

Festiwale dla klimatu

„Festiwale dla klimatu” to wspólna inicjatywa kilkunastu organizatorów i organizatorek krakowskich festiwali. Wiedząc, że niektóre przedsięwzięcia z natury rzeczy nie są ekologiczne, chcemy wspierać i wypracowywać trwałe proklimatyczne rozwiązania, możliwe do zastosowania podczas realizacji wydarzeń. Po raz pierwszy spotkaliśmy się pod koniec 2022 roku, żeby wymienić doświadczenia i pomysły z zakresu zrównoważonej produkcji, planowania i realizacji koncertów, imprez plenerowych czy pokazów filmowych. Zaczynając od drobnych elementów i prostych rozwiązań produkcyjnych, chcemy dążyć do systemowych zmian w funkcjonowaniu podmiotów organizujących kulturalne przedsięwzięcia.

Pierwszym efektem działań zielonej inicjatywy jest stworzenie krótkiego zbioru dobrych praktyk, dostępnego dla wszystkich stowarzyszeń, instytucji i fundacji, które zechcą skorzystać z wypracowanych rozwiązań. „Festiwale dla klimatu” to jeden z pierwszych kroków w kierunku zrównoważonej kultury. Zamieszczonymi w manualu przykładami chcemy otworzyć katalog inicjatyw i dobrych praktyk oraz zaprosić wszystkich organizatorów kultury, którzy jeszcze do nas nie dołączyli, do zaangażowania się w tworzenie nowego, zrównoważonego wymiaru wydarzeń kulturalnych. ●





Organizatorzy krakowskich festiwali uznali potrzebę kolektywnego działania przez:

Zrównoważony rozwój
– w tym wspólną odpowiedzialność
krakowskich festiwali
na zmiany klimatu

Społeczną integrację
– włączenie społeczne
w kontekście obecnego
i przyszłych kryzysów
migracyjnych

Równość i prawa – w kontekście
praw mniejszości, wzmacniania roli
kobiet w życiu publicznym,
polityki równościowej
i antydyskryminacyjnej miasta



Podczas prac przy działaniach proekologicznych należy uwzględnić kwestie antydyskryminacyjne i równościowe, a także zwrócić uwagę na przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu, dyskryminacji i mowie nienawiści, jako kontekstach dla działań kolektywnych sektora festiwalowego. Ten proces powinien odbywać się równolegle.



Dobre praktyki realizowane przez członków inicjatywy:

Ekologiczny, lokalny,
niskoemisyjny catering

Rezygnacja
z gadżetów

Zastąpienie papierowych
wniosków aplikacyjnych,
biletów i zaproszeń wersją
elektroniczną

Parytety
równościowe

Aktywności edukacyjne
zwiększające świadomość,
m.in. dzieci

Szkolenia
dla pracowników
dotyczące
m.in. zmian klimatycznych

Upcyklینگ
materiałów
brandingowych

Współpraca
z organizacjami
pozarządowymi
działającymi
w obszarze
ekologii

Promocja
„kranowianki”,
np. na
konferencjach
prasowych

Promocja
ekologicznych
dojazdów
do pracy

Promocja
zachowań dających
drugie życie,
np. Drugie Życie
Książki

Badanie śladu
węglowego

Postulaty wspólnego
magazynu
i dzielenia się
zasobami
przez krakowskie
festiwale

Nazwa obszaru:	Recykling & upcykling
----------------	-----------------------



Nazwa konkretnego działania:

Przetwarzanie materiałów wykorzystanych pierwotnie do brandingu festiwalu EtnoKraków/Rozstaje na rzecz produkcji elementów promocji kolejnych edycji festiwalu; przetwarzanie materiałów recyklingowych pozyskanych zewnątrz do produkcji gadżetów festiwalowych; szkolenia wolontariuszy.

