative: Diverged Technology, Converged People, New Stories*. Podcast. http://lamp.edu.au/2005/11/08/podcast-new-stories, posjećeno 18.10.2016.

Jenkins, H. (2006.), *Convergence Culture*, New York: New York University Press
Opendoclab, http://opendoclab.mit.edu/the-new-digital-storytelling-series-lance-weiler, posjećeno 14.10.2016.
E- consultancy, https://econsultancy.com/blog/9383-five-ways-to-create-effective-transmedia-stories, posjećeno 15.10.2016.
Land of opportunity, http://www.landofopportunitymovie.com/, posjećeno 12.10.2016.

DokWeb https://www.dokweb.net/articles/detail/59/i-see-the-future-of-documentary-films-in-transmedia, posjećeno 12.10.2016.

Peović Vuković, K. *Književnost i remedijacija. Mediji kao kulturalna dominanta kasnog kapitalizma*, http://www.academia.edu/3670103/Knji%C5%BEevnost_i_remedijacija._Mediji_kao_kulturalna_dominanta_kasnog_kapitalizma, posjećeno 08.10.2016.
Bolter, Grusin, J., *Remediation: Understanding New Media*, https://monoskop.org/images/a/ae/Bolter_Jay_David_Grusin_Richard_Remediation_Understanding_New_Media_low_quality.pdf, posjećeno 15.10.2016.

Franquet R., Villa Montoya, M., *Interpretation and analysis of cross media content: the case of Televisió de Catalunya*, http://www.raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/252604/339173, posjećeno 12.10.2016.

Moloney, K., Multimedia, *Transmedia, Crossmedia, what´s in the name?*, https://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name/ , posjećeno 27.09.2016.
Bruck, P.A., Buchholz, A., Karssen, Z., Zerfass, A. (2005., Ur.), *E-content, Technologies and Perspectives for the European Market*, Springer

The Blair witch project, http://www.blairwitch.com/, posjećeno 08.10.2016.

IMDB, http://www.imdb.com/title/tt0185937/, posjećeno 15.09.2016.

Power To The Pixel, http://www.powertothepixel.com/#all-programmes-area, posjećeno 30.10.2016.

Thacker, J., *10 questions potential partners will ask about your crossmedia project*, http://www.powertothepixel.com/10-questions-development-partners-crossmedia-project/, posjećeno 07.11.2016.

Hauptstadtkulturfonds, http://www.hauptstadtkulturfonds.berlin.de/fileadmin//2009/1114_24hberlin-ei/Hollywood_Reporter_Feb09.pdf, posjećeno 15.10.2016.

Sony, https://www.sony.co.uk/pro/article/broadcast-products-24h-berlin-a-new-dimension-in-television, posjećeno 30.10.2016.

Do Not Track, https://donottrack-doc.com/en/your-datas/, posjećeno 05.10.2016.

Bellyfeel, Interview: 'Do Not Track' director, Brett Gaylor,

http://www.bellyfeel.co.uk/2015/06/interview-do-not-track-director-brett-gaylor/, posjećeno 05.10.2016.

Gaza Sderot, http://gaza-sderot.arte.tv/en, posjećeno 08.10.2016.

Time, http://time.com/3792903/alma-a-tale-of-guatemalas-violence/, posjećeno 05.10.2016.

Bear 71, http://bear71.nfb.ca/bear71/, posjećeno 12.10.2016.

Factum, http://factum.com.hr/hr/filmovi_i_autori/projekti_u_razvoju/iotok, posjećeno 20.10.2016.

9. IZJAVA O SAMOSTALNOJ IZRADI DIPLOMSKOG RADA

IZJAVA

kojom ja, Arijana Lekić- Fridrih, OIB 29710773361, pod materijalnom i krivičnom odgovornošću izjavljujem da sam pismeni diplomski rad, naslovljen *Krosmedija i dokumentarni film*, sama napisala.

Svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima (bilo da su u pitanju mrežni izvori, udžbenici, knjige, znanstveni, stručni ili popularni članci) u radu su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature.

Arijana Lekić- Fridrih

U Zagrebu, 02.prosinca 2016

10. SAŽETAK

Krosmedija i dokumentarni film

"*Krosmedija i dokumentarni film*" je diplomski rad studentice Arijane Lekić- Fridrih nastao na Akademiji dramske umjetnosti u Zagrebu pri diplomskom studiju Filmske i TV režije odsjek Dokumentarni film. Predmet ovog diplomskog rada je analiza načina na koji se priča dokumentarnog filma može ispričati unutar krosmedijskog projekta i pozicije krosmedijskih dokumentarnih filmova u odnosu na moderni dokumentarni film.

Ključne riječi: krosmedija, dokumentarni film, transmedija, internet

Cross Media and documentary film

"Cross Media and documentary film" is a master's thesis of Arijana Lekić- Fridrih, student at the Academy of Dramatic Arts in Zagreb for the masters degree Film and TV directing - Documentary film. The subject of this thesis is analysis of different techniques in which the documentary story can be told through the medium of cross media and how the cross media documentaries relate to the modern documentary film.

Key words: cross media, documentary film, transmedia, internet