Cel działania / spodziewany efekt:

Wydarzenia festiwalowe wiążą się z produkcją dużej ilości materiałów brandingowych (często wysokiej jakości): flag, ścianek, bannerów – których życie w docelowej formie z założenia ma potrwać kilka dni. Rozwiązaniem może być produkcja materiałów uniwersalnych (np. bez daty), jeśli jednak identyfikacja imprezy na to nie pozwala, można – już przy wyborze formatu/materiału reklamy – planować jej dalsze życie. Materiały „miękkie” (flagi/windery) będą się nadawały nie tylko do wykonania plecaków czy toreb (z możliwością prezentacji kolejnych edycji imprezy), ale także do produkcji pluszaków/zabawek – np. podczas zajęć manualnych dla dzieci, w ramach bieżącej edycji lub później – w świetlicach środowiskowych, MDK-ach, etc.

Produkcją wspomnianych toreb czy plecaków zajmują się profesjonalne firmy. Najlepiej zwracać się do lokalnych spółdzielni czy inicjatyw.

Materiały nienadające się na akcesoria z identyfikacją – nieprzepuszczalne bannery – są przyjmowane przez schroniska dla zwierząt, gdzie służą do izolacji boksów od wiatru i zimna.

Tematy ekologii, recyklingu i upcyklingu można wpisać także w zakres szkoleń wolontariuszy – tym sposobem najmłodsze pokolenie, wchodzące dopiero w świat krakowskiej kultury czy branży eventowej, będzie od samego początku kierowane w dobrą stronę.



Przykład realizacji:

Festiwal EtnoKraków/Rozstaje od początku swojego istnienia próbuje zminimalizować produkcję materiałów brandingowych (np. praktykując ujednolicenie identyfikacji – w celu kilkukrotnego skorzystania z tych samych „bazowych” wydruków wielkoformatowych reklam – i „doklejanie” bieżącej daty i numeru edycji do istniejących wcześniej layoutów). Wydruki pochodzące z wcześniejszych edycji festiwalu przekazano inicjatywie ŻyWa Pracownia do dalszego użytku – powstają tam m.in. torby z identyfikacją graficzną festiwalu, a pozostałe „ścinki” wchodzą w obieg warsztatowy.

Sama produkcja gadżetów festiwalowych również może opierać się na upcyklingu. Można np. zwrócić się z prośbą do lokalnego zakładu odzieżowego o wyprodukowanie smyczy festiwalowych z dostępnych ścinaków/resztek materiałów – zastępując nimi te powszechne, w pełni syntetyczne, niebiodegradowalne.



Na co zwrócić uwagę:

Ograniczanie produkcji jednorazowych gadżetów i form identyfikacji. Nawet jeśli istnieje potrzeba by powstały, już na etapie projektowania warto myśleć o ich dalszym wykorzystaniu.



Potencjalne bariery:

Bariery ekonomiczne /
bariery „niedogodności”

Bariery w formie
branżowej presji
(mody?)
i przyzwyczajzeń

Smycze nylonowe są w produkcji znacznie tańsze od „zindywidualizowanych”/ rękodzielniczych.	Woda mineralna dystrybuowana w butelkach pet jest tańsza (i „lżejsza”) od sprzedawanej w butelkach szklanych.
Działania reklamowe „outdoorowe” w skali makro generują olbrzymie ilości materiałów trudnych bądź niemożliwych do dalszych przetworzeń. Dla skuteczności promocji formy te są skuteczne – powinny jednak stanowić uzupełnienie kampanii internetowych (nie odwrotnie).	



Przykładowe krakowskie festiwale, w których takie działanie zostało już wdrożone:
EtnoKraków/Rozstaje



Nazwa obszaru:	Edukacja
-----------------------	-----------------



Nazwa konkretnego działania:

Edukacja wewnątrz branży / edukacja publiczności.

Cel działania / spodziewany efekt:

Zwiększenie wiedzy osób z branży oraz publiczności na temat dostępnych zrównoważonych rozwiązań, a także upowszechnianie potrzeby ich wprowadzania w proces organizacji wydarzeń. Sieciowanie się osób, zebranie przemysłów i wzajemnych inspiracji. Podkreślenie problemu niedostatecznej ilości zrównoważonych działań w branży, podsumowanie/określenie barier. Ujęcie problemu z wielu perspektyw.



Przykład realizacji:

Organizacja panelu dyskusyjnego „Green Filming w praktyce. Przemysł filmowy a ekologia” (Etiuda&Anima 2022), organizacja panelu online „Jak ekologicznie zrobić festiwal?” (Etiuda&Anima 2021), stworzenie na stronie zakładki „Co mogą zrobić festiwale żeby chronić środowisko?” (Etiuda&Anima 2021).



Na co zwrócić uwagę:

Sieciowanie osób podczas wydarzeń branżowych sprzyja twórczej wymianie refleksji oraz doświadczeń, równocześnie należy mieć świadomość, że do prezentowanych tematów należy podchodzić ze świeżością, tak aby były atrakcyjne dla odbiorców i odbiorczyń pomimo „zmęczenia tematem”.



Potencjalne bariery:

Ograniczone fundusze na organizację wydarzeń, brak zainteresowania publiczności kwestiami branżowymi, „przesyt tematem” wśród osób z branży, konkurencyjność innych wydarzeń w programie festiwalu, poruszanie podobnych tematów przez innych organizatorów i organizatorki, nieodpowiednia komunikacja i promocja.



Przykładowe krakowskie festiwale, w których takie działanie zostało już wdrożone:
Międzynarodowy Festiwal Filmowy Etiuda&Anima, EtnoKraków/Rozstaje

Nazwa obszaru:	Edukacja
-----------------------	-----------------



Nazwa konkretnego działania:

Warsztaty dla uczestników i uczestniczek festiwalu.

Cel działania / spodziewany efekt:

Warsztaty skupiają się wokół tematu animacji i głównym ich celem jest edukacja artystyczna w tym obszarze, jednak część materiałów użytkowanych podczas zajęć pochodzi z recyklingu, dzięki czemu osoby uczestniczące poznają przykład redukcji zużywanych zasobów.



Przykład realizacji:

Warsztaty animacji o tematyce ekologicznej dla dzieci w wieku 7-12 lat (Etiuda&Anima 2021), warsztaty „Animowane Szopki Krakowskie” (Etiuda&Anima 2022).



Na co zwrócić uwagę:

Podczas organizacji warsztatów, które wymagają zużycia zasobów takich jak materiały biurowe czy plastyczne, zawsze jest przestrzeń do minimalizacji tego zużycia i wykorzystania materiałów z recyklingu.



Potencjalne bariery:

Bezrefleksyjne powtarzanie schematów dotychczasowego działania i kupowania wciąż nowych materiałów bez przemyślenia, które z nich mogą zostać ograniczone, ewentualna niechęć osób prowadzących warsztaty do współpracy w zakresie minimalizacji zużywanych materiałów, nieodpowiednia komunikacja i promocja.



Przykładowe krakowskie festiwale, w których takie działanie zostało już wdrożone:
Międzynarodowy Festiwal Filmowy Etiuda&Anima, EtnoKraków/Rozstaje

Nazwa obszaru:	Edukacja
-----------------------	-----------------



Nazwa konkretnego działania:

Edukacja publiczności poprzez kontakt ze sztuką.

Cel działania / spodziewany efekt:

Edukacja w zakresie konkretnych problemów ochrony środowiska oraz uwrażliwienie na te kwestie dzięki konfrontacji publiczności z dziełami sztuki poruszającymi tematy związane z szeroko pojmowanym kontaktem człowieka ze środowiskiem naturalnym. Ukazanie nowych narracji, perspektyw i sposobów przedstawiania czy tłumaczenia kwestii ochrony środowiska.



Przykład realizacji:

„Natura–człowiek–kultura”. Pokaz tematyczny (Etiuda&Anima 2022).



Na co zwrócić uwagę:

Sztuka i dzieła kultury mają moc poruszania serc i umysłów oraz przedstawiania czy komentowania rzeczywistości w świeży sposób. Za ich pośrednictwem mamy możliwość komunikowania palących problemów oraz docierania do odbiorców i odbiorczyń innymi drogami niż nauka czy klasyczna, instytucjonalna edukacja.



Potencjalne bariery:

Określona tematyka wydarzeń i oczekiwania publiczności (np. pokaz filmów o postulowanej tematyce niekoniecznie będzie pasował do festiwalu muzycznego), budżet, przepełniony program wydarzenia (brak miejsca i czasu na dodatkowe punkty).



Przykładowe krakowskie festiwale, w których takie działanie zostało już wdrożone:
Międzynarodowy Festiwal Filmowy Etiuda&Anima, EtnoKraków/Rozstaje



Nazwa obszaru:	Edukacja
-----------------------	-----------------



Nazwa konkretnego działania:

Włączenie publiczności w tworzenie ekologicznych rozwiązań.

Cel działania / spodziewany efekt:

Poznanie perspektywy oraz oczekiwań odbiorców i odbiorczyń wydarzenia, wzmocnienie więzi publiczności z festiwalem – w ten sposób m.in. edukujemy się my, jako organizatorzy i organizatorki kultury.



Przykład realizacji:

Zbiórka zakrętek na festiwalu oraz umożliwienie publiczności zgłaszania własnych oczekiwań i pomysłów dotyczących zielonej strategii (Etiuda&Anima 2021), ankieta dotycząca oceny ekologicznych działań festiwalowych (2022), wymiana roślin towarzysząca 14. edycji Kraków Summer Animation Days (Etiuda&Anima 2022).



Na co zwrócić uwagę:

W program festiwalu można włączyć wiele wydarzeń towarzyszących, także angażujących bezpośrednio publiczność – należy jednak zadbać o ich atrakcyjność i adekwatność w stosunku do całości wydarzenia. Również badania publiczności są narzędziem umożliwiającym lepsze poznanie naszych odbiorców i odbiorczyń oraz stopnia ich zainteresowania ekologią festiwalową.



Potencjalne bariery:

Brak zainteresowania/zrozumienia ze strony publiczności, nieatrakcyjny format działań, nieodpowiednia komunikacja i promocja.



Przykładowe krakowskie festiwale, w których takie działanie zostało już wdrożone:
Międzynarodowy Festiwal Filmowy Etiuda&Anima, EtnoKraków/Rozstaje

Nazwa obszaru:	Dobre praktyki zaczynają się od środka
----------------	--



Nazwa konkretnego działania:

ekoKBF / ekoKBF news.

Cel działania / spodziewany efekt:

Zaangażowanie pracowników i pracowniczek KBF w działania proekologiczne, przekazywanie informacji i ciekawostek na temat ekologii, tak aby poszerzać w zespole wiedzę na ten temat.



Przykład realizacji:

„ekoKBF” – cykl postów publikowanych w intranecie, zainicjowany w 2019 roku. Początkowo pojawiały się cotygodniowe wpisy poruszające interesujące tematy dotyczące ekologii (były to tzw. EKOczwartki w Intranecie), wspólnie odkrywano ciekawostki i ważne informacje dotyczące zrównoważonego życia i pracy. Prezentowano wyniki aktualnych raportów ekologicznych, pisano o konkretnych zagadnieniach związanych z zachowaniami wspierającymi dbałość o klimat, m.in. o prawidłowej segregacji śmieci, oszczędzaniu wody i prądu, food-sharingu, ekologicznym życiu na co dzień (np. jak zastąpić sklepowe środki czystości, jak wykorzystywać ponownie przeróżne materiały) oraz pomysłach na wytwarzanie ekologicznych prezentów i dekoracji domowych. Wiele uwagi poświęcono zasadom zdrowego odżywiania (np. wykorzystywanie oleju palmowego), diecie klimatycznej czy zrównoważonym uprawom.

W drugiej połowie roku 2022 cykl przeszedł transformację, zmieniając się w „ekoKBF news” (wpisy co dwa tygodnie) – nowa formuła oparta jest na krótkich i treściwych informacjach ekologicznych wraz z przekierowaniem (linkiem) do strony źródłowej, gdzie odbiorca może znaleźć rozwinięcie danej ciekawostki i zgłębić wiedzę na temat interesującego go zagadnienia. Takie wpisy zazwyczaj dotyczą ekociekawostek, ekowdarzeń w Krakowie i ekotipów.



Na co zwrócić uwagę:

Wpisy muszą być krótkie, zwięzłe, dobrze sprawdzają się grafiki, dane liczbowe obrazujące pewne zjawisko, problem. Oczywiście prowadzenie cyklu wymaga wyznaczenia osoby / działu koordynującego.



Potencjalne bariery:

Brak wewnętrznego systemu typu intranet.



Przykładowe krakowskie festiwale, w których takie działanie zostało już wdrożone:
KBF

Nazwa obszaru:	Ślad węglowy
-----------------------	---------------------



Nazwa konkretnego działania:

Zmniejszenie zużycia energii, wybór ekologicznych środków transportu, zarządzanie odpadami, ograniczenie zbędnych gadżetów, korzystanie z cateringu opartego na produktach lokalnych, mierzenie śladu węglowego organizacji.

Cel działania / spodziewany efekt:

Redukcja śladu węglowego.



Przykład realizacji:

Zmniejszenie zużycia energii (szczegółowe wytyczne opisane są w dokumencie opracowanym przez Carbon Footprint Foundation, dostępnym u organizatora Krakowskiego Festiwalu Filmowego).

Stosowanie energooszczędnego oświetlenia (LED) podczas eventu

Wyłączenie wszystkich urządzeń na noc (przy eventach dłuższych niż jeden dzień)

Odpowiednio dobrana moc urządzeń (np. głośników, by nie były zbyt mocne)

Stosowanie czujników ruchu w miejscach, które nie muszą być oświetlone ciągle (korytarze, łazienki)

Oszczędzanie energii cieplnej poprzez odpowiednie ustawienie termostatów

Maksymalnie wykorzystywanie naturalnego oświetlenia

Optymalizacja sprzętu i przestrzeni pod kątem multiplikowania urządzeń (np. jedna scena, wiele aktywności, rozsądny wybór sprzętu, adekwatny)



Przykładowe krakowskie festiwale, w których takie działanie zostało już wdrożone:

Krakowski Festiwal Filmowy, KBF,
EtnoKraków/Rozstaje



Na co zwrócić uwagę:

Jednomyślność w działaniu, wspólne wartości dla tak zróżnicowanych grup interesów, współpraca nastawiona na synergię, gotowość na zmianę.



Potencjalne bariery:

Brak osób odpowiedzialnych za koordynację „zielonych działań” w strukturach organizacyjnych, konsekwencja w działaniu.

<p>Nazwa obszaru:</p>	<p>Dobre praktyki zaczynają się od środka</p>
------------------------------	--



Nazwa konkretnego działania:

KBF się dzieli.

Cel działania / spodziewany efekt:

Zaangażowanie pracowników i pracowniczek KBF w działania proekologiczne, wspólne motywowanie się i inspirowanie do zmiany sposobu życia i włączenia zachowań proekologicznych we własną codzienność.



Przykład realizacji:

Grupa na Facebooku KBF Się Dzieli – Wymiany & Dary Losu działa od 2018 roku i liczy obecnie 155 osób. Jej celem jest umożliwienie pracownikom i pracowniczkom KBF wymieniać się dobrami, oddawania niepotrzebnych już przedmiotów (ubrań, butów, książek, zabawek, itp.), aby w ten sposób zapewnić im drugie życie. To także miejsce na dzielenie się pomysłami o charakterze nie tylko eko, ale też pomocowym.

Zasada „KBF się dzieli” była również realizowana w formie wewnętrznych sezonowych swapów stacjonarnych, w ramach których pracownicy i pracowniczki w określonym terminie wymieniali się odzieżą, dodatkami, literaturą czy zabawkami swoich dzieci.

Akcje wymiany odzieży rozszerzone zostały również na wybrane festiwale KBF.

Pandemia wzmocniła tego rodzaju działania w mediach społecznościowych, jednocześnie hamując wymiany stacjonarne.



Na co zwrócić uwagę:

Warto zachować regularność akcji swapowych.



Potencjalne bariery:

brak



Przykładowe krakowskie festiwale, w których takie działanie zostało już wdrożone:
Festiwal Muzyki Filmowej w Krakowie



Nazwa obszaru:	Dobre praktyki zaczynają się od środka
----------------	--



Nazwa konkretnego działania:

„Rowerem do pracy, czyli dom, rower, praca... i tak w kółko” – akcja organizowana przez Wydział Gospodarki Komunalnej i Klimatu UMK, w której KBF uczestniczy od pierwszej edycji.

Cel działania / spodziewany efekt:

Zachęcenie pracowników i pracowniczek do zrezygnowania z samochodu i transportu publicznego na rzecz korzystania z rowerów. Spodziewany efekt – poprawa zdrowia i przekonanie ludzi do tej formy transportu, nie tylko w drodze do pracy. Ostatecznie – zwiększenie liczby użytkowników i użytkowniczek infrastruktury rowerowej w Krakowie.



Przykład realizacji:

Akcja organizowana przez Wydział Gospodarki Komunalnej i Klimatu UMK – „Rowerem do pracy...” miała już sześć edycji, zorganizowanych w latach 2017–2022. KBF uczestniczy w niej od samego początku. Na koniec sezonu 2022, we wrześniu zapisanych było prawie 50% pracowników i pracowniczek KBF (92 osoby ze 193).

W sumie w 2022 roku w akcji wzięło udział 200 podmiotów oraz 80 000 indywidualnych uczestników i uczestniczek. Coroczne ankiety pokazują, że średnio co piąta osoba biorąca udział w kampanii zrezygnowała z dojazdów samochodem na rzecz roweru. Co więcej blisko 60% respondentów i respondentek zadeklarowało, że udział w kampanii przyczynił się do znacznie częstszego wy-

boru roweru jako środka komunikacji także w celach niezwiązanych z pracą. Rekordzista w KBF w 2022 roku przejechał 3500 km w ciągu pięciu miesięcy.



Na co zwrócić uwagę:

Warto korzystać z gotowych inicjatyw, jak ta organizowana przez Urząd Miasta Krakowa – wtedy firma/organizacja/instytucja nie ponosi kosztów (nagrody fundowane są przez UMK). Dołączenie się do tego typu kampanii powoduje dodatkową motywację dla uczestników w postaci rywalizacji wewnętrznej i zewnętrznej. W przypadku samodzielnego organizowania podobnej akcji można z kolei wesprzeć się już istniejącymi rozwiązaniami.



Potencjalne bariery:

W przypadku przyłączenia się do akcji „Rowerem do pracy...” niejakię ograniczenie stanowią zapisy w regulaminie, na które poszczególne podmioty nie mogą mieć wpływu, a które wykluczają pewną grupę użytkowników i użytkowniczek, np.: określony minimalny dystans dzielący miejsce pracy od domu (3 km) albo fakt, że aby uczestniczyć w akcji, należy podać stałą odległość miejsca pracy od biura.

Brak budżetu na nagrody; z ankiety UMK podsumowującej akcję „Rowerem do pracy...” wynika, że możliwość zdobycia nagród w kampanii motywuje 26% respondentów i respondentek.

Brak infrastruktury (parking dla rowerów).



Przykładowe krakowskie festiwale, w których takie działanie zostało już wdrożone:

KBF

Nazwa obszaru:	Edukacja
----------------	----------



Nazwa konkretnego działania:

Klimat jako temat festiwalu.

Cel działania / spodziewany efekt:

Wzrost świadomości w kwestii kryzysu klimatycznego i zmiana praktyk u organizatora.



Przykład realizacji:

„Gatunki zagrożone wyginięciem” to hasło Festiwalu Sacrum Profanum w 2022 roku. Temat był interpretowany wprost – jako nasz alarm w kwestii kryzysu klimatycznego i związanych z nim zagrożeń. Główna narracja przebiegała w atmosferze motywującej do zmian w postępowaniu i podjęcia działań na rzecz ochrony planety. Temat został również „ograny” muzycznie – w duchu odpowiedzialności także za środowisko artystyczne.



Na co zwrócić uwagę:

Wdrożenie tego mechanizmu powoduje zwiększenie oczekiwań odbiorców wobec progresywnych zmian manifestowanych przez festiwal. Zwiększa wyczulenie na niespójności w tej materii.

Liczą się tylko realne działania, nie pozorowane. Greenwashing rozumiany jako PR-owskie zagrania, bez realnego efektu jest odbierany negatywnie, jako działanie koniunkturalne, chęć bycia „trendy”.



Potencjalne bariery:

W gronie naszych odbiorców to nie wystąpiło – prawdopodobnie znaczenie ma tu grupa docelowa – ale z pewnością trzeba być przygotowanym na negatywny odbiór takich haseł.

Zmiana PR-owska, deklaratorywna, manifestowana, ale powierzchowna, słowna, bez realnego działania niesie za sobą duże ryzyko bycia „rozliczonym” przez odbiorców i utraty wiarygodności czy zaufania.

Sferę idei trudno jest wprowadzić w życie i choćby kilka praktyk przy organizacji festiwalu rzeczywiście zmodyfikować w kierunku działań zrównoważonych i odpowiedzialnych za środowisko.



Przykładowe krakowskie festiwale, w których takie działanie zostało już wdrożone: Sacrum Profanum, Unsound, Festiwal Sztuki Cyfrowej Patchlab

Nazwa obszaru:	Dobre praktyki dla równości i dostępności
----------------	---



Nazwa konkretnego działania:

Parytety.

Cel działania /
spodziewany efekt:

Wzrost zaangażowania twórczyń i wykonawczyń, szerzej artystek, w wydarzenia kulturalne.



Przykład realizacji:

Festiwal Sacrum Profanum począwszy od 2017 roku deklaruje i realnie utrzymuje parytet 50/50 wśród kompozytorek/kompozytorów, których muzyka prezentowana jest na festiwalowych koncertach. To główny obszar, gdzie niedoreprezentacja kobiet występuje na gruncie muzyki nowej. Stąd publiczna, corocznie powtarzana deklaracja i realne starania o utrzymanie parytetu oraz lobbowanie za tego typu deklaracjami w środowisku.



Na co zwrócić uwagę:

Należy przygotować się na zarzuty, które pojawiają się zawsze przy parytetach.

Warto promować parytety jako przejściową dobrą praktykę, wskazując na ich potrzebę wynikającą z lat dyskryminacji systemowych.

Można pokazywać młode pokolenie kompozytorek, liczne i pełne sukcesów, które już udowadniają, że zmiana następuje. A zaprogramowanie koncertu wypełnionego muzyką tworzoną przez kompozytorki staje się coraz łatwiejsze.

Ważne jest włączenie równościowego języka, w tym feminatywów, które wraz ze zmianami programowymi tworzą kompletny przekaz.



Potencjalne bariery:

Środowiskowy opór, bagatelizujący wyzwanie i istniejące dysproporcje. Wprowadzenie parytetów nie jest kompromisem artystycznym odbijającym się na jakości programu – wymaga tylko większego, głębszego czy bardziej zaangażowanego researchu.

Często najgłośniejszą sprzeciwiają się parytetom artystki o silnej pozycji w środowisku, które czują, że takie mechanizmy podkopują ich sukces i umiejętności.

Z doświadczeń Sacrum Profanum wynika, że najlepiej tę zmianę wprowadzać jako dobrą praktykę, którą inspirować innych do zmiany nawyków. Przede wszystkim więc innych oraz partnerów współprogramujących koncerty.



Przykładowe krakowskie festiwale, w których takie działanie zostało już wdrożone:
Sacrum Profanum, Unsound

Nazwa obszaru:	Cyfryzacja
----------------	------------



Nazwa konkretnego działania:

Optymalizacja stron internetowych i publikowanych materiałów foto-wideo.

Cel działania / spodziewany efekt:

Minimalizowanie zużycia energii i towarzyszącej emisji CO2, które wynikają z poruszania się po Internecie.



Przykład realizacji:

Tego typu rozwiązania są wdrażane już coraz częściej przez świadomych twórców treści internetowych, wiele stron internetowych jest projektowanych z myślą o takiej optymalizacji, np. formafantasma.com. Takie rozwiązania zostały wdrożone także na stronie patchlab.pl.



Na co zwrócić uwagę:

Szersze informacje dostępne są na stronie:

[PATCHLAB.PL/2022/09/01/DOWIEDZ-SIE-WIECEJ](https://patchlab.pl/2022/09/01/dowiedz-sie-wiecej)



Potencjalne bariery:

Nieumiejętność zaprogramowania strony przez programistę – bariera szybka do rozwiązania przez zatrudnienie takiego programisty, który to potrafi.



Przykładowe krakowskie festiwale, w których takie działanie zostało już wdrożone:

Festiwal Sztuki Cyfrowej Patchlab